

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan ekonomi internasional mengarahkan perusahaan sebagai pelaku ekonomi untuk tidak hanya memusatkan pencapaian laba (*profit*) perusahaan sebagai satu-satunya tujuan organisasi. Perusahaan harus mampu menciptakan perolehan keuntungan yang seimbang kepada para *stakeholder*. Meskipun laba (*profit*) merupakan tujuan utama perusahaan, dalam proses pencapaiannya tidak dibenarkan untuk mengabaikan kepentingan-kepentingan para *stakeholder* lain terlebih lagi mengorbankan lingkungan di sekitar perusahaan.

Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap akibat yang ditimbulkan dalam setiap tindakan bisnisnya. Tingkat kesejahteraan masyarakat yang kurang merata, pelestarian lingkungan dan tanggung jawab sosial menjadi isu yang semakin relevan dalam konteks ekonomi masa kini. Tanggung jawab tersebut semakin ramai diperbincangkan dan diterapkan oleh banyak perusahaan sebagai salah satu strategi bisnis yang dikelola melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Daft (2008: 182), *Corporate Social Responsibility* atau CSR adalah kewajiban manajemen untuk membuat keputusan dan melakukan tindakan yang akan berperan terhadap kesejahteraan dan kepentingan masyarakat serta organisasi. Sasaran dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

tidak hanya untuk memaksimalkan laba, akan tetapi bagaimana memposisikan bisnis perusahaan dengan baik dan memberikan kemanfaatan yang tinggi kepada masyarakat sehingga dalam jangka panjang perusahaan mampu menghadapi persaingan bisnis di era keterbukaan ekonomi secara internasional.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh perusahaan berupa tanggung jawab sosial dan lingkungan juga merupakan perwujudan etika bisnis dan salah satu bagian dari prinsip *Good Corporate Governance* atau GCG, yaitu tata kelola perusahaan yang baik, dimana perusahaan tidak hanya menjalankan kegiatan bisnisnya sebagai bentuk tanggung jawab ekonomi demi memaksimalkan laba (*profit*) bagi pemegang saham tetapi juga terhadap pihak-pihak lain yang termasuk dalam lingkup *stakeholder*. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak lepas dari Undang-Undang Pemerintah Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) dan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Sesuai dengan amanat Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah tersebut, perusahaan dapat dikenai sanksi apabila tidak melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini membuat *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi isu populer di Indonesia karena perusahaan yang hanya memfokuskan kegiatan bisnisnya demi memperoleh keuntungan dengan mengabaikan bentuk tanggung jawab lainnya tidak hanya mendapatkan sanksi dari pemerintah akan tetapi juga sanksi dari pelaku ekonomi lain karena dianggap tidak memiliki etika bisnis.

Rudito dan Famiola (2013: 99) menuliskan adanya pertemuan tingkat tinggi para pemimpin dunia di Johannesburg tahun 2002 yang mencetuskan adanya suatu kebersamaan aturan bagi tingkat kesejahteraan umat manusia yaitu dimunculkannya konsep *social sustainability* yang mengiringi dua bidang sebelumnya (*economic* dan *environment sustainability*) dimana ketiga bidang ini menjadi patokan bagi perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya (*Corporate Social Responsibility*). Ketiga bidang ini sejalan dengan metode *triple bottom line* dalam era baru manajemen strategis. Menurut Jacobs dan Chase (2015: 31), *triple bottom line* adalah kebijakan yang mempertimbangkan evaluasi perusahaan berdasarkan kriteria ekonomi (*profit*), sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*). Tujuan yang ingin dicapai melalui kebijakan ini tidak hanya semata-mata untuk mendapatkan laba (*profit*), tetapi dengan gencarnya peran serta perusahaan diberbagai bidang sosial dan kepedulian perusahaan terhadap kelestarian lingkungan diharapkan citra perusahaan meningkat. Citra yang baik akan membuat perusahaan bertahan dan mampu mengembangkan eksistensi bisnisnya secara berkesinambungan dalam jangka panjang.

Tujuan utama perusahaan jika dilihat dari bidang ekonomi adalah memaksimalkan laba (*profit*) perusahaan. Perusahaan memiliki tanggung jawab kepada pemegang saham berupa kompensasi atas investasi yang ditanamkan dan laba (*profit*) inilah yang akan digunakan sebagai sarana pembentuk kemakmuran pemegang saham. Perusahaan harus mampu menetapkan strategi-strategi baik jangka pendek maupun jangka panjang meliputi segala aspek mulai dari produksi sampai pemasaran. Strategi yang tepat akan menentukan tingkat pencapaian

keuntungan yang ditargetkan. Kemampuan perusahaan mencapai target laba akan berdampak pada kelangsungan hidup dan sekaligus tingkat keluasan bisnis perusahaan yang secara tidak langsung akan memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat.

Bidang sosial memberikan ruang yang cukup luas kepada perusahaan untuk mewujudkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Berbagai isu sosial bisa menjadi perhatian bagi perusahaan baik dari lingkungan internal perusahaan maupun lingkungan eksternal. Kenyamanan lingkungan kerja dan perlakuan adil terhadap pekerja yang kurang menjadi prioritas bagi manajemen, isu SARA yang terkadang masih berkembang di lingkungan perusahaan dan sering menimbulkan perselisihan, permasalahan pendidikan dan kesehatan yang dilatarbelakangi oleh faktor biaya bisa dijadikan sasaran program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan. Manajemen perusahaan harus mampu memilih program secara tepat sehingga tercipta sinergi antara perusahaan dengan lingkungan internalnya dan juga masyarakat. Hubungan yang baik akan menciptakan interaksi yang positif dan kemanfaatan sosial yang tinggi, peningkatan produktivitas dikalangan pekerja dan dukungan penuh dari masyarakat terhadap bisnis yang dijalankan perusahaan akan melahirkan keunggulan kompetitif.

Pemahaman tentang pentingnya kelestarian lingkungan menjadi aspek terakhir dari dimensi *triple bottom line*. Manajemen sebagai pihak pengambil keputusan perlu memahami berbagai macam isu lingkungan terutama mengenai penggunaan sumber daya alam untuk kegiatan bisnisnya. Eksploitasi terhadap sumber daya alam sangat tidak dibenarkan karena akan merusak ekologi

lingkungan hidup. Kebakaran hutan, banjir, penggunaan bahan-bahan berbahaya, pembuangan limbah industri yang mengakibatkan pencemaran, timbulnya endemik penyakit baru dan semakin rentannya kesehatan masyarakat dikarenakan aktivitas bisnis yang kurang memperhatikan kelestarian lingkungan. Dampak dari kurangnya tanggung jawab lingkungan tidak hanya dirasakan oleh pekerja atau masyarakat, akan tetapi penggunaan sumber daya alam yang tidak terkendali dan mengabaikan kondisi lingkungan dalam jangka panjang akan merugikan perusahaan karena pasokan bahan baku yang menipis.

Ketiga aspek *triple bottom line* yang dituangkan melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara sendiri maupun simultan diharapkan mampu mengangkat citra perusahaan. Webster (1993) dalam Ardianto (2009: 134) mendefinisikan citra sebagai gambaran mental atau konsep tentang sesuatu. Citra perusahaan berarti gambaran mental atau konsep perusahaan yang dibentuk dari berbagai faktor baik internal maupun eksternal, baik secara individu maupun kelompok yang sengaja diciptakan perusahaan untuk kemudian diinterpretasikan positif atau negatif oleh masyarakat. Perusahaan akan memperoleh keuntungan jika citra perusahaan baik dan sebaliknya jika citra perusahaan buruk maka akan merugikan bagi perusahaan.

PT Shimano Batam merupakan salah satu perusahaan yang beroperasi di Batam sejak tahun 1991 yang bergerak disektor industri manufaktur dengan produksi komponen sepeda dan alat pancing. Eksistensi bisnis PT Shimano Batam dibuktikan dengan 25 tahun keberadaannya didunia perindustrian Batam hingga saat ini dengan jumlah karyawan mencapai 1916 orang. Pencapaian ini tentunya

tidak lepas dari kemampuan manajemen dalam menetapkan strategi bisnis yang tepat untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan roda bisnisnya.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dilaksanakan oleh PT Shimano Batam sejak lama. Hal ini sejalan dengan slogan perusahaan, yaitu *"close to people close to nature"* yang menjadi simbol bahwa fokus PT Shimano Batam berupaya menjalankan perannya sebagai bagian dari elemen masyarakat yaitu dengan melakukan tanggung jawab dalam bidang ekonomi, sosial dan lingkungan. Namun, kebijakan perusahaan yang lebih berorientasi pada tanggung jawab bidang ekonomi daripada tanggung jawab yang lain menyebabkan penurunan citra perusahaan maupun tingkat kepercayaan dari karyawan, konsumen maupun masyarakat secara luas. Hal ini jika dibiarkan akan memberikan dampak negatif bagi perusahaan khususnya dalam menghadapi persaingan bisnis di era ekonomi modern sehingga perusahaan harus mampu mengatasi kesulitan untuk menyeimbangkan perannya dalam melaksanakan tanggung jawab dalam bidang ekonomi, sosial dan lingkungan supaya dapat bertahan di industri bisnisnya dengan mengambil strategi kebijakan yang tepat yaitu melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan konsep *triple bottom line*.

Peranan PT Shimano Batam dalam bidang ekonomi adalah mendapatkan laba (*profit*) yang maksimal, upaya meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham berjalan selaras dengan kemampuan perusahaan berperan serta dalam membuka lapangan pekerjaan. Fakta bahwa ekonomi internasional berada pada

posisi yang sulit berakibat pada menurunnya tingkat permintaan dan laba (*profit*) perusahaan. Target pencapaian laba perusahaan dengan mempertahankan konsumen melalui penciptaan produk yang berkualitas dihadapkan pada permasalahan efisiensi biaya, efisiensi tenaga kerja, efisiensi proses produksi maupun sulitnya memperoleh bahan baku dari dalam negeri. Berbagai macam kebijakan efisiensi yang diharapkan mampu menekan biaya berdampak pada penurunan produktivitas, suasana di lingkungan kerja menjadi kurang kondusif karena kebijakan yang diambil terkesan dipaksakan.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui aspek sosial dilaksanakan dalam berbagai bidang, seperti bantuan pembangunan infrastruktur untuk sekolah maupun pemberian beasiswa berprestasi untuk anak-anak karyawan, kegiatan donor darah yang dilaksanakan setiap tiga bulan sekali, sumbangan kepada panti asuhan dan beberapa aktivitas (*charity*) lainnya seperti *annual sport games, fun bike, fun fishing* yang diharapkan mampu meminimalisir nuansa persaingan, menciptakan solidaritas diantara sesama karyawan dan menumbuhkan *sense of belonging* atau rasa memiliki terhadap perusahaan. Berbagai kegiatan sosial menjadi agenda rutin perusahaan bertujuan untuk menciptakan kondisi kehidupan sosial yang kondusif diinternal maupun eksternal perusahaan meskipun belum sepenuhnya mendapatkan apresiasi yang positif. Perilaku tidak adil dirasakan oleh beberapa kalangan karyawan diantaranya menyangkut perbedaan status karyawan permanen dan karyawan kontrak, transparansi kriteria untuk promosi karyawan, transparansi maupun obyektivitas penilaian hasil kerja karyawan. Isu SARA yang mendominasi sosial kehidupan

masyarakat Batam yang secara tidak langsung mempengaruhi pola interaksi antar karyawan, perbedaan karakteristik golongan karyawan lama dan karyawan baru yang berpengaruh terhadap kondisi kenyamanan di lingkungan kerja, sistem kerja maupun produktivitas karyawan.

Tanggung jawab lingkungan berperan sebagai motor pengendali kerusakan lingkungan ditengah mencuatnya isu pencemaran lingkungan, kebakaran hutan, eksploitasi sumber daya alam dan berbagai isu lainnya. Bentuk kepedulian terhadap lingkungan yang dilaksanakan PT Shimano Batam sebagai bagian dari *Teams Shimano* di seluruh dunia yang telah mengembangkan kebijakan yang disebut *Shimano Green Plan* atau SGP, yaitu komitmen perusahaan untuk menjalankan seluruh kegiatan produksi dengan seminimal mungkin efek negatif terhadap lingkungan mulai dari penggunaan bahan baku yang bebas dari bahan berbahaya, pemeliharaan mesin produksi, efisiensi penggunaan sumber daya energi sampai dengan kontrol di bagian administrasi harus sesuai dengan prosedur *Shimano Green Plan* atau SGP. Pembuangan limbah hasil industri harus dipastikan tanpa menimbulkan pencemaran lingkungan. Proses ini memerlukan biaya yang tidak sedikit, ditambah lagi sulitnya menemukan kolektor limbah bersertifikat yang menjamin semua proses pembuangan limbah sesuai dengan peraturan pemerintah sehingga tidak menimbulkan permasalahan hukum dikemudian hari. Permasalahan lain yang dihadapi bahwa salah satu produk yang dihasilkan yaitu alat pancing pada prinsipnya diharapkan mampu mendekati konsumen akhir dengan alam merupakan produk yang terbuat dari hasil hutan dan

pemakaian barang jadi secara kurang bijak akan merusak biota air menunjukkan kurang konsistennya perusahaan dalam mendukung upaya pelestarian alam.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh PT Shimano Batam bertujuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif diantara para pesaing dalam industri yang sejenis maupun ketatnya persaingan diantara perusahaan-perusahaan industri manufaktur di Batam. Berbagai aktivitas dari ketiga bidang yang tertuang dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan berperan sebagai media pembentuk citra perusahaan yang baik, meskipun citra yang diharapkan belum dapat tercapai 100%. Isu mengenai produktivitas karyawan yang mempengaruhi kualitas barang hasil produksi, perolehan tingkat laba, tingkat kesejahteraan karyawan, *turnover* karyawan yang tinggi, sanksi dari pemerintah daerah terkait pembuangan limbah, pencapaian kinerja perusahaan perlu disikapi manajemen bagaimana mengembangkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga mampu mengangkat citra perusahaan ke arah yang positif. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tepat akan memberikan manfaat bagi perusahaan berupa citra baik perusahaan yang secara berkesinambungan akan membawa perusahaan ke posisi strategis dan menguasai pasar dalam jangka panjang.

