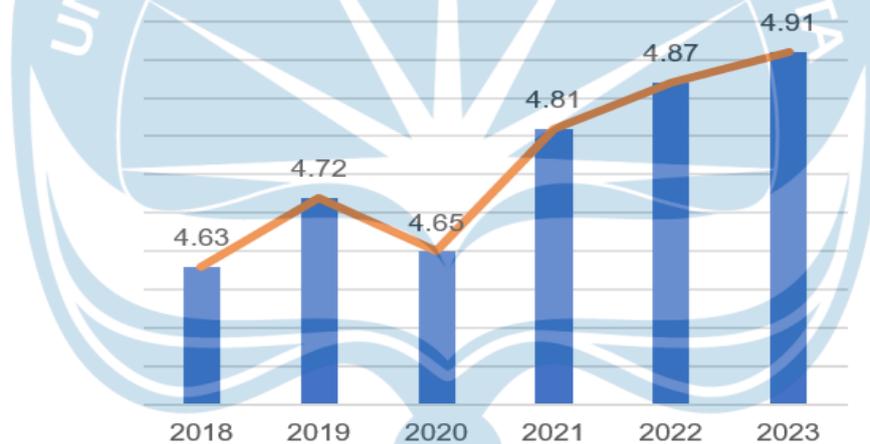


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingkat persaingan usaha di Indonesia pada tahun 2023 mengalami peningkatan yang cukup signifikan sejak melandanya pandemi COVID 19 di tahun 2020. Tercatat di tahun 2023, Indeks Persaingan Usaha (IPU) sebesar 4,91% (KPPU, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat persaingan usaha di Indonesia berada di level yang sedikit tinggi sehingga dapat menunjukkan kinerja daya persaingan mengalami peningkatan.



Gambar 1. 1
Tren Indeks Persaingan Usaha Indonesia 2018-2023

Tingkat persaingan usaha yang tinggi menunjukkan bahwa setiap perusahaan berlomba-lomba dalam memperluas pasar agar mencapai pemaksimalan laba. Secara umum, perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya berhubungan dengan banyak pihak-pihak luar seperti investor, masyarakat, dan pemerintah. Dalam memenuhi harapan pihak tersebut, maka perusahaan tidak bisa hanya berorientasi untuk memperoleh laba saja, tapi

perusahaan juga diharapkan dapat bertanggung jawab dengan berkontribusi secara langsung ke masyarakat melalui kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Penerapan kewajiban CSR di Indonesia diatur dalam PP Nomor 47 Tahun 2012 dalam Pasal 3 yang menyatakan tanggung jawab sosial dan lingkungan menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang. Pelaksanaan CSR di Indonesia sendiri terus meningkat, terlihat dalam penyelenggaraan Top CSR Awards 2023 (TopBusiness, 2023). Acara penghargaan dengan tema “*CSR Innovation Programs for Sustainable Business Growth*” bertujuan untuk mendorong peningkatan efektivitas dan kualitas program CSR di Indonesia. Top CSR Awards selalu diikuti oleh ratusan perusahaan tiap tahunnya. Tercatat pada tahun 2023, jumlah perusahaan yang mengikuti acara ini meningkat 10% dibandingkan dengan tahun lalu yang hanya sebanyak 145 perusahaan. Pada tahun 2024, Top CSR Awards akan diselenggarakan pada Mei 2024 dengan tema “*CSR & ESG Innovation Programs for Sustainable Business Growth*” (TopBusiness, 2024).

Acara penghargaan tersebut menunjukkan kepedulian perusahaan di Indonesia yang ingin belajar agar program CSR dapat lebih tepat tersalurkan pada masyarakat dan bermanfaat. Melalui CSR, perusahaan secara tidak langsung dapat mengurangi dampak lingkungan, meningkatkan efisiensi, meningkatkan reputasi perusahaan, meningkatkan kepatuhan pada lingkungan dan keberlanjutan, serta meningkatkan kinerja keuangan perusahaan karena perusahaan dapat mengurangi biaya operasional melalui penghematan energi atau mengurangi biaya pengelolaan limbah.

Di sisi lain, menurut Andraina (2022), intensitas program CSR di Indonesia masih banyak yang belum mencapai tujuan dan sasaran karena tindakan penyelewengan dan ketidakperhatian perusahaan. Padahal program CSR yang tepat sasaran dapat memberikan *feedback* citra positif yang perusahaan harapkan, sehingga membuat reputasi perusahaan meningkat. Hal ini akan membuat produk-produk perusahaan akan diterima baik oleh masyarakat sehingga membuat permintaan produk di perusahaan akan meningkat. Semakin banyaknya permintaan dari masyarakat membuat kebutuhan produksi meningkat sehingga permintaan akan bahan baku juga mengalami peningkatan kepada *supplier*.

