

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tujuan utama perusahaan pada awalnya adalah mencari keuntungan sebesar-besarnya bagi para pemegang sahamnya (*shareholders*). Namun, seiring dengan perkembangan zaman, muncullah tekanan-tekanan yang semakin besar agar perusahaan juga memainkan peran sosialnya yang lebih nyata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya dan pemangku kepentingan (*stakeholders*) lainnya.¹ Perusahaan yang baik tidak hanya dituntut untuk menghasilkan laba yang besar (*profit*). Melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*) atau yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), ini dikarenakan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya perusahaan akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungannya.²

Menurut Agus Rusmana *Corporate Social Responsibility* adalah bentuk komitmen perusahaan terhadap pemangku kepentingan baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan meningkatkan kualitas lingkungan dan juga kesejahteraan masyarakat dengan mempertimbangkan dampak negatif yang dilakukan perusahaan.³

¹Nurma Risa, Corporate Social Responsibility Perusahaan Kepada Masyarakat studi kasus pada PT. Gold Coin Specialities, Jurnal: Vol. 2 No. 2 Agustus, 2011, halaman 74

²Nurwahidah, Pengaruh Penerapan CSR Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Pertambangan yang Tercatat di BEI, Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin, 2016, halaman 1

³Rusmana, A dkk, The Future of Organizational Communication In The Industrial Era 4.0 Book, Universitas Padjajaran, Jawa Barat, 2019, halaman 72

Menurut Rusdianto, *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen berkelanjutan dari suatu bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta masyarakat lokal dan masyarakat luas.⁴

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu tanggung jawab yang harus perusahaan lakukan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar untuk meningkatkan kualitas dan kepedulian suatu perusahaan.

Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini telah menjadi perilaku yang umum di Indonesia, namun belum seluruh perusahaan menerapkannya. Tuntutan terhadap perusahaan untuk menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin besar, sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjadi kewajiban baru standar bisnis yang harus dipenuhi selayaknya standar ISO (*International Organization For Standardization*) yang merupakan suatu lembaga internasional khusus dalam hal perumusan atau standar pedoman. Pada akhir 2009 telah diluncurkan ISO 26000 on Social Responsibility, yang memberikan pedoman bagi 2 organisasi dan bisnis tentang cara beroperasi dengan bertanggung jawab secara sosial, sehingga tuntutan dunia usaha menjadi semakin jelas akan pentingnya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dijalankan oleh perusahaan untuk keberlanjutan dari perusahaan tersebut.⁵ Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak

⁴Ujang Rusdianto, *CSR Communication a Framework for PR Practitioners*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2013, halaman 7

⁵Rury Atmi Mentari, *Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Pendidikan*, 2013, halaman 1-2

lagi dianggap sebagai biaya, melainkan investasi jangka panjang perusahaan dalam rangka membangun legitimasi sosial dan citra positif di mata publik yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan. Maka dari itu banyak perusahaan yang mulai memperhatikan sosial dan lingkungan sekitarnya karena kelangsungan perkembangan sebuah perusahaan mulai bergantung pada hubungan lingkungan sekitarnya.⁶

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat juga menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Pada umumnya perspektif investor dan masyarakat akan memberi nilai yang lebih pada perusahaan yang telah melakukan dan mengungkapkan CSR secara keseluruhan sehingga CSR bisa dipercaya untuk memperbaiki dan memperbesar nilai perusahaan.⁷

Ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon dan mengembangkan isu *Corporate Social Responsibility* (CSR) sejalan dengan operasi usahanya. Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat, sehingga wajar apabila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Ketiga, kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

⁶Katiya Nahda dan D.Agus Harjito, Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai perusahaan dengan corporate governance sebagai variabel moderasi, Jurnal Siasat Bisnis, Vol.15 No.1, 2011, halaman 2

