**PENGARUHiUSIA PERUSAHAAN, UKURAN iPERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN*iLEVERAGE* iTERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

**(Studi Empiris pada Perusahaan Pertanian Sub Sektor Perkebunan yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Tahuni2018-2020)**

Silvani Mahardika

Mahasiswi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

[Silvanimahardika99@gmail.com](mailto:Silvanimahardika99@gmail.com)

# **ABSTRAK**

*Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh usia perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap corporate social responsibility pada perusahaan pertanian sub sektor perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori legitimasi yang mana legitimasi ialah dasar dalam pengungkapan sosial dan lingkungan yang dapat digunakan (Permatasari, 2014). Populasi penelitian ini meliputi seluruh perusahaan sub sektor perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020 dengan cara mengambil sampel dengan metode sampling sesuai kriteria yang telah ditentukan dengan sampel sebanyak 15 perusahaan. Sehingga jumlah pengamatan pada penelitian ini adalah 45. Seluruh data yang didapat dianalisis menggunakan software statistik, yaitu menggunkanan SPSS dengan menggunkan uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikan usia perusahaan 0,751, nilai signifikan ukuran perusahaan 0,264, nilai signifikan profitabilitas 0,306, nilai signifikan leverage 0,818. Kesimpulan pada penelitian ini variabel usia perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage berpengaruh tidak signifikan terhadap corporate social responsibility.*

**Kata kunci**: *corporate social responsibility*, *usia perusahaan*, *ukuran perusahaan*, *profitabilitas*, *leverage*.

**PENDAHULUAN**

Saat ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) yakni salah satu hal yang sangat penting. Meningkatnya persaingan di pasar domestik dan internasional menuntut para pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas usahanya. Menurut (Ekowati, 2014) *Corporate Social Responsibility (CSR)* yakni bentuk perhatian suatu perusahaan kepada rakyat. Banyak perusahaan yang belum menerapkan tanggungjawab sosial perusahaan. Perusahaaan berpendapat bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak berkontribusi positif terhadap keberlanjutan perusahaan (environmentindonesia.com, 2020). Pesatnya kemajuan teknologi dan perkembangan saat ini mempengaruhi dalam operasi yang lebih luas dan tanggung jawab sosial dari perusahaan. Hal ini menciptakan persyaratan yang lebih tinggi untuk bisnis. Bisnis yang bagus tidak hanya menghasilkan keuntungan besar. Dunia usaha juga harus memperhatikan kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat. Memang, aktifitas operasi berhubungan dengan langsung ataupun tidak langsung dengan lingkungan. Hal ini bertepatan pada konsep *triple bottom line* yang dipopulerkan oleh John Elkington, 1997. Tanggung jawab sosial perusahaan meliputi tiga aspek utama, yaitu mengejar keuntungan untuk bisnis, pemberdayaan masyarakat dan melestarikan lingkungan.

I Banyaknya ipersaingan iyang semakin iterjadi ipada ipasar inasional imaupun internasional imenuntut iperusahaan iuntuk idapat imeningkatkan ikualitas iperusahaan. Jika perusahaan tetap melakukan program atau kegiatan sosial yang dilakukan dengan adanya hubungan timbal balik antara masyarakat sekitar lingkungan perusahaan dengan perusahaan, maka perusahaan dapat menjaga eksistensinya. iSalah isatu icara iyang idapat idilakukan iialah dengan imeningkatkan ikinerja ipada iaktivitas ioperasional idan ibisnis iperusahaan iagar memperoleh ikeuntungan iyang maksimal. Program tanggung jawab sosial yang dijalankan secara baik dapat memiliki dampak positif bagi perkembangan perusahaan, tetapi disisi lain jika tanggung jawab sosial tidak dilaksanakan dengan baik, maka akan timbul segala hambatan yang bisa mengganggu kelangsungan operasional bisnis. Di Indonesia, tanggung jawab sosial sudah jadi kewajiban untuk tiap bisnis yang berwujud Perseroan Terbatas (PT) dan memakai sumberdaya alam dalam operasinya. Hal ini teratur dalam peraturan pemerintah No. 47 tahun 2012 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan lingkungan sebagai implementasi dari pasal 74 UU No. 40 tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas (PT) dan pasal 15, pasal 17, dan pasal 34 UU No. 25 tahun 2007 tentang penanaman modal dalam pengaturan kewajiban bagi perusahaan dalam melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan munculnya peraturan pemerintah, tanggungjawab sosial perusahaan tampaknya telah menjadi fenomena umum di kalangan bisnis di Indonesia.

