

**DAMPAK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP REPUTASI
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI
DASAR & KIMIA SUB SEKTOR SEMEN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN
2012-2017**

Syamsul Riyadi¹, Nasyirah Nurdin²
Program Studi Manajemen Universitas Fajar
syamsulriyadi@gmail.com

Abstract

This study uses secondary data sources through the Indonesia Stock Exchange website as a sample of manufacturing companies in the basic industrial sector and chemical sector of the cement sub-sector from 2012 to 2017. This research data was analyzed using a quantitative descriptive research approach. This research shows that Corporate Social Responsibility has a significant effect on company reputation.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Company Reputation*

Abstrak

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder melalui website Bursa Efek Indonesia sebagai sampel dari perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia sub sektor semen pada tahun 2012 sampai tahun 2017. Penelitian data ini dianalisis dengan menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif. Hal penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility, Reputasi Perusahaan*

Sekretariat

Editorial: Program Studi Manajemen Universitas Fajar –
Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

Telp/Hp: 081340202750/ Fax (0411) 459-938

Email: manor@unifa.ac.id

OJS: <http://journal.unifa.ac.id/index.php/manor/index>

Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran para pemegang saham. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. *Enterprise Value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan merupakan cerminan dari penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu: Keputusan pendanaan, kebijakan dividen, keputusan investasi, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, beberapa faktor tersebut memiliki hubungan dan pengaruh terhadap nilai perusahaan yang tidak konsisten. Nilai perusahaan adalah nilai laba masa yang akan datang di ekspektasi yang dihitung kembali dengan suku bunga yang tepat. (Kusumadilaga, 2010).

Pesatnya perkembangan Bursa Efek Indonesia (BEI) saat ini tidak dapat dipisahkan dari peran investor yang melakukan transaksi di BEI. Pasar modal Indonesia yang dikategorikan sebagai pasar modal yang sedang tumbuh dan memberikan pengaruh bagi perekonomian Indonesia. BEI sebagai salah satu bursa yang menjadi acuan pasar modal di Indonesia yang mempunyai 544 anggota, 144 di antaranya terdiri dari Industri manufaktur (www.sahamok.com).

Perusahaan manufaktur dalam melakukan sumber pencarian dana alternatif guna memenuhi kebutuhan perusahaan. Maka dari itu perusahaan harus dapat meningkatkan nilai perusahaan yang maksimal untuk dapat menarik para investor dalam berinvestasi. Akan tetapi perkembangan suatu perusahaan tidak hanya dapat dinilai pada nilai perusahaan. Saat perusahaan semakin berkembang maka tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan semakin tinggi akibat aktivitas perusahaan. Perusahaan manufaktur dikategorikan sebagai perusahaan yang memiliki dampak pada lingkungan di banding perusahaan jasa ataupun perusahaan dagang. Data yang dibuat Merakati (2016) dalam Pratama (2017) pada tahun 2014 terdapat 14 perusahaan manufaktur atau sebesar 12.71% perusahaan tidak mengungkapkan pemberdayaan lingkungan ataupun

Vol. 3, Nomor 1, Mei 2021

masyarakat yang tersebar kedalam 3 sektor. Dalam sektor aneka industri terdapat 7 perusahaan atau sebesar 6,08% disusul dengan sektor industri barang konsumsi sebanyak 4 perusahaan atau 3,47% dan sektor industri dasar kimia sebanyak 3 perusahaan atau sebesar 2,60%.

Pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia cenderung memiliki potensi merusak lingkungan, terutama pada saat proses produksi berlangsung dimana di sektor industri tersebut banyak mengeluarkan limbah dan zat-zat tertentu yang menimbulkan polusi mulai dari polusi air maupun polusi udara yang menyebabkan udara berbau tidak sedap yang mengganggu pernafasan serta dapat merusak lapisan ozon yang membahayakan kelangsungan hidup semua makhluk bumi secara umum dan masyarakat sekitar pada khususnya.

