

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Isu tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) sudah lama muncul di berbagai negara, hal ini terlihat dari praktik pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), yang mengacu pada aspek lingkungan dan sosial, yang semakin meningkat. Bahkan berbagai hasil studi telah dilakukan di berbagai negara dan dimuat di berbagai jurnal internasional (Ghozali dan Chariri, 2017). Namun di Indonesia CSR baru-baru saja menjadi perhatian di berbagai kalangan baik perusahaan, pemerintah dan akademisi.

Di dalam dunia bisnis yang terus berkembang setiap perusahaan berlomba-lomba untuk citra dan persepsi yang baik dari setiap pemegang kepentingan. Selain itu, keadaan lingkungan dan sosial yang buruk sekarang ini semakin meningkatkan kesadaran masyarakat untuk secara aktif mengawasi kegiatan bisnis yang ada. Dampak dari banyaknya berbagai praktek penyimpangan bisnis yang tidak etis tersebut sangat merugikan, maka muncul berbagai tekanan internal dan tingkat persaingan, tekanan eksternal dari para investor dan konsumen, tekanan peraturan dan perundang-undangan maupun dari NGOs (*Non-Governmental Organizations*) menuntut agar perusahaan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (Rashid dan Ibrahim 2002)

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai kewajiban perseroan dalam pasal 74 Undang-undang No.40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UUPT) pada 20 Juli 2007,2 menjadikan meningkatnya citra dan reputasi perusahaan serta nilai perusahaan dalam jangka panjang. Dalam 2 pasal pada Bab IV Pasal 66 ayat 2b dan Bab V pasal 74 menjelaskan bahwa laporan tahunan perusahaan harus mencerminkan tanggung jawab sosial, bahkan perusahaan yang kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosial. Menteri Badan Usaha Milik Negara melalui Keputusan Nomor KEP

04/MBU/2007 yang merupakan penyempurnaan dari surat Keputusan Menteri BUMN Nomor 236/MBU/2003 tentang Program Bina Lingkungan, memberikan arahan secara lebih operasional tentang praktik tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*), meskipun masih terbatas pada perusahaan BUMN dan perusahaan yang operasionalnya bersinggungan dengan eksploitasi sumber daya alam.

Good Corporate Governance yang merupakan salah satu pilar dari sistem ekonomi pasar yang berkaitan erat dengan kepercayaan baik terhadap perusahaan yang melaksanakannya maupun terhadap iklim usaha di suatu negara. Penerapan GCG mendorong terciptanya persaingan yang sehat dan iklim usaha yang kondusif, oleh karena itu pentingnya penerapan GCG di Indonesia untuk menunjang pertumbuhan dan stabilitas ekonomi yang berkesinambungan (KNKG, 2006)

Dari uraian diatas terlihat betapa pentingnya pelaksanaan CSR pada suatu perusahaan sehingga perusahaan perlu mengungkapkan tanggungjawab sosialnya kepada *stakeholders*. Sebagian besar studi empiris yang menganalisis pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan berfokus pada laporan tahunan (*annual report*), dimana *annual report* dianggap sebagai alat yang paling penting yang digunakan perusahaan untuk berkomunikasi dengan *stakeholders* perusahaan (Branco dan Rodrigues, 2006). Selain itu era akuntabilitas sebagaimana diisyaratkan dalam kaidah *Good Corporate Governance* (GCG) tampaknya juga memberikan perhatian khusus terhadap lingkungan sosial masyarakat. Hal ini ditunjukkan dalam salah satu prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) yang menyarankan keberpihakan kepada *stakeholders* dalam bentuk keterbukaan (akuntabilitas) perusahaan dalam laporan (pengungkapan) termasuk didalamnya adalah pengungkapan sosial (*sosial disclosure*) dalam laporan tahunan (Hamid, 2004). Terdapat juga studi yang meneliti tentang pengungkapan sosial dan lingkungan dalam *annual report* yang mengindikasikan bahwa hal tersebut telah meningkat dari waktu ke waktu, baik dalam jumlah perusahaan yang membuat pengungkapan dan di dalam jumlah informasi yang dilaporkan.

Memed (2011), menyatakan bahwa biaya sosial yang dikeluarkan perusahaan perlu diungkapkan, biaya sosial memiliki kemanfaatan untuk meningkatkan legitimasi dan image bagi investor dan karyawan. Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan Wibisono (2017) yang menyatakan bahwa terdapat trend global dibidang pasar modal yaitu beberapa bursa internasional telah menerapkan indeks yang memasukan kategori saham-saham perusahaan yang telah mengimplemantasikan tanggungjawab sosial (*sosial responsibility*). Sebagai contoh *New York Stock Exchange* memiliki *Dow Jones Stock Suntainability Index* (DJSI) bagi sahasaham perusahaan yang memiliki nilai *corporate social responsibility* baik.

Dari uraian diatas memberikan bukti bahwa terdapat satu pertimbangan perusahaan dalam pengungkapan kebijakan pengungkapan sosial (*sosial dislosure*). Antara lain pertimbangan mengenai *feed back stakeholder* terhadap perusahaan. *Feed back* tersebut adalah disamping praktik tanggungjawab sosial (*social responsibility*), merupakan sikap derma perusahaan terhadap lingkungan masyarakat, juga diharapkan dapat memberi dan meningkatkan legitimasi dan transaksi bagi perusahaan (Milne dan Patten, 2012).

Penerapan prinsip tata kelola yang baik atau GCG terhadap pelaksanaan praktik tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR tergambar dari perusahaan jasa PT Telkom yang melakukan pengelolaan perusahaan berdasarkan prinsip-prinsip yang diimplementasikan dalam bentuk pelaksanaan program CSR menunjukkan adanya peranan penting GCG yang dilakukan secara utuk menjadikan implementasi terhadap CSR perusahaan lebih terarah dan lebih fokus (Rakhmat, 2013). Pengaruh mekanisme GCG terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan cosmetics and household yang terdaftar di BEI dalam hal ini termasuk dalam industri manufaktur yang menunjukkan berjalan peran dan fungsi GCG dengan baik termasuk dalam pelaksanaan dan pengungkapan aktivitas CSR (Susanti, 2013).

Terdapat juga beberapa penelitian terdahulu tentang motivasi pelaksanaan CSR antara lain: Juholin (2015) menguraikan latar belakang dan evolusi alasan dan motif di balik CSR dengan metode wawancara dan analisis dokumen perusahaan, hasilnya adalah mendukung

asumsi bahwa CSR di Finlandia lebih cenderung sebagai orientasi bisnis. Pappasolomou-Duokadis (2015) menjelaskan beberapa pendekatan CSR di Cyprus. Silberhorn dan Warren (2017) meneliti seberapa jauh perusahaan di Jerman dan Inggris, mendefinisikan CSR dengan menggunakan metode analisis dan wawancara dan hasilnya CSR saat ini ditunjukkan sebagai strategi bisnis komprehensif. Berikut ini adalah data CSR Bank Negara Indonesia kantor cabang Metro

Tabel 1.1
CSR Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Metro

No	Keterangan	Lokasi	Jumlah
1	CSR Dana Bina Lingkungan Bidang Sarana Pendidikan	Pompes Darul Mukhlisin PA-N Lampung Tengah	Rp. 57.990.000
2	CSR Dana Bina Lingkungan Untuk Pembangunan Masjid Al- Muhajirin	Kabupaten Mesuji Lampung Tengah	Rp. 100.000.000
3	CSR Bantuan Bina Lingkungan Sarana Ibadah Masjid An Nur	Desa Baraja Way Jepara	Rp. 10.000.000
4	CSR Dana Bina Lingkungan Untuk Pembangunan Masjid Tarbiyatul	Way Jepara	Rp. 10.000.000
5	CSR Dana Bantuan Kelompok Tani Ternak Limousin	Lampung	Rp. 31.250.000
6	Alokasi Dana Bantuan Pemberian Alat Pengering	Kabupaten Lampung Tengah	RP. 240.000.000
7	CSR Dana Bina Lingkungan Untuk Pembangunan Masjid Tarbiyatul	Way Jepara	Rp. 10.000.000
8	CSR Dana Bina Lingkungan Untuk Pembangunan Masjid Al Ikhlas	Way Jepara	Rp. 10.000.000

9	CSR Dana Bina Lingkungan Untuk Program Wirausaha Muda	Metro	Rp. 350.000.000
---	---	-------	--------------------

Berdasarkan data tabel diatas Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Metro telah menjalankan program CSR yang lebih dikenal dengan PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan), PKBL dilakukan dalam suatu rangkaian kegiatan yang terencana dan terukur. Terdapat dua kegiatan utama untuk mendukung CSR Bank yaitu melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan atau yang disingkat PKBL. Bank telah menyalurkan dana sebesar Rp 271 juta untuk Program Kemitraan. Sedangkan untuk Bina Lingkungan yang telah disalurkan sebesar Rp 190 juta untuk berbagai kegiatan. Melalui Program Kemitraan, Bank memiliki peran strategis dalam membantu pengembangan usaha kecil yang belum bankable sehingga menjadi pengusaha kecil yang tangguh dan mandiri. Sedangkan melalui Program Bina Lingkungan, komitmen sosial kepada masyarakat diwujudkan dalam bidang pendidikan dan pelatihan, pengembangan sarana ibadah, sarana dan prasarana umum, pengembangan sarana kesehatan dan bantuan untuk korban bencana alam.

