

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang termasuk dalam *emerging markets* untuk ekonomi global. Hal ini dapat mempengaruhi investor untuk menanamkan modal di perusahaan-perusahaan di Indonesia, sehingga perusahaan-perusahaan tersebut dapat berkembang menjadi lebih besar. Salah satu kewajiban bagi perusahaan yang diatur oleh pemerintah bagi perusahaan di Indonesia adalah CSR.

Kewajiban dalam menerapkan CSR ini telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, sehingga perusahaan yang tidak melaksanakan kewajiban untuk melakukan tanggung jawab sosial akan diberikan sanksi sesuai dengan peraturan yang terkait. CSR sendiri dibagi menjadi dua yaitu CSR internal dan CSR eksternal. Dalam Hameed, et al. (2019) mengatakan bahwa CSR internal berfokus pada stakeholder internal yaitu karyawan, sedangkan CSR eksternal berfokus pada stakeholder eksternal yaitu *applicant*, komunitas, dan masyarakat. Tidak dipungkiri bahwa masa sekarang ini banyak pelamar kerja, investor, dan *stakeholder* lain yang mempertimbangkan CSR perusahaan yang akan dilamar atau investor yang ingin berinvestasi di perusahaan terkait (Catano dan Morrow, 2016), sehingga peneliti tertarik untuk meneliti tentang CSR internal dan eksternal perusahaan.

Menurut Syairozi (2019), manfaat dari CSR yang diterapkan oleh perusahaan tidak hanya untuk perusahaan itu sendiri, melainkan juga bermanfaat bagi masyarakat dan juga pemerintah, misalnya yaitu dapat meningkatkan kualitas berbagai sektor, seperti pendidikan yang pantas bagi masyarakat, meningkatkan pelatihan untuk menambah kualitas tenaga kerja masyarakat. Kemudian, manfaat bagi pemerintah yaitu dengan adanya kerjasama antara kebijakan pemerintah dengan perusahaan yang menerapkan praktik CSR, dapat membantu menyelesaikan masalah yang berada di sekitar perusahaan, misalnya pembangunan fasilitas umum dan membuka akses kesehatan bagi masyarakat sekitar.

Penelitian terdahulu yang meneliti mengenai CSR seperti pada penelitian Adi (2015), Kartikasari, et al. (2017), dan Afandi (2019), tidak memisahkan antara CSR internal dan eksternal, sedangkan terdapat perbedaan antara CSR internal dan eksternal, dimana CSR internal hanya melihat CSR dari sisi dalam perusahaan, sedangkan CSR eksternal melihat dari sisi pemangku kepentingan di luar perusahaan. Terdapat beberapa penghargaan yang diselenggarakan untuk perusahaan-perusahaan yang melakukan program CSR, penghargaan ini diadakan untuk mengapresiasi perusahaan tersebut. Penghargaan ini diberi tajuk *Sindo Weekly CSR Award 2015*, *Global CSR Summit & Awards 2016*, dan lain sebagainya. Maka dari itu, penulis ingin meneliti pengaruh CSR dengan memisahkan praktik CSR internal dan eksternal terhadap reputasi perusahaan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Penelitian pengaruh CSR internal dan eksternal terhadap reputasi perusahaan belum banyak dijumpai di Indonesia, karena kebanyakan peneliti hanya menggunakan CSR saja. Maka masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah CSR internal berpengaruh terhadap reputasi perusahaan?
2. Apakah CSR eksternal berpengaruh terhadap reputasi perusahaan?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh dari praktik CSR internal dan eksternal terhadap reputasi perusahaan. Perbedaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah variabel Praktik CSR yang dibagi menjadi CSR internal dan eksternal, dimana pada penelitian sebelumnya tidak banyak yang melakukan hal tersebut dan hanya menjadikan satu variabel yaitu CSR. Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh Chapagain (2021) dengan menggunakan objek perusahaan yang ada di Indonesia. Dengan dipilihnya objek yang berbeda, diharapkan penelitian dapat memberikan hasil yang lebih general atau tergeneralisasi.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

##### 1. Kontribusi Teori

Harapan dari hasil penelitian ini adalah untuk memberikan pengetahuan pada perusahaan dan *stakeholders* mengenai pengaruh CSR internal dan eksternal terhadap reputasi perusahaan yang terdaftar di BEI dan web *Corporate Image Award*.

##### 2. Kontribusi Praktik

Harapan dari hasil penelitian ini adalah untuk memberikan informasi dan juga menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan web *Corporate Image Award* mengenai pengaruh CSR internal dan eksternal dalam meningkatkan reputasi perusahaan.