

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam era globalisasi, tantangan yang dihadapi oleh perusahaan semakin berat karena selain dituntut untuk mendapatkan laba (*profit*) dalam jangka panjang juga dituntut untuk dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat luas dengan mengembangkan program kepedulian kepada masyarakat di sekitarnya yang disebut tanggung jawab sosial perusahaan/ *corporate social responsibility* (CSR) (Arief Effendi, 2009:107).

Selain tanggung jawab perusahaan kepada pemegang saham, tanggung jawab lainnya menyangkut tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dan tanggung jawab atas kelestarian lingkungan hidup (*sustainable environment responsibility*) (Arief Effendi, 2009:108), dengan kata lain adanya tuntutan untuk merubah tatanan kehidupan baru dalam berbagai bidang politik, ekonomi dan sosial budaya. Seperti yang tertera dalam UU no. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dalam ps. 74 bahwa perseroan wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, dan jika perusahaan tidak melaksanakannya akan diberi sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan (Yulia Setyarini dan Melvie Paramitha, 2011:10).

Selain itu, pertanggungjawaban sosial berhubungan juga dengan *social contract theory*. Menurut teori ini, diantara bisnis perusahaan dan masyarakat

terdapat suatu kontrak sosial. Dimana dalam kontrak sosial, akuntansi sosial digunakan sebagai serangkaian teknik pengumpulan dan pengungkapan data sehingga memungkinkan masyarakat untuk mengevaluasi kinerja sosial organisasi dalam memberi penilaian mengenai kelayakan operasi organisasi menurut Parker (2002) (Yulia Setyarini dan Melvie Paramitha, 2011:12).

Corporate social responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Hendrik Budi, 2009:1). Contoh penerapan CSR yang direalisasikan oleh perusahaan misalnya dalam bidang pendidikan PT DJARUM Tbk memberikan beasiswa kepada mahasiswa berprestasi, dalam pelestarian lingkungan PT DANONE khususnya pada produk Aqua mengadakan program peduli air pada lingkungan dengan nama program “1 L Aqua untuk 10 L air bersih”, selain itu PT Unilever pada produk Lifebuoy mengadakan program pembuatan MCK dll.

Pada saat ini CSR dapat dianggap sebagai investasi masa depan bagi perusahaan. Minat para pemilik modal dalam menanamkan modal di perusahaan yang telah menerapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan yang tidak menerapkan CSR (Yulia Setyarini dan Melvie Paramitha, 2011:10). Melalui program CSR dapat dibangun komunikasi yang efektif dan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya. Harmonisasi antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya dapat tercapai apabila terdapat

komitmen penuh dari *top management* perusahaan terhadap penerapan CSR sebagai akuntabilitas publik (Arief Effendi, 2009:107). Dukungan dan komitmen *top management* terhadap keberhasilan kualitas perusahaan.

Komitmen manajemen (Management commitmen) menurut Cooper (2006:1)” *as engaging in and maintaining behaviours that help others achieve a goal*” dapat diartikan bahwa komitmen manajemen adalah tindakan melakukan dan mempertahankan perilaku yang membantu orang lain untuk mencapai tujuan. Dengan demikian, komitmen manajemen merupakan faktor utama penentu kesuksesan penerapan keberhasilan kualitas tersebut, dimana *top management* harus bersikap, berpikir dan bertindak tentang kualitas dalam semua keputusan. *Top management* harus memiliki pernyataan kebijakan kualitas yang berhubungan dengan tujuan-tujuan perusahaan. Partisipasi aktif dan keterlibatan langsung *top management* dalam melakukan inspeksi dan control terhadap aktivitas, merupakan indikator kesuksesan penerapan kualitas pada organisasi. Faktor penting yang juga harus dimiliki oleh *top management* agar dapat mendukung perbaikan pelaksanaan kualitas adalah adanya *leadership* yang menunjang dari *top management* itu sendiri (Hatane Samuel 2011: 165). Hal ini disebabkan adanya dukungan manajemen akan mengatasi kekurangan dalam pelaksanaan suatu proyek (pencapaian usaha).

