

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan merupakan sebuah lembaga yang sangat penting dalam struktur ekonomi suatu negara. Perbankan sendiri ialah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Utama, 2020). Perusahaan pasti ingin meraih kesuksesan dan memiliki keberlangsungan hidup dengan jangka yang panjang, hal ini umumnya dianggap sebagai persyaratan untuk sebuah perusahaan yang disebut profitabilitas.

Profitabilitas mengacu pada kemampuan organisasi bisnis untuk mempertahankan labanya dari tahun ke tahun. Kinerja profitabilitas bank menunjukkan keberhasilan manajemen dan merupakan salah satu indikator kinerja terpenting bagi investor. Perubahan profitabilitas berkontribusi pada kemajuan ekonomi, karena keuntungan mempengaruhi keputusan investasi dan tabungan perusahaan (Menicucci & Paolucci, 2019). Gitman, (2019) "*Profitability is the relationship between revenues and cost generated by using the firm's asset-both current and fixed-in productive activities*", sedangkan Eugene F. & Houston, (2019) mengatakan profitabilitas sebagai tolak ukur dari efektivitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari volume penjualan, total aktiva, dan modal sendiri.

Horne & Wachowicz (2009) dalam buku Mursidah Nurfadillah(2023) mengemukakan rasio profitabilitas terdiri atas dua jenis, yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi. Profitabilitas dalam hubungannya dengan penjualan terdiri atas margin laba kotor (*gross profit margin*) dan margin laba bersih (*net profit margin*). Profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi terdiri atas tingkat pengembalian atas aktiva (*return on total assets*) dan tingkat pengembalian atas ekuitas (*return on equity*). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada suatu periode. Laba menjadi salah satu tolak ukur dalam penilaian suatu kinerja perusahaan.

Secara umum dapat dikatakan bahwa ketika perusahaan mampu menciptakan laba yang tinggi berarti kinerja perusahaan ROA atau (*Return On Assets*) merupakan perbandingan antara laba bersih dengan total aset. Rasio ini menunjukkan berapa besar laba bersih diperoleh perusahaan bila diukur dari nilai asetnya.

GCG (*Good Corporate Governance*) peraturan yang mengatur hubungan antara

pemegang saham, pengelola atau pengurus perusahaan, *stakeholder* (yaitu pihak kreditur, pemerintah, karyawan) serta pemegang kepentingan internal dan eksternal yang berkaitan erat dengan hak dan kewajiban pemangku kepentingan, atau dapat diartikan bahwa sistem yang mengendalikan perusahaan. Adanya GCG dalam perusahaan bertujuan agar menciptakan *value added* perusahaan bagi *stakeholder* Hindarmojo dalam Kuncorowati, F. P., Miqdad, M., & Roziq, A.(2021).

Good corporate governance menurut Tim Badan Pengawas Keuangan dan Pembangunan (BPKP) merupakan sistem pengendalian dan pengaturan perusahaan yang dapat dilihat dari mekanisme hubungan antara berbagai pihak yang mengurus perusahaan (*hard definition*), maupun ditinjau dari nilai-nilai yang terkandung dari mekanisme pengelolaan itu sendiri. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/12/PBI/2006 tentang Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 8/4/PBI/2006 tentang Pelaksanaan *Good Corporate Governance* bagi Bank Umum yang menjadi dasar hukum *good corporate governance* dalam sektor perbankan mendefinisikan *good corporate governance* adalah suatu tata kelola bank yang menerapkan prinsip-prinsip keterbukaan (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), independensi (*independency*), dan kewajaran (*fairness*).

Ukuran perusahaan memiliki perbedaan yang menimbulkan resiko yang berbeda antara perusahaan besar dan perusahaan kecil. Perusahaan yang semakin besar dianggap memiliki resiko yang semakin kecil, karena perusahaan dengan ukuran besar dianggap lebih memiliki akses ke pasar modal sehingga lebih mudah untuk memperoleh tambahan dana yang kemudian dapat dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan (Pradnyanita Sukmayantidan Triaryatri, 2019).

Suatu perusahaan didirikan dengan tujuan yang berbeda-beda, namun semuanya memiliki tanggung jawab pada pelaksanaannya. Dalam buku *Corporate Social Responsibility* (2020) oleh Mohammad Hamim, pengertian *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen dari bisnis atau perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan basis teori tentang perlunya sebuah korporasi menjalin hubungan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan tempat beroperasi. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para stakeholders terutama masyarakat lokal di sekitar lingkungan tempat beroperasinya perusahaan (Rahmi 2019). Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yaitu mencapai suatu hasil terbaik tanpa merugikan kelompok masyarakat lain. CSR berpijak pada *triple bottom line* yaitu tanggung jawab

perusahaan berdasarkan 3P (Profit, People, dan Planet) atau pada aspek sosial, lingkungan dan keuangan (Sutedi 2019).

Corporate Social Responsibility (CSR) dianggap sebagai inti dari etika bisnis, ini berarti bahwa korporasi tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (pemegang saham atau shareholder) namun juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (stakeholder) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas (ekonomi dan legal). Hubungan perusahaan dengan stakeholders dideskripsikan sebagai hubungan pertukaran, yaitu kelompok yang memasok suatu kontribusi terhadap perusahaan dan mengharapkan kepentingan mereka juga dipenuhi (Nahda dan Harjito 2019).

