

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam kegiatan bisnis dan keuangan tentunya perusahaan memiliki tujuan yang nantinya ingin dicapai. Tujuan yang akan dicapai kemudian berhubungan dengan keuntungan yang diperoleh perusahaan selama menjalankan aktivitas bisnisnya. Laba yang merupakan bagian dari laporan keuangan perusahaan belum tentu menyampaikan informasi yang sebenarnya mengenai kondisi ekonomi perusahaan sehingga laba atau keuntungan yang diharapkan bisa menyebabkan keraguan atas kualitas informasi yang mendukung proses pengambilan keputusan. Untuk dapat memberikan kesejahteraan kepada pemilik perusahaan, pihak manajemen perlu meningkatkan nilai perusahaan. Kinerja finansial dapat diamati dan dinilai melalui laporan keuangan yang dimiliki perusahaan. Pengguna laporan keuangan sering kali fokus pada jumlah keuntungan yang diperoleh perusahaan karena hal tersebut dapat mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengelola perusahaan serta berfungsi sebagai tolak ukur dalam penilaian kinerja manajemen.

Penelitian ini menggunakan *legitimacy theory* atau teori legitimasi, yaitu salah satu teori yang paling sering dikutip di dalam bidang akuntansi sosial dan lingkungan. Perusahaan kini semakin menyadari bahwa kelangsungan hidupnya bergantung pada interaksi dengan masyarakat dan lingkungan di tempat usahanya dijalankan. Ini sejalan dengan teori legitimasi yang

menyatakan bahwa perusahaan memiliki kesepakatan dengan publik untuk menjalankan aktivitas sesuai dengan nilai-nilai keadilan, serta bagaimana perusahaan menghadapi berbagai kelompok kepentingan untuk mendapatkan pengakuan atas tindakan perusahaan tersebut. Teori Legitimasi menekankan bahwa organisasi harus terus berusaha membuktikan bahwa mereka bertindak sesuai dengan aturan dan norma-norma di masyarakat (Rahim et al., 2023). Untuk memperoleh pengakuan dari pelanggan, perusahaan senantiasa meningkatkan kualitas produk dan layanan. Teori legitimasi menunjukkan bahwa perusahaan besar akan memiliki tanggung jawab yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan kecil (Badjuri et al., 2021) .

Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki kesempatan lebih banyak untuk mendapat dana dari pihak eksternal, karena dianggap bahwa perusahaan besar lebih mampu bersaing atau bertahan di pasar. Selain dari segi ukuran perusahaan, terdapat sertifikasi halal yang menjadi tolak ukur perusahaan dalam mendapatkan laba atau keuntungan. Kepala BPJH, Muhammad Aqil Irham menyatakan bahwa mulai tanggal 18 Oktober 2024, semua produk yang masuk, beredar, dan dijual di Indonesia wajib memiliki sertifikat halal, sesuai dengan ketentuan dalam UU Nomor 33 Tahun 2014 mengenai Jaminan Produk Halal.

Hubungan antara sertifikasi halal dengan tingkat kepuasan konsumen telah dibuktikan secara empiris oleh (Rahim et al., 2023). Penelitian ini memberikan hasil mengenai pengaruh inovasi produk, harga, dan sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jika

konsumen merasa senang maka penjualan produk pada perusahaan akan semakin meningkat, dan ini secara otomatis akan berpengaruh pada peningkatan volume penjualan dan mempengaruhi profitabilitas. Bahkan juga membuktikan bahwa Sertifikat halal memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap kenaikan penjualan produk, menggunakan *uji validitas* dan *Reliabilitas* Variabel Sertifikat Halal.

Natalylova (2022) menggunakan teknik analisis data berupa uji statistik deskriptif, uji hasil t, frekuensi kualitas audit (KA) untuk menguji hubungan antara ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. Variabel independen ukuran perusahaan (UKP) memiliki nilai signifikansi lebih besar dari alpha yaitu sebesar 0,143. Hal ini mengindikasikan bahwa dimensi perusahaan tidak memberikan dampak yang signifikan pada Manajemen Laba (EM) dan berpengaruh positif. Ini menunjukkan bahwa penerapan manajemen laba mungkin terjadi di perusahaan besar maupun kecil. Perusahaan besar mungkin saja kesulitan dalam mengelola banyak aset yang dimiliki, sehingga tanggapan mereka dapat bervariasi antara perusahaan yang memiliki ukuran yang sama. Kualitas informasi dalam laporan keuangan perlu diperhatikan agar dapat menyajikan data yang akurat bagi para pengguna laporan tersebut (Holly & Lukman, 2021).

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Dengan Sertifikat Halal Sebagai Variabel Moderasi . Penelitian ini berdasarkan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Rahim et al.,

2023) dan (Pangesti et al., 2022). Adanya perbedaan dalam pembahasan mengenai penambahan penggunaan variabel sertifikat halal sebagai variabel moderasi (M). Mengingat perubahan pasar dan perilaku konsumen pasca-pandemi, penelitian ini dapat memberikan pandangan yang berharga tentang dinamika baru di industri food and beverage. Dengan dilakukannya penelitian ini nantinya akan diketahui secara pasti apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan pada profitabilitas dan mampukah sertifikat halal memoderasi hubungan keduanya pada perusahaan sektor *industry food and beverage*.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *industry food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
2. Apakah sertifikat halal mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan profitabilitas pada perusahaan sektor *industry food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan dan sertifikat halal terhadap profitabilitas pada *Industry Food And Beverage* di Bursa Efek Indonesia tahun 2021. Pada ukuran perusahaan terdapat 1 indikator yang digunakan yaitu total aset. Terdapat 1 indikator untuk sertifikat halal yaitu sertifikat MUI dan profitabilitas diukur menggunakan ROA.

A Tujuan Penelitian

1. Untuk meneliti adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *industry food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk meneliti sertifikat halal mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan dan profitabilitas pada perusahaan sektor *industry food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

B Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

Perusahaan dapat menjadikannya sebagai referensi bagi kebijakan manajemen control laba dan mengembangkan ukuran perusahaan sehingga dapat menarik minat para stakeholder, serta dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan perusahaan dimasa yang akan datang. Dengan memahami dan memanfaatkan pengaruh ukuran perusahaan dan sertifikat halal, perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas mereka secara signifikan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

b. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ilmu akuntansi. Dengan membangun model hubungan antara ukuran perusahaan, sertifikat halal dan profitabilitas, studi ini memperluas wawasan akademik tentang bagaimana berbagai faktor saling berinteraksi dalam konteks keuangan. Hasil penelitian tidak hanya menambah literatur yang ada, tetapi juga menyediakan dasar yang kuat bagi pihak yang akan meneliti lebih lanjut di bidang ini. Di samping itu, pemahaman yang lebih dalam tentang pengaruh variabel-variabel ini dapat membuka jalan bagi penelitian mendalam dalam konteks industri tertentu atau di pasar yang berbeda.