TINJAUAN PUSTAKA**1. Signaling Theory**

Merupakan penjelasan dari asimetri informasi. Terjadinya asimetri informasi disebabkan karena pihak manajemen mempunyai informasi lebih banyak mengenai prospek perusahaan. Untuk menghindari asimetri informasi, perusahaan harus memberikan informasi sebagai sinyal kepada pihak investor. Asimetri informasi perlu diminimalkan, sehingga perusahaan *go public* dapat menginformasikan keadaan perusahaan

E-ISSN 2716-148x P-ISSN 2657-0130

secara transparan kepada investor. Investor selalu membutuhkan informasi yang simetris sebagai pemantauan dalam menanamkan dana pada suatu perusahaan.

Menurut Brigham dan Houston (2012:36) isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan merupakan hal yang penting, karena pengaruhnya terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi tersebut penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan dan bagaimana efeknya pada perusahaan.

2. Reputasi

Reputasi merupakan masalah yang utama bagi setiap perusahaan sehingga perlu mendapat perhatian sama seperti risiko yang terdapat dalam operasional, strategis, dan masalah keuangan. Reputasi yang baik merupakan aset bagi perusahaan sebaliknya, reputasi yang buruk adalah beban bagi perusahaan. Sebagai aset

Vol. 3, Nomor 1, Mei 2021

strategis dari perusahaan, reputasi memainkan peranan dalam mencapai keunggulan bersaing dan meningkatkan kinerja usaha (Halletal. dalam Wang, 2006). Jika reputasi dianggap beban bagi perusahaan, maka tujuan perusahaan adalah mengurangi dampak yang dapat ditimbulkan dari reputasi tersebut.

Fombrun (2005) berpendapat bahwa reputasi perusahaan adalah pandangan atau persepsi atas perusahaan oleh orang-orang baik yang berada di dalam maupun di luar perusahaan. Pemerhati perusahaan adalah customer atau pelanggan perusahaan yaitu pengecer di samping yang lainnya seperti pemilik saham, masyarakat, bank dan partner kerja.

Reputasi perusahaan dapat ditinjau dari berbagai sudut pandang sehingga memiliki sejumlah definisi berbeda satu sama lain. Pengukuran reputasi perusahaan yang disesuaikan dengan kondisi pasar Indonesia sehingga dapat mengkonstruksikan variabel-variabel pembentuk reputasi perusahaan yang terdiri dari tata kelola perusahaan (*corporate governance*) dan ukuran-ukuran akuntansi (*accounting measurements*). Kedua variabel pengukuran ini dianggap cukup mewakili bagaimana mekanisme penerapan tata kelola perusahaan di Indonesia karena ketiga variabel pengukuran ini merupakan bagian dari prinsip-prinsip *corporate*

E-ISSN 2716-148x P-ISSN 2657-0130
governance oleh OECD yang diakui keabsahannya secara internasional.

a. Pengukuran *Corporate Governance*

Pengukuran *Corporate Governance* yaitu hak-hak pemegang saham (*shareholder's rights*), pengungkapan (*disclosure*), dan praktek-praktek tata kelola perusahaan (*governance practices*). Ketiga variabel pengukuran ini dianggap cukup mewakili bagaimana mekanisme penerapan tata kelola perusahaan di Indonesia karena ketiga variabel pengukuran ini merupakan bagian dari prinsip-prinsip *corporate governance* oleh OECD yang diakui keabsahannya secara Internasional. Dengan menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan, peneliti mencoba melihat proksi-proksi yang digunakan dari setiap proksi variabel pengukuran tersebut seperti proporsi total imbal hasil *shareholders*, proporsi kepemilikan saham oleh Komisaris dan Direksi, serta komposisi Komisaris Independen dan keberadaan Komite Audit sebagaimana ditetapkan oleh BEI.

b. Pengukuran *Accounting****Measurement***

Rasio keuangan berkaitan erat dengan perubahan harga saham. Dari pandangan investor, rasio keuangan dapat digunakan untuk menemukan pembelian saham, meminjamkan dana, ataupun untuk melihat potensi perusahaan di masa

Vol. 3, Nomor 1, Mei 2021

depan. Dalam penelitian ini, hanya dipilih tiga rasio yang sering dipergunakan oleh para investor untuk mengukur kinerja keuangan/akuntansi perusahaan, yaitu rasio likuiditas, *leverage ratio*, dan *profitability ratio*, sehingga dalam penelitian ini, ukuran-ukuran akuntansi diukur melalui tiga variabel pengukuran keuangan, yakni *current ratio* yang merepresentasikan rasio likuiditas, *debt to equity ratio* yang mengindikasikan rasio solvabilitas (*leverage ratio*), dan *return on equity* yang mempresentasikan rasio profitabilitas.