⁷Komalasari, Denisia & Ni Ketut Purnawati, Peran Profitabilitas Dalam Memoderasi Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan, Prosiding Seminar Nasional AIMI, Jambi, 2017, halaman 10

merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial.⁸

Komponen utama *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah pengembangan kepemimpinan dan pendidikan. Pendidikan merupakan salah satu kunci pembangunan berkelanjutan dan pertumbuhan yang berpihak kepada kelompok miskin. Dunia bisnis dapat memberikan kontribusi penting dalam menyediakan akses pendidikan berkualitas. Perusahaan juga dapat memberikan dampak yang kritis terhadap proses pemberdayaan melalui peningkatan standar pengembangan kepemimpinan dan pendidikan dalam perusahaan. Dengan demikian, kemajuan dunia pendidikan memang tidak dapat berjalan sendiri, sehingga perlu ada kerja sama antara perusahaan, masyarakat dan pemerintah, yang dikemas melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR).⁹

Unsur-unsur dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang ada terdiri dari 3 “*bottom line*” diantaranya aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi. Ketiga aspek *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut akan memiliki dampak bagi masyarakat sekitar perusahaan, dimana setiap program yang dijalankan hendaknya mempunyai manfaat bagi masyarakat sekitar sehingga perusahaan dapat menyalurkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) ke dalam tiga aspek tersebut.¹⁰ Di Indonesia, terdapat perusahaan-perusahaan yang telah melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bidang pendidikan, salah satunya yaitu Perusahaan Terbatas Perkebunan Nusantara VI (PTPN VI) yang

⁸Asy’ari Hasan, Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada PT. Newmont, Semarang: Tesis Universitas Diponegoro, 2009, halaman 9

⁹Rury Atmi Mentari, Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Pendidikan, 2013, halaman 2

¹⁰*Ibid*

terletak di Desa Tanjung Lebar Sungai Bahar. PT. Perkebunan Nusantara VI menjalankan konsep bisnis yang tidak hanya mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa memperhatikan kepentingan masyarakat dan lingkungan. Dalam menjalankan aktivitas bisnis, PT. Perkebunan Nusantara VI secara konsisten dan berkelanjutan menjalankan tanggungjawab social sejak tahun 2011 sampai tahun 2023 dalam bentuk kegiatan yang memberikan dampak positif kepada *stakeholders*. Pada Tahun 2019, PT. Perkebunan Nusantara VI telah mengalokasikan dana untuk pelaksanaan Program CSR ini sebesar Rp. 8.969.394.403. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan dapat menjalin keterikatan yang baik dengan masyarakat melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR), sehingga menunjang kelangsungan usaha.

Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas pasal 74 ayat (1) menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam (SDA) wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR). Hal ini mengindikasikan bahwa semua perusahaan pada hakikatnya diwajibkan untuk menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Setiap perusahaan yang memiliki kewajiban untuk menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat berkaitan dengan pendidikan.¹¹

Pemerintah telah mengeluarkan anggaran untuk meningkatkan mutu kualitas pendidikan di Indonesia, namun pada saat ini partisipasi pemerintah dirasa belum menjanjikan bagi seluruh lapisan masyarakat untuk memperoleh pendidikan dengan kualitas yang sama. Hal ini dapat terlihat dari kesenjangan antara

¹¹ *Ibid* halaman 3

pendidikan di kota-kota besar dan didaerah yang belum merata, sehingga dengan adanya bantuan dari perusahaan-perusahaan maka prasarana dalam kegiatan pendidikan dapat ditingkatkan. Biaya pendidikan di Indonesia saat ini sudah tidak dibebankan sepenuhnya kepada masyarakat, namun harus disadari masih terdapat kebutuhan-kebutuhan lain untuk kegiatan pendidikan seperti keperluan akan seragam sekolah, peralatan tulis, transportasi, dan sebagainya yang belum terpenuhi seluruhnya oleh pemerintah. Di sinilah perusahaan harus memberikan kontribusinya yang secara tidak langsung berdampak terhadap peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) di Indonesia.¹²

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Bantuan Dana Pendidikan Bagi Anak Karyawan PT. Perkebunan Nusantara VI Tanjung Lebar Melalui Program *Corporate Social Responsibility* (Csr) Di Tanjung Lebar Kecamatan Sungai Bahar Kabupaten Muaro Jambi”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang penulisan penelitian ini, maka Rumusan Masalah yang akan menjadi pokok bahasan dalam penulisan ini adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan bantuan dana pendidikan bagi anak karyawan PT. Perkebunan Nusantara VI Tanjung Lebar melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Tanjung Lebar Kecamatan Sungai Bahar Kabupaten Muaro Jambi?

