

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate Social Irresponsibility (CSiR) memiliki makna yang berbeda dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSiR diperkenalkan dalam sebuah artikel di *Journal of Business Research* oleh Armstrong (1977). Dalam artikel tersebut dijelaskan bahwa CSiR melibatkan keuntungan satu pihak dengan mengorbankan pihak lainnya. CSiR juga disebut tindakan tidak bermoral yang dilakukan oleh perusahaan demi nilai-nilai pemegang saham (Armstrong, 1977). CSiR dan CSR memiliki perbedaan yang besar (Murphy dan Schlegelmilch, 2013). Dalam bidang-bidang seperti etika, tanggung jawab lingkungan dan sumber daya manusia, perbedaan CSiR dan CSR terlihat jelas. Orientasi laba yang ketat menjadi ciri perusahaan yang mendukung CSiR sementara perusahaan yang mendukung CSR mempertimbangkan banyak pemangku kepentingan dalam semua pengambilan keputusan. Selain itu perusahaan CSiR mungkin beroperasi secara legal tetapi mereka tidak melihat peran sosial yang lebih besar. CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai komitmen pengusaha menentukan kebijakan, keputusan, dan tindakan yang sesuai dengan tujuan beserta nilai-nilai perusahaan dan masyarakat (Howard, 1953). Sedangkan CSiR merupakan kegiatan yang melanggar standar yang dipersepsikan dan dinilai tidak bertanggung jawab oleh masyarakat (Riera dan Iborra, 2017) dengan kata lain CSiR memberikan dampak buruk sehingga dapat merugikan lingkungan sekitar perusahaan. CSiR didefinisikan sebagai tindakan perusahaan yang membahayakan dan merugikan bagi pihak lain (Lin-Hi dan Müller, 2013).

Murphy dan Schlegelmilch (2013) menjelaskan perbedaan dari CSiR dan CSR dengan menggunakan tabel. CSiR merupakan tindakan tidak dapat menghindari polusi lingkungan dan hanya melakukan sedikit tindakan pencegahan sedangkan dalam CSR polusi lingkungan tidak dapat dihindari dan ditoleransi dan penting untuk meningkatkan kesadaran dan komitmen untuk bertindak. Dalam CSiR, karyawan adalah sumber daya yang dieksploitasi.

keterlibatan komunitas sangat minimal, UU yang berkaitan dengan CSR hanya kepatuhan dasar, masalah etika bukan yang utama bagi perusahaan serta pemasok dan pelanggan diperlakukan tidak adil. Sedangkan dalam CSR karyawan adalah sumber daya yang dihargai, keterlibatan komunitas maksimal, kepatuhan, kebijakan dan tindakan praktis diperlukan untuk CSR, masalah etika sangat penting bagi perusahaan serta pemasok dan pelanggan diperlakukan secara adil. Selain itu, perbedaan dari CSiR dan CSR dapat dilihat dari teknologi barunya. Menurut perusahaan yang melakukan CSiR, teknologi baru harus dikembangkan dan diperkenalkan ke pasar, sedangkan menurut perusahaan yang melakukan CSR, teknologi baru harus dikembangkan, diuji, dievaluasi dan diperkenalkan ke pasar hanya jika tidak menimbulkan kerugian. Perbedaan lain dari CSiR dan CSR adalah perbedaan pengertian dalam keberlanjutan dan tujuan bisnis. Menurut perusahaan CSiR, keberlanjutan merupakan istilah kelangsungan hidup bisnis dan satu-satunya tujuan bisnis adalah mendapat keuntungan dan harus dicapai dengan biaya berapapun, sedangkan menurut perusahaan CSR, keberlanjutan merupakan istilah bisnis, lingkungan dan kelangsungan hidup masyarakat dan keuntungan adalah salah satu tujuan bisnis tetapi tidak dicapai dengan biaya berapapun.

Tidak ada batasan yang jelas tentang perilaku ketidakbertanggungjawaban sosial perusahaan. Perilaku tersebut tidak harus melanggar hukum untuk disebut tidak bertanggung jawab karena tindakan tidak etis dapat dianggap sebagai CSiR (Riera dan Iborra, 2017). Penelitian terhadap konsep ini masih terbatas (Zhang dan Yu, 2016). Oleh karena itu masih banyak perusahaan yang belum memahami perilaku apa saja yang dapat menyebabkan ketidakbertanggungjawaban perusahaan beserta dampak yang dapat diterima oleh lingkungan akibat dari perilaku mereka. Menurut *iron law of responsibility*, tanggung jawab sosial perusahaan harus proporsional dengan kekuatannya. Jadi meningkatnya kekuatan yang dimiliki perusahaan akan diiringi dengan meningkatnya tanggungjawab sosial dalam perusahaan tersebut. (Davis, 1960).