1) Debt to Equity Ratio (DER)

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya, rasio ini dirumuskan dalam bentuk pembagian antara kewajiban atau hutang jangka panjang perusahaan (*long term debt*) dengan jumlah ekuitas perusahaan (*shareholder's equity*). Semakin tinggi nilai DER mencerminkan resiko perusahaan yang relatif tinggi sehingga para investor berusaha menghindari nilai DER yang tinggi.

2) Return on Equity (ROE)

ROE menunjukkan *earning power* atas nilai investasi pemegang adalah proksi komprehensif dari kinerja perusahaan karena

mengindikasikan kemampuan manajer dalam mengelola dana yang diinvestasikan pemegang saham perusahaan dalam memperoleh imbal hasil. ROE merupakan rasio antara net income (NI) selama satu tahun dengan equity € akhir tahun tertentu. Semakin tinggi nilai ROE menunjukkan semakin efisiensi perusahaan menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba.

3) Current Ratio

Merupakan rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya dengan melikuidasi harta-harta lancarnya, dengan kata lain menjadikan harta tersebut ke dalam bentuk tunai. Semakin tinggi *current ratio* yang dimiliki menunjukkan besarnya kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan operasionalnya terutama modal kerja yang sangat penting untuk menjaga kinerja perusahaan yang pada akhirnya mempengaruhi harga saham.

3. Corporate Social Responsibility

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan,

Vol. 3, Nomor 1, Mei 2021

melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumberdaya masyarakat, serta komunitas setempat (lokal). Kemitraan ini tidaklah bersifat pasif dan statis. Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antara *stakeholders*. (Nurlaela dan Ishlahuddin, 2008)

CSR atau pertanggungjawaban sosial perusahaan dapat pula didefinisikan sebagai aksi yang muncul sebagai lanjutan dari tindakan sosial, di luar kepentingan perusahaan dan yang diwajibkan oleh hukum (McWilliams dan Siegel, 2001 dalam Agustine, 2014). CSR merupakan suatu pengembangan konsep yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997, yaitu “*The Triple Bottom Line*”. Dalam konsep tersebut dinyatakan bahwa agar perusahaan dapat bertahan dengan keberlangsungannya maka perlu memperhatikan 3P, yaitu tidak hanya *profit*, namun juga mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat (*people*) serta ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Hendriksen dan Widjajant (1991:203) dalam Agustine (2014) mendefinisikan

E-ISSN 2716-148x P-ISSN 2657-0130
pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*). Konsep pelaporan CSR digagas dalam *Global Reporting Initiative* (GRI). Dalam GRI *Guidelines* disebutkan bahwa perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian standard *disclosures*. Tiga dimensi tersebut kemudian diperluas menjadi 6 dimensi, yaitu ekonomi, sosial, lingkungan, praktek tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggungjawab produk, dimana didalamnya terdapat penjelasan sejumlah 79 *item*.

METODOLOGI PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuannya, penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang memberikan gambaran lebih detail mengenai suatu gejala berdasarkan data yang ada, menyajikan data, menganalisis menginterpretasi.

Penelitian ini dilakukan pada tingkat perusahaan, yaitu seluruh perusahaan manufaktur sektor Industri Dasar & Kimia Sub Sektor Semen yang dapat diperoleh melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu www.idx.co.id dengan periode pengamatan tahun 2012

hingga 2017. Waktu penelitian Juli–September 2018.

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode dokumentasi yaitu metode laporan tahunan dan studi pustaka yang dilakukan dengan mempelajari dokumen- dokumen atau data yang diperlukan, dilanjutkan dengan pencatatan dan perhitungan serta penelusuran laporan keuangan perusahaan manufaktur pada website Bursa Efek Indonesia untuk mendapatkan data mengenai nilai perusahaan selama tahun 2012 hingga 2017.

