

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanggung jawab sosial perusahaan yang dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* dan selanjutnya disingkat CSR dan merupakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan yang menjadi hal baru yang cukup menarik perhatian kalangan dunia usaha. Ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha mesti merespon isu CSR sejalan dengan operasi usahanya (Pang dkk, 2020). Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Ketiga, kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial (Nadjib & Zainal, 2020). Ada beberapa dampak negatif dari kegiatan manufaktur ini juga telah dirasakan sejak lama, salah satunya yaitu pencemaran lingkungan.

Pencemaran lingkungan merupakan masalah yang biasanya kita hadapi sebagai pembisnis ataupun juga sebagai masyarakat pada umumnya. Contohnya pencemaran udara yang dapat berasal dari asap pabrik, pencemaran air yang berasal dari pembuangan limbah ke sungai, danau, dan laut, polusi tanah, bahkan kerusakan hutan dan berbagai kerusakan lingkungan lainnya yang dapat menimbulkan bencana alam (Olivia & Dwimulyani, 2019). Bukan hanya itu saja, masyarakat yang hidup di sekitar area penambangan yang

seharusnya dapat memperoleh keuntungan ekonomi dan keberadaan perusahaan tambang di lingkungan sekitar tempat tinggal mereka, justru kurang mendapatkan perhatian dari pihak perusahaan yang seakan-akan hanya mengeksploitasi sumber daya alam di daerah tersebut tanpa memperhatikan kesejahteraan masyarakat sekitarnya (Sujarweni, 2017).

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini merupakan bentuk pertanggung jawaban perusahaan terhadap lingkungan sekitar yang berdampak atas aktivitas operasional yang di jalankannya. Termasuk juga dengan pertumbuhan masyarakat yang tinggi, membuat perusahaan harus lebih memperhatikan penerapan akuntansi sosial dan lingkungan. Disamping itu ada juga profitabilitas yang merupakan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang oleh perusahaan (Anastasya Butar Butar et al., 2024). Jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas digunakan dalam mengukur kinerja keuangan apakah akan cenderung membaik atau sebaliknya. Dapat disadari juga bahwa selama ini perusahaan terlalu berfokus pada proses maksimalisasi keuntungan dan memanfaatkan sumber daya secara kontinu, sehingga hal itu membawa pengaruh besar bagi lingkungan dan masyarakat. (Kholmi & Nafiza, 2022).

Selanjutnya yaitu Rasio Aktivitas, Rasio Aktivitas bagi kinerja keuangan adalah rasio ini dapat digunakan untuk memprediksi laba. Karena berkaitan dengan memanfaatkan sumber daya perusahaan yang ada untuk menghasilkan penjualan. Semakin cepat rasio aktivitas maka laba yang dihasilkan akan semakin meningkat, karena perusahaan sudah dapat

memanfaatkan sumber daya tersebut untuk meningkatkan penjualan yang berpengaruh terhadap pendapatan. Kenaikan pendapatan dapat menaikkan laba bersih perusahaan (Mahmud Hanafi dan Abdul Halim dalam Wibowo, 2011). Adanya kenaikan laba bersih perusahaan tentunya akan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rasio aktivitas mempunyai pengaruh terhadap kinerja keuangan dan total asset turnover merupakan rasio yang akan digunakan untuk mewakili rasio aktivitas.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, agar pembaca bisa mempelajari dan juga mengetahui *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Rasio Aktivitas dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan atas dampak-dampak yang ditimbulkan dari kegiatan bisnis yang dilakukan. Perusahaan adalah pihak yang selayaknya paling menyadari bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu penentu citra perusahaan baik dimata konsumen maupun masyarakat secara umum (Hananto et al., 2015).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggungjawab sosial, dan lingkungan yang berlaku bagi perseroan yang mengelola atau memiliki dampak terhadap sumber daya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 mengatur tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Hananto

et al., 2015), menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang saat ini dilakukan bukan lagi bersifat sukarela. Perusahaan seharusnya menyadari akan pentingnya menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang akan berdampak positif bagi perusahaannya. Meningkatkan reputasi perusahaan, kepercayaan masyarakat sekitar, konsumen dan investor terhadap kinerja perusahaan yang akan berdampak positif untuk meningkatkan profit pada perusahaan. (Eko et al., 2013)

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) membantu perusahaan untuk mengatasi krisis ekonomi dengan meningkatkan efisiensi investasi dan membangun hubungan yang lebih baik dengan para *stakeholders*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi sinyal yang diberikan pihak manajemen kepada seluruh *stakeholder* termasuk calon investor mengenai prospek perusahaan di masa depan serta menunjukkan nilai lebih yang dimiliki oleh perusahaan atas kepeduliannya terhadap dampak ekonomi, sosial dan lingkungan yang timbul dari aktivitas perusahaan tersebut (Swat et al., 2015). Tanggung jawab perusahaan tidak hanya berbentuk tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan *stackholder*, melainkan juga meningkatkan kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan *stackholder* saja, namun semua pihak yang memiliki keterkaitan di perusahaan tersebut. Seperti pemasok, pelanggan, pemerintah, Masyarakat lokal, karyawan, dan asosiasi perdagangan.

Variabel yang digunakan adalah variabel dependen yang Kinerja Keuangan dengan *Return on Asset* (ROA), Variabel Independen yang pertama adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi empat atau disebut G4 dengan 91 indeks pengungkapan CSR, Informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdasarkan GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan. Jika perusahaan manufaktur mengungkapkan biaya lingkungan dalam laporan keuangan, maka akan diberikan skor 1; jika tidak mengungkapkan biaya lingkungan dalam laporan keuangan, maka akan diberikan skor 0. Variable Independen kedua adalah Rasio Aktivitas dengan menggunakan *Total Asset Turn Over*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur?
2. Bagaimana pengaruh Rasio Aktivitas (*Activity Ratio*) terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Rasio Aktivitas (*Activity Ratio*) terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin diberikan penulis melalui penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Untuk Mahasiswa/Mahasiswi

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi kemajuan bidang ilmu akuntansi serta dapat menjadi tambahan referensi atau bacaan ilmiah di perpustakaan dan dapat dijadikan sebagai perbandingan bagi mahasiswa lain dalam penulisan karya ilmiah.

2. Untuk Perusahaan Manufaktur

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan kepada perusahaan khususnya yang bergerak dalam jasa manufaktur mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Rasio Aktivitas (*Activity Ratio*) terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur.