

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Keberadaan perusahaan tidak terlepas dengan lingkungannya. Perhatian perusahaan untuk memenuhi aspek-aspek dalam menjaga hubungan baik dengan lingkungannya sebagai komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab secara sosial kepada stakeholders dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah program perusahaan yang berkomitmen untuk dipraktekkan secara nyata terhadap masyarakat sekitar guna meningkatkan kesejahteraan kehidupan sosial dan lingkungan (Anita & Maissy, 2022a).

Corporate social responsibility merupakan praktik bisnis yang menggabungkan isu sosial, ekonomi, dan lingkungan ke dalam operasi bisnis dan interaksi dengan para pemangku kepentingan. *Corporate social responsibility* juga didefinisikan sebagai perhatian perusahaan atas kewajiban hukum mereka terhadap masyarakat dan dampak lingkungan, yang berfokus pada pembangunan berkelanjutan, kebijakan publik dan lingkungan (Ying et al., 2021). Pengembangan strategi *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan bagian penting dari keberhasilan fungsi perusahaan karena memperkuat hubungan sosial. Strategi ini menjadi pendorong penting pertumbuhan ekonomi bagi bisnis perorangan dan negara secara keseluruhan (Katenova & Qudrat-Ullah, 2024).

Pengungkapan CSR penting dilakukan oleh perusahaan karena dapat menunjang keberlanjutan perusahaan. Penelitian yang dilakukan (Binh & Huong, 2022) mengungkapkan kegiatan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan perusahaan. Keterlibatan perusahaan dalam program CSR diharapkan dapat membangun citra positif bagi pemangku kepentingan, yang pada akhirnya diharapkan dapat berdampak dengan meningkatnya kinerja perusahaan. Perusahaan yang baik harus melakukan kepedulian terhadap kelestarian di lingkungan sekitar, kesejahteraan masyarakat sekitar dikarenakan perusahaan tidak hanya mendapatkan laba yang besar tetapi dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya, perusahaan akan terlibat dalam kegiatan tersebut.

Adanya pengelolaan kinerja lingkungan, perusahaan diharapkan dapat menjaga keseimbangan lingkungan dalam setiap proses bisnis pada aktivitas, produk dan jasa adalah tercapainya kinerja unggul. Dengan demikian, dalam jangka panjang penjualan perusahaan akan membaik sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat. Praktik CSR, baik internal maupun eksternal, seperti bertanggung jawab terhadap masyarakat, dan lingkungan dengan mengikuti praktik etis dan moral serta menjaga kepentingan pemangku kepentingan, yaitu pelanggan dan pemasok, dapat membantu berdampak positif pada kegiatan bisnis perusahaan dan membantu meningkatkan profitabilitas dan peringkat (Vasiljeva et al., 2023). Pengungkapan CSR merupakan faktor kunci yang mendorong dampak positif dan signifikan pada saham kinerja pasar dan bisnis.

CSR menjadi nilai tambah untuk meyakinkan investor. Menaikkan laba perusahaan melalui penjualan akan membentuk CSR berdampak positif. Semakin banyak pengungkapan CSR, semakin tinggi nilai perusahaan karena pasar melihat hasil yang tercakup pada kenaikan harga saham (Kampo et al., 2024). Investor akan memilih dan merasa tertarik bila perusahaan menggunakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang memberikan informasi sosial dalam laporan tahunan perusahaan.

Social responsibility memiliki pesan sosial dan perhatian terhadap lingkungan dan pembangunan di masa datang. Aktivitas sosial perusahaan memiliki kemanfaatan untuk meningkatkan legitimasi *stakeholder* terhadap perusahaan, termasuk *market force* dan konsumen jangka panjang. Namun keikutsertaan perusahaan dalam tanggung jawab sosial akan menambah biaya. Perusahaan perlu mengeluarkan biaya-biaya yang dapat dinilai cukup besar sehingga hal demikian dianggap dapat menurunkan kinerja perusahaan (Anita & Maissy, 2022b).

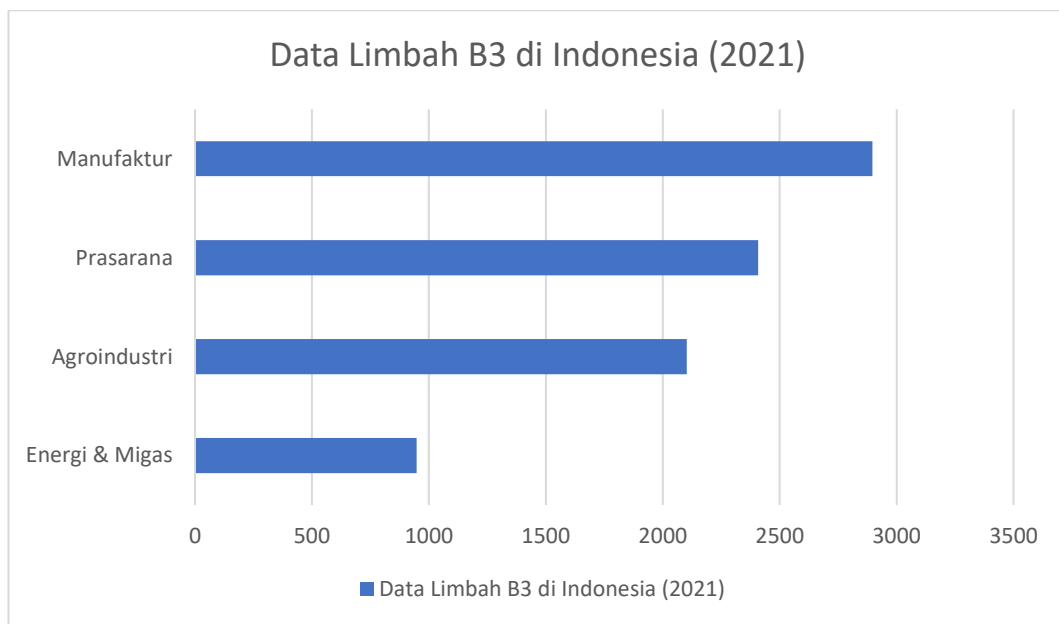
Biaya sosial yang dikeluarkan perusahaan memiliki manfaat dalam meningkatkan kinerja sosial, yaitu meningkatkan legitimasi dan mengurangi komplain *stakeholder* (Yeni et al., 2024). Biaya sosial juga dapat meningkatkan *image*, baik di pasar komoditas maupun pasar modal. Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka *image* perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat meminimalkan degradasi lingkungan. Adanya CSR dapat mengurangi dampak terhadap lingkungan dengan menggunakan kembali bahan, menurunkan biaya produksi, dan mengurangi limbah industri (Ma et al., 2023). CSR secara luas didefinisikan sebagai pendekatan untuk mengurangi konsekuensi negatif dari produksi, operasi perusahaan, dan memastikan kesejahteraan masyarakat serta praktik bisnis yang penuh kasih sayang di bawah tekanan oleh pemilik dan pemegang saham untuk meningkatkan profitabilitas daripada membangun atau melestarikan organisasi (Ying et al., 2021).

Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial terhadap pemangku kepentingan di luar manajemen dan pemilik modal. Di Indonesia, kewajiban pelaporan ini telah dipertegas melalui Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan (SEOJK) Nomor 16/SEOJK.04/2021 tentang Bentuk dan Isi Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik. Peraturan ini mewajibkan perusahaan untuk menyusun Laporan Keberlanjutan (Sustainability Report) baik sebagai bagian terintegrasi dari Laporan Tahunan maupun sebagai laporan terpisah. Laporan tersebut mencakup kinerja perusahaan dalam aspek ekonomi, lingkungan hidup, sosial, serta tata kelola (LST). Hal ini sejalan dengan mandat UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 Pasal 74, yang mewajibkan perusahaan di bidang sumber daya alam melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta Pasal 66 ayat (2) huruf c yang mewajibkan pelaporannya dalam laporan tahunan (Susanto & Tjahjono, 2023).

Isu CSR telah menjadi perhatian sebagian besar perusahaan di berbagai sektor bisnis di Indonesia, termasuk sektor manufaktur. Namun, sektor manufaktur seringkali tidak mengolah limbah mereka dengan baik, tidak jarang juga limbah

hasil produksi dari industri manufaktur dibuang sembarangan dan berakibat mencemari lingkungan sekitar (Kompasiana, 2023).



Gambar 1. 1 Data Limbah B3 di Indonesia (2021)

Sumber: (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2020)

Berdasarkan data yang dikeluarkan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan pada tahun 2021, limbah industri yang menghasilkan limbah B3 banyak berasal dari manufaktur sebesar 2.897, selanjutnya berasal dari prasarana sebesar 2.406, kemudian berasal dari agroindustri sebesar 2.103, dan sebesar 947 berasal dari Energi & Migas. Limbah industri yang dihasilkan di Indonesia telah mencapai 60 juta ton dan hanya 22,5% yang dimanfaatkan. Angka pemanfaatan limbah industri yang tergolong kecil ini membuktikan bahwa limbah B3 (bahan berbahaya dan beracun) masih belum dimanfaatkan dengan maksimal (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2020).

limbah industri berupa gas debu, dan butiran halus yang keluar dari cerobong asap perlu dikelola dengan baik. Hal ini dikarenakan limbah yang keluar dari cerobong asap mampu mempengaruhi sirkulasi udara dan mempengaruhi manusia, hewan, tumbuhan, dan komponen lingkungan lainnya (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2020). Masalah atau dampak yang akan ditimbulkan adalah berupa gas beracun yang dapat menyebabkan gangguan fungsi otak, gangguan pernafasan, iritasi mata, dan meningkatkan kanker kulit. Selain itu, dampak gas dan debu yang mencemari makanan hewan juga dapat mempengaruhi manusia yang mengkonsumsi daging secara tidak langsung.

Perkembangan zaman dan aktivitas manusia yang semakin intensif telah memicu berbagai permasalahan lingkungan yang kini menjadi sorotan di berbagai bidang. Beberapa di antaranya adalah limbah padat, polusi, kondisi sanitasi, dan kualitas air. Salah satu isu lingkungan adalah sektor industri, yang memiliki efek langsung dan tidak langsung terhadap lingkungan. Sektor industri membutuhkan tanah dan sumber daya lainnya untuk berfungsi, namun banyak dari bisnis ini sering mengabaikan kewajiban sosial mereka terhadap lingkungan, yang menyebabkan masalah lingkungan (Kompasiana, 2023).

Banyaknya insiden lingkungan di Indonesia seperti yang dikemukakan oleh WALHI dalam penelitian (Ady Thea DA, 2025) terjadinya krisis lingkungan akibat pencemaran tambang dan pesisir. Pertambangan di kawasan pesisir mengancam 35 ribu keluarga nelayan dengan 3.197 desa pesisir tercemar limbah tambang. Operasi smelter menghasilkan limbah yang berbahaya karena mengandung racun. Tercatat 55 pulau kecil telah dikapling untuk tambang mineral dan batubara sehingga

merusak ekosistem laut dan kehidupan masyarakat adat. Krisis lingkungan ini akan berlanjut dan meningkat antara lain pencemaran udara, pesisir pantai dan sungai karena dampak operasional smelter. Contoh kasus ini semakin membuka mata masyarakat umum, pemerintah dan korporasi tentang pentingnya CSR.

Pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan jika dikaitkan dengan kinerja keuangan secara tidak langsung pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan semakin meningkat. Kinerja keuangan dapat dijadikan sebagai salah satu faktor yang menjadi acuan investor dalam membeli saham. Investor seringkali melihat besar kecilnya perusahaan dan melakukan penilaian terhadap kinerja keuangan perusahaan dalam pengambilan keputusan investasi (Rahmansyah & Dhany, 2023).

Investor memiliki kepercayaan yang lebih besar pada perusahaan-perusahaan ini karena mereka dianggap memiliki risiko yang lebih rendah. Konsumen di pasar berkembang semakin sadar akan masalah sosial dan lingkungan (Abdullah, 2024). Perusahaan yang selaras dengan preferensi ini melalui inisiatif CSR dapat menarik lebih banyak pelanggan, yang mengarah pada peningkatan penjualan dan pendapatan. Di negara-negara berkembang, otoritas regulasi dapat memberikan insentif atau mewajibkan praktik CSR. Perusahaan yang mematuhi regulasi ini dapat menikmati manfaat tertentu, seperti keringanan pajak atau kontrak pemerintah.

Kinerja perusahaan memberikan dampak terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Elvandari & Supriyadi, 2023). Penilaian terhadap kinerja perusahaan perusahaan antara lain dapat dilihat dari kemampuan perusahaan

menghasilkan laba. Parameter profitabilitas bisa menguraikan bagaimana aktivitas pemberdayaan finansial oleh eksekutif puncak suatu perusahaan. Jika suatu perusahaan memiliki profitabilitas yang kuat dan besar, dapat dikatakan mereka memiliki aktivitas pengungkapan tanggung jawab sosial yang besar sesuai praktek tanggung jawab sosial yang dilakukan lapangan. Dengan mendapatkan keuntungan yang besar, suatu perusahaan tidak segan-segan akan membuat dan memberikan laporan tanggung jawab walaupun membutuhkan biaya yang besar.

Banyak peneliti melakukan meta-analisis untuk mengeksplorasi hubungan antara kinerja sosial perusahaan dan indikator kinerja berbasis akuntansi dan berbasis pasar. Temuan mereka menunjukkan korelasi yang kuat antara kinerja sosial perusahaan dan indikator berbasis akuntansi, sedangkan tidak ditemukan korelasi signifikan dengan indikator berbasis pasar (Katenova & Qudrat-Ullah, 2024).

Topik ini masih menarik untuk dikaji mengisi kesenjangan penelitian dalam mengkaji hubungan antara kinerja perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan di negara berkembang, khususnya di Indonesia. Penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh (Katenova & Qudrat-Ullah, 2024), telah meneliti hubungan kinerja keuangan dan CSR di Kazakhstan, namun belum secara spesifik mengkaji pasar Indonesia yang memiliki karakteristik ekonomi, regulasi dan praktik bisnis yang berbeda. Sebagai negara dengan pertumbuhan yang pesat di pasar global menjadikan penelitian ini sebagai studi kasus yang menarik guna memahami bagaimana kinerja keuangan dan praktik CSR saling terkait di Indonesia. Eksplorasi ini bukan hanya upaya akademis tetapi juga praktis, dengan potensi untuk membentuk masa depan CSR di Indonesia, berkontribusi pada

pertumbuhan dan keberlanjutannya. Studi ini akan mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana kinerja perusahaan mempengaruhi praktik CSR pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022-2024.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kinerja Perusahaan Terhadap Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang didapat sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *return on asset* terhadap praktik tanggung jawab sosial perusahaan di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024?
2. Apakah terdapat pengaruh *return on equity* terhadap praktik tanggung jawab sosial perusahaan di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024?
3. Apakah terdapat pengaruh *net profit margin* terhadap praktik tanggung jawab sosial perusahaan di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024?
4. Apakah terdapat pengaruh *market value* terhadap praktik tanggung jawab sosial perusahaan di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *return on asset* terhadap praktik tanggung jawab sosial perusahaan di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024.

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *return on equity* terhadap praktik tanggung jawab sosial perusahaan di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *net profit margin* terhadap praktik tanggung jawab sosial perusahaan di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *market value* terhadap praktik tanggung jawab sosial perusahaan di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan secara praktis. Adapun beberapa manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan manfaat teoritis dengan menerapkan teori legitimasi dan teori stakeholder untuk memahami pengaruh kinerja Perusahaan terhadap CSR. Teori legitimasi menyatakan bahwa Perusahaan menjalankan aktivitas CSR sebagai bentuk strategi untuk memperoleh dan mempertahankan legitimasi dari lingkungan sosialnya. Teori stakeholder menekankan pentingnya hubungan perusahaan dengan berbagai pemangku kepentingan, yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui praktik CSR. Dengan memenuhi harapan stakeholder, perusahaan dapat memperkuat reputasi, meningkatkan loyalitas, dan pada akhirnya, kinerja keuangan dan non-keuangan. Penelitian ini menguji kinerja Perusahaan yang diukur dengan *return on asset*, *return on equity*, *net profit margin* dan *market value* dalam hubungannya dengan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai teori legitimasi dan teori stakeholder serta memperluas

pemahaman tentang faktor-faktor internal perusahaan, seperti kinerja keuangan, yang mempengaruhi tingkat pengungkapan dan implementasi CSR.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi peneliti dalam memperluas wawasan dan pemahaman terkait praktik tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) serta faktor-faktor yang mempengaruhinya, khususnya kinerja perusahaan.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam memahami pentingnya hubungan antara kinerja keuangan dan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen dalam menyusun strategi CSR yang lebih efektif dan relevan, sesuai dengan kondisi kinerja perusahaan. Selain itu, temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan melalui pelaporan CSR, sehingga mampu memperkuat legitimasi perusahaan di mata *stakeholder* dan publik secara umum.