Perusahaan telah lama dikritik karena perilaku ketidakbertanggungjawaban yang dilakukan oleh mereka seperti polusi, perlakuan tidak adil terhadap karyawan dan pemasok, penjualan produk buruk kepada konsumen dan sejumlah

kegiatan lainnya (Murphy dan Schlegelmilch, 2013). Akan tetapi, saat ini masih banyak kasus perusahaan yang tidak merealisasikan CSR, salah satunya kasus yang terjadi di Sumatera Barat. Menurut Kepala Bagian Perekonomian Sekretariat Daerah Pasaman Barat, Syarif (2019), menjelaskan bahwa terdapat 21 perusahaan kelapa sawit, pabrik, dan perbankan yang tidak merealisasikan CSR di 2018. Sedangkan menurut Peraturan Daerah no 3 tahun 2007 mengatakan bahwa setiap perusahaan wajib untuk mengalokasikan CSR untuk masyarakat. Selain itu, kementerian BUMN menemukan dugaan penyimpangan CSR di Garuda Indonesia. Dugaan tersebut terjadi karena terdapat penyalahgunaan dana. Dana yang seharusnya untuk eksternal digunakan untuk internal perusahaan yaitu pemilu 2019 IKAGI.

Ketidakbertanggungjawaban sosial perusahaan dapat berasal dari keputusan, tindakan yang tidak disengaja atau tindakan yang disengaja dari perusahaan yang secara negatif mempengaruhi klaim sah sosial yang dapat diidentifikasi pada pemangku kepentingan (Strike et al., 2006). Perusahaan dianggap melakukan tindakan CSiR ketika mulai merugikan pemangku kepentingan. Alasan perusahaan melakukan tindakan CSiR salah satunya karena tidak adanya sanksi yang jelas. Menurut Hadi Selamat Hood, Ketua Komite III DPD RI menjelaskan bahwa banyak perusahaan tidak berkelanjutan, akuntabel, dan transparan dalam melakukan CSR-nya karena dalam UU no 40 tahun 2007 tidak ada kejelasan sanksi jika perusahaan melakukan CSiR. Selain itu dalam UU no 25 tahun 2007 tentang penanaman modal tidak diatur secara rinci pelaksanaan CSR di Indonesia. Perusahaan yang sudah memanfaatkan sumber daya di lokasi seharusnya langsung membagi keuntungannya pada masyarakat. Akan tetapi hal tersebut masih belum terlihat nyata penerapannya dan hanya sebatas wacana. Masih banyak masyarakat local yang masih terkena kemiskinan, pengangguran dan bahkan masalah kesehatan.

Perilaku ketidakbertanggungjawaban sosial perusahaan dapat menyebabkan boikot konsumen, tuntutan harga yang rendah ataupun menurunnya penjualan (Mohr dan Webb, 2005). Respon konsumen pun beragam seperti ketidakpedulian, dukungan atau memberikan pertanyaan. Masalah sosial perusahaan tersebut dapat

diatasi dengan mengubah sikap dan perilaku konsumen (Deng, 2012). Respon konsumen yang berbeda juga dapat berupa terlibat aktif dalam perilaku negatif dari mulut ke mulut, mengeluh, memboikot perusahaan, mengambil tindakan hukum, dan bentuk protes lainnya (Grappi et al., 2013). Konsumen memiliki respons buruk terhadap tidak bertanggung jawab sosial perusahaan karena mereka cenderung simpati terhadap para korban dari tindakan tidak bertanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan sehingga menyebabkan mereka tidak menghormati perusahaan tersebut (Antonetti dan Maklan, 2016).

