

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dunia bisnis saat ini semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kinerja untuk mempertahankan kualitas dan pangsa pasar (Septiano & Mulyadi, 2023). Dalam menjalankan operasionalnya, perusahaan akan berinteraksi langsung maupun tidak langsung dengan lingkungan. Hal ini sejalan dengan konsep *triple bottom line* yang dikemukakan oleh Elkington 1994 dalam (Butar *et al.*, 2024) yang menekankan tiga dimensi tanggung jawab sosial perusahaan yakni keuntungan (*profit*), kesejahteraan masyarakat (*people*), dan kelestarian lingkungan (*planet*).

Di Indonesia, perekonomian sangat dipengaruhi oleh konsumsi rumah tangga, dengan sub sektor makanan dan minuman menjadi salah satu yang tumbuh paling pesat (Ummah, 2019). Sektor ini berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat serta menjadi daya tarik bagi investor karena ketahanannya terhadap dinamika ekonomi nasional (Dzikrayah, 2020). Perusahaan makanan dan minuman merupakan kontributor utama limbah plastik, sehingga program *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki peran strategis dalam mengatasi permasalahan ini melalui pengurangan penggunaan plastik, pengelolaan limbah, inovasi produk ramah lingkungan, dan kolaborasi.

Meskipun beberapa perusahaan telah menerapkan dan mengomunikasikan kebijakan CSR yang berfokus pada pengurangan dampak lingkungan (Topic *et al.*, 2021), laju penanganan limbah ini masih dinilai lambat. Pelaksanaan CSR sering

dianggap belum profesional dan optimal, serta hanya sebagai aktivitas tambahan (Suharti & Setiawan, 2021). Tinjauan terhadap 68 laporan CSR menunjukkan peningkatan perhatian terhadap kemasan, namun hanya sedikit perusahaan yang melakukan upaya signifikan dalam mengurangi limbah plastik, terutama di negara berkembang dengan infrastruktur pengelolaan limbah yang terbatas (Phelan *et al.*, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran perusahaan akan pentingnya pelestarian lingkungan masih rendah, sehingga turut meningkatkan kerusakan lingkungan di Indonesia.

Menurut laporan Sungai Watch (2023), sepuluh perusahaan besar di Indonesia teridentifikasi sebagai penyumbang utama polusi plastik di sungai, termasuk PT Ultrajaya Milk Industry (ULTJ) yang menyumbang 31% kemasan tetrapak, PT Indofood Sukses Makmur (INDF) dengan 7% sampah plastik *sachet* dan 8% botol plastik keras, serta PT Mayora Indah (MYOR) yang menyumbang 15% botol PET, 5% plastik gelas, dan 3% plastik *sachet* (Pamela, 2024). Temuan ini mencerminkan rendahnya kesadaran perusahaan terhadap tanggung jawab sosialnya. Sebagai entitas ekonomi, perusahaan tidak hanya berkewajiban menciptakan keuntungan bagi pemegang saham, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat.

Tanggung jawab ini tercermin dalam konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR), yaitu komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan melalui peran di bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan (Pamungkas, 2020). Berdasarkan pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI), pelaksanaan CSR mencakup tiga indikator utama yaitu ekonomi, sosial, dan

lingkungan (Putri *et al.*, 2023). Di Indonesia, kewajiban CSR diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya Pasal 74 ayat (1), yang mewajibkan perusahaan terkait sumber daya alam untuk melaporkan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan keberlanjutan. Dalam era bisnis modern, CSR telah menjadi indikator penting dalam menilai reputasi perusahaan dan semakin menjadi perhatian bagi investor, konsumen, dan regulator.

Selain CSR, ukuran perusahaan juga menjadi variabel dalam menilai kinerja keuangan, sebagaimana didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya (Nadila *et al.*, 2022). Ukuran perusahaan diukur dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat mencerminkan kapasitas dan skala operasional perusahaan (Miswaty & Zukarnaen, 2023). Semakin besar aset yang dimiliki, semakin besar pula peluang perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses terhadap sumber pembiayaan, serta menarik minat investor. Hal ini pada akhirnya dapat berkontribusi secara positif terhadap kinerja keuangan perusahaan (Ramadhani, 2019). Perusahaan berskala besar juga umumnya memiliki keunggulan dalam pengelolaan sumber daya, kemampuan ekspansi pasar, dan daya tahan terhadap tekanan ekonomi, sehingga ukuran perusahaan diyakini sebagai salah satu faktor yang signifikan dalam menentukan tingkat keberhasilan finansial suatu entitas bisnis.

Kinerja keuangan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki untuk mencapai hasil yang optimal. Menurut Septiano dan Mulyadi (2023), kondisi keuangan perusahaan sangat dipengaruhi oleh kualitas pengambilan keputusan manajerial. Kinerja keuangan mencakup efektivitas dalam

penggunaan modal serta efisiensi pengelolaan operasional, sehingga menjadi indikator utama bagi investor dalam menilai posisi keuangan dan potensi keuntungan perusahaan. Selain itu, kinerja keuangan juga berfungsi sebagai alat evaluasi internal bagi perusahaan untuk mengukur pencapaian terhadap tujuan bisnis yang telah ditetapkan.

Salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan adalah *Return on Assets* (ROA), yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari total aset yang dimiliki (Regita & Sudarsi, 2024). Semakin tinggi nilai ROA, semakin tinggi pula tingkat profitabilitas perusahaan, yang mencerminkan kinerja keuangan yang baik (Erawati *et al.*, 2022).

Tabel 1. 1 Data *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, dan *Return on Assets* pada Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage*

No	Kode	Tahun	CSR	Ket	UP	Ket	ROA	Ket
1	AALI	2021	0,43	-	31,05	-	0,07	-
		2022	0,73	↑	31,01	↓	0,06	↓
		2023	0,79	↑	30,99	↓	0,04	↓
2	BISI	2021	0,14	-	28,77	-	0,12	-
		2022	0,34	↑	28,86	↑	0,15	↑
		2023	0,45	↑	28,99	↑	0,15	↑
3	CAMP	2021	0,36	-	27,77	-	0,09	-
		2022	0,50	↑	27,70	↓	0,11	↑
		2023	0,40	↓	27,72	↑	0,12	↑
4	CPIN	2021	0,24	-	31,20	-	0,10	-
		2022	0,42	↑	30,90	↓	0,11	↑
		2023	0,40	↓	30,93	↑	0,09	↓
5	CSRA	2021	0,19	-	28,19	-	0,15	-
		2022	0,26	↑	28,24	↑	0,14	↓
		2023	0,24	↓	28,24	↑	0,08	↓
6	DSNG	2021	0,64	-	30,25	-	0,05	-
		2022	0,79	↑	30,36	↑	0,08	↑
		2023	0,81	↑	30,42	↑	0,05	↓

7	FAPA	2021	0,25	-	29,70	-	0,05	-
		2022	0,91	↑	29,79	↑	0,09	↑
		2023	0,93	↑	29,79	↑	0,02	↓
8	ICBP	2021	0,46	-	32,40	-	0,07	-
		2022	0,68	↑	32,38	↓	0,05	↓
		2023	0,68	↑	34,72	↑	0,01	↓
9	INDF	2021	0,70	-	32,82	-	0,06	-
		2022	0,68	↓	32,83	↑	0,05	↓
		2023	0,69	↑	32,86	↑	0,06	↑
10	JPFA	2021	0,54	-	30,98	-	0,08	-
		2022	0,63	↑	31,12	↑	0,05	↓
		2023	0,74	↑	31,16	↑	0,03	↓
11	MYOR	2021	0,25	-	30,62	-	0,06	-
		2022	0,24	↓	30,74	↑	0,09	↑
		2023	0,62	↑	30,80	↑	0,14	↑
12	ULTJ	2021	0,21	-	29,63	-	0,17	-
		2022	0,20	↓	29,63	↓	0,13	↓
		2023	0,34	↑	29,65	↑	0,16	↑

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan data pada tabel 1.1, terlihat adanya fluktuasi nilai *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, dan *Return on Assets* (ROA) selama periode 2021 hingga 2023 pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman. Menurut teori *stakeholder*, peningkatan aktivitas CSR berdampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan, karena CSR diyakini mampu memperkuat hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingan serta meningkatkan citra perusahaan di mata publik (Freeman, 1984). Namun, temuan data menunjukkan bahwa peningkatan CSR tidak selalu diikuti oleh peningkatan kinerja keuangan (ROA). Hal ini terlihat pada beberapa perusahaan seperti Astra Agro Lestari Tbk. (AALI), Campina Ice Cream Industry Tbk. (CAMP), Charoen Pokphand Indonesia

Tbk. (CPIN), dan Japfa Comfeed Indonesia Tbk. (JPFA), di mana peningkatan nilai CSR tidak diiringi dengan peningkatan ROA.

Selain itu, pada variabel ukuran perusahaan, penelitian Pramadya & Susilowati, (2023) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan karena perusahaan yang lebih besar memiliki sumber daya dan akses yang lebih luas dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Namun, kenyataannya peningkatan ukuran tidak selalu menghasilkan kinerja keuangan yang lebih baik. Dapat dilihat pada perusahaan Campina Ice Cream Industry Tbk. (CAMP), Charoen Pokphand Indonesia Tbk. (CPIN), Cisadane Rawit Raya Tbk. (CSRA), Dharma Satya Nusantara Tbk. (DSNG), FAP Agri Tbk. (FAPA), Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. (ICBP), dan Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF) yang mengalami peningkatan ukuran perusahaan, namun tidak disertai dengan peningkatan ROA. Hal ini mengindikasikan bahwa besarnya aset yang dimiliki perusahaan tidak selalu menjadi faktor utama dalam peningkatan kinerja keuangan yang optimal.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Priastika Ardini Putri (2022) menjadi bukti empiris dengan judul *“Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Sektor Pertambangan Sub Sektor Logam dan Mineral yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022”* yang menunjukkan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA). Hal ini berarti tinggi rendahnya pengungkapan CSR dapat mempengaruhi kinerja keuangan. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Regita dan Sudarsi (2024) serta Khopipah *et al.*, (2024) yang menyatakan hasil penelitian bahwa *Corporate*

Social Responsibility (CSR) berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA).

Bukti empiris yang kontradiktif yang menyatakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan dibuktikan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Nada Miranda, (2021) dengan judul “*Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), Leverage, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Pulp and Paper yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2020*” yang menjelaskan bahwa CSR tidak berkontribusi secara langsung terhadap peningkatan profitabilitas atau efisiensi aset, sehingga tidak berdampak terhadap peningkatan ROA. Hal ini sejalan dengan penelitian yang juga dilakukan oleh Rita Septiani (2023) menunjukkan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Sebagaimana dijelaskan oleh Porter & Kramer, dalam bukunya pada tahun 2006, CSR yang berhasil seharusnya mampu menciptakan "*shared value*", yaitu nilai yang bermanfaat baik bagi perusahaan maupun masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan makanan dan minuman harus memastikan bahwa kegiatan CSR yang dilaksanakan tidak hanya memenuhi harapan sosial, tetapi juga terintegrasi dengan strategi bisnis yang mendukung keberlanjutan kinerja keuangan perusahaan mereka.

Dalam penelitian Pramadya & Susilowati (2023) yang meneliti “*Pengaruh Pengungkapan Ukuran Perusahaan dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor Asuransi yang terdaftar di*

Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022”. Hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Hal ini sejalan dengan penelitian Agam Mei Yudha (2021) dan Priastika Ardini Putri (2022). Artinya, perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki akses yang lebih luas terhadap sumber daya, pendanaan eksternal, serta infrastruktur yang mendukung efisiensi operasional sehingga berpengaruh pada peningkatan kinerja keuangan.

Perusahaan dengan laba yang stabil dan besar biasanya memiliki aset yang besar, sehingga menarik perhatian investor dan kreditor. Manajemen pun lebih leluasa mengelola aset sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Selain meraih laba, perusahaan juga berkewajiban membantu mengatasi masalah sosial. Namun, menurut (Irfansyah, *et al* 2020) perusahaan besar umumnya memiliki potensi risiko terhadap kerusakan dan pencemaran lingkungan. Semakin besar suatu perusahaan, semakin besar pula dampaknya terhadap lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan harus memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungannya (Oktaviani, *et al* 2023).

Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardhani (2021) dengan judul “*Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan Persahaan food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018*” yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indra & Deliza (2023).

Berdasarkan latar belakang, fenomena, serta permasalahan yang telah diuraikan, terlihat bahwa terdapat ketidakkonsistenan hasil terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan. Ketidaksesuaian ini mencerminkan adanya kesenjangan antara teori dan fakta empiris di lapangan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan kajian lebih mendalam melalui penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021–2023)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara parsial terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023?
2. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan secara parsial terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023?
3. Bagaimana pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara parsial terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan secara parsial terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu akuntansi, khususnya dalam bidang akuntansi keuangan, melalui pengkajian mengenai penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas kajian ilmiah terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran

perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga merupakan bentuk implementasi dari ilmu yang telah diperoleh penulis selama menempuh pendidikan di jenjang perguruan tinggi, khususnya dalam bidang akuntansi keuangan.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi ilmiah yang membahas pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan serta kontribusi yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran mengenai urgensi pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang disampaikan melalui laporan keberlanjutan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam perumusan kebijakan perusahaan guna meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan sosial. Sementara itu, untuk perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar mencerminkan stabilitas operasional serta kemampuan dalam mengelola risiko, sehingga memberikan tingkat keyakinan yang lebih tinggi bagi para investor.