HASIL PENELITIAN

1. Pengungkapan CSR

Berdasarkan hasil penelitian dan penilaian pengungkapan CSR menurut G4 pada tahun 2012 perusahaan mengungkapkan 63 indikator. Pada tahun 2013 total pengungkapan CSR menurun yaitu menjadi 58 indikator. Ditahun 2014 total pengungkapan CSR mengalami peningkatan menjadi 59. Pada tahun 2015 pengungkapan CSR mengalami peningkatan menjadi 66. Berdasarkan tahun 2016 dan tahun 2017 pengungkapan CSR mengalami penurunan menjadi 62 dan 53.

Pengungkapan CSR yang dapat diamati berdasarkan indikator G4 perusahaan paling sering mengungkapkan dimensi ekonomi dan jarang mengungkapkan dimensi HAM

dan tanggung jawab atas produk. Hal ini berarti pengungkapan CSR G4 yang berjumlah 91 belum sepenuhnya di ungkapkan oleh tiap perusahaan.

2. Reputasi Perusahaan

Reputasi merupakan penghargaan yang didapat oleh perusahaan karena adanya keunggulan–keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut, seperti kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga perusahaan akan terus dapat mengembangkan dirinya untuk terus dapat menciptakan hal-hal yang baru lagi bagi pemenuhan kebutuhan konsumen (Herbig, Milewicz dan Golden 1994 dalam Rahman 2009). Variabel pembentuk reputasi perusahaan terbagi dua variabel pengukuran berdasarkan penelitian Suta (2006) dalam Fitri (2008), yaitu pengukuran *corporate governance* dan pengukuran *accounting measurement*.

a. Corporate Governance

Pengukuran *corporate governance* melihat seberapa besar proporsi kepemilikan saham oleh komisaris dan direksi. Dalam penelitian kali ini penulis memaparkan seberapa besar pembagian hasil proporsi kepemilikan saham dari tiap sampel penelitian. Adapun hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Kepemilikan Saham Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Semen

NO	Nama Perusahaan	Tahun					
		2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	INTP	-	0.02%	-	-	-	-
2	SMBR	-	-	-	-	-	-
3	SMCB	-	-	-	-	-	-
4	SMGR	-	-	-	0.002743%	-	-
5	WTON	-	-	-	-	-	-

Sumber: www.idx.co.id (2018)

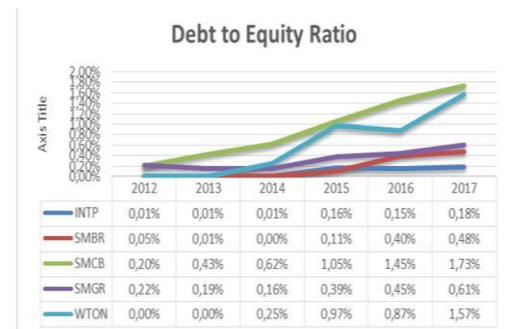
Berdasarkan hasil tabel 1, perolehan kepemilikan saham untuk direksi dan dewan komisaris pada perusahaan SMBR, SMCB, WTON di tahun 2012, 2014, 2015, 2016 dan 2017 tidak ada. Perusahaan INTP hanya membagikan kepemilikan saham hanya 0.02% saja pada tahun 2013. Sedangkan perusahaan SMGR hanya membagikan sahamnya hanya 0.002743% pada tahun 2015. Dalam hasil kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki, maka hanya 2 perusahaan yang melaksanakan *corporate governance*.

b. Accounting

Measurement

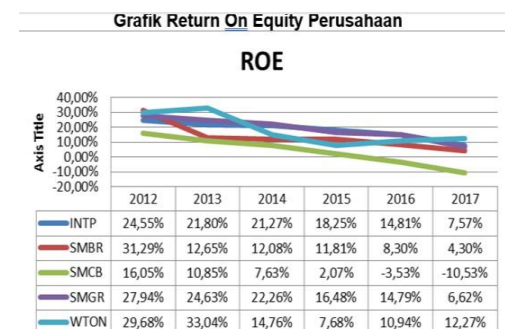
Rasio keuangan berkaitan erat dengan perubahan harga saham. Dari pandangan investor, rasio keuangan dapat digunakan untuk menemukan pembelian saham, meminjamkan dana, ataupun untuk melihat potensi perusahaan di masa depan. Dalam penelitian ini, dipilih tiga rasio yang dipergunakan oleh para investor untuk mengukur kinerja

keuangan/akuntansi perusahaan, yaitu rasio likuiditas, leverage ratio, dan profitability ratio, sehingga dalam penelitian ini, ukuran-ukuran akuntansi diukur melalui tiga variabel pengukuran keuangan, yakni *current ratio* yang merepresentasikan rasio likuiditas, *debt to equity ratio* yang mengindikasikan rasio solvabilitas (*leverage ratio*), dan *return on equity*. Adapun hasil rasio keuangan tiap perusahaan sebagai berikut:



Gambar 1. Grafik *Debt to Equity Ratio* Perusahaan

Berdasarkan gambar 1 *debt to equity ratio* yang tertinggi terdapat pada SMCB di tahun 2017, sedangkan *debt to equity ratio* yang terendah terdapat pada WTON di tahun 2012 dan 2013.

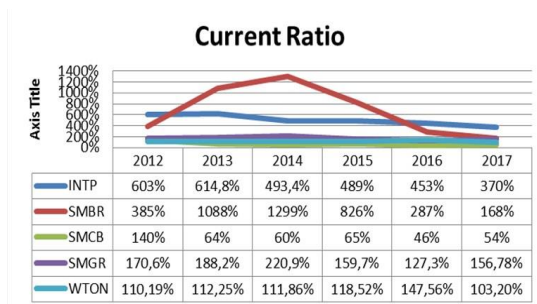


Gambar 2. Grafik *Return On Equity* Perusahaan

Berdasarkan gambar 2 *return on equity* yang tertinggi terdapat pada

Vol. 3, Nomor 1, Mei 2021

WTON di tahun 2013, sedangkan *debt to equity ratio* yang terendah terdapat pada SMCB di tahun 2017.



Gambar 3. Grafik *Current Ratio* Perusahaan

Berdasarkan gambar 3 *current ratio* yang tertinggi terdapat pada perusahaan INTP di tahun 2012, sedangkan *current ratio* yang terendah terdapat pada perusahaan SMCB. Penurunan *current ratio* terjadi pada perusahaan SMBR di tahun 2014–2017.

Peningkatan *current ratio* terjadi pada SMGR di tahun 2012–2014. Fluktuasi *current ratio* terjadi di semua perusahaan baik itu INTP, SMBR, SMCB, SMGR dan WTON.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis data melalui pembuktian dan pengujian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai dampak *Corporate Social Responsibility* terhadap reputasi perusahaan. Maka kesimpulan dari penelitian ini yaitu : Reputasi perusahaan dalam perusahaan manufaktur sektor semen merupakan aset bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Agustine, Ira. 2014. “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap

E-ISSN 2716-148x P-ISSN 2657-0130

Nilai Perusahaan, Vol. 2, No. 1, 42-47.

Eugene F. dan Joel F. Houston. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat

Fombrun, C. J, 2005, “Building Corporate Reputation Through CSR Initiatives : Evolving Standards” *Corporate Reputation Review*, Vol. 8, No. 1, pp. 7

Kartika, Caecila Mita. 2008. *Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Dan Tata Kelola Terhadap Reputasi Dalam Rangka Peningkatan Kinerja Jamsostek*. Semarang; Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

Kusmadilaga, R. 2010. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating*. Semarang; Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Nurlela, Rika dan Ishlahuddin. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating*”. Simposium Nasioanal Akuntansi XI. Pontianak.

Pratama ,I Gusti Bagus Angga. 2016. *Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi*. E-Jurnal Manajemen Unud.Vol.5.No. 2. ISSN:

- Rahman, R. (2009). Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan. Jakarta: MedPress (Anggota IKAPI).
- Wang, Yonggui, Jay A. Kandampully, Hing-Po Lo, Guicheng Shi, 2006, "*The Roles of Brand Equity and Corporate Reputation in CRM : A Chinese Study*", *Corporate Reputation Review*, Vol. 9, No 3, pp. 179-197

www.idx.co.id