

BAB 1

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Keterlibatan perusahaan dalam tanggung jawab social perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan suatu kewajiban. Hal tersebut dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha agar lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya dan tidak berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidupnya. Kegiatan CSR tersebut berlandaskan peraturan hukum yakni pasal 74 Undang- Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) pada 20 Juli 2007, peraturan telah disahkan oleh DPR yang berbunyi: “ Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan tanggung jawab social dan lingkungan”.Sehubungan dengan hal itu, perusahaan diharapkan tidak hanya fokus untuk meningkatkan laba melainkan harus memerhatikan ketersediaan sumber daya alam dan kondisi sosial masyarakat yang ada di sekitar.

Pelaksanaan program CSR tidak semata- mata hanya melakukan kegiatan tanpa membuat suatu pelaporan. Pelaporan CSR yang dilakukan perusahaan kepada *stakeholders* harus dilaporkan sebagai bagian integral dalam system pelaporan keuangan perusahaan. *Stakeholders* perusahaan yang terdiri atas berbagai pihak, yaitu; pemegang saham, pemerintah, pelanggan, karyawan perusahaan, dan masyarakat umum. Pemegang saham menginginkan agar investasi yang ditanamkannya berkembang, pemerintah berkeinginan agar perusahaan mengikuti aturan yang telah ditetapkan, masyarakat umum menginginkan perusahaan mampu memberikan kesejahteraan bagi masyarakat di sekitarnya, dan perusahaan mampu melakukan proses produksi yang ramah lingkungan. Pelaporan yang menyertakan informasi CSR sebagai *triple bottom line reporting*, yaitu pelaporan yang menyajikan informasi tentang kinerja ekonomi (*profit*), lingkungan (*planet*), dan social (*people*) dari suatu perusahaan.

Pelaporan tersebut dapat dicantumkan kedalam laporan tahunan perusahaan atau yang biasa disebut *annual report*.

Kegiatan CSR oleh sebuah perusahaan memberikan banyak manfaat diantaranya adalah mempertahankan dan mendongkrak *brand image* perusahaan. Perusahaan yang memiliki reputasi yang bagus, memiliki peluang investasi yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan- perusahaan yang tidak memilikinya. Meskipun mengorbankan sejumlah biaya yang besar untuk pendanaan CSR, kontribusi positif perusahaan dalam kegiatan social dapat mendongkrak citra positif perusahaan. Oleh sebab itu, hal ini merupakan investasi social yang bersifat jangka panjang dan dapat menguntungkan perusahaan di masa depan serta pelaksanaan CSR dapat membentuk, menciptakan dan memperkuat pencitraan perusahaan (Dessy Novia:2017).

Perusahaan yang memiliki citra baik, pasti memiliki produk dan jasa yang selalu diingat oleh masyarakat. Dengan adanya citra baik yang dimiliki perusahaan, timbul rasa suka dan kepercayaan dari konsumen. Menurut Novia (2017), perusahaan yang menerapkan CSR secara tidak langsung akan memberikan manfaat, dimana produk perusahaan akan semakin banyak disukai konsumen dan perusahaan juga semakin diminati para investor. Perusahaan- perusahaan seperti itulah yang memiliki *intangibile assets* yang lebih prospektif dimasa depan. Dalam buku yang berjudul "Strategy MAPS"(2003), Kaplan dan Norton menyatakan bahwa lebih dari 80 persen nilai pasar ekuitas perusahaan digerakkan oleh *intangibile assets*. Karena itu, Kaplan dan Norton (2004) menyarankan agar korporasi melakukan upaya- upaya konkret untuk meningkatkan *intangibile assets*- nya. (dalam Lako:2011).

Semenjak tahun 2000-an, *Frontier Consulting Group* dan *Bloomberg Business Week* telah memberikan penghargaan citra perusahaan kepada perusahaan yang dianggap telah memenuhi kriteria sebagai perusahaan yang mempunyai citra terbaik dikategori industri. Penghargaan citra

perusahaan diberikan atas dasar survei kepada empat kelompok responden yaitu, management, investor, jurnalis, dan masyarakat.

Dimensi pengukuran dari citra perusahaan adalah kualitas, performa, tanggung jawab dan ketertarikan kepada perusahaan, yang mana keempat dimensi pengukuran tersebut disebut pula indeks citra perusahaan (*corporate image index/ CII*). Bobot skor CII dari setiap kelompok responden terdiri dari management sebesar 50%, investor sebesar 20%, jurnalis sebesar 20% dan masyarakat sebesar 10%. Perusahaan yang memiliki skor CII lebih besar dari rata-rata industri dan termasuk dua besar dalam setiap kategorinya termasuk perusahaan yang mendapatkan penghargaan citra perusahaan

Melalui penghargaan citra perusahaan, telah menggambarkan keseluruhan penilaian responden terhadap perusahaan tertentu sehingga dapat menjadi objek penelitian yang menarik untuk diteliti. Perusahaan yang memenangkan penghargaan ini dapat menunjukkan kualitasnya dalam berbagai indikator yang ada. Semua indikator yang ada memang sangat penting, namun dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada citra perusahaan yang dipengaruhi oleh CSR yang diungkapkan dalam penerbitan laporan tahunan. Perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) dapat memberikan banyak informasi penting tentang sebuah perusahaan. Informasi-informasi tersebut dapat menjadi alat bagi pemegang saham untuk memberikan keputusan. Namun, pada kenyataannya masih terdapat perusahaan yang belum menerbitkan laporan tahunan, baik dalam bentuk fisik maupun di situs web perusahaan secara konsisten.

Berdasarkan hal yang tersebut maka penelitian ini berjudul; “Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Citra Perusahaan sebagai Variabel Intervening bagi Perusahaan Pemenang *Corporate Image Award* pada tahun 2015- 2017.”

1.2 Rumusan Masalah

Atas dasar uraian tersebut permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh CSR terhadap citra perusahaan?
2. Apakah terdapat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah citra perusahaan dapat memediasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh CSR terhadap citra perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis citra perusahaan dapat memediasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan
 - Dengan adanya penelitian ini, diharapkan perusahaan dapat melaksanakan CSR sesuai dengan prosedur dan ketentuan hukum yang ada.
 - Bagi perusahaan yang sudah melakukan program CSR, tidak menjadikan citra/ image yang baik dan nilai perusahaan sebagai tujuan utama, melainkan fokus untuk melakukan pemberdayaan bagi masyarakat berdasarkan ketentuan CSR.

- Perusahaan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban social perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat.
- Bagi perusahaan yang belum menerbitkan laporan keberlanjutan dan laporan tahunan dapat menyadari pentingnya pengungkapan pada laporan tersebut sebagai pertanggungjawaban kepada *shareholder* dan *stakeholder*.

2. Bagi Pemerintah

- Manfaat penelitian ini bagi pemerintah adalah supaya pemerintah dapat mengetahui kepedulian perusahaan yang ada di Indonesia terhadap lingkungan dan masyarakatnya.
- Sebagai bahan pertimbangan untuk menertibkan kembali CSR bagi perusahaan di Indonesia dengan menerbitkan regulasi hukum yang jelas sesuai dengan perkembangan zaman.
- Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah jikalau terdapat kerjasama dengan perusahaan- perusahaan yang ada di Indonesia.

3. Bagi Investor:

Penelitian ini dapat menjadi dasar pertimbangan bagi investor dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan yang memiliki kredibilitas yang baik dalam pelaporan tanggung jawab social perusahaan.

4. Bagi Masyarakat

- Dengan adanya penelitian ini, masyarakat lebih mengetahui perusahaan yang sungguh- sungguh berkomitmen untuk memberikan produk dan jasa yang terbaik bagi masyarakat.
- Masyarakat lebih teredukasi lagi mengenai CSR dan lebih berpartisipasi dengan mengikuti kegiatan CSR perusahaan.
- Dapat menjadi stimulus bagi masyarakat agar lebih proaktif sebagai pengontrol atas perilaku- perilaku perusahaan dan semakin

meningkatkan kesadaran masyarakat atas hak- hak yang harus diperoleh.

5. Bagi Mahasiswa:

Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutny yang sejenis.