Dari uraian diatas terlihat betapa pentingnya pelaksanaan CSR pada suatu perusahaan sebagai tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat sehingga disini perusahaan harus memiliki manajemen yang baik pada pengelolaan dananyasehingga CSR ini bisa tercover dengan baik dan maksimal.Kegiatan CSR ini sejalan dengan salah satu prinsip Good Corporate Social Responsibility (GCG) yaitu akuntabilitas (keterbukaan) perusahaan dalam laporan termasuk didalamnya adalah pengungkapan sosial

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik mengangkat judul: **“Analisis Good Corporate Governance Sebagai Pilar Implementasi Corporate Social Responsibility (PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Metro)**

1.2. Identifikasi Masalah

Isu tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) sudah lama muncul di berbagai negara, hal ini terlihat dari praktik pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), yang mengacu pada aspek lingkungan dan sosial, yang semakin meningkat. Namun di Indonesia CSR baru-baru saja menjadi perhatian di berbagai kalangan baik perusahaan, pemerintah dan akademisi.

Good Corporate Governance salah satu pilar dari sistem ekonomi pasar yang berkaitan erat dengan kepercayaan baik terhadap perusahaan yang melaksanakannya maupun terhadap iklim usaha di suatu negara. Penerapan GCG mendorong terciptanya persaingan yang sehat dan iklim usaha yang kondusif, oleh karena itu pentingnya penerapan GCG di Indonesia untuk menunjang pertumbuhan dan stabilitas ekonomi yang berkesinambungan.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah prinsip GCG yaitu *responsibilitas* (*responsibility*) telah di implementasikan dengan baik oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Metro?
2. Bagaimana prinsip-prinsip dan dasar hukum CSR dilaksanakan dalam praktiknya?
3. Apa saja program CSR yang telah dijalankan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Metro?
4. Bagaimana kegiatan-kegiatan CSR PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Metro diungkapkan dalam laporan tahunan (*annual report*)?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah prinsip GCG yaitu *responsibility* telah di implementasikan dengan baik oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Metro
2. Untuk mengetahui bagaimana prinsip-prinsip dan dasar hukum CSR dilaksanakan dalam praktinya
3. Untuk mengetahui apa saja program CSR yang telah dijalankan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Metro
4. Untuk mengetahui kegiatan-kegiatan CSR PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Metro diungkapkan dalam laporan tahunan (*annual report*)

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi akademis

Memberikan inspirasi dan wawasan tentang penerapan prinsip GCG yaitu prinsip *responsibility* yang implementasinya dalam bentuk praktik CSR.

2. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan untuk lebih memahami penerapan prinsip-prinsip GCG dalam hal ini diutamakan prinsip *responsibility* yaitu praktek CSR pada perusahaan sehingga perusahaan dapat lebih memahami praktik-praktik terbaik CSR.

3. Bagi Penulis

Penulis dapat belajar sekaligus menerapkan teori-teori yang didapatkan selama perkuliahan dan dapat memenuhi keingintahuan penulis mengenai penerapan prinsip GCG.

1.6. Sistematika Penulisan

Dalam Penulisan Skripsi penulis membagi 5 bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam Bab I ini Penulis akan menguraikan Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORITI

Dalam Bab II berisi kajian teoritik yang diperlukan dalam menunjang penelitian dan konsep yang relevan untuk membahas permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, tinjauan atas penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab III ini, membahas mengenai metode atau langkah-langkah apa saja yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu meliputi rancangan penelitian, tempat dan waktu, populasi dan sampel, variabel penelitian, instrument penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi perusahaan, analisis data dan hasil analisis serta pembahasannya yang disesuaikan dengan metode penelitian pada bab tiga, sehingga akan memberikan perbandingan hasil penelitian dengan kriteria yang ada dan pembuktian kebenaran serta jawaban dari pertanyaan yang telah disebutkan dalam perumusan masalah.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini memuat kesimpulan dari keseluruhan pembahasan, refleksi untuk memberikan saran berdasarkan kesimpulan penelitian yang kemudian perlu disampaikan sebagai bahan pertimbangan bagi pimpinan untuk kebijaksanaan perusahaan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