Respon yang beragam dari pihak lain akan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan merupakan asset tidak berwujud dari perusahaan (Branco dan Rodrigues, 2006). Wei et al. (2017) juga mengungkapkan hal serupa bahwa reputasi perusahaan termasuk kedalam asset tidak berwujud yang dimiliki oleh perusahaan. Dampak reputasi terhadap perusahaan, antara lain meningkatkan kepercayaan, kepuasan, loyalitas konsumen. Reputasi perusahaan yang baik akan meningkatkan kualitas dari karyawan. Kelangsungan hidup perusahaan sangat bergantung pada mengembangkan dan mempertahankan reputasi diantara konsumen, karyawan, investor serta komunitas (Gray dan Balmer, 1998). Reputasi perusahaan dapat dipandang berbeda oleh mereka, misalnya reputasi perusahaan dinilai bagus oleh konsumen sedangkan investor menilai reputasi perusahaan tersebut buruk (Gatzert, 2015). Oleh karena itu melindungi reputasi perusahaan merupakan salah satu tugas yang sulit bagi perusahaan.

Penelitian ini akan menjelaskan tentang pengaruh *corporate social irresponsibility* terhadap reputasi perusahaan. Untuk mengukur CSiR, penelitian ini akan menggunakan MSCI ESG STATS sebagai pengukuran utama. Sedangkan untuk mengukur reputasi perusahaan, penelitian ini akan menggunakan *Corporate Image Award* (CIA). Penelitian ini akan dilakukan pada perusahaan-perusahaan publik Indonesia yang tercatat di BEI tahun 2014-2018.

1.2 Kesenjangan Penelitian

Menurut Lin et al. (2016) dalam penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa CSiR memiliki pengaruh negatif terhadap reputasi perusahaan. Claeys et al.

(2010) juga mengungkapkan bahwa ketidakbertanggungjawaban sosial perusahaan terhadap lingkungan dapat menyebabkan krisis pada perusahaan sehingga berdampak pada reputasi. Akan tetapi terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nardella et al. (2020) dimana reputasi perusahaan sebagian besar stabil jika dipengaruhi oleh CSiR. Selain itu dalam penelitian sebelumnya menggunakan metode yang berbeda dengan peneliti yaitu metode eksperimental dan menggunakan sampel dari luar negeri sedangkan penelitian ini menggunakan sampel di Indonesia pada tahun 2014-2018.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris tentang pengaruh *corporate social irresponsibility* terhadap *corporate reputation* pada perusahaan bereputasi yang tercatat di BEI tahun 2014-2018.

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena peneliti memakai alat statistik untuk mengolah data dalam bentuk angka yang didapat dari laporan tahunan perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan bereputasi yang tercatat di BEI tahun 2014-2018.

1.5 Ringkasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan *corporate social irresponsibility* berpengaruh negatif terhadap *corporate reputation*.

1.6 Kontribusi Riset

Penelitian ini memiliki perbedaan dari peneliti sebelumnya dimana dalam penelitian sebelumnya menggunakan sampel dari luar negeri sedangkan penelitian ini menggunakan sampel di Indonesia pada tahun 2014-2018. Penelitian ini juga menggunakan metode penelitian yang berbeda karena merupakan saran dari

penelitian sebelumnya sehingga dapat menguatkan atau memperlemah hasil teori sebelumnya.

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab, antara lain:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah/ fenomena yang sedang diteliti. Bab ini juga menjelaskan tentang kesenjangan penelitian, tujuan penelitian, ringkasan metode penelitian, ringkasan hasil penelitian, kontribusi penelitian, uji *robustness* (ketahanan) dan struktur penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori tentang *corporate social irresponsibility*, *corporate reputation* dan teori tentang variabel kontrol yang dipakai oleh peneliti. Bab ini juga menjelaskan tentang penelitian sebelumnya yang membahas tentang *corporate social irresponsibility* dan *corporate reputation*. Selain itu bab ini membahas hipotesis penelitian.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode kuantitatif. Bab ini juga menjelaskan tentang model empiris. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *corporate social irresponsibility* sebagai variabel independen, *corporate reputation* sebagai variabel dependen, serta *firm size*, *Return on Assets*, *leverage* dan *R&D Intensity* sebagai variabel kontrol. Selain itu bab ini juga menjelaskan tentang definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, populasi dan sampel serta teknik analisis yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian dengan menguji hipotesis.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum dari penelitian, hasil estimasi dan pembuktian hipotesis, serta interpretasi hasil dan pembahasan.

BAB 5 PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang ringkasan hasil, kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.