

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Profitabilitas merupakan salah satu kinerja keuangan dalam perusahaan yang dikatakan semakin baik, berkembang dan dapat bertahan hidup apabila pengukuran profitabilitas perusahaan meningkat (Anindita & Elmanizar, 2019). Profitabilitas berkaitan dengan pengukuran *return on investment* (ROI) merupakan rasio yang mengukur seberapa besar laba bersih yang diperoleh perusahaan jika diukur dari jumlah aktiva, semakin tinggi rasio yang didapat maka akan semakin baik kesehatan keuangan suatu perusahaan (Utari dkk, 2019).

Pentingnya profitabilitas untuk melihat nilai kinerja perusahaan yang dibutuhkan oleh investor. Profitabilitas yang tinggi biasanya diinginkan karena menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Hal ini dapat memperkuat daya saing, mendukung pertumbuhan, dan memberikan nilai tambah bagi pemangku kepentingan seperti pemegang saham. Perusahaan yang tidak mengalami peningkatan profitabilitas tidak dapat memberikan *corporate social responsibility*, karena akan berdampak pada penurunan laba bersih perusahaan. Maka dari itu, perusahaan harus dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan dan dapat mengoptimalkan beban operasional perusahaan.

Fenomena pada penelitian ini yaitu adanya beban operasional yang mengalami kenaikan sehingga profitabilitas perusahaan menurun, pada

akhirnya tidak dapat memberikan *corporate social responsibility*. Solusi yang diberikan perusahaan harus dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan agar profitabilitas yang didapatkan perusahaan bisa naik dan perusahaan dapat memberikan *corporate social responsibility*.

Beban operasional keseluruhan biaya yang berhubungan dengan kegiatan utama perusahaan. Termasuk di dalamnya adalah biaya penjualan dan biaya administrasi umum (Evadine, 2021). beban operasional memiliki dampak langsung terhadap kesehatan finansial suatu perusahaan. Jika beban operasional dapat dikendalikan dengan efektif, perusahaan cenderung mencapai profitabilitas yang lebih baik. Sebaliknya, jika beban operasional melebihi pendapatan atau tidak dikelola dengan baik, hal ini dapat menyebabkan penurunan profitabilitas.

Dalam penelitian Setyaputri dkk., (2023) menjelaskan bahwa beban operasional berpengaruh terhadap laba perusahaan, yang berarti apabila perusahaan mampu mengendalikan pengeluaran operasional dan pendapatan operasional, maka aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan efisien dan lancar, sehingga menghasilkan laba yang diharapkan. Dengan demikian, beban operasional dapat digunakan untuk menghitung laba. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Anjarwati & Safri (2022) menyebutkan bahwa beban operasional tidak berpengaruh terhadap laba perusahaan Artinya jika beban yang dikeluarkan semakin besar maka laba yang dihasilkan oleh perusahaan akan menurun.

Peningkatan penjualan dapat meningkatkan laba (*profit*) perusahaan dan memberikan skala ekonomis. Perusahaan perlu memperhatikan efisiensi operasional, pengendalian biaya, dan manajemen risiko menghadapi pertumbuhan penjualan. Pengelolaan beban operasional memiliki dampak langsung pada profitabilitas suatu perusahaan. Strategi untuk meningkatkan profitabilitas melalui pengelolaan beban operasional yang melibatkan negosiasi dengan pemasok untuk mendapatkan harga yang lebih baik dan fokus pada inovasi untuk mengurangi pemborosan. Selain itu, beban operasional yang bijak dapat memberikan fleksibilitas dan daya saing yang lebih baik di pasar.

Kurangnya pemahaman mengenai pertumbuhan penjualan dapat menyebabkan kehilangan pangsa pasar dan keuntungan yang dapat dicapai. Selain itu, kurangnya pemahaman terhadap faktor – faktor yang mempengaruhi penjualan seperti tren konsumen, persaingan, atau perubahan dalam kebijakan industri, dapat membuat perusahaan tidak mampu menyesuaikan strategi penjualan dengan baik. Akibatnya, perusahaan bisa kehilangan daya saing dan merasakan penurunan penjualan.

Menurut Cahya dkk., (2021) pertumbuhan penjualan mempunyai dampak yang strategis bagi perusahaan karena peningkatan penjualan ditandai dengan peningkatan pangsa pasar yang berdampak pada peningkatan penjualan perusahaan sehingga meningkatkan profitabilitas perusahaan. Artinya jika pertumbuhan penjualan terus meningkat maka nilai dari profitabilitas akan semakin tinggi.

Dalam penelitian Angelia dkk., (2021) pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Adanya peningkatan penjualan maka profitabilitas akan meningkat, karena salah satu yang mempengaruhi profitabilitas adalah kegiatan penjualan dimana barang yang sudah diproduksi oleh perusahaan sudah siap untuk dipasarkan dan digunakan oleh konsumen

Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Rivandi & Oliyan (2022) pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, Artinya semakin tingginya jumlah dari penjualan, disertai juga dengan tingginya biaya produksi, sehingga keinginan untuk meningkatkan profitabilitas tidak bisa terpenuhi, jika pertumbuhan penjualan semakin besar, maka profitabilitas perusahaan menurun dan hasil ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan bukan merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi profitabilitas, karena pertumbuhan penjualan disertai dengan peningkatan biaya dan penambahan aktiva yang lebih besar, sehingga peningkatan profitabilitas yang diharapkan tidak tercapai.

Corporate Social Responsibility memiliki peran dalam menghubungkan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan. Dengan berbagai inisiatif lingkungan dan sosial perusahaan dapat meningkatkan reputasinya, membangun hubungan baik dengan pemangku kepentingan, dan mendukung pembangunan keberlanjutan. *Corporate social responsibility* bukan hanya menjadi tuntutan etika, tetapi juga strategi yang cerdas untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan.

Corporate social responsibility mendapat perhatian penting mengingat semakin besarnya dampak negatif terhadap lingkungan hidup yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnis perusahaan (Adilla dkk., 2023). *Corporate Social Responsibility* menurut *World Business Council on Sustainable Development* adalah komitmen perusahaan untuk berperilaku etis dan juga berkontribusi dalam membangun ekonomi yang berkelanjutan, serta meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Definisi lain *Corporate Social Responsibility* dalam bahasa bisnis diartikan sebagai komitmen bisnis untuk berperilaku etis dengan membangun pengaturan strategis pada nilai sosial yang memungkinkan terjadinya perilaku bertanggung jawab terhadap masyarakat (Cakti dkk., 2022)

Teori yang berhubungan dengan penelitian adalah teori keagenan dan teori signaling. Teori keagenan menyatakan bahwa rancangan yang menjelaskan hubungan konseptual antara prinsipal dan agen, yaitu antara dua orang atau lebih kelompok atau organisasi prinsipal merupakan pihak yang berhak mengambil keputusan pihak mengenai masa depan perusahaan dan mengalihkan tanggung jawab kepada pihak lain. (Jansen & Meckling, 1976)

Sedangkan Teori signaling menjelaskan bahwa bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal yang merupakan informasi mengenai perusahaan kepada pengguna laporan keuangan. Pertanggungjawaban manajemen kepada para pemilik perusahaan dalam bentuk laporan keuangan dapat dianggap sebagai sinyal bahwa manajer telah bertindak sesuai dengan kontrak yang disepakati bersama (Priyamanda & Jayanti, 2021).

Penelitian ini melanjutkan dari penelitian Adilla dkk. (2023) yakni pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni variabel *corporate social responsibility* pada penelitian sebelumnya variabel independen, sedangkan dalam penelitian ini *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi, selanjutnya mengganti variabel likuiditas menjadi variabel beban operasional.

Alasan peneliti menjadikan variabel moderasi dikarenakan peneliti ingin mengetahui apakah *corporate social responsibility* dapat memperlemah/memperkuat pertumbuhan penjualan dan beban operasional sehingga profitabilitas yang didapat dapat lebih meningkat, alasan kedua mengganti variabel likuiditas menjadi beban operasional, karena manajemen yang efektif dalam pengelolaan biaya ini dapat menciptakan efisiensi operasional, mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan dan meningkatkan margin keuntungan

Penelitian mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan telah diteliti oleh Adilla et al. (2023). Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan. Pengaruh yang negatif ini diakibatkan karena pada saat pandemi Covid-19 berlangsung mengakibatkan penurunan margin keuntungan perusahaan Hasil pertumbuhan penjualan juga memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini disebabkan karena tingginya

pertumbuhan penjualan yang disertai dengan peningkatan biaya dan penambahan aktiva akan mengakibatkan profitabilitas perusahaan yang diharapkan tidak terpenuhi.

Setyaputri dkk (2023) meneliti tentang hubungan beban operasional terhadap laba perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara beban operasional tidak berpengaruh terhadap laba perusahaan. Artinya beban operasional tidak seluruhnya dapat mempengaruhi laba perusahaan tergantung pada biaya yang dikeluarkan.

Oktaviani & Widyaningsih (2022) meneliti tentang pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan. Hal tersebut dikarenakan ketika perusahaan memiliki pertumbuhan penjualan yang tinggi, maka perusahaan tersebut dapat menutupi beban operasional dan memperoleh lebih banyak pendapatan sehingga akan meningkatkan keuntungannya yang berdampak pada nilai profitabilitas perusahaan yang lebih baik atau tinggi. Sehingga hasil ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan faktor yang mempengaruhi profitabilitas.

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang diatas dan inkonsisten hasil dari penelitian – penelitian sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membahas permasalahan tersebut dengan mengambil judul **“Peran *Corporate Social Responsibility* pemosiasi Pertumbuhan Penjualan dan Beban Operasional Terhadap Profitabilitas Perusahaan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yakni :

- a. Apakah Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap Profitabilitas?
- b. Apakah Beban Operasional berpengaruh negatif signifikan terhadap Profitabilitas?
- c. Apakah Pertumbuhan Penjualan dan Beban Operasional berpengaruh secara bersama – sama terhadap Profitabilitas?
- d. Apakah peran *Corporate Social Responsibility* memoderasi Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas?
- e. Apakah peran *Corporate Social Responsibility* memoderasi Beban Operasional terhadap Profitabilitas?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada periode penelitian dari tahun 2019 – 2022, peneliti membatasi pada perusahaan bahan baku sub sektor kimia & material yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini hanya menggunakan indikator *Return On Investment* (ROI) untuk mengukur variabel profitabilitas. Pengelolaan data analisis pada penelitian ini menggunakan SPSS 26.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian, yakni untuk mengetahui dan menganalisis :

- a. Untuk mengetahui pengaruh positif signifikan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas.
- b. Untuk mengetahui pengaruh negatif signifikan Beban Operasional terhadap Profitabilitas.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Beban Operasional secara simultan terhadap Profitabilitas.
- d. Untuk mengetahui peran *Corporate Social Responsibility* memoderasi Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas.
- e. Untuk mengetahui peran *Corporate Social Responsibility* memoderasi Beban Operasional terhadap Profitabilitas.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dikelompokkan dalam dua hal, yaitu manfaat teoritis dan praktis.

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan teori agensi dan teori signaling mampu mendukung hasil temuan
- b. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan tentang *Corporate Social Responsibility*, Beban Operasional, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas

1.5.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis yang diharapkan dalam penelitian ini terdapat dua manfaat yakni manfaat internal dan manfaat eksternal dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Manfaat Internal

1) Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat menambahkan dokumen ilmiah dalam perpustakaan yang dapat digunakan oleh pihak – pihak yang memerlukan referensi/rujukan

2) Bagi Karyawan

Hasil penelitian ini dapat menambahkan pengetahuan mengenai kinerja keuangan perusahaan secara langsung atau tidak langsung dan dapat berkontribusi pada kegiatan *corporate social responsibility*

3) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat membantu manajemen perusahaan sebagai bahan informasi dan memberikan masukan atau saran-saran bagi pihak perusahaan khusus mengenai peran *corporate social responsibility* pemoderasi pertumbuhan penjualan dan beban operasional terhadap profitabilitas

b. Manfaat Eksternal

1) Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini dapat membantu investor dalam mengambil keputusan investasi yang lebih terinformasi

2) Bagi Pemerintah

Hasil dari penelitian ini dapat perusahaan untuk mengintegrasikan *corporate social responsibility* dengan lebih efektif dalam strategi bisnis

3) Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai corporate social responsibility dan dampaknya dalam kehidupan sehari - hari

4) Bagi Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan dan referensi serta dijadikan sebagai bahan perbandingan penelitian bagi peneliti yang memiliki objek/subjek penelitian yang sama