¹² *Ibid*

2. Apa saja hambatan-hambatan bantuan dana pendidikan bagi anak karyawan PT. Perkebunan Nusantara VI Tanjung Lebar melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Tanjung Lebar Kecamatan Sungai Bahar Kabupaten Muaro Jambi?

C. Tujuan Penelitian dan Penulisan

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan sesuai masalah yang sudah dirumuskan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pelaksanaan bantuan dana pendidikan bagi anak karyawan PT. Perkebunan Nusantara VI Tanjung Lebar melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Tanjung Lebar Kecamatan Sungai Bahar Kabupaten Muaro Jambi.
- b. Untuk mengetahui hambatan-hambatan bantuan dana pendidikan bagi anak karyawan PT. Perkebunan Nusantara VI Tanjung Lebar melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Tanjung Lebar Kecamatan Sungai Bahar Kabupaten Muaro Jambi.

2. Tujuan Penulisan

- a. Untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Batanghari.
- b. Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai pelaksanaan dan hambatan-hambatan bantuan pendidikan di PT. Perkebunan Nusantara VI melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

D. Kerangka Konseptual

Supaya tidak terjadi kerancuan dalam menjelaskan arti dan dari skripsi ini, maka perlu diberikan penjelasan sebagai berikut:

1. Bantuan

Bantuan sebagai Kata benda help “bantuan” didefinisikan sebagai Bantuan, penyembuhan. Sedangkan sebagai kata kerja help “bantuan” didefinisikan sebagai membuatnya lebih mudah (seseorang), melakukan sesuatu atau memperbaiki (situasi atau masalah). Bantuan Pendidikan adalah pemberian berupa uang/barang/jasa oleh pemangku kepentingan satuan pendidikan di luar peserta didik atau orang tua/walinya, dengan syarat yang disepakati para pihak.¹³

2. Dana

Dana dalam arti sempit adalah berupa kas (uang), karena kas bentuk yang paling mudah untuk menunjukkan nilai ekonomis dan dapat segera dijadikan barang atau jasa. Menurut Syamsuddin, Istilah dana disini bisa diartikan dengan salah satu dari kedua pengertian berikut ini kas ataupun *net working capital*. Kedua hal ini sangat penting bagi perusahaan untuk dapat beroperasi secara efektif. Kas diperlukan untuk membayar rekening, pembelian tunai dan sebagainya.¹⁴

3. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Untung, CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan

¹³ Nurhayati, Sikap dan Intensi Mencari Bantuan Dalam Menghadapi Masalah, Jurnal Penelitian Humaniora, Vol. 18 No.1: 92-100, 2013, halaman 93

¹⁴ Syamsuddin Lukman, Manajemen Keuangan Perusahaan, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2011, halaman 133

dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.¹⁵ Menurut Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007, pasal 74 ayat (1) menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam (SDA) wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR). Dengan demikian perusahaan dapat memberikan perhatian 5 terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Corporate Social Responsibility (CSR) juga didefinisikan *The World Business Council For Sustainable Development (WBCSD)* sebagai komitmen bisnis berkelanjutan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarganya serta masyarakat setempat dan masyarakat luas.¹⁶

4. Pendidikan

Menurut Pasal 1 ayat (1) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya,

¹⁵Untung Hendrik Budi, *Corporate Social Responsibility*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, halaman 1

¹⁶Dyah Ayu Setyaningrum, *Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat (Studi Kasus Pada PT. Apac Inti Corpora, Bawen)*, Universitas Diponegoro, Semarang, 2011, halaman 40

masyarakat, bangsa dan negara. Sejumlah perusahaan menetapkan kebijakan bahwa pendidikan merupakan prioritas *Corporate Social Responsibility* (CSR) mereka. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan-perusahaan di Asia menunjukkan trend demikian.

E. Landasan Teoritis

Agar penulisan ini lebih terarah dan tepat sasaran, maka penulisan perlu menggunakan kerangka teori sebagai landasan utama guna untuk mendapatkan konsep yang tepat dan benar dalam penyusunan skripsi ini. Teori yang digunakan yaitu teori legitimasi dan teori *stakeholder*.

A. Teori Legitimasi / Teori Bantuan

Teori legitimasi (*Legitimacy theory*) berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Legitimacy theory menyatakan bahwa organisasi terus menerus mencoba untuk memastikan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat.¹⁷

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju.¹⁸

Perusahaan biasanya berusaha untuk melegitimasi dan mempertahankan hubungan dalam lingkungan sosial dan politik yang lebih luas di mana

¹⁷ Deegan, Introduction: The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosure – A Theoretical Foundation, *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, Vol.5 No.3: 282-311, 2002, halaman 282

¹⁸ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2011, halaman 30

mereka beroperasi, tanpa legitimasi tersebut, mereka tidak akan bertahan, terlepas dari seberapa baik kinerja finansial mereka.¹⁹ Hal tersebut menjelaskan bahwa perusahaan harus menjaga hubungannya dengan lingkungan dan masyarakat sekitar karena keberlangsungan hidup perusahaan bergantung pada hubungan tersebut.

Deegan menyatakan bahwa legitimasi perusahaan akan diperoleh, jika terdapat kesamaan antara hasil dengan yang diharapkan oleh 10 masyarakat dari perusahaan, sehingga tidak ada tuntutan dari masyarakat. Perusahaan dapat melakukan pengorbanan sosial sebagai refleksi dari perhatian perusahaan terhadap masyarakat.²⁰ Menurut Ghozali dan Chariri, legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.²¹ Hubungan antara individu, organisasi dan masyarakat sering dipandang sebagai "kontrak *social*."

Ghozali dan Chariri, menyatakan bahwa hal yang mendasari teori legitimasi adalah kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Konsep kontrak sosial, yaitu: Semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial, baik eksplisit maupun implisit, dimana kelangsungan hidup pertumbuhannya didasarkan pada hasil akhir yang secara

¹⁹ Lanis, R. and G. Richardson, Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis, *Journal Account. Public Policy*, pp.86-108, 2012, halaman 33

²⁰ Deegan, Introduction: The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosure – A Theoretical Foundation, *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, Vol.5 No.3: 282-311, 2002, halaman 23

²¹ A Chariri dan Imam Ghozali, *Teori Akuntansi*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2007, halaman 40

sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas dan distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan *power* yang dimiliki.²²

Mekanisme *Corporate Social Responsibility* merupakan praktik tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat secara sosial. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang menjelaskan bahwa perusahaan harus melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat.

B. Teori *Stakeholder*

Hal pertama mengenai teori *stakeholder* adalah bahwa *stakeholder* merupakan sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengenai sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk tanggung jawab dan akuntabilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholdernya*.²³

Premis dasar dari teori *stakeholder* adalah bahwa semakin kuat hubungan korporasi, maka akan semakin baik bisnis korporasi. Sebaliknya, semakin buruk hubungan korporasi maka akan semakin sulit. Hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan adalah berdasarkan kepercayaan, rasa hormat, dan kerjasama. Teori *stakeholder* adalah sebuah konsep manajemen strategis, tujuannya adalah untuk membantu korporasi memperkuat hubungan

²² *Ibid*

²³Marzully Nur dan Denies Priantina, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Jurnal Nominal, Vol.1 No.1, 2012, halaman 24

dengan kelompok-kelompok eksternal dan mengembangkan keunggulan kompetitif.²⁴

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Gray, Kouhy dan Adams mengatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholders* sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin *powerful stakeholder*, maka semakin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*.²⁵

Hubungan *stakeholders* dengan perusahaan dideskripsikan sebagai hubungan pertukaran, yaitu kelompok yang memasok suatu kontribusi terhadap perusahaan dan mengharapkan kepentingan mereka juga dipenuhi. Masyarakat umum dipandang sebagai *stakeholder* karena mereka adalah pembayar pajak yang digunakan untuk pembangunan infrastruktur nasional sehingga perusahaan dapat beroperasi. Sebagai timbal baliknya, masyarakat mengharapkan perusahaan dapat meningkatkan kualitas hidup mereka.²⁶

²⁴Totok Mardikanto, CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan), Alfabeta, Bandung, 2014, halaman 68

²⁵Yunus Handoko, Implementasi Social and Environmental Disclosure dalam Perspektif Teoritis, Jurnal JIBEKA, Vol.8 No.2, 2014, halaman 74

²⁶Katiya Nahda dan D.Agus Harjito, Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai perusahaan dengan corporate governance sebagai variabel moderasi, Jurnal Siasat Bisnis, Vol.15 No.1, 2011, halaman 3

C. Teori signal

Teori signal menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan informasi tertentu. Informasi tersebut bisa berupa laporan keuangan, informasi kebijakan perusahaan maupun informasi lain yang dilakukan secara sukarela oleh manajemen perusahaan. Teori signal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan signal-signal kepada pengguna laporan keuangan. Signal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Signal dapat berupa promosi atau informasi lainnya yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lainnya.²⁷ Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis. Informasi yang lengkap, akurat dan tepat waktu sangat dibutuhkan oleh investor dan kreditur sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi dan kredit. Apabila pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar.²⁸ Reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan harga saham pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai signal baik (*good news*) atau signal buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi tersebut sebagai signal baik bagi investor, maka terjadi perubahan harga

²⁷Gerianta Wirawan Yasa, Pemingkatan Obligasi Perdana Sebagai Pemicu Manajemen Laba: Bukti Empiris dari Pasar Modal Indonesia, Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto, 2010, halaman 7

²⁸Arna Suryani dan Eva Herianti, Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Koefisien Respon Laba dan Manajemen Laba, Simposium Nasional Akuntansi XVIII Universitas Sumatera Utara, Medan, 2015, halaman 5

saham, harga saham menjadi naik.

F. Metode Penelitian

1. Tipe Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian yuridis empiris, atau disebut dengan penelitian lapangan yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya dalam masyarakat atau dengan kata lain yaitu suatu penelitian yang dilakukan terhadap keadaan sebenarnya atau keadaan nyata yang terjadi dimasyarakat dengan maksud untuk mengetahui dan menemukan fakta-fakta dan data yang dibutuhkan, setelah data yang dibutuhkan terkumpul kemudian menuju kepada identifikasi masalah yang pada akhirnya menuju pada penyelesaian masalah.²⁹

2. Pendekatan Penelitian

Metode sudut pandang yang digunakan dalam mengkaji objek penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan lebih menitikberatkan pada pencarian data primer yakni data yang didapatkan secara langsung dan data sekunder hanya bersifat lebih menunjang. Maka pendekatan penelitian yang digunakan pada skripsi ini mendasarkan pada metode deskriptif analitis dengan pendekatan *socio legal* dianggap tepat. Penelitian ini lebih bersifat *social legal research* dengan melakukan pendekatan pada permasalahan yang dihadapi yang mempertimbangkan bagaimana pelaksanaan dan kelemahan-kelemahan bantuan dana

²⁹Bambang Waluyo, Penelitian Hukum Dalam Praktik, Sinar Grafika, Jakarta, 2002, halaman 15

pendidikan bagi anak karyawan Perusahaan Terbatas Perkebunan Nusantara VI (PTPN VI) melalui program CSR didesa Tanjung Lebar Sungai Bahar.

3. Sumber data

Sumber data dalam penelitian empiris ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Penyusunan skripsi ini didasarkan pada 2 sumber yaitu:

a. Penelitian lapangan (*field research*)

Setelah melakukan studi literasi yang sesuai dengan penelitian, maka akan dilakukan pula penelitian lapangan agar mendapatkan data-data primer yang berguna untuk mendeskripsikan masalah didalam pembahasan skripsi ini. Data yang diperlukan diperoleh dari hasil wawancara ataupun melihat data-data statistik lokasi penelitian.

b. Penelitian Keperpustakaan (*library research*)

Dilakukan dengan mereview beberapa buku ahli sarjana, ilmuwan, serta dari berbagai aturan undang-undang yang ada relevansi nya dengan pokok bahasa skripsi. Hasil dari mempelajari berbagai buku yakni beberapa hukum dengan hubungannya ada kaitannya dengan penelitian yang dilakukan, agar diambil saripatinya untuk data sekunder, untuk menyusun serta dirumuskan dalam kerangka teori skripsi, Adapun bahan-bahan hukum tersebut antara lain:

1. Bahan hukum primer, yaitu peraturan perundang-undangan yang diberlakukan dalam penyusunan penulisan skripsi yang benar dan baik.

