

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan zaman yang semakin cepat menghimbau perusahaan untuk mampu beradaptasi dengan cepat agar dapat bersaing dengan perusahaan yang lain. Semua bisnis pasti mempunyai target yang sama, yaitu mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Perusahaan seringkali mengabaikan dampak yang diterima lingkungan. Aktivitas bisnis tidak akan bisa lepas dari lingkungan sekitarnya, baik yang membawa dampak positif maupun yang membawa dampak negatif bagi lingkungan, seperti masalah polusi atau limbah. Dampak negatif dari aktifitas bisnis dapat diminimalisir dengan mengimplementasikan CSR yang dapat disebut sebagai perilaku nyata berdasarkan nilai dan norma yang digunakan dalam bermasyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah keterikatan untuk melakukan sesuatu secara etis berkelanjutan yang dapat memberikan kontribusi dalam hal pengembangan ekonomi masyarakat luas (Wulandari & Devy, 2018). Perusahaan yang peduli mengenai hal tersebut akan menambah nilai citranya (*corporate image value*), karena korporasi bukan hanya memikirkan urusan pribadinya, tetapi juga memikirkan urusan bersama yang berkaitan dengan masyarakat, pelanggan, pegawai, pemasok, investor, dan kompetitornya sehingga dapat menarik para pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk terlibat didalamnya. Menurut Setiawan *et al.*, (2022) program-program positif CSR ini bermanfaat jangka panjang untuk kemajuan relasi masyarakat dan menciptakan hubungan psikologis sehingga membuat masyarakat dapat mengenal dan menggunakan barang atau jasa perusahaan tersebut.

Berdasarkan pendapat Mayndarto, (2022) terdapat tiga persepsi korporasi dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaannya, yaitu: 1) perusahaan menerapkan *corporate sosial responsibility* hanya karena memenuhi tuntutan perundang-undangan maupun tuntutan eksternal, 2) perusahaan menerapkan *corporate sosial responsibility* atas anjuran regulasi yang harus dipatuhi, 3) perusahaan menerapkan *corporate sosial responsibility* untuk pemenuhan *beyond compliance*, bukan hanya sekedar kewajiban. Sebuah bisnis tidak hanya mengarah pada pendapatan semata, akan tetapi juga dituntut untuk peduli kepada lingkungan sekitarnya.

Penerapan CSR telah menarik dari pemerintah, dibuktikan dengan terciptanya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 terkait perseroan terbatas pada pasal 1, pasal 66 ayat 2a dan pasal 74, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal dalam negeri pada pasal 15, Selain itu, ada juga Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas, serta ditunjang oleh Pernyataan Standar Akuntansi Indonesia (PSAK) No 1 (revisi 2009) paragraf ke 12. Korporasi yang tidak menerapkan CSR akan mendapatkan sanksi administratif seperti teguran tertulis, restriksi, penangguhan, dan pembatalan aktivitas bisnis maupun penanaman modal serta sanksi lain sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Ketentuan tersebut telah dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 pasal 34.

Program CSR yang bersifat wajib belum sepenuhnya diperhatikan oleh perusahaan. Perusahaan seringkali menghiraukan dampak negatif yang diterima lingkungan, seperti pada PT. Siantar Top di Bekasi yang masih membuang limbahnya ke sungai, menyebabkan air sungai berubah menjadi hijau kehitaman,

menggenang, dan menimbulkan bau yang menyengat (Dipasti & Sulistyowati, 2022). Penerapan CSR juga masih minim dilakukan oleh Danone Aqua di Polanharjo, Klaten. Sejak pabrik ini didirikan masyarakat seringkali melakukan unjuk rasa hingga tahun 2015. Unjuk rasa tersebut dikarenakan pemberian CSR yang tidak merata, berkurangnya debit air untuk para petani bahkan kehidupan sehari-hari, dampak lingkungan akibat kendaraan transportasi yang melebihi muatan, penyerapan tenaga kerja yang tidak menyentuh seluruh Desa, dan minimnya keterbukaan dari pihak perusahaan maupun pemerintah mengenai redistribusi yang seharusnya dikembalikan kepada Kecamatan (Sindhutumo, 2018).

Menurut Nuraini & Murtanto, (2022) mengatakan bahwa sektor *consumer non-cyclicals* adalah penyumbang limbah plastik yang signifikan sehingga menyebabkan kerusakan pada lingkungan. Hal ini sering diabaikan perusahaan, dibuktikan dengan fenomena penerapan CSR yang masih dilakukan secara sukarela. Terdapat beberapa korporasi yang belum konsisten dalam menerapkan CSR selama periode 2019-2022, antara lain PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk, PT Austindo Nusantara Jaya Tbk, dan PT Wismilak Inti Makmur.

Menurut Ratnasari & Prastiwi, (2010) perusahaan telah menyadari bahwa seiring berkembangnya CSR, pengungkapan sebuah laporan keuangan tidak hanya mengungkapkan kondisi keuangan perusahaan atau yang biasanya disebut dengan *single bottom line*. Sebagian besar perusahaan saat ini menggunakan *triple bottom line* yang menyediakan aspek keuangan, aspek sosial, dan lingkungan. *Triple bottom line* juga disebut dengan laporan keberlanjutan yang penerapannya berpedoman pada standar *Global Reporting Initiative* (GRI). Pengungkapan (*disclosure*) CSR memiliki 2 jenis, yaitu *mandatory disclosure* atau pengungkapan wajib seperti yang diatur di dalam Bapepam dan *voluntary*

disclosure atau pengungkapan sukarela dari perusahaan untuk pemakainya (Nurhikmah *et al.*, 2018).

Pengungkapan CSR sebuah perusahaan dapat dilihat dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang ada pada website BEI dan website resmi perusahaan tersebut. Pengungkapan tersebut akan mendukung strategi perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan dan membangun legitimasi perusahaan (Ratnasari & Prastiwi, 2010). Kinerja keuangan merupakan tingkat kesuksesan suatu perusahaan dalam mencapai suatu prestasi sehingga memperoleh hasil pengelolaan keuangan yang baik (Mayndarto, 2022). Kinerja keuangan juga menggambarkan aktivitas perusahaan setiap tahunnya dalam bentuk laporan keuangan maupun non keuangan, hal ini tentunya sangat diperlukan bagi perusahaan dan para *stakeholdernya* (Rahmawaty & Helmayunita, 2021).

Berdasarkan pendapat Setiabudhi, (2022) terdapat 5 macam rasio yang dapat dimanfaatkan dalam menilai kinerja keuangan sebuah perusahaan, yaitu rasio likuiditas, rasio aktivitas, rasio utang, rasio profitabilitas, dan rasio pasar. Sebuah perusahaan biasanya menggunakan rasio profitabilitas yang berkaitan dengan tingkat penjualan, aset dan ekuitas untuk mengukur kinerja keuangannya melalui 3 rasio yaitu *Return On Assets* (ROA), dan *Return On Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM). Rasio profitabilitas adalah tolak ukur keuntungan yang diperoleh dari aset perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan berdampak pada keberhasilan kelangsungan perusahaan juga tinggi (Cahyaningtyas & Canggih, 2020). Hasil pengukuran rasio tersebut menjadi salah satu alat evaluasi bagi kinerja keuangan perusahaan.

Laporan keuangan perusahaan dapat dimanfaatkan berbagai pihak dengan kepentingannya untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan, seperti a) para investor menggunakan laporan keuangan untuk melihat sejauh mana perkembangan dana yang diinvestasikan, b) bagi kreditur, laporan keuangan digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya, c) pihak pemerintah menggunakan laporan keuangan sebagai dasar penentuan pajak, sedangkan d) kalangan akademisi menggunakan laporan keuangan untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dengan pendekatan operasional, fasilitas maupun produk dalam pengungkapan kinerja sosial dibagi menjadi 3, yaitu 1) pemeriksaan sosial (*social audit*), 2) laporan sosial (*social report*), 3) pengungkapan sosial dalam laporan tahunan (*disclosure in annual report*)

Perusahaan yang mempublikasi laporan keuangannya atau dalam istilah lain *go public* adalah perusahaan yang bertransformasi dari status tertutup menjadi terbuka. Perusahaan yang *go public* akan mendapatkan 8 keuntungan menurut buku panduan IPO, antara lain: 1) mendapatkan kemudahan akses pendanaan di pasar saham, 2) menambah kepercayaan untuk mendapatkan akses pinjaman, 3) menumbuhkan sifat profesionalisme, 4) meningkatkan *image* perusahaan, 5) meningkatkan kemampuan likuiditas dan divestasi bagi pemegang saham pendiri yang menguntungkan, 6) menambah loyalitas karyawan perusahaan, 7) meningkatkan nilai perusahaan, dan 8) meningkatkan kemampuan bertahan hidup. Hal tersebut tentunya akan sangat bermanfaat untuk kelangsungan hidup sebuah perusahaan.

Para peneliti sebelumnya telah banyak melakukan banyak penelitian terkait CSR dan kinerja keuangan, seperti yang dilakukan Khan *et al.*, (2021) yang

mengungkapkan hubungan positif signifikan antara CSR dengan variabel dependen (ROA, ROE, NPM). Hasil yang serupa juga diungkapkan oleh Okafor *et al.*, (2021) dan Devie *et al.*, (2020) bahwa CSR mempengaruhi kinerja keuangan melalui risiko jangka panjang. Artikel lain mengungkapkan hasil yang sebaliknya, pada penelitian Soelton *et al.*, (2020) menunjukkan NPM tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, hal tersebut sejalan dengan penelitian dari Moslemany & Etab, (2017) dan Senawat *et al.*, (2018).

Rasio lain yang biasanya digunakan dalam mengukur kinerja keuangan adalah rasio ROA, seperti penelitian dari Khan *et al.*, (2021) yang mengungkapkan hubungan positif signifikan antara CSR dengan variabel dependen (ROA, ROE, NPM). Hasil yang serupa juga diungkapkan oleh Okafor *et al.*, (2021) dan Devie *et al.*, (2020) bahwa CSR mempengaruhi kinerja keuangan melalui risiko jangka panjang. Artikel lain mengungkapkan hasil yang sebaliknya, pada pengamatan Soelton *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa NPM tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, hal tersebut didukung oleh penelitian dari Moslemany & Etab, (2017) dan Senawat *et al.*, (2018).

Pengukuran kinerja keuangan selain menggunakan ROA juga dapat menggunakan ROE, seperti yang dilakukan oleh Agustin & Rosdiana, (2022) yang menyebutkan bahwa CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan dengan proksi ROE. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan pendapat Aritonang & Rahardja, (2022), namun kontradiktif dengan riset Suaidah & Putri, (2020) yang menunjukkan bahwa CSR memiliki dampak negatif yang signifikan pada kinerja keuangan proksi ROE. Pendapat Suaidah & Putri, (2020) diperkuat oleh penelitian dari Zalukhu *et al.*, (2020) dan Atmadja *et al.*, (2019) yang mengungkapkan bahwa CSR memiliki pengaruh negatif pada ROE.

Penelitian mengenai CSR terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan Tobins'Q telah dijalankan oleh Ratih & Setyarini, (2014) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan Tobins'Q. Pendapat tersebut didukung oleh penelitian Luthan *et al.*, (2018). Artikel lain mengungkapkan hal yang berbeda, dalam penelitiannya Zuhriah & Maharani, (2022) mengungkapkan bahwa CSR yang diproksikan dengan Tobins'Q memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan.

Pengamatan ini dilakukan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI untuk melihat sejauh mana CSR dilaksanakan dengan tepat di perusahaan tersebut. Alasan peneliti memilih sektor *consumer non-cyclicals* sebagai objek dalam penelitian ini karena sektor *consumer non-cyclicals* merupakan salah satu sektor dengan prospek yang bagus dan menjanjikan karena bisnisnya tidak mudah terpengaruh musim bahkan siklus ekonomi. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* memiliki peranan penting yang strategis dalam upaya mensejahterakan masyarakat, barang dan jasa yang diproduksi bersifat anti-klmaks atau barang primer sehingga produknya diperlukan dalam kebutuhan sehari-hari (Dwicahyani *et al.*, 2022).

Menurut Khayati *et al.*, (2022) sektor *consumer non-cyclicals* merupakan sektor yang memiliki sifat defensif dan tahan krisis karena sektor tersebut menjadi barang konsumsi primer yang akan meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan pendapatan sehingga akan berpengaruh terhadap kinerja keuangannya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini menguji variabel secara berulang-ulang dengan tujuan untuk memperoleh hasil yang konsisten melalui cara penambahan uji sensitifitas terhadap suatu variabel. Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan diatas,

peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sektor *Consumer Non - Cyclical*”.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah dipaparkan, maka dirumusan masalah sebagai berikut “apakah pengungkapan *corporate sosial responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan sektor *consumer non-cyclical*?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti empiris terkait pengungkapan *corporate sosial responsibility* pada kinerja keuangan perusahaan sektor *consumer non-cyclical*.

1.4 Manfaat Penelitian

Setelah penelitian ini dilaksanakan, hasilnya diharapkan dapat memberikan manfaat dari segi teoritis dan praktis bagi peneliti, mahasiswa, pembaca, dan peneliti selanjutnya.

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat memperdalam ilmu pengetahuan akuntansi, khususnya mengenai *corporate social responsibility* dan kinerja keuangan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah sumber tulisan yang berkaitan dengan pengungkapan *corporate social responsibility*, sehingga dapat dijadikan referensi dan sebagai bukti pendukung antara teori dengan kasus yang dipermasalahkan.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi pihak korporasi: hasil dari pengamatan ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk bahan pertimbangan dalam menarik para pemangku kepentingan dengan cara mengungkapkan CSR perusahaan dalam laporan tahunan dan laporan keberlanjutan.
- b. Bagi pihak pemerintah: hasil dari pengamatan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas standar yang sudah ada serta memberikan gambaran mengenai kepatuhan perusahaan dalam membayar pajak apakah sudah sesuai dengan pajak yang ditentukan.