Berdasarkan masalah yang sudah dijabarkan, maka penelitian ini penting untuk dilakukan dengan judul **"PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) BIDANG EKONOMI, SOSIAL DAN LINGKUNGAN TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PT SHIMANO BATAM)"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut.

1. Perusahaan yang menginginkan bisnisnya berkembang dalam jangka panjang tidak boleh hanya berorientasi pada laba (*profit*) sebagai satu-satunya tujuan perusahaan.
2. Perusahaan sebagai bagian dari elemen ekonomi nasional ikut bertanggung jawab terhadap penyelesaian berbagai isu terkait tingkat kesejahteraan masyarakat yang kurang merata, pelestarian lingkungan dan tanggung jawab sosial.
3. Perusahaan yang mengabaikan tanggung jawab sosial dan tanggung jawab lingkungan dapat dikenai sanksi oleh pemerintah berdasarkan Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah yang ada.
4. Berbagai isu ekonomi, isu sosial dan isu lingkungan yang diangkat menjadi bagian dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan belum sepenuhnya membawa citra perusahaan kearah yang positif.
5. PT Shimano Batam dalam beberapa periode terakhir mengalami penurunan tingkat laba sehingga menyulitkan manajemen untuk mengalokasikan biaya untuk program *Corporate Social Responsibility* (CSR).
6. PT Shimano Batam bertanggung jawab terhadap kesejahteraan ekonomi karyawan ditengah kondisi pertumbuhan ekonomi internasional yang melambat.

7. Berbagai *event* atau kegiatan berbasis sosial kemasyarakatan yang dilaksanakan PT Shimano Batam belum bisa menghilangkan gejala sosial yang berkembang baik di lingkungan internal dan eksternal perusahaan.
8. Pemilihan jenis program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dibidang sosial masih dirasakan adanya diskriminasi oleh sebagian karyawan.
10. PT Shimano Batam masih menemui kesulitan dalam pembuangan limbah karena biaya yang tinggi dan proses pembuangan limbah oleh para kolektor terkadang bertentangan dengan peraturan pemerintah daerah.
11. Tanggung jawab PT Shimano Batam dalam upaya pelestarian lingkungan sedikit bertentangan dengan jenis serta fungsi barang hasil produksinya.
12. Tujuan dari Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan PT Shimano Batam di bidang ekonomi, sosial dan lingkungan belum sepenuhnya mampu meningkatkan citra perusahaan.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka dalam penelitian ini dibatasi dengan pembahasan mengenai pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bidang ekonomi, sosial dan lingkungan terhadap citra perusahaan di PT Shimano Batam.

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bidang ekonomi terhadap citra perusahaan di PT Shimano Batam?
2. Bagaimana pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bidang sosial terhadap citra perusahaan di PT Shimano Batam?
3. Bagaimana pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bidang lingkungan terhadap citra perusahaan di PT Shimano Batam?
4. Bagaimana pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bidang ekonomi, *Corporate Social Responsibility* (CSR) bidang sosial dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bidang lingkungan secara simultan terhadap citra perusahaan di PT Shimano Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang dikemukakan di atas, tujuan penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bidang ekonomi terhadap citra perusahaan di PT Shimano Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bidang sosial terhadap citra perusahaan di PT Shimano Batam.

3. Untuk mengetahui pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bidang lingkungan terhadap citra perusahaan di PT Shimano Batam.
4. Untuk mengetahui pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bidang ekonomi, *Corporate Social Responsibility* (CSR) bidang sosial dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bidang lingkungan secara simultan terhadap citra perusahaan di PT Shimano Batam.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

1. Penelitian ini bermanfaat bagi pihak-pihak terkait untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan.
2. Penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi secara positif terhadap pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang manajemen strategis, sumber daya manusia dan lingkungan.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Penelitian ini merupakan aplikasi dan implementasi langsung dari ilmu yang telah diperoleh peneliti selama mengikuti perkuliahan.

2. Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi perusahaan dalam melihat manfaat dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dilaksanakan dan memberi inspirasi untuk program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dimasa mendatang.
3. Penelitian ini bermanfaat sebagai referensi atau sebagai dasar perluasan penelitian bagi peneliti yang tertarik untuk melanjutkan penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan citra perusahaan.