2. Bahan hukum sekunder, yaitu literatur dalam penulisan pada permasalahan yang dihadapi pada sebuah karya ilmiah.
3. Bahan hukum tersier, yaitu beberapa bahan yang memberi informasi mengenai bahan hukum primer serta sekunder, misalnya indeks, kamus hukum serta biografi.

4. Teknik pengumpulan data

Penelitian empiris menekankan pada hasil temuan dilapangan, baik yang diperoleh dengan cara wawancara, daftar pertanyaan maupun berupa studi dokumen yang diperoleh di lapangan.

a. Wawancara

Suatu proses mendapatkan data yang dilakukan dengan tanya jawab secara langsung antara dua atau lebih guna mendapatkan informasinya. Wawancara dilakukan dengan wawancara tidak terpimpin, yakni terjadi tanya jawab yang bebas diantara responden juga pewawancara.³⁰ Pewawancara memakai tujuan sebuah penelitiannya sebagai pedoman atas informasi yang dibutuhkan perolehnya. Proses wawancara dijalankan tidak terpimpin serta hanya menanyakannya berkaitan inti dari permasalahan yang dihadapi.

b. Studi dokumen

Dilakukan pada data sekunder agar mendapati dasar teori yang sebagai tulisan ataupun beberapa ahli yang berpendapat yaitu

³⁰ Ishaq, Metode Penelitian Hukum, Alfabeta, Bandung, 2017, halaman 117

informasi-informasi, dengan berbagai data diperoleh dari penelitian observasi.

5. Analisis Data

Analisis data pada penelitian skripsi ini yaitu analisis kualitatif yang bersifat deduktif. Jadi analisisnya dapat berupa kuantitatif murni atau kuantitatif-kualitatif (gabungan). Dapat pula digabungkan dengan analisis dalam bentuk lain, misalnya perspektif, komperatif dan sebagainya. Berbagai data primer yang diperoleh hasil penelitian lapangan, kemudian dikumpulkan, disusun, di olah, serta diklasifikasikan dalam beberapa bagian tertentu, lalu dianalisis.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan menunjukkan keterkaitan antar bab dalam skripsi yang akan dibuat. Adapun keterkaitan antara bab per bab ialah :

Bab Pertama yaitu pendahuluan, Bab ini merupakan bab yang menjelaskan mengenai latar belakang penulisan proposal skripsi ini yang mana terdiri dari beberapa penjelasan mengenai Latar belakang Masalah, Permasalahan, Tujuan Penelitian dan Penulisan, Kerangka Konseptual, Landasan Teoritis, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

Bab Kedua yaitu Tinjauan Pustaka, Bab ini membahas mengenai pengertian biaya, pengertian biaya pendidikan, komponen biaya pendidikan , dan sumber pendanaan bantuan pendidikan.

Bab Ketiga yaitu Tinjauan Umum, pada bab ini menjelaskan lebih rinci mengenai program CSR yaitu Pengertian CSR, Konsep CSR, Ruang

Lingkup CSR, Manfaat CSR, Prinsip-prinsip CSR, Dimensi CSR, Pengungkapan CSR.

Bab Keempat yaitu Hasil Penelitian Dan Pembahasan, Bab ini merupakan bab yang menjelaskan pelaksanaan bantuan dana pendidikan bagi anak karyawan PT. Perkebunan Nusantara VI Tanjung Lebar melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Tanjung lebar Kecamatan Sungai Bahar Kabupaten Muaro Jambi, dari bab ini juga akan mengetahui kelemahan-kelemahan bantuan dana pendidikan bagi anak karyawan PT. Perkebunan Nusantara VI Tanjung Lebar melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Tanjung Lebar Kecamatan Sungai Bahar Kabupaten Muaro Jambi.

Bab Kelima yaitu Penutup, Bab ini terdiri dari sub bab kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan pernyataan singkat berkaitan dengan hasil pembahasan untuk menjawab permasalahan penelitian.