Bank for International Settlement melaporkan setidaknya dua per tiga perdagangan global terjadi atas pemberian *trade credit* (Dong & Liu, 2022). *Trade credit* memberikan kesempatan perusahaan untuk menunda pembayaran kepada *supplier* atas pembelian barang atau jasa. *Trade credit* merupakan salah satu pendanaan yang paling penting dalam perusahaan. Namun, untuk mendapatkan *trade credit* tidaklah mudah apalagi dalam jumlah besar, setidaknya harus ada jaminan agar *supplier* memiliki kepercayaan atas mampu atau tidaknya perusahaan mengembalikan pinjaman dalam jumlah dan waktu yang sudah ditetapkan.

CSR yang dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan dan/atau *sustainability report* memiliki tujuan untuk mengurangi perilaku oportunistik perusahaan seperti korupsi dan penipuan perusahaan, serta menjadi bukti komitmen perusahaan dalam pembangunan ekonomi dan sosial. Tetapi selain itu, pelaporan CSR juga dapat menjadi bagian atas pertimbangan *supplier* untuk memberikan penilaian atas kesanggupan pembayaran *trade credit*. Melalui jumlah biaya CSR

yang dikeluarkan perusahaan, *supplier* dapat menentukan seberapa besar *trade credit* yang diberikan ke perusahaan dan kesanggupan perusahaan dalam mengembalikan kredit (Ma *et al.*, 2022). Perusahaan dengan tanggung jawab yang tinggi dan reputasi yang baik lebih diyakini bisa memenuhi komitmennya untuk membayar kredit, sehingga terhindar dari kemungkinan terlambatnya pembayaran atau penolakan untuk membayar.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dong & Liu (2022) mendapatkan hasil bahwa CSR *disclosure* berpengaruh positif terhadap pemberian *trade credit* dalam periode kontraksi moneter. Penelitian tersebut menggunakan data perusahaan yang terdapat dalam *Compustat* yang merupakan database informasi pasar Amerika Serikat. Sementara itu pada penelitian yang dilakukan oleh Nguyen & Nguyen (2021) di perusahaan China tentang pengaruh CSR terhadap pemberian *trade credit* dan piutang usaha menemukan hasil bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap pemberian *trade credit*.

Penelitian Dong & Liu (2022) yang melakukan penelitian pada perusahaan di Amerika Serikat dan penelitian Nguyen & Nguyen (2021) yang melakukan penelitian pada perusahaan di China mendorong peneliti untuk melakukan penelitian pengaruh CSR *intensity* terhadap *trade credit* di Indonesia yang belum banyak dilakukan.

Pengukuran CSR *intensity* pada penelitian ini menggunakan perbandingan pengungkapan biaya CSR terhadap laba operasi tahun sebelumnya. Biaya CSR yang tinggi menggambarkan bahwa perusahaan bisa mengatasi kondisi keterpurukan ekonomi. Dengan banyak melakukan kegiatan CSR maka reputasi

perusahaan juga akan menjadi lebih baik sehingga produk-produk perusahaan dapat lebih diterima oleh masyarakat. Sehingga berdampak pada laba penjualan yang meningkat dan kemampuan membayar kredit utang juga lebih terjamin.

Dari fenomena yang ada serta ditemukannya inkonsistensi hasil penelitian-penelitian terdahulu terkait pengaruh CSR *intensity* terhadap *trade credit*, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility Intensity* Terhadap *Trade Credit*”

1.2 Rumusan Masalah

Perusahaan memperoleh sumber pendanaan untuk menjalankan kegiatan operasional salah satunya dengan pemberian *trade credit* oleh *supplier*. Dalam pemberian *trade credit*, *supplier* membutuhkan jaminan supaya tidak merugi akibat gagal bayar perusahaan, yaitu salah satunya dengan CSR. Biaya CSR dianggarkan perusahaan berdasarkan laba operasi yang dihasilkan pada tahun sebelumnya. *Supplier* dapat menilai kemampuan perusahaan untuk melunasi utang dari jumlah biaya yang dikeluarkan untuk CSR. Semakin tinggi biaya yang dikeluarkan untuk CSR menunjukkan bahwa perusahaan memiliki laba yang cukup untuk proses keberlanjutan perusahaan. Sehingga reputasi perusahaan juga akan dianggap baik oleh masyarakat dan produk dari perusahaan akan dapat diterima dengan baik pula, hal ini berakibat pada peningkatan penjualan dan laba. Dan jika laba penjualan meningkat maka perusahaan dapat membayar utang ke *supplier*-nya. Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: Apakah CSR *intensity* berpengaruh terhadap *trade credit*?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh CSR *intensity* terhadap pemberian *trade credit* pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2022.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kontribusi Teori

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi penunjang pengetahuan bagi para pembaca mengenai *trade credit* karena mengingat belum banyak penelitian yang membahas mengenai hubungan CSR dan *trade credit* di Indonesia.

2. Kontribusi Praktik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi tambahan ke perusahaan dan *supplier* mengenai hubungan CSR terhadap pemberian *trade credit*.