Industri pertanian ialah salah satu perusahaan yang mendominasi perusahaan perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Pada industri pertanian terdapat sub sektor perkebunan, dimana pada sektor perkebunan ini banyak yang merupakan perkebunan kelapa sawit. Adapun yang termasuk kedalam jenis perkebunan besar dan data luas tanaman perkebunan besar menurut jenis tanaman (ribu hektar) yang didapat dari [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) pada tahun 2018-2020. Tercatat beberapa jenis tanaman perkebunan besar diantaranya yaitu, karet, kelapa sawit, coklat, kopi, teh, kina, tebu, dan tembakau. Dari beberapa jenis tanaman tersebut, kelapa sawit memiliki lahan yang paling luas sebesar 8.854,5 (ribu hektar). Dilihat dari banyaknya perusahaan kelapa sawit di Indonesia seharusnya sudah dapat melakukan CSR. Akan tetapi adanya dugaan banyaknya perusahaan kelapa sawit yang tidak merealisasikan CSR pada perusahaannya. Dilansir dari antaranews.com, puluhan perusahaan sawit diduga tidak realisasikan CSR. Perusahaan besar kelapa sawit yang berada di Kabupaten Pasaman Barat, Sumatera Barat diduga tidak mewujudkan CSR pada lingkungan sekitar dan masyarakat. Bila perusahaan tidak melaksanakan CSR sehingga akan memberi dampak untuk perusahaan mulai dari adanya teguran, penolakan, hingga pemblokiran serta pencabutan ijin perusahaan yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat. Jika sampai hal iitu terjadi maka perusahaan akan mengalami gangguan operasional perusahaan sehingga mengalami kerugian.

**TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah usia perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility.*

**TINJAUAN TEORITIS**

**Teori legitimasi**

Pada teori legitimasi ini perusahaan mempunyai hubungan sosial di masyarakat. Penjelasan dari teori legitimasi ini ialah bahwasanya masa depan yang baik untuk perusahaan kedepannya bergantung pada bagaimana suatu perusahaan dapat memberikan dampak yang baik untuk masyarakat serta lingkungannya. (Permatasari, 2014) menyebutkan jika teori legitimasi ialah dasar dalam pengungakapan sosial dan lingkungan yang dapat digunakan. Pada teori legitimasi ini diartikan bahwa perusahaan akan sangat berusaha dalam memperbaiki segala sesuatu yang berhubungan dengan aktivitas operasional perusahaan serta mengikuti aturan yang berlaku agar suatu perusahaan dapat menyakinkan serta memberikan kebaikan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Teori legitimasi menunjukkan hubungan antara pengungkapan sosial perusahaan serta keprihatinan kepada masyarakat sekitar sehingga pihak manajemen harus dapat memperhatikan harapan dan perubahan yang masyarakat inginkan (Deegan, 2001) dalam (Kurniasih, Imas. & Sani, 2014).

Suatu perusahaan hanya mampu tahan bila rakyat sekelilingnya dapat merasa jika perusahaan yang beraktivitas disekitar lingkungan mereka dapat beroperasi sesuai sistem nilai yang selaras menggunakan nilai yang dianut oleh rakyat. Legitimasi berasal dari sebuah perusahaan yang dapat dipandang dan berasal dari hal yang di berikan rakyat kepada perusahaan serta segala hal yang diharapkan atau pula dicari oleh perusahaan kepada rakyat. Eksistensi teori legitimasi dipergunakan perusahaan menjadi landasan jika perusahaan wajib mengikuti aturan-aturan yang ada pada rakyat yang berhubungan dengan aktivitas operasional untuk meniadakan permasalahan dimasyarakat juga dilingkungan daerah beroperasi. Melalui *corporate social responsibility* (CSR) diperlukan akan berdampak positif serta menyampaikan kontribusi bagi masyarakat sehingga masyarakat disekitar perusahaan beroperasi mendapatkan serta mengakui eksistensi perusahaan dengan baik serta tidak mempermasalahkan eksistensi mauapun aktivitas yang berasal untuk perusahaan.

**Teori Agensi**

Teori keagenan yakni teori yang memaparkan hubungan dengan agen sebagai pengelola usaha dan prinsipal selaku pemilik, yang keduanya terikat oleh suatu kontrak. Pemilik atau pemberi tugas yakni evaluator informasi dan prinsipal adalah pihak yang melakukan aktivitas pengelolaan dan pengambilan keputusan (Jensen & W.H. Meckling, 1976). Menurut penelitian (Panda & Leepsa, 2017), teori keagenan membahas mengenai konflik yang muncul di perusahaan karena pemisahan antara pemilik dan manajer serta meminimalkan masalah ini. Teori ini dapat membantu dalam penerapan tata kelola yang berbeda untuk mengontrol tindakan agen di perusahan milik bersama. Untuk memperbaiki dan memperkecil permasalahan keagenan yang muncul, akan mengeluarkan biaya keagenan yang harus di tanggung oleh prinsipal dan agen. Dalam (Jensen & W.H. Meckling, 1976) mereka memecah biaya agensi jadi biaya biaya pemantauan yakni biaya yang dikeluarkan dan ditanggung oleh pemilik guna memantau pemilik manajer. Biaya obligasi adalah biaya yang ditanggung oleh manajer guna menguikuti mekanisme yang memastikan jika manajer akan berrtindak guna kepentingan prinsipal. Berikutnya kerugian residual yakni pengorbanan berwujud penurunan kesejahteraan pemilik karena perbedaan keputusan pengelola dengan keputusan pemilik.

**METODE PENELITIAN**

Peneliti imenggunakan ipendekatan ikuantitatif ipada ipenelitian iini. Berdasarkan (Sugiyono, 2012), Pendekatan ikuantitatif imerupakan ipenelitian imenggunakan imemperoleh idata iyang iberbentuk inomor. iJadi, ipenelitian ikuantitatif iartinya imetode ianalisis idengan imelakukan iperhitungan iterhadap idata-data iyang ibersifat iverifikasi iberasal idari ipersoalan iserta itersaji idalam ibentuk iangka. iPenggunaan ijenis ipendekatan ikuantitatif ipada ipenelitian iini, idiharapkan imampu imenyampaikan igambaran imelalui iperhitungan idata-data iyang idiperoleh mengenai iusia iperusahaan, iukuran iperusahaan, iprofitabilitas, idan i*leverage* iterhadap *icorporate isocial iresponsibility* idi iperusahaan isektor ipertanian isub isektor iperkebunan iyang iterdaftar ipada iBursa iefek iIndonesia itahun i2018-2020.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. **Pengaruh Usia Perusahaan Terhadap CSR**

Berdasarkan hasil dari pengujian pengaruh variabel usia perusahaan terhadap *corporate social responsibility,* membuktikan jika variabel usia perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Oleh karena itu hipotesis pertama (H1) tidak diterima. Artinya tanggung jawab sosial perusahaan tidak berdasarkan umur perusahaan tetapi berdasarkan reputasi perusahaan. Perusahaan dengan keprihatinan dan prinsip guna membentuk citra yang baik di lingkungan sosial akan melaporkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan. Jika dilihat pada sampel perusahaan pada penelitian ini, perusahaan tergolong masih muda dan tentunya perusahaan akan lebih memperhatikan kelangsungan operasional perusahaan dibanding melakukan tanggung jawab sosial. Terlebih lagi adanya pandemi covid-19 dalam kurun waktu satu tahun terakhir.

Berlandaskan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh (Safrianti, 2020) dan (Prakoso, 2020) yang membuktikan jika umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Tetapi hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil studi yang dilaksanakan oleh (Sudaryono, 2007) terkait umur perusahaan yang membuktikan jika umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

1. **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap CSR**

Berlandaskan pengujian yang dilaksanakan dalam penelitian ini membuktikan jika variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Maka sebab itu, hipotesis kedua (H2) tidak diterima. Artinya total aset perusahaan tidak berpengaruh terhadap perusahaan dalam pernyataan tanggung jawab sosial perusahaan. Ukuran perusahaan yang lebih besar tidak selalu berarti pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih luas. Ini juga dapat dikarenakan adanya komplikasi pada laporan keuangan yang salah satunya diakibatkan karena adanya pandemi covid-19 selama kurun waktu satu tahun ini. Hal ini menunjukkan jika guna memperoleh legitimasi, perusahaan besar tidak akan selalu mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan cenderung untuk mempengaruhi di dalam dan di luar yang memuliki relevansi pada perusahaan tersebut. Memang tanggung jawab sosial perusahaan tidak lagi hanya kegiatan, melainkan kewajiban untuk perusahaan guna membantu memelihara keberadaan perusahaan, alhasil besar kecilnya perusahaan tidak berpengaruh terhadap tingkat tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan terhadap hasil penelitian yang dijalankan oleh (Fahmi, 2019) dan (Sudaryono, 2007) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Tetapi hal ini tidak sejalan terhadap penelitian (Usada, 2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif serta signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

1. **Pengaruh Profitabilitas Terhadap CSR**

Hasil berdasarkan pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, menunjukkan jika variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Oleh sebab itu, hipotesis ketiga (H3) tidak diterima. Hasil penelitian ini mendapati bahwa profitabilitass tidak berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, artinya semakin tinggi laba perusahaan tidak akan mempengaruhi kegiatan sosial lingkungan karena perusahaan tersebut memfokuskan pada keuntungan. Kegiatan operasional, sehingga penggunaannya untuk kegiatan sosial kurang pergaulan. Bisnis dengan profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak terlibat dalam kegiatan sosial sebab bisnis lebih berorientasi pada keuntungan. Perusahaan yang sangat menguntungkan tidak merasa perlu untuk mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan mereka, dengan asumsi bahwa pembaca laporan tahunan tertarik untuk mencapai kinerja keuangan yang baik dari perusahaan.

Hasil penelitian ini senada terhadap hasil penelitian yang dijalankan oleh (Tampubolon & Siregar, 2019) dan (Widyaningsih, 2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility.* Namun hal tersebut berbanding terbalik dengan hasil peenelitian yang dilakukan oleh (Fahmi, 2019) yang membuktikan hika profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

1. **Pengaruh *Levreage* Terhadap CSR**

Hasil berdasarkan pengujian yang sudah dilakukan pada penelitian ini menyatakan jika variabel *leverage*tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Oleh karena itu, hipotesis keempat (H4) tidak diterima. Kurangnya hubungan yang signifikan antara hutang dan tanggung jawab sosial bisa berarti jika tanggung jawab sosial perusahaan tidak bergantung pada tingkat hutang perusahaan namun pada kepekaannya terhadap kepedulian sosial dan lingkungan sekitar perusahaan. Terlebih lagi pada masa pandemi covid-19 dalam kurun waktu satu tahun belakang. Artinya, meskipun jumlah utang adalah bisnis yang besar, bila perusahaan mempunyai kepedulian dan tanggung jawab yang besar terhadap lingkungan sosilanya, perubahan itu akan terus memenuhi tanggung jawab sosialnya (Ulfa, 2009).

Hasil penelitian ini sejalan terhadap hasil penelitian yang dijalankan oleh (Usada, 2017) yang menyatakan bahwa *leverage*tidak berpengaruh signifikan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, namun hasil tersebut berbanding terbalik terhadap penelitian yang dijalankan oleh (Sembiring, 2005) yang menyatakan jika *leverage*berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

**KESIMPULAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh usia perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage,* terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertanian sub sektor perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020. Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dijalankan dalam bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan pada penelitian ini yaitu:

1. Usia perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertanian sub sektor perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020
2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertanian sub sektor perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020
3. Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertanian sub sektor perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020
4. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan pertanian sub sektor perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020

**SARAN**

1. Untuk peneliti berikutnya diharapkan supaya bisa memakai variabel-variabel lain yang lebih luas alhasil didapat masukan yang lebih akurat tentang *corporate social responsibility.* Seperti variabel kepemilikan saham publik, kepemilikan manajemen, kinerja lingkungan, dan lain sebagainya.
2. Memakai data sampel di sektor-sektor lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Tidak hanya terbatas pada perusahaan pertanian sub sektor perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia saja.
3. Bagi penelitian berikutnya tidak hanya memakai satu pengukuran variabel dependen karena untuk hasil yang didapat lebih baik serta luas dari penelitian ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

Ekowati. (2014). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Growth, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan*.

Fahmi, M. (2019). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, *19*(1), 26–39. https://doi.org/https://doi.org/10.30596/jrab.v18i2.3301

Jensen, M. C., & W.H. Meckling. (1976). ‘Theory of the Firm: Managerial Behaviour, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, *3*(4), 305–360.

Kurniasih, Imas. & Sani, B. (2014). *Implementasi Kurikulum 2013: Konsep & Penerapan*. Implementasi Kurikulum 2013: Konsep & Penerapan.

Panda, B., & Leepsa, N. M. (2017). Agency theory: Review of Theory and Evidence on Problems and Perspectives. *Indian Journal of Corporate Governance*, *10*(1), 74–95. https://doi.org/10.1177/0974686217701467

Permatasari, H. D. (2014). *Pengaruh Leverage, Tipe Industri , Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility ( CSR )*. Universitas Diponegoro.

Prakoso, W. Y. (2020). Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Sertifikasi Lingkungan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, *9*(11), 1–15.

Safrianti, S. (2020). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013-2019. *Creative Research Management Journal*, *3*(1), 51. https://doi.org/10.32663/crmj.v3i1.1265

Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*.

Sudaryono, B. (2007). Kajian atas faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan lingkungan (environmental disclosure) pada perusahaan publik di BEJ pada tahun 2004-2005. *Media Riset Akuntansi, Auditing Dan Informasi*, *7*(2), 107–139.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. CV Alfabeta.

Tampubolon, E. G., & Siregar, D. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkpaan Tangging Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Maneksi*, *8*(2), 223–229.

Ulfa, M. (2009). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure*. Universitas Islam Indonesia.

Usada, W. (2017). *Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Widyaningsih, R. S. dan Y. E. (2021). Pengaruh Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perbankan*, *15*(1), 417–426.