

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan sebagai sebuah sistem, dalam keberlanjutan dan keseimbangannya tidak dapat berdiri sendiri. Keberadaan perusahaan dalam lingkungan masyarakat membawa pengaruh bagi kehidupan sosial, ekonomi, serta budaya. Aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan bersinggungan langsung dengan masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan masyarakat dan lingkungan. Perusahaan perlu mengingat dan memperhatikan aspek sosial budaya, salah satunya adalah dengan membina hubungan baik yang bersifat *reciprocal* (timbal balik) dengan *stakeholder* lain, baik pemerintah, swasta, maupun dari berbagai tingkatan elemen masyarakat. Hubungan baik ini dapat dibentuk dari adanya interaksi antar *stakeholder* dalam kaitannya dengan penyelenggaraan program CSR (*Corporate Social Responsibility*).²

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang juga dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility*, kini telah menjadi prioritas utama para pemimpin bisnis di dunia. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk program tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholder* atau pemangku kepentingan. *Stakeholders* atau pemangku kepentingan adalah orang atau kelompok yang dapat

²Davianti, S. C., *Stakeholder Engagement Sebagai Praktik CSR dan Pengungkapannya Pada Kelompok Usaha Lippo Group*, Vol. 3, International Journal of Social, Science and Business, 2019, hlm.444

dipengaruhi dan mempengaruhi keputusan, kebijakan ataupun setiap operasi yang dilakukan perusahaan, *stakeholder* dapat dikelompokkan ke dalam dua bagian, yaitu *stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal. Pengungkapan CSR juga menjadi sinyal yang diberikan pihak manajemen kepada seluruh *stakeholder* termasuk calon investor mengenai prospek perusahaan dimasa yang akan datang.³

Sekarang ini penerapan CSR sangat diperhatikan oleh perusahaan karena munculnya kesadaran perusahaan akan pentingnya CSR sebagai bentuk investasi perusahaan dalam jangka panjang. Dalam Penerapannya CSR ini melibatkan langsung para pemangku kepentingan/*stakeholder*. Keterlibatan *stakeholder* dalam pengambilan keputusan merupakan proses memunculkan berbagai pandangan dari *stakeholder* dalam berbagai kepentingan secara efektif dalam hubungan yang terjadi dalam sebuah perusahaan, keterlibatan *stakeholder* dalam pengambilan keputusan biasa disebut dengan *Stakeholder Engagement*.⁴

Penerapan CSR pada sebuah perusahaan juga menentukan citra atau nilai perusahaan di mata masyarakat, oleh karena itu CSR harus dijalankan dengan sebaik mungkin. Implementasi CSR merupakan aktualisasi dari upaya perusahaan untuk menjaga hubungan dengan masyarakat.. Apabila penerapan CSR oleh sebuah perusahaan itu bagus, hal ini berupa program dan tindakan CSR yang tinggi, maka akan

³ Ibid. hlm 446

⁴ Eko Prasetyo, *Analisa Efektifitas Implementasi Kebijakan Pemerintah Dalam Konteks Keterlibatan Pemangku Kepentingan (Stakeholder Engagement): Studi Kasus Program Revaluasi Barang Milik Negara Pada Kementrian Keuangan*, Vol. 04, 2020, Jurnal Ilmu Hukum Administrasi, hlm. 03.

membuat reputasi perusahaan cenderung lebih tinggi daripada perusahaan yang tidak menerapkan program CSR dengan baik.⁵

Mayangkara Group sebagai sebuah perusahaan yang mempunyai beberapa anak perusahaan diantaranya PT. Rama Manggala Gas (SPPBE), Radio Perkasa, PT. Manggala Jaya Gas dan PT. Manggala Citra Gas (Distributor Elpiji), serta beberapa SPBU yang tersebar di Blitar, Kediri, Tulungagung dan Trenggalek. Sebagai sebuah perusahaan besar tentunya mayangkara mempunyai tanggung jawab yang besar juga terhadap lingkungan sekitar. Tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar ini harus dilaksanakan dengan sebaik mungkin, hal ini sebagai bentuk perusahaan menjaga hubungan dengan lingkungan sekitar untuk menjaga citra perusahaan.