Kecenderungan (*trend*) perusahaan saat ini meningkatkan tuntutan publik atas transparansi dan akutabilitas perusahaan sebagai wujud implementasi *Good Corporate Governance* (GCG). Salah satu implementasi *Good Corporate Governance* di perusahaan adalah penerapan CSR yang didukung oleh komitmen

penuh dari *management* perusahaan berkaitan dengan pertanggungjawaban (*responsibility*) yaitu dalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.

Good corporate governance menurut keputusan Menteri BUMN nomor KEP-117/MBU/2002, *corporate governance* adalah seperangkat proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tepat memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika. Perubahan paradigma perusahaan yang tidak lagi mengutamakan orientasi laba (*Profit*), namun keberadaan perusahaan mampu memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat sekitar sering dengan maraknya komitmen untuk melaksanakan tata kelola perusahaan dengan memiliki prinsip-prinsip sebagai berikut *transparency, accountability, responsibility, independency, fairness*.

Sesuai dengan keputusan Menteri BUMN nomor KEP-117/MBU/2002, Badan Usaha Milik Negara harus lebih mengoptimalkan pelaksanaan prinsip GCG untuk meningkatkan kinerja perusahaan, salah satu perusahaan BUMN yaitu Telekomunikasi Indonesia (Telkom), telah menganggap penerapan GCG menjadi suatu kebutuhan, bukan suatu keharusan karena adanya ketentuan yang bersifat memaksa (*compulsory*). Dengan penerapan GCG yang konsisten dan efektif, Telkom dapat mempertahankan kelangsungan perusahaan di tengah persaingan usaha dalam bidang telekomunikasi dan situasi krisis ekonomi global. Upaya tersebut selalu melakukan pendalaman dalam penerapan GCG dilakukan tiada

henti. Upaya tersebut dirasakan telah memberikan tuntutan positif dalam menghadapi persaingan, peningkatan kinerja telekomunikasi dan semakin meningkatkan kepercayaan *stakeholder*.

Selain itu, PT Telkom adalah salah satu dari beberapa perusahaan di Indonesia yang telah menjalankan program CSR sebagai komitmen perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku (*behavioural ethis*) dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*) dengan mengembangkan program kepedulian kepada masyarakat disekitar. Dengan menerapkan CSR, PT. Telkom mengharapkan mendapat manfaat yang diperoleh perusahaan yaitu meningkatkan reputasi manajemen, mempermudah dalam mengelola profit resiko (*risk profit*) dan manajemen risiko (*risk management*), meningkatkan kreatifitas dan inovasi terutama pada karyawan level bawah, serta meningkatkan efisiensi operasional.

Kegiatan yang ditetapkan oleh PT. Telkom dapat implementasi CSR yaitu program *Telkom Goes To School* (TG2S) sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap lembaga pendidikan. Seperti kita ketahui, Telkom bekerja sama dengan harian *Republika* juga telah menyelenggarakan pelatihan khusus untuk guru dalam rangka kepedulian terhadap para guru, sehingga kualitas dan kompetensi para guru dapat lebih ditingkatkan.

Berdasarkan latar belakang penelitian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, DAN KOMITMEN MANAJEMEN TERHADAP

IMPLEMENTASI *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* ” (pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung).

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *corporate social responsibility* pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk?
2. Bagaimana pengimplementasian *good corporate governance* pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk?
3. Bagaimana bentuk komitmen manajemen pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk?
4. Seberapa besar pengaruh penerapan *corporate social responsibility*, komitmen manajemen terhadap pengimplementasian *good corporate governance* pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah untuk:

1. Mengetahui penerapan *corporate social responsibility* pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.
2. Mengetahui pengimplementasian *good corporate governance* pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.
3. Mengetahui bentuk komitmen manajemen pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.

4. Mengetahui besarnya pengaruh penerapan *corporate social responsibility*, komitmen manajemen terhadap pengimplementasian *good corporate governance* pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini yaitu:

1. **Penulis**, sebagai tambahan wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh *corporate social responsibility*, komitmen manajemen terhadap implementasi *good corporate governance*.
2. **Perusahaan**, untuk memberikan wawasan dan pengetahuan bahwa *corporate social responsibility*, komitmen manajemen memiliki pengaruh terhadap *good corporate governance*.
3. **Bagi pihak lain**, penulis berharap hasil penelitian ini dapat menjadi sebuah bahan acuan atau referensi yang bermanfaat bagi penelitian-penelitian yang relevan.