Nida Khoirun Nahda Labibah memaparkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai wujud tanggung jawab suatu entitas untuk melakukan perbaikan atas ketimpangan sosial dan lingkungan yang rusak akibat dari aktivitas bisnis yang dilakukan. Seiring dengan tanggung jawab sosial pada lingkungan yang dilakukan, maka dapat berdampak pada citra baik yang akan diterima perusahaan. Kemudian semakin baik citra perusahaan menurut pandangan masyarakat, maka investor akan semakin tertarik untuk menanam modal pada perusahaan tersebut. Karena pertanggungjawaban sosial juga, loyalitas konsumen akan semakin meningkat sehingga penjualan dan profitabilitas akan naik (Nida Khoirun Nahda Labibah 2022).

Latar belakang penelitian ini dapat dimulai dengan menyoroti pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) dalam konteks perusahaan perbankan. Pada tahun-tahun terakhir, kekhawatiran terhadap isu-isu sosial, lingkungan, dan etika telah meningkat di kalangan pemangku kepentingan, termasuk masyarakat, regulator, dan investor. Dalam konteks ini, *good corporate governance* (tata kelola perusahaan yang baik) menjadi faktor penting dalam mengawasi dan mengarahkan kebijakan CSR perusahaan perbankan. Selain itu, profitabilitas dan ukuran perusahaan juga memainkan peran penting dalam menentukan sejauh mana perusahaan memiliki sumber daya yang cukup untuk mendukung kegiatan CSR. Tahun 2019-2022 dipilih sebagai periode peneliti karena merupakan periode krusial di mana perusahaan perbankan menghadapi tekanan dan harapan yang semakin tinggi terkait dengan CSR, terutama dalam menghadapi isu-isu seperti perubahan iklim, inklusi keuangan, dan tanggung jawab sosial secara lebih luas.

Penelitian yang dilakukan sebelumnya telah menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*. Secara umum, penelitian-penelitian terdahulu menganalisis adanya pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, dan profitabilitas terhadap pengungkapan CSR. Beberapa penelitian terdahulu yang meneliti tentang faktor-faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR ialah :

Maharani Yusti Nendra (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Dewan komisaris independen dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmahsari, Yulia (2021) mengatakan bahwa secara parsial Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sementara itu, dewan komisaris independen, dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Secara simultan, semua variabel independen berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Afni Eliana Saragih dan Yan Christin Br. Sembiring (2019) menyatakan bahwa corporate governance, profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR baik secara simultan maupun secara parsial. Namun penelitian yang dilakukan Dhan Fasya Nur Hidayat (2021) menyatakan hasil yang berbeda dimana *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap CSR.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah GCG, Profitabilitas dan Ukuran perusahaan dapat memengaruhi Pengungkapan tanggung jawab sosial. Peneliti juga diharapkan dapat memberikan kontribusi teori dalam bentuk bukti empiris mengenai pengaruh *good corporate governance*, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan dan parsial terhadap pengungkapan tanggung jawab perusahaan, hasil penelitian ini juga diharapkan akan menambahkan pengetahuan, dan referensi bagi peneliti selanjutnya.

Good corporate governance (GCG) adalah manajemen perusahaan dalam mengatur perusahaan sehingga menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang bagi para stakeholder. GCG diharapkan tidak hanya berfokus pada manfaat yang akan diberikan kepada manajemen dan karyawan, tetapi juga untuk stakeholders, konsumen, pemasok, pemerintah dan lingkungan masyarakat yang terkait dengan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, GCG menjadi faktor yang berhubungan dengan pengungkapan CSR di dalam suatu perusahaan (Nendra, 2021). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan berhubungan dengan teori agensi karena pengungkapan CSR berkaitan dengan perilaku manajerial. Teori agensi menjelaskan bahwa adanya hubungan keagenan yang melibatkan antara dua pihak. sebagai komitmen perusahaan dalam mematuhi peraturan pemerintah untuk menghindari pelanggaran operasional perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga memberikan kontribusi kepada stakeholder baik internal maupun eksternal dengan membangun budaya perusahaan yang dapat mensejahterakan dan melindungi karyawan, serta adanya keberpihakan

perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan (Hadi 2019).

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik apakah *good corporate governance*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR secara parsial dan simultan. Maka penulis mengangkat judul dari penelitian ini adalah “ **PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN PERBANKAN DI BEI TAHUN 2019-2022**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dapat diidentifikasi masalahnya yaitu :

1. Apakah *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI periode 2019-2022?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI periode 2019-2022?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI periode 2019-2022?
4. Apakah *Good Corporate Governance* dan Profitabilitas Ukuran berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI periode 2019-2022?

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI periode 2019-2022.
2. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI periode 2019-2022.
3. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI periode 2019-2022.
4. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh simultan *Good Corporate Governance*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI periode 2019-2022

1.4 Batasan Masalah

Karena keterbatasan penulis dari segi biaya , waktu dan tenaga. Maka penulis membuat penelitian tentang pengaruh GCG, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2019-2022.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini dapat diharapkan memberikan manfaat bagi :

1. Bagi Peneliti, untuk mengetahui sejauh mana teori dapat diterapkan dalam praktik dan penilaian teori dan juga menambah pengetahuan penulis dalam penelitian tersebut khususnya di perusahaan perbankan.
2. Bagi Perusahaan, dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai bahan masukan dalam mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dipahami dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya

