

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi dan kemajuan teknologi yang sangat pesat saat ini, menjadikan masyarakat dengan mudah memperoleh barang-barang yang dibutuhkan untuk memenuhi kehidupan sehari-hari. Barang-barang yang dimaksud seperti peralatan rumah tangga, farmasi atau obat-obatan, bahan pokok rumah tangga, makanan dan minuman, maupun barang-barang kosmetik. Pesatnya kemajuan teknologi saat ini, banyak *e-commerce* yang menyediakan barang-barang kebutuhan masyarakat di *market place* sehingga masyarakat sangat mudah untuk mendapatkan barang-barang tersebut. Mudahnya masyarakat mendapatkan barang yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, mengakibatkan daya beli masyarakat pun menjadi naik.

Tersedianya barang-barang bagi keperluan masyarakat dipasaran tentunya dikarenakan adanya kegiatan produksi yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan manufaktur. Industri manufaktur merupakan suatu industri yang melangsungkan kegiatan ekonomi dengan cara mengonversikan bahan baku atau bahan mentah dengan menggunakan mesin atau dengan tangan sehingga menjadi barang setengah jadi maupun barang siap pakai, atau barang yang memiliki nilai yang rendah menjadi barang yang lebih tinggi nilainya (Badan Pusat Statistik, 2023).

Kementrian Perindustrian melansir pada *Purchasing Manager's Index* (PMI) bahwa PMI industri manufaktur Indonesia mengalami tren yang berada di level ekspansif pada tahun 2023 dengan nilai diatas 50%. Data yang didapatkan dari Badan Pusat Statistik (BPS) pertumbuhan pada sektor barang konsumsi seperti akomodasi dan makan minum tumbuh sebesar 11,55% (yoy) dan konsumsi rumah tangga naik sebesar 5,06% (yoy) (Bank Indonesia, 2023).

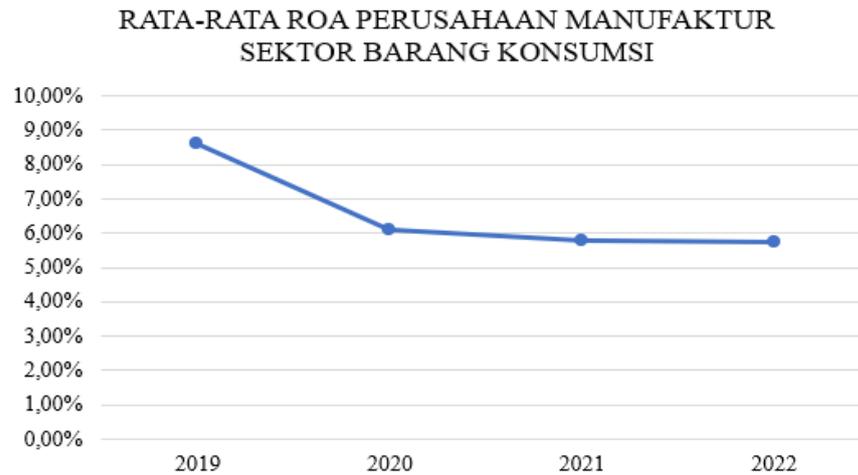
Salah satu faktor yang menyebabkan tumbuh dan berkembangnya suatu perusahaan juga disebabkan dengan adanya peran investor yang membeli saham perusahaan. Investor memberikan manfaat bagi perusahaan dengan cara memberikan tambahan modal atau menanamkan modalnya pada perusahaan guna mencapai tujuan keuangan yang diharapkan oleh perusahaan. Investor memiliki cara tersendiri untuk menilai sebuah perusahaan, apakah perusahaan tersebut dapat menguntungkan bagi para investor atau membuat investor mengalami kerugian. Tentunya para investor ingin memberikan suntikan modal kepada perusahaan yang memiliki kinerja yang baik pada laporan keuangan dan dapat memberikan hasil positif di masa yang akan datang, oleh karena itu kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu faktor yang menjadi acuan para investor untuk menginvestasikan atau memberi suntikan modal kepada suatu perusahaan (Nugroho & Nicholas, 2020).

Terdapat beberapa cara untuk menghitung kinerja keuangan, salah satunya ialah dengan menggunakan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas

digunakan karena memberikan gambaran efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan operasional perusahaan. Aspek dari profitabilitas dapat dilihat dari beberapa rasio, salah satu rasionya ialah menggunakan proksi *Return on Asset* (ROA). ROA merupakan rasio yang memberikan informasi mengenai kecakapan suatu perusahaan untuk menggunakan aset yang ada dengan baik. ROA digunakan sebagai alat ukur untuk menunjukkan pendapatan laba melalui aset perusahaan secara keseluruhan (Drianita et al., 2021). Informasi profitabilitas seperti ROA menjadi perhatian penting bagi pihak-pihak pemangku kepentingan perusahaan (Leonardo & Ratmono, 2023).

Penelitian ini menggunakan rasio profitabilitas ROA. Alasan yang mendasari menggunakan rasio profitabilitas ROA adalah dengan menggunakan rasio ini sudah cukup menggambarkan kemampuan sebuah perusahaan dalam mendapatkan atau meraup keuntungan dari aset yang dimanfaatkan. Ketika nilai *Return on Asset* (ROA) tinggi maka memberi syarat bahwa peluang perusahaan di masa depan sangat baik (Putri & Murdiono, 2022).

Kinerja keuangan dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti ukuran perusahaan dan umur perusahaan. Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan total aset, sedangkan umur perusahaan dihitung dengan cara mengurangkan tahun penelitian dilaksanakan dengan tahun perusahaan terdaftar *go public* (Tran et al., 2023).



**Gambar 1.1 Rata-rata ROA Perusahaan Manufaktur Sektor
Barang Konsumsi 2019-2022**

Sumber: Data Diolah Penulis (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa terjadi fluktuasi terhadap rata-rata nilai ROA pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2022. Nilai ROA tertinggi terjadi pada tahun 2019 sebesar 8.61% yang kemudian mengalami penurunan pada 2020 menjadi 6,10% dikarenakan pandemi Covid-19. Namun setelah pandemi justru rata-rata ROA perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi tepatnya pada tahun 2021 dan tahun 2022 mengalami penurunan diangka 5,80% dan 5,75%.

Terjadinya fluktuasi pada nilai ROA menandakan bahwa adanya aspek yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan manufaktur. Menurut Tran et al. (2023) bahwa kinerja keuangan dipengaruhi beberapa hal, salah duanya adalah ukuran perusahaan dan umur perusahaan. Semakin

besar aset yang dimiliki perusahaan maka semakin besar laba yang akan diperoleh (Fahad & Ahmad, 2021). Umur perusahaan dapat mengindikasikan bahwa semakin lama perusahaan berdiri maka kinerja keuangan yang dihasilkan akan semakin baik (Ang et al., 2020).

Penelitian yang dilakukan Bagus & Endro (2024) menunjukkan bahwa ukuran dan umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Sejalan dengan penelitian Cahyana & Suhendah (2020) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan, dan penelitian yang dilakukan oleh Rahimah & Mahardika (2023) menjelaskan bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan penelitian Cahyana & Suhendah (2020) menyimpulkan jika umur perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Hasil penelitian terdahulu mengenai ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan menunjukkan perbedaan hasil beberapa penelitian atau tidak signifikannya pengaruh ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap kinerja keuangan, oleh karena itu peneliti tertarik untuk menambahkan variabel *intervening* atau variabel mediasi pada penelitian ini.

Selain ukuran perusahaan dan umur perusahaan, terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, yaitu tanggung jawab sosial perusahaan atau disebut *Corporate Social Responsibility*

(CSR). Perusahaan yang ingin terus berkelanjutan, tentunya tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi saja, tetapi harus menekankan tanggung jawab sosial perusahaan (Puteri et al., 2019).

Dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.51 tentang Penerapan Keuangan berkelanjutan Bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, Dan Perusahaan Publik menyebutkan bahwa Tanggung Jawab Sosial dan lingkungan merupakan komitmen yang harus dilaksanakan demi Pembangunan ekonomi berkelanjutan demi mengoptimalkan kualitas hidup perseroan, lingkungan, dan masyarakat setempat (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

Perusahaan yang ingin membangun keberlanjutan, maka perusahaan tidak hanya dituntut pada nilai tanggung jawab perusahaan yang tercantum pada laporan keuangan perusahaan, tetapi harus berpedoman pada konsep yang bernama *triple bottom line* (Puteri et al., 2019). Elkington (1998) memperkenalkan teori yang bernama *triple bottom line*. *Triple bottom line* yang berarti *people, planet, and profit* (3P) merupakan dasar dari teori tersebut. Menurut (Elkington, 1998) perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* maka perusahaan tersebut telah berinvestasi untuk masa depan.

Konsep *triple bottom line* menekankan bahwa selain berfokus pada keuntungan (*profi*), perusahaan juga harus melakukan tanggung jawab sosial kepada manusia (*people*) seperti memperhatikan hak-hak para tenaga

kerja yang ada diperusahaan, dan lingkungan (*planet*) yang berarti perusahaan perlu mengelola aktivitas perusahaan dengan baik sebagai bukti bahwa perusahaan peduli dengan dampak lingkungan yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan. Keberlanjutan perusahaan akan terlindungi jika perusahaan mencermati aspek sosial dan lingkungan (Puteri et al., 2019).

Akan tetapi, walaupun sudah ditetapkan regulasi yang mengatur mengenai CSR, masih banyak sekali aktivitas perusahaan manufaktur yang menjadi perhatian karena limbah dari hasil proses aktivitas produksinya sangat berpotensi besar untuk merusak lingkungan sekitar perusahaan (Zainab & Burhany, 2020). Sebagai contoh kasus pencemaran lingkungan PT Greenfields Blitar yang dinyatakan bersalah dalam pengelolaan limbah bekas kotoran sapi ke sungai, pasalnya limbah tersebut mencemari sungai yang masih dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar peternakan untuk mencukupi kehidupan sehari-hari. Akibat dari kejadian tersebut, masyarakat sekitar melapor kepada Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Provinsi Jatim dan mendaftarkan gugatan ke Pengadilan Negeri (PN) Blitar (dprd.jatimprov.go.id, 2021).

Informasi di atas menunjukkan bahwa masih kurangnya penerapan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan. Padahal penerapan *corporate social responsibility* (CSR) sangat penting tentunya bagi perusahaan, sebab melalui program *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan, tentunya citra

perusahaan akan meningkat. Hal ini juga sangat penting dengan para calon investor, karena jika perusahaan memiliki citra yang baik maka investor akan melihat perusahaan tersebut dan akan lebih percaya diri untuk menginvestasikan hartanya kepada perusahaan. Tingginya pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) secara efektif dapat menjadi daya tarik para pemangku kepentingan karena perusahaan dinilai dapat menunjukkan kapasitasnya untuk memenuhi kebutuhan sosial yang kemudian akan menimbulkan banyak manfaat pada perusahaan dan juga dapat meningkatkan kinerja keuangan yang lebih baik (Tran et al., 2023).

Menurut (Yovana & Kadir, 2020) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini sependapat dengan studi yang dilakukan oleh (Siregar, 2024) membuktikan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang penting terhadap pengungkapan CSR perusahaan. Studi lain (Pranoto et al., 2024) mengenai umur perusahaan terhadap pengungkapan CSR menyebutkan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Santi, 2023) membuktikan jika umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

Masyarakat maupun investor tidak cukup jika hanya melihat kinerja keuangan berdasarkan ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset perusahaan dan umur perusahaan sebagaimana lamanya perusahaan

tersebut berdiri. Masyarakat maupun investor juga perlu melihat laporan non-keuangan perusahaan yang meliputi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan yang termuat dalam laporan *corporate social responsibility* (CSR). Didukung oleh teori *stakeholder* yang menjelaskan jika perusahaan mempublikasikan reputasi perusahaannya dengan mengajak para *stakeholder* maka akan memberikan manfaat yang lebih bagi perusahaan (Tran et al., 2023), serta didukung dengan teori legitimasi yang menyatakan jika perusahaan mencari cara untuk memastikan kegiatan usahanya masih dalam batas norma sosial yang sudah berjalan di masyarakat sekitar, perusahaan akan mendapat dukungan dari para *stakeholder* (Puteri et al., 2019).

Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk menjadikan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel *intervening* diantara ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka judul yang akan diambil dalam penelitian ini adalah **“Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI 2019-2022”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *firm size* berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022?
2. Apakah *firm age* berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022?
3. Apakah *firm size* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022?
4. Apakah *firm age* berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022?
5. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022?
6. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) dapat memediasi pengaruh *firm size* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022?
7. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) dapat memediasi pengaruh *firm age* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh *firm size* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022.
2. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh *firm age* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022.
3. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh *firm size* terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022.
4. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh *firm age* terhadap *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022.
5. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022.
6. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap hubungan antara *firm size* dengan

kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022.

7. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap hubungan antara *firm age* dengan kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai aspek. Berikut ini merupakan penjelasan manfaat aspek teoritis dan aspek praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis kepada pembaca mengenai teori *stakeholder* dan teori legitmasi yang digunakan dalam penelitian ini. Sehingga pembaca mendapatkan informasi dan menambah wawasan mengenai hubungan *firm size*, *firm age*, dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) pada kinerja keuangan perusahaan yang didukung dengan adanya teori sinyal, teori *stakeholder* dan teori legitmasi. Selain itu, penulis berharap hasil penelitian ini dapat dilanjutkan dan dapat dijadikan referensi oleh peneliti selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi bagi peneliti mengenai *firm size*, *firm age*, *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel *intervening* dan kinerja keuangan perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdaftar pada BEI Tahun 2019-2022.

2. Bagi Perusahaan Manufaktur di Indonesia

Penelitian ini diharapkan perusahaan dapat memberikan informasi sebagai dasar pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk menilai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.

3. Bagi Penelitian Lanjutan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar acuan bagi penelitian selanjutnya yang lebih mendalam mengenai topik yang sama atau memiliki hubungan sehingga diharapkan dapat memperluas pemahaman yang dimiliki.