

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sebuah konsep yang berkembang pesat di negara-negara maju, yang menekankan pentingnya peran perusahaan dalam memberikan kontribusi kepada masyarakat dan lingkungan, terutama terkait dengan peran aktif dan akuntabilitas perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Artinya suatu perusahaan tidak hanya bertujuan mengejar keuntungan saja, namun juga berperan aktif dan bertanggung jawab dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar tempat perusahaan beroperasi. Perkembangan industri yang semakin pesat tentunya melibatkan berbagai macam perusahaan di dalamnya. Perkembangan ini akan sangat mempengaruhi lingkungan sekitar, bahkan berdampak global. Fakta menunjukkan bahwa industri di dunia telah mempengaruhi tatanan global yang dihadapkan pada berbagai permasalahan seperti perubahan iklim atau perubahan cuaca yang tidak menentu dan gejala pemanasan global. Oleh karena itu, konsep tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu solusi untuk menyelesaikan berbagai permasalahan yang diakibatkan oleh kehadiran industri (perusahaan).

Komitmen perusahaan dalam mendorong pembangunan berkelanjutan diwujudkan dalam program tanggung jawab sosialnya. Di sisi lain, masyarakat bertanya-tanya apakah industri yang berorientasi pada keuntungan dapat

memaksimalkan keuntungan bagi masyarakat mengingat seiring berjalannya waktu, masyarakat meminta agar dunia usaha tidak hanya menyediakan barang dan jasa tetapi juga bertindak secara bertanggung jawab terhadapnya. Perusahaan dapat meningkatkan reputasinya melalui tanggung jawab sosial perusahaan, yang mencakup penguatan posisi merek perusahaan, industri tempat perusahaan bersaing, persepsi perusahaan dan pemegang sahamnya. Hal inilah yang melatar belakangi lahirnya berbagai program tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh dunia usaha, yang mendorong mereka untuk bersaing dalam hal kapabilitas (kompetensi, kecerdasan, talenta, dan lain sebagainya).

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen sektor bisnis terhadap pengembangan masyarakat melalui program filantropi, investasi sosial, dan inisiatif pengembangan bisnis. Setiap aktivitas bisnis berhutang budi kepada para pemangku kepentingannya, seperti lingkungan dimana aktivitas tersebut beroperasi dan komitmen jangka panjang komunitas bisnis untuk bekerja sama dalam kebijakan publik. Komitmen perusahaan dapat berupa kewajibannya terhadap lingkungan hidup (Sutignya dkk., 2022). Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan landasan etika bisnis, dimana suatu korporasi tidak hanya berkepentingan (*stakeholder*) saja dan tidak dapat dilepaskan dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak dapat hidup, berjalan, bertahan, dan menghasilkan uang tanpa bantuan dari berbagai pihak. Tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pemangku kepentingan secara lebih umum dan bukan hanya kepentingannya sendiri (Mardi dkk., 2019). Filosofi tanggung jawab sosial perusahaan John Elkington, khususnya pendekatan *Triple*

Bottom Line dalam menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan pada sebuah bisnis, yang menyatakan bahwa sebuah bisnis harus fokus pada *profit, people*, dan *planet* jika ingin tumbuh secara berkelanjutan. Hubungan antara perlindungan lingkungan dan sumber daya alam, pendapatan usaha, dan menjaga hubungan dengan pemangku kepentingan atau masyarakat lokal.

Kewajiban yang timbul karena mematuhi undang-undang dan peraturan terkait erat kaitannya dengan peraturan hukum. Pembeneran moral atas gagasan tanggung jawab sosial perusahaan sangat penting bagi dunia usaha. Tanpa dukungan masyarakat, tidak ada bisnis yang bisa berkembang. Mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan bagi dunia usaha dan masyarakat adalah tujuan dari inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan. Keberlanjutan ekonomi dipengaruhi oleh kewajiban perusahaan terhadap masyarakat, bangsa, dan komunitas global di samping tanggung jawab sosialnya. Dalam islam tidak ada tempat bagi orang yang kikir. Jangankan bagi orang kaya dan hidup berkecukupan, terhadap orang dalam konteks hidup hanya cukup untuk makan saja berperilaku saling berbagi sangat dianjurkan. Dalam surat Al-Imran ditegaskan bahwa surga disediakan bagi orang-orang yang menafkahkan hartanya dalam keadaan lapang maupun sempit, yang berbunyi:

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكُظُمِينَ الْغَيْظِ وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ ۗ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “Orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan.” (QS. Al-Imran: 134).