Mayangkara Group penerapan program CSR berfokus pada kesejahteraan masyarakat sekitar. Program CSR Mayangkara Group berjumlah 8 program CSR yang tersebar di Kota blitar dan Kabupaten Blitar diantaranya: (1) Pelayanan mobil jenazah dan ambulance gratis masing-masing berjumlah 2 unit, (2) Bantuan sembako untuk ponpes dan panti asuhan sejumlah 31 panti ataupun ponpes, bantuan ini berupa 3 kg per anak asuh total dari semuanya adalah 3620 kg setiap bulannya, (3) Perawatan lansia sejumlah 234 orang yang tersebar di wilayah kabupaten/kota Blitar, berupa beras 7 kg + uang tunai Rp. 50.000 dan obat-obatan, (4) Santunan ramadhan yang sasarannya lansia (uang tunai

⁵ Munzir, Rini, T. H., & Aziz, M., *Impelementasi Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan*, Vol.01, 2021, Balance Vocation Accounting Journal, hlm.08.

Rp. 300.000 + Handuk) dan yatim/piatu (uang tunai Rp. 100.000), (5) Pesantren tahfidz HIC berjumlah 30 santri terbagi menjadi 4 kelas (2 pa & 2 pi), (6) Pelayanan kesehatan yang dilaksanakan di halaman masjid Ar-Rahman setiap hari (kecuali hari kamis) dengan rata-rata pasien perhari 180 orang, pemeriksaan ini meliputi cek gula darah, kolestrol, asam urat dan tekanan darah, (7) TPQ umum dan karyawan dengan jumlah 5 kelas yang saat ini ada 1 di Radio Patria dan 4 di Radio Mayangkara, (8) Pembangunan masjid Ar-Rahman Kota blitar, operasional dari Masjid Ar-Rahman ini sebagian besar di cover oleh Mayangkara Group.⁶ Program CSR Mayangkara Group selama satu tahun mengharuskan perusahaan mengeluarkan dana sebesar Rp. 2.671.860.000 untuk seluruh operasional program CSR yang ada.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti melihat fenomena bahwasannya Mayangkara Group merupakan salah satu perusahaan yang besar, sehingga program CSR yang dilakukan oleh perusahaan harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit. Hal ini didukung dengan Mayangkara Group yang memiliki cabang usaha yang beragam yakni SPBU yang berjumlah 18, Radio/Penyiaran yang berjumlah 5, pangkalan LPG yang berjumlah 5, SPPBE berjumlah 1 dan Rumah makan berjumlah 2. Perusahaan sebesar Mayangkara Group dengan banyaknya cabang usaha dan banyaknya program CSR mengharuskan perusahaan *stakeholder* yang harus saling berkontribusi satu sama lain dalam penetapan maupun

⁶ Arsip HIC Mayangkara Group

pengimplementasian program CSR. Hal lain yang harus dilihat dari Mayangkara Group adalah citra perusahaan setelah adanya program CSR yang begitu banyaknya. Dari penjelasan diatas peneliti merasa perlu dilakukan penelitian yang lebih lanjut, karena sebuah perusahaan dalam implementasi CSR tidak dapat lepas dari peran *Stakeholder Engagement*. Sehingga sebelum proses implementasi CSR dalam perusahaan diperlukan peran *Stakeholder Engagement* dalam peningkatan citra perusahaan. CSR harus sejalan dengan strategi perusahaan yang berorientasi pada keinginan *stakeholder* sehingga program CSR dapat diterima dengan baik oleh *stakeholder* dan berdampak positif terhadap kinerja perusahaan. *Stakeholder Engagement* menjadi sangat penting karena dapat memfasilitasi identifikasi dan pemahaman tentang masalah-masalah *sustainability* yang mencakup: isu-isu, kepedulian, kebutuhan, dan harapan dari para *stakeholder*. Oleh karena itu peneliti akan berfokus pada peran dari *Stakeholder Engagement* dalam implementasi.⁷

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menciptakan pemahaman yang lebih bagi perusahaan akan pentingnya peran *Stakeholder Engagement* dalam pengambilan keputusan perusahaan yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* guna menciptakan sebuah citra perusahaan yang baik. Pemahaman yang baik inilah yang akan membuat perusahaan akan lebih baik lagi dalam proses pengambilan

⁷ Wasis, C., Sesario, R., & Radiansah, D, *Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) to the Image of a Company in Bengkayang Regency*, Vol. 02, 2021, hlm.107

keputusan dan menjadikan perusahaan memiliki nilai yang lebih daripada kompetitor.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, fokus penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peran *Stakeholder Engagement* pada implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Mayangkara Group?
2. Bagaimana dampak dari peran *Stakeholder Engagement* pada implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra Mayangkara Group?
3. Bagaimana proses penetapan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukann oleh Mayangkara Group?
4. Bagaimana upaya membangun citra perusahaan yang dilakukan oleh Mayangkara Group?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan peran *Stakeholder Engagement* pada implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Mayangkara Group.
2. Untuk mendeskripsikan dampak dari peran *Stakeholder Engagement* pada implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra Mayangkara Group.

3. Untuk mendeskripsikan proses penetapan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukann oleh Mayangkara Group.
4. Untuk mendeskripsikan upaya membangun citra perusahaan yang dilakukan oleh Mayangkara Group.

D. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian ini lebih terfokus dan mendalam, maka dari itu penulis beranggapan bahwa permasalahan perlu dibatasi. Dalam hal ini penulis hanya membahas tentang peran *Stakeholder Engagement* pada implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam membangun citra Mayangkara Group.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat, tidak hanya kepada peneliti namun juga kepada Mayangkara Group dan masyarakat umum. Berikut ini merupakan manfaat penelitian secara teoritis dan praktis :

1. Manfaat Praktis

Secara teoritis penelitian ini digunakan sebagai bentuk kontribusi peneliti yang berbentuk dokumen pustaka untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai peran *Stakeholder Engagement* pada implementasi CSR dalam membangun citra perusahaan

2. Manfaat Teoritis

- a. Bagi Mayangkara Group, Hasil dari penelitian ini dapat digunakan perusahaan untuk lebih memahami tentang peran *stakeholder* dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan CSR.
- b. Masyarakat umum, hasil penelitian ini dapat menjadi wawasan tambahan mengenai peran masyarakat sebagai *stakeholder* eksternal dalam pengambilan keputusan perusahaan yang berkaitan dengan CSR.
- c. Bagi Peneliti, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan peneliti tentang peran *stakeholder* dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan CSR.
- d. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi atau referensi awal dalam melakukan penelitian terkait lebih lanjut.

F. Penegasan Istilah

Berikut ini merupakan penjelasan dari beberapa kata atau istilah yang ada pada penelitian ini untuk menghindari perbedaan persepsi pembaca :

1. Penegasan Konseptual

- a. Perusahaan adalah entitas bisnis yang berdiri dengan tujuan menghasilkan keuntungan melalui penjualan produk atau jasa kepada konsumen.⁸

⁸Vedhitya, M, *Memahami Perusahaan : Pengertian dan Jenis-jenisnya*, Marketeers.com, 03/03/2023, <https://www.marketeers.com/memahami-perusahaan-pengertian-dan-jenis-jenisnya/>

- b. *Stakeholder* adalah pihak pemangku kepentingan atau beberapa kelompokorang yang memiliki kepentingan di dalam perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan dari bisnis secara keseluruhan.⁹
- c. *Stakeholder Engagement* adalah merupakan sebuah rangkaian aktivitas yang terencana dan dilaksanakan berdasarkan perencanaan dalam rangka untuk memperoleh pengakuan, penerimaan dan keberlanjutