

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam beberapa waktu belakangan selama terjadinya wabah pandemi corona (*Covid-19*) sejak bulan Maret 2020, banyak terjadinya penurunan dari berbagai sektor baik sektor ekonomi, sektor kesehatan, sektor pendidikan, maupun tatanan sosial dalam masyarakat. Adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk mencegah tersebarnya virus corona telah menyebabkan perekonomian menurun dengan sangat parah. Seperti dicatat dari Badan Pusat Statistik, pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II-2020 sebesar -5,32 persen yang berarti pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami kontraksi sebesar 1,26 persen dari semester I tahun 2019. Menurunnya pertumbuhan ekonomi Indonesia berdampak pada berbagai perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia salah satunya yakni perusahaan manufaktur.

Kinerja perusahaan manufaktur di Indonesia menurun seiring adanya PSBB seperti yang telah dilansir dalam ekonomi.republika.co.id, terlihat dari *Manufacturing Purchasing Manager's Index* (PMI), Indonesia yang berada pada 47,2 pada bulan September 2020. Angka tersebut berada di bawah level 50 yang mengartikan adanya kontraksi pada kinerja manufaktur. Dilansir juga dari berita tersebut, Bernard AW mengatakan bahwa perusahaan-perusahaan harus mengurangi biaya *overhead* pabrik sebagai upaya mengendalikan biaya dan menjaga kondisi keuangan perusahaan. Dampaknya pekerjaan menyusut untuk tujuh bulan berturut-turut dan bahkan banyak orang kehilangan

pekerjaan karena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan.

Dengan adanya permasalahan yang ada, perusahaan-perusahaan harus berupaya untuk mengatasi tanggung jawab sosial perusahaannya baik kepada pengembangan ekonomi komunitas setempat maupun masyarakat luas dan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya. Perusahaan-perusahaan juga harus berupaya untuk menciptakan berbagai inovasi baru yang dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan perusahaan sehingga perusahaan-perusahaan dapat bertahan ditengah *Covid-19*. Perusahaan-perusahaan pada era ini juga sedang berupaya untuk melakukan *green investment* agar terciptanya perusahaan yang ramah lingkungan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu persetujuan berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak secara etis dan memberikan partisipasi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau pun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya (Adi, 2007). Lalu menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan diartikan sebagai persetujuan bisnis untuk memberikan partisipasi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

CSR atau tanggung jawab sosial sudah sewajarnya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan karena perusahaan merupakan bagian yang tergabung di dalam masyarakat dan hidup dalam lingkungan masyarakat. Perusahaan-perusahaan juga sudah sewajarnya menjalin hubungan menguntungkan dengan masyarakat karena perusahaan-perusahaan juga memerlukan dukungan dari masyarakat dalam menjalankan bisnisnya untuk pertumbuhan penjualan.

Inovasi didefinisikan sebagai konsep yang membahas penerapan gagasan, produk atau proses yang baru (Amabile, 1996). Inovasi bertujuan untuk mengetahui darimana datangnya ide-ide baru dan bagaimana cara untuk mengajukan kebijakan untuk mendorong pengembangan cara berpikir yang baru. Meski masih terbilang baru, inovasi menjadi bidang yang terkenal dengan cepat beberapa tahun terakhir, terkhususnya saat pandemi *Covid-19*. Dilansir dari kaltimprov.go.id, Jauhar Efendi mengatakan bahwa dengan adanya *Covid-19*, masyarakat bisa mengembangkan inovasi dan kreasi untuk mencari keuntungan. Hal tersebut juga pastinya berlaku bagi perusahaan-perusahaan demi menjaga kelancaran bisnisnya. Perusahaan-perusahaan harus lebih berusaha untuk menemukan inovasi-inovasi baru agar bisnis mereka bisa berjalan dengan lancar dan tetap memperoleh profit walau terhalang banyak hambatan dan pertumbuhan penjualan perusahaan tetap dapat meningkat.

Dilansir dari id.techinasia.com, Asia Tenggara mengalami penurunan *green investment* sebanyak 7 persen di tahun 2022. Negara Indonesia termasuk dalam daftar yang gagal dalam menjalankan *green investment*. *Green investment* merupakan sebuah upaya yang dilakukan perusahaan untuk

melakukan pelestarian lingkungan hidup dan mencegah pencemaran lingkungan dengan mengeluarkan sejumlah biaya agar kinerja lingkungan yang baik dapat dicapai perusahaan (Paramita & Chariri, 2013). Bisnis perusahaan didorong untuk melakukan *green investment* berdasarkan tiga konsep tanggung jawab sosial utama yakni perlindungan lingkungan, konservasi sumber daya alam, dan keadilan (Rokhmawati, 2021). Perusahaan-perusahaan didorong untuk melakukan *green investment* demi tercapainya kelestarian lingkungan yang lebih baik dan mengurangi adanya kerusakan lingkungan yang semakin buruk. Dan dengan adanya *green investment* perusahaan juga mengharapkan adanya peningkatan keuntungan dalam pertumbuhan penjualan (*sales growth*).

Covid-19 menyebabkan banyaknya kerugian bagi banyak sektor perusahaan termasuk perusahaan sektor manufaktur. Pertumbuhan penjualan juga menjadi terhambat. Dengan adanya *covid-19* juga menyebabkan banyaknya PHK yang terjadi. Perusahaan perlu melakukan banyak usaha untuk tetap dapat menjalankan usahanya. Dan di tengah *covid-19* yang melanda, perusahaan masih harus mengusahakan kelestarian lingkungan. Oleh karena adanya berbagai masalah yang ada, peneliti ingin meneliti apakah perusahaan tetap dapat menjalankan usahanya sesuai dengan tanggung jawab sosial yang ada, menemukan inovasi agar usahanya tetap dapat berjalan, dan perusahaan tetap menjalankan tanggung jawabnya terhadap kelestarian lingkungan. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengangkat judul penelitian sebagai berikut:

“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, INOVASI,

DAN *GREEN INVESTMENT* TERHADAP *SALES GROWTH* PADA PERUSAHAAN SEKTOR MANUFAKTUR DI INDONESIA” .

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan?
2. Apakah inovasi berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan?
3. Apakah *green investment* berpengaruh terhadap pertumbuhan penjualan?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh CSR, inovasi, dan *green investment* terhadap pertumbuhan penjualan pada perusahaan manufaktur di Indonesia dengan subjek perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018 sampai 2022.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teori

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan wawasan bagi perusahaan dan pembaca. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengacu pada pengaruh CSR, Inovasi, dan *Green Investment* terhadap *Sales Growth*. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan – perusahaan dalam mengembangkan CSR, Inovasi, dan *Green Investment* mereka.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Perusahaan-perusahaan dapat menggunakan penelitian ini sebagai pertimbangan untuk rencana CSR, inovasi, dan *green investment* dalam meningkatkan pertumbuhan penjualan perusahaan pada rencana perusahaan selanjutnya.