Dengan kata lain menjadi orang kaya bukanlah satu-satunya prasyarat untuk bersedekah, seseorang juga harus berada dalam keadaan biasa-biasa saja atau bahkan miskin agar hal itu diperlukan. Oleh karena itu dalam konteks bisnis memperoleh keuntungan besar atau menghadapi kesulitan akibat krisis tidak menghalangi suatu korporasi untuk memenuhi kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, selain itu juga memberikan manfaat bagi perusahaan itu sendiri, baik untuk menjaga kelangsungan produksi maupun untuk tujuan membangun legitimasi sosial. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan pada awalnya hanya dimaksudkan untuk mengatasi dampak negatif dari kegiatan industrialisasi, namun kini cakupannya semakin diperluas hingga ke pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat ini merupakan kemajuan yang luar biasa, namun faktanya di Indonesia konsep tanggung jawab sosial perusahaan seperti ini masih sebatas wacana saja. Masih sedikit sekali perusahaan yang mempraktekkan konsep ini, padahal jika tanggung jawab sosial perusahaan dijalankan secara konsisten maka akan memberikan manfaat yang sangat besar terutama bagi masyarakat yang selama ini cenderung dirugikan dengan kehadiran perusahaan di lingkungannya.

Salah satu penyebab rendahnya pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia adalah anggapan bahwa perusahaan telah memenuhi kewajibannya dalam membayar pajak, yang akan digunakan pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan

hidup, sehingga tanggung jawab untuk meningkatkan kehidupan bermasyarakat bukan merupakan tanggung jawab perusahaan, tapi itu sepenuhnya menjadi kewajiban pemerintah. Tanggung jawab sosial perusahaan dianggap sebagai alasan untuk menutupi ketidakmampuan pemerintah dalam menjalankan kewajibannya meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan. Anggapan seperti ini tidak dapat diterima, karena meskipun perusahaan telah membayar pajak, namun perusahaan tidak dapat mengelak dari tanggung jawab terhadap permasalahan sosial lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan.

Terlepas dari perdebatan mengenai pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan, setiap perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di Indonesia harus mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat. Upaya tersebut harus dilihat dari penerapan prinsip demokrasi ekonomi, efisiensi, keberlanjutan, dan berwawasan lingkungan. Jika konsep ini dikaitkan dengan pengertian tanggung jawab sosial perusahaan, sebenarnya tidak ada alasan bagi pengusaha atau perusahaan untuk tidak melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dalam kegiatan usahanya, karena tanggung jawab sosial perusahaan sudah menjadi amanah konstitusi.

Di Indonesia sudah terdapat landasan hukum yang mengatur tanggung jawab sosial yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam pasal 74 ayat 1 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan memberikan kerangka hukum untuk melaksanakan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia. Ketentuan tersebut menyatakan sebagai berikut: “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau

berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan biaya yang telah dianggarkan dan diperhitungkan dengan memperhatikan keputusan dan kewajaran sebagai perwujudan keikutsertaan dalam pembangunan nasional”.

Tujuan Undang-Undang Nomor 40 Pasal 74 Tahun 2007 adalah untuk menjamin agar seluruh perusahaan menyadari perlunya melaporkan tindakan tanggung jawab sosial perusahaannya untuk kepentingan pemangku kepentingan, guna memudahkan pengembangan yang tepat. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 yang mengatur penanaman modal adalah peraturan lain yang mengatur tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Sebagaimana diatur dalam Pasal 15(b) “setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”.

Meskipun peraturan ini sudah ada, dunia usaha tidak diwajibkan untuk menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan karena tidak jelas sanksi apa yang akan dikenakan kepada perusahaan yang memilih untuk tidak menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan (Herman, 2020). Industri memiliki tanggung jawab sosial perusahaan karena mereka berbadan hukum. Faktanya, sejumlah perusahaan terus melakukan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan yang bersifat sukarela. Pada tahun 2007, survei harian Kompas meneliti pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia dan menemukan bahwa hanya sekitar 30% dari seluruh aktivitas operasional perusahaan yang mencakup tanggung jawab sosial perusahaan, dan aktivitasnya sendiri terutama berpusat pada amal,

kemurahan hati, dan kebaikan untuk membantu mereka yang terkena dampak bencana.

Bentuk kendala penerapan tanggung jawab sosial di Indonesia yaitu masih banyak ditemukan di lapangan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial adalah masalah biaya, sumber daya manusia yang kompeten, distribusi kegiatan serta penentuan target, bentuk kegiatan, masalah perizinan dan regulasi, kurangnya kemitraan, sosialisasi kegiatan, pemahaman mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosial. Fenomena kasus-kasus yang terjadi menimbulkan adanya tuntutan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat lingkungan hidup dan tempat dimana perusahaan beroperasi. Perusahaan tidak boleh mengabaikan hak-hak masyarakat sekitar, seperti hak untuk hidup nyaman tanpa terganggu oleh kebisingan yang timbul dari aktivitas perusahaan, hak untuk menikmati udara dan lingkungan yang bersih dan sehat, bahkan perlunya memperhatikan kebutuhan masyarakat. masyarakat sekitar. Dalam beberapa tahun terakhir, tanggung jawab sosial perusahaan semakin penting sebagai topik pembicaraan di forum bisnis internasional.

Tabel 1. 1
Perusahaan Peraih CSR Award 2023 B-Universe

No	Bidang	Perusahaan
1	Sektor keuangan	PT Bank Rakyat Indonesia
		PT Bank Central Asia
		PT Bank Negara Indonesia
2	Inisiatif CSR sosial	PT Bank DKI
		PT Bank Tabungan Negara
		PT Permodalan Nasional Madani
3	Inisiatif CSR ekonomi	PT Bank Rakyat Indonesia
		PT Telkom Indonesia
		PT ACE Hardware Indonesia
4	Inisiatif CSR lingkungan	PT Astra International
5	Infrastruktur	PT Telkomsel
		PT Link Net

Sumber: beritasatu

Dengan adanya B-Universe CSR Award 2023 dapat memberikan motivasi dan inspirasi kepada perusahaan-perusahaan di luar sana, untuk tetap membantu masyarakat, dan tetap semangat berjuang menghadapi ketidakpastian ekonomi. Tanggung jawab sosial saat ini sangat populer dan menjadi kegiatan yang sering dilakukan di perusahaan. Oleh karena itu, berbagai perusahaan di Indonesia mengungkapkan tanggung jawab sosial sebagai motivasi pencapaian bisnis di lingkungan sekitar perusahaan. Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan bukanlah sebuah biaya sosial melainkan sebuah tempat untuk investasi sosial. Kegiatan ini tidak hanya dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar, namun dapat bermanfaat di masa depan bagi perusahaan itu sendiri. Tanggung jawab sosial pada dasarnya dapat diterapkan di setiap perusahaan. Namun tantangan yang dihadapi suatu perusahaan berbeda dengan tantangan yang dihadapi perusahaan lain. Selama ini pelaksanaan tanggung jawab sosial hanya diperuntukkan bagi perusahaan besar saja melainkan juga untuk perusahaan kecil dan menengah juga memberikan dampak negatif maupun positif bagi masyarakat.

Salah satu perusahaan yang menarik untuk diteliti adalah industri kreatif animasi. Industri kreatif animasi merupakan industri yang bersumber dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan karya animasi yang pada gilirannya dapat menghasilkan kesejahteraan dan lapangan kerja dengan menggali kreativitas dan daya cipta individu. Hal ini dapat diartikan sebagai kumpulan kegiatan yang berkaitan dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi yang menghasilkan karya animasi. Di Indonesia industri kreatif cukup berperan dalam pembangunan ekonomi nasional khususnya

dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi di daerah Sleman, Yogyakarta. Yogyakarta khususnya daerah Sleman yang merupakan kota pendidikan dan kota budaya memiliki potensi sumber daya manusia kreatif yang cukup besar, terbukti dengan banyaknya sekolah kejuruan maupun perguruan tinggi yang membuka jurusan animasi. dan masih banyak lagi studio animasi berskala kecil yang menghasilkan film animasi lokal maupun mendukung produksi animasi.

Tabel 1. 2
Daftar Studio Animasi Sleman

No	Nama Studio	Alamat	Hasil Karya	SDM
1.	MSV Picture Studio	Kampus Amikom	Battle of Surabaya, Ajisaka dan serial Abdan	190
2.	Animars Studio	Kampus STIM YKPN	Serial Animasi Islami	20
3.	Animuvi Studio (Cleomotion)	Waras 01/31 Sariharjo Ngaglik Sleman	Serial Borobudur, Gojek Bantul, Kereta api	15
4.	Does University	Munggur Sidoarum, Godean	Belum ada	110
5.	Funymation Studio	Jatirejo 55c.07/21 Sendang adi, Mlati, Sleman	Planet Saga (MLY), Secret of the swamp (SIN), Keluarga Parle, J-Twon (NET), Kuukuu Harajuku (AUS)	32
6.	Jogja Multimedia	Jl. Magelang Km. 7,5 Mlati, Sleman	Animasi Interaktif	10
7.	SIC	Jl. Kaliurang Km 9,5	Animasi Interakti	20
8.	Studio Polisen	Kampus Polisen	Animasi Game	30
9.	Otaku Studio	Nandan no. 2 Pogung Lor	Animasi Game	6
10.	Kasatmata Studio	Gamping Tengah RT01/RW15 Ambarketawang, Sleman	Loud Me Loud, Homeland, Heru Sow, Aditya dan Putri Matahari dan beberapa scene Si Unyil, dll	16

Sumber: Profile Industri Kreatif Sleman

Kementerian Perindustrian dalam forum Komunikasi Penguatan Kelembagaan Telematika di Yogyakarta telah menetapkan Yogyakarta sebagai salah satu kota embrio pusat industri kreatif animasi di Indonesia selain Bali, Jakarta, Semarang dan Pacitan. Yogyakarta memiliki sumber daya manusia kreatif dalam bidang industri kreatif animasi yang cukup banyak dan mempunyai

pengalaman yang cukup lama, sehingga perlu dikembangkan menjadi pusat industri kreatif animasi. Kemenperin telah berkoordinasi dengan Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta untuk merencanakan pembangunan bersama di bidang industri kreatif tersebut. Namun industri kreatif animasi ini belum banyak tersentuh oleh campur tangan pemerintah dalam mengembangkan ekonomi kreatif ini.

Hal ini dikarenakan pemerintah belum menjadikan sebagai sumber pendapatan negara yang utama seperti sektor manufaktur, agrobisnis maupun sektor fiscal. Untuk itu perlu dilakukan tinjauan tentang bagaimana profil industri kreatif animasi di Sleman Yogyakarta, sebab sampai sejauh ini belum ada gambaran yang jelas tentang profil industri animasi di Sleman, Yogyakarta yang dapat dijadikan dasar untuk melakukan analisis pembuatan kebijakan atau pengambilan keputusan bagi pertumbuhan ekonomi kreatif di Sleman, Yogyakarta. Untuk itu perlu adanya tinjauan profil industri kreatif animasi tersebut. Yogyakarta khususnya daerah Sleman yang merupakan kota pendidikan dan kota budaya memiliki potensi sumber daya manusia kreatif yang cukup besar, terbukti dengan banyaknya sekolah kejuruan maupun perguruan tinggi yang membuka jurusan animasi. dan masih banyak lagi studio animasi berskala kecil yang menghasilkan film animasi lokal maupun mendukung produksi animasi.

Pada penelitian ini peneliti mengambil lokasi penelitian di Funymation Studio Animasi Sleman. Studio tersebut memerlukan tenaga kerja dalam bidang animasi setiap tahunnya. Tenaga kerja tersebut bisa terpenuhi dengan program tanggung jawab sosial dalam bentuk penerimaan pkl , magang, menjadi guru tamu, dan diklat animasi yang diselenggarakan oleh Funymation Studio. Program tersebut

gratis tanpa dipungut biaya sama sekali bagi yang berminat belajar dalam bidang animasi. Funymation melakukan program tanggung jawab sosial tersebut karena kalau hanya mengandalkan sekolah/kampus saja tidak cukup, maka dari itu Funymation Studio harus ikut turun secara langsung untuk menyiapkan sumber daya manusia yang berkualitas dalam bidang animasi.

Berdasarkan definisi tersebut, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan respon baik perusahaan terhadap pemangku kepentingan melalui komitmen atau program kegiatan sebagai bentuk tanggung jawab berkelanjutan terhadap lingkungan. Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, hasil penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi tanggung jawab sosial masih sangat terbatas. Penelitian tanggung jawab sosial ditemukan lebih fokus menganalisis keberhasilan program pemberdayaan masyarakat miskin. Keterbatasan ini membuka peluang untuk melakukan penelitian yang menganalisis faktor yang mempengaruhi keberhasilan tanggung jawab sosial perusahaan (Sutignya *et al.*, 2022).

Tanggung jawab sosial perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti citra perusahaan, tata kelola perusahaan, dan kinerja lingkungan. Penelitian tentang faktor yang mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan sebelumnya juga dilakukan oleh Siddiqui *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa variabel tata kelola perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutignya *et al.* (2022) variabel tata kelola perusahaan tidak berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sarra & Alamsyah (2021) yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan sedangkan menurut Handayani & Maharani (2021) bahwa kinerja lingkungan tidak berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Sarra & Alamsyah (2021) menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Karena adanya ketidakkonsistenan hasil dari penelitian sebelumnya dan juga untuk mempertegas hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti ingin meneliti kembali apakah citra perusahaan, tata kelola perusahaan, dan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan latar belakang diatas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Faktor Yang Mempengaruhi Tanggung Jawab Sosial Pada Industri Kreatif Animasi”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari latar belakang yang telah disebutkan sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap tanggung jawab sosial pada industri kreatif animasi?
2. Bagaimana pengaruh tata kelola perusahaan terhadap tanggung jawab sosial pada industri kreatif animasi?
3. Bagaimana pengaruh kinerja lingkungan terhadap tanggung jawab sosial pada industri kreatif animasi?

C. Tujuan Penelitian

Keingintahuan adalah titik awal dari setiap proyek studi. Tujuan peneliti melakukan penelitian dapat dipahami dari rasa ingin tahu ini. Peneliti dapat dengan cepat memastikan prosedur pertama yang diperlukan untuk melakukan penelitian apabila mempunyai tujuan penelitian. Adapun yang menjadi tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap tanggung jawab sosial pada industri kreatif animasi.
2. Untuk menganalisis pengaruh tata kelola perusahaan terhadap tanggung jawab sosial pada industri kreatif animasi.
3. Untuk menganalisis pengaruh kinerja lingkungan terhadap tanggung jawab sosial pada industri kreatif animasi.

D. Batasan Masalah

Dari masalah-masalah yang diurai di dalam identifikasi masalah, peneliti mengambil batasan masalah mengenai faktor yang mempengaruhi tanggung jawab sosial pada industri kreatif animasi.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penerapan keunggulan teoritis dan akademis yang terkait dengan kontribusi spesifik yang dibuat oleh penelitian terhadap teori, sains, dan akademisi.

- a. Meningkatkan dan memperluas teori-teori akademis saat ini, khususnya yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat, keberlanjutan suatu perusahaan.

- b. Memperluas ilmu yang diperoleh dari perkuliahan di bidang perilaku organisasi yang meliputi kesejahteraan sosial, pengembangan masyarakat, dan strategi organisasi.

2. Secara Praktis

Kontribusi praktis yang dapat diberikan oleh penelitian terhadap subjek penelitian, baik individu, kelompok, atau organisasi, dikenal sebagai penggunaan pragmatis atau praktis.

- a. Dapat memberikan saran, informasi, dan pertimbangan kepada dunia usaha dalam melaksanakan program tanggung jawab sosial dan kegiatan sebagai bagian dari kewajibannya kepada masyarakat, sehingga dapat membina hubungan baik antara kedua belah pihak, yaitu perusahaan dengan masyarakat.
- b. Diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya yang ingin meneliti tentang tanggung jawab sosial perusahaan.