

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

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. Perusahaanaan 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.

Banyaknya persaingan yang semakin terjadi pada pasar nasional maupun internasional menuntut perusahaan untuk dapat meningkatkan

kualitas perusahaan. 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. Salah satu cara yang dapat dilakukan ialah dengan meningkatkan kinerja pada aktivitas operasional dan bisnis perusahaan agar memperoleh keuntungan yang 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 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 itu terjadi maka perusahaan akan mengalami gangguan operasional perusahaan sehingga mengalami kerugian.

Tanggung jawab sosial atau diketahui dengan *corporate social responsibility* dalam suatu perusahaan diperlukan bagi perusahaan guna menjalankan kegiatan operasinya berdasarkan ciri yang terdapat di perusahaan, seperti usia perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan lain-lain. Dari ciri perusahaan yang bisa memberi pengaruh keputusan pengungkapan yang akan dibuat oleh perusahaan dalam laporan tahunannya. Menurut penelitian terdahulu ada sejumlah faktor yang bisa memberi pengaruh implementasi CSR di

perusahaan, salah satunya yaitu usia perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage*.

Umur perusahaan memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk menjalani suatu tantangan di dalam dunia usaha, bertambah lama perusahaan berjalan maka otomatis koorproasi itu bisa tahan dalam dunia bisnis (Ratih, 2017). Perusahaan yang hebat akan selalu berusaha menaikkan yang paling baik dari perusahaan guna bisa memberikan manfaat bagi kelompok sosial mereka. Penelitian yang dilaksanakan oleh (Untari, 2010) menunjukkan jika usia koororasi berpengaruh terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan, namun hasil lain didapatkan pada studi yang dilakukan oleh (Utami, S., & Prastiti, 2011) dan Munsaidah, (Munsaidah et al., 2016) membuktikan jika umur perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut studi yang dilaksanakan oleh (Herawati, 2015) berpendapat bahwa ukuran perusahaan menetapkan kualitas kepercayaan investor. Perusahaan akan bertambah di kenal oleh rakyat umum, dan bertambah gampang memperoleh informasi tentang perusahaan jika semakin besarnya perusahaan karena cenderung mendapat manfaat dari pengawasan perusahaan. Pengungkapan kepada usaha kecil, jadi akan mengungkapkan lebih banyak informasi. Menurut studi yang dilaksanakan oleh (Felicia, M., dan Rasmini, 2015) pada faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR, hasilnya membuktikan jika ukuran perusahaan memiliki dampak positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial. Sementara menurut studi yang dilakukan

oleh (Pradana.F.A, 2016), (Bustan Arya Sunaryo, 2016), membuktikan jika ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

Menurut penelitian (Yanti, N. K. A. G., & Budiasih, 2016) Profitabilitas adalah keahlian yang diambil perusahaan dalam kurun waktu tertentu melalui keuntungan dan merupakan parameter dari kinerja yang dicapai manajemen untuk melakukan pengelolaan aset perusahaan dengan ditunjukkan dengan keuntungan yang dihasilkan. Studi yang dilaksanakan oleh (Felicia, M., dan Rasmini, 2015) dan (Budiman, 2015) menunjukkan korelasi profitabilitas berpengaruh positif terhadap pernyataan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan menurut studi yang dilaksanakan oleh (Krisna, 2016) membuktikan jika profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR perusahaan.

Leverage adalah kemampuan perusahaan guna membayar kembali kewajiban keuangan perusahaan, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang. Menurut (Wiagustini, 2010) , *leverage* bisa dianggap sebagai rasio keuangan yang mengukur jumlah koreproaksi yang didanai dengan hutang. Menurut penelitian yang dilaksanakan oleh (Wahyuningsih, A., & Mahdar, 2018) dan (Yanti, N. K. A. G., & Budiasih, 2016) , menerangkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil berbeda didapatkan oleh studi yang dilaksanakan (Bustan Arya Sunaryo, 2016) , yang menunjukkan jika *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pada uraian diatas, dapat dilihat bahwa penelitian mengenai *corporate social responsibility* sudah banyak dilaksanakan akan tetapi terdapat ketidakkonsistenan pada hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan teori legitimasi. Teori legitimasi menjadi landasan yang dipakai dalam melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan. Dalam teori legitimasi dinyatakan jika bisnis secara terus-menerus berusaha guna memastikan jika semua aktivitas dilaksanakan tepat dengan batasan dan standar yang ada di rakyat di mana bisnis beroperasi atau berada. Legitimasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang menyembunyikan anggapan bahwa tindakan yang dilaksanakan oleh sebuah entitas diinginkan, pantas, dan tunduk pada sistem norma, nilai, dan kepercayaan, serta, mendefinisikan masyarakat maju. (Permatasari, 2014) menegaskan bahwa tujuan yang sah digunakan tidak cuma guna mengoptimalkan untung perusahaan, namun pula guna memelihara kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Berlandaskan latar belakang yang sudah dijabarkan, penulis tertarik menulis skripsi yang berjudul tentang “Pengaruh Usia Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Pertanian Sub Sektor Perkebunan yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Tahun (2018-2020)).

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang telah disebutkan di atas, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut yaitu:

1. Apakah Usia Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*?
3. Apakah Profitabilitas Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate social Responsibility*?
4. Apakah *Leverage* Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*?

C. Batasan Masalah

Untuk memberikan gambaran yang jelas serta agar laporan penelitian menjadi terarah dan sesuai masalah yang ada, maka penulis membatasi masalah pada:

1. Subjek penelitian pada sub sektor perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020.
2. Usia perusahaan diprosikan dengan usia perusahaan (Age)
3. Ukuran perusahaan diprosikan dengan ukuran perusahaan (Size)
4. Profitabilitas diprosikan dengan *Return On Asset* (ROA)
5. Leverage diprosikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER)

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah Usia Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.
2. Untuk mengetahui apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

3. Untuk mengetahui apakah Profitabilitas Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate social Responsibility*.
4. Untuk mengetahui apakah *Leverage* Perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pengembangan ilmu referensi kepada pembaca dan peneliti selanjutnya tentang pengaruh usia perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage terhadap *corporate social responsibility*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat mampu memberikan informasi dan dijadikan referensi yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk dapat meningkatkan penerapan tanggung jawab sosial terhadap faktor-faktor yang mempengaruhinya.

F. Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup penjelasan alasan dari masalah dan permasalahan yang akan diselesaikan pada penelitian ini, yang meliputi latar belakang,

rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini berisi uraian teori, tinjauan pustaka atau hasil penelitian terdahulu, serta pengembangan hipotesis.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat uraian mengenai langkah sistematis cara melakukan penelitian dan langkah sistematis pengolahan data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mencakup hasil penelitian dan pembahasan yang bersifat terpadu dan tidak dibagi jadi sub bab tersendiri. Berisi uraian mengenai gambaran umum penelitian, Analisa data, serta pembahasan.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.