

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menciptakan pendapatan terkait penjualan yang memungkinkan manajemen perusahaan untuk memiliki kebebasan dan fleksibilitas mengungkapkan kewajiban social mereka kepada pemegang saham. Profitabilitas perusahaan yang diproyeksikan dengan ROE, ROI, NPM mempengaruhi pengungkapan CSR perusahaan dikarenakan terkait pendapatan perusahaan.

Untuk memenuhi tuntutan para pemegang sahamnya, korporasi, sebagai bentuk organisasi bisnis yang luas, harus memenuhi tujuan tertentu. Prestasi kepemimpinan adalah pencapaian tujuan bisnis. Pemangku kepentingan internal dan eksternal dapat memanfaatkan hasil evaluasi kinerja perusahaan untuk mengambil keputusan. Tugas etis dan sosial sangat penting untuk keberhasilan perusahaan yang baik, terlepas dari ukuran atau ruang lingkupnya. Memiliki rasa etika dan tanggung jawab sosial yang baik di masa depan tidak hanya akan meningkatkan lingkungan makro dan mikro, tetapi juga akan menguntungkan perusahaan itu sendiri (Kurniati, 2015:185).

Sebuah perusahaan pelayaran nasional, PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero), didirikan pada tanggal 28 April 1952 dengan Keputusan Menteri Perhubungan No. M2/1/2. Layanan pengiriman laut ditawarkan oleh perusahaan. Ketika konsumen diperlakukan dengan layanan dan profesionalisme tertinggi, mereka lebih mungkin untuk kembali.

Selain kapal penumpang dan feri cepat, PT PELNI juga mengoperasikan satu kapal kargo. Lebih dari 94 pelabuhan di nusantara dilayani oleh rute domestik perusahaan kami. dan orang-orang maritim, didukung oleh para ahli yang mengutamakan kebutuhan klien mereka. PT PELNI tidak hanya menyediakan jasa pengiriman selama ekspansinya. Sebagai bagian dari Skema Tol Laut pemerintah, PT PELNI kini mengoperasikan 8 (delapan) kapal tol laut untuk pengiriman

angkutan/kargo peti kemas, seperti bahan makanan yang diperlukan dan bahan bangunan untuk perbaikan infrastruktur. Layanan keagenan kapal yang disediakan oleh PT PELNI juga tersedia di laut Indonesia. Selain itu, PT PELNI membantu pertumbuhan wisata bahari Indonesia dengan menawarkan kapal pesiar ke tempat-tempat seperti Raja Ampat, Wakatobi, Bandanella, Komodo, Takaborat, Karimunjawa, Bunaken, Anambas, Dravan, dan Tomini, yang semuanya memiliki pemandangan bawah laut dan pemandangan yang luar biasa. Sebagai perusahaan angkutan penumpang dan barang milik negara, PT PELNI (Persero) selalu memprioritaskan untuk mempertahankan model bisnis berkelanjutan yang menghormati lingkungan alam dan penduduk setempat. Program seperti Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL) dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) adalah dua cara yang dilakukan perusahaan di Indonesia dalam menangani tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka. Dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan BUMN, nomor badan usaha negara adalah PER-09/MBU/07/2015. Prinsip-prinsip 3P (manusia, planet, laba) merupakan inti dari penciptaan pertumbuhan berkelanjutan bagi perusahaan dan lingkungan, dan selalu menjadi pusat komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Jacket Safety Pelayaran Rakyat Tahun 2018, Ternate Reef House Tahun 2019, dan Program Revitalisasi Karang Banyuwangi Tahun 2020 hanyalah sebagian kecil dari inisiatif PT PELNI (PerseroCSR).

Corporate Social Responsibility adalah komitmen jangka panjang perusahaan untuk mengatasi masalah sosial atau lingkungan tertentu adalah apa yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Ketika sebuah perusahaan berkontribusi, itu bisa dalam berbagai cara: uang, dukungan ahli atau perusahaan, dukungan dalam bentuk barang, atau lainnya. Program tanggung jawab sosial perusahaan dan upaya kemanusiaan harus dibedakan di sini. Sumbangan amal satu kali atau jangka pendek sering kali menimbulkan kepercayaan publik terhadap perusahaan. Program CSR, di sisi lain, merupakan program jangka panjang yang berupaya memberdayakan masyarakat (Said, 2015:15). Pasal 40 Pasal 74 Undang-Undang Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas memuat persyaratan CSR Indonesia. Pasal 1 Undang-undang

mengamanatkan kewajiban sosial dan lingkungan perusahaan untuk bisnis yang terlibat dalam operasi yang terkait dengan sumber daya alam. Hukuman tambahan dan undang-undang tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan dijamin. Gambaran daerah sekitar dapat dilihat pada paragraf 3 dan 4. Ketika CSR diadopsi, citra perusahaan meningkat, yang mengarah pada peningkatan loyalitas pelanggan, seperti yang diungkapkan oleh Untung (2008) dalam Mardikanto (2014). Penjualan perusahaan dan, pada akhirnya, profitabilitasnya, kemungkinan besar akan meningkat ketika CSR diadopsi, seperti halnya loyalitas konsumen jangka panjang. Akibatnya, kapasitas perusahaan untuk meningkatkan labanya meningkat sebanding dengan tingkat pengungkapan CSR yang dibuatnya. Net triple atau triple win adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan efektivitas tanggung jawab sosial Anda. Dalam hal laba atau rugi bersih, ini biasanya disebut sebagai jumlah uang yang Anda hasilkan atau hilangkan. Konsep mengevaluasi keberhasilan perusahaan dalam hal faktor ekonomi, ekologi, dan sosial mengarah pada pengembangan laba atau rugi bersih tiga kali lipat. Tiga Ps (3P): orang, planet, dan laba, sering dikaitkan dengan tiga komponen dari tiga kali lipat keuntungan atau kerugian (laba) (Abrams & LaPlante, 2010:65).

Salah satu rasio yang paling populer di kalangan investor adalah rasio profitabilitas. Pemahaman tentang bagaimana sumber daya perusahaan dapat digunakan untuk menciptakan keuntungan dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dapat diperoleh dengan melihat rasio. Semakin baik bisnis dan reputasi perusahaan di mata investor, semakin tinggi profitabilitasnya. Yang pasti, paradigma yang dianalisis oleh statistik ini tidak terbatas pada seberapa besar keuntungan yang bisa diperoleh sebuah bisnis, tetapi juga potensinya untuk mempertahankan kinerjanya di masa depan. Profit Margin, Return on Assets (ROA), dan Return on Equity (ROE) adalah semua indikator yang digunakan untuk menentukan profitabilitas (ROE) perusahaan. Ada empat bentuk margin keuntungan yang berbeda: margin laba kotor (GPM), margin laba operasi (OPM), margin laba sebelum pajak (PPM), dan margin laba bersih (NPM) (Margin Laba Bersih). EPS,

ROA, ROE, dan laba bersih) (Zulfikar, 2016:152), seperti penelitian B. Malik dan Nadeem (2014), yang mengevaluasi dampak tanggung jawab sosial perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan (NPM), EPS, ROA , ROE, dan laba bersih). Penelitian yang sama, dilakukan oleh Hasanah (2015), melihat pengaruh praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial terhadap laba atas investasi (ROI) (ROI). Viabilitas ekonomi merupakan salah satu dari empat metrik utama yang digunakan oleh Wahyudiono (2014:82) untuk menentukan profitabilitas. Tiga lainnya adalah return on equity (ROE), return on assets (ROA), dan profitabilitas (ROE).

Corporate Social Responsibility and Sustainability: A New Bottom Line, Menurut Fontaine (2013) Temukan bahwa profitabilitas terkait dengan praktik perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial. CSR memiliki hubungan yang menguntungkan dan signifikan secara statistik dengan kinerja keuangan yang lebih tinggi, meskipun penelitian ini tidak menganalisis arah kausal (profitabilitas). Upaya CSR memiliki pengaruh, tetapi tidak meningkatkan kinerja keuangan, menurut Hidayansyah et al. (2015). Kinerja keuangan perusahaan tidak terpengaruh oleh pengungkapan CSR, dan harga saham tidak terpengaruh oleh hasil keuangan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa upaya CSR perusahaan tidak berdampak pada bottom line. Kusuma (2013), seperti penelitian Hidayansyah di atas, mengungkapkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan suatu perusahaan.

Dari penelitian-penelitian tersebut, penulis ingin menguji sebaliknya yaitu pengaruh Profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan. PT PELNI dan beberapa perusahaan pelayaran yang terdaftar di BEI merupakan sampel yang tepat untuk dilakukan pengujian dikarenakan perusahaan tersebut telah mengimplementasikan program CSR sejak tahun 2018. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH PROFITABILITAS PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CSR PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN

PELAYARAN YANG TERDAFTAR DI BEI DAN PT PELNI TAHUN 2018-2020)".

1.2 Rumusan Masalah

Corporate Social Responsibility merupakan tanggung jawab perusahaan untuk lingkungan sekitar, hal itu juga tertuang dalam visi misi perusahaan. Oleh karena itu, penulis ingin menguji pengaruh antara Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan yang diukur dari rasio ROE (Return on Equity), ROI (Return on Investment) dan NPM (Net Profit Margin). Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *Return on Equity* berpengaruh positif signifikan terhadap Pengungkapan CSR?
2. Apakah *Return on Investment* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR?
3. Apakah *Net Profit Margin* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR?
4. Apakah ROE, ROI, NPM berpengaruh secara simultan terhadap pengungkapan CSR?

1.3 Batasan Masalah

Penulis penelitian ini membatasi pelaporan pengeluaran perusahaan untuk mencegah penyebaran masalah dan untuk mengembangkan pemahaman dan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mengidentifikasi masalah ini dalam pengaplikasian program *Corporate Social Responsibility* pada PT. PELNI.

1.4 Tujuan Penelitian

Dari uraian dia atas, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara ROE dan CSR
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara ROI dan CSR
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara NPM dan CSR
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara simultan antara sub variable terhadap CSR

1.5 Manfaat Penelitian

Semoga hasil investigasi akademik ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang telah meluangkan waktu untuk membacanya:

1. Manfaat Teoritis, Hal ini dimaksudkan bahwa temuan penelitian ini akan membantu dalam pengembangan dan penerapan di tempat kerja dari teori-teori manajemen pemasaran yang dipelajari di sekolah;
2. Manfaat Praktis, Ketika membaca tentang penelitian ilmiah, diharapkan para pembaca juga memperhatikan hasil penelitian tersebut

1.6 Sistematika Penulisan

Program Penelitian Ilmiah Administrasi Bisnis STIA dan Manajemen Pelabuhan Barunawati Surabaya telah menetapkan aturan yang sistematis untuk penulisan proposal makalah penelitian yang diusulkan, sehingga dapat diringkas sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan, dimana pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, Batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat/kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan proposal skripsi;

2. BAB II LANDASAN TEORI

Landasan Teori, dimana pada bab ini menjelaskan tentang penjelasan teori meliputi pengertian kualitas produk dan indikatornya, pengertian daya Tarik promosi dan indikatornya, pengertian persepsi harga dan indikatornya, pengertian persepsi harga dan indikatornya, selanjutnya menjelaskan tentang penelitian terdahulu yang relevan dan hipotesis;

3. BAB III METODE PENELITIAN

Metodologi Penelitian, dimana pada bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, definisi operasional variable penelitian, dan selanjutnya menjelaskan tentang populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode analisis data yang meliputi tahap pengolahan data kuantitatif dan tahap pengujian instrument penelitian;

4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Data dan Pembahasan, dimana pada bab ini menjelaskan tentang hasil analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi, dan uji hipotesis, dijelaskan pula interpretasi data/pembahasan;

5. BAB V PENUTUP

Kesimpulan dan Saran, dimana pada bab ini berisi kesimpulan dari seluruh data dan saran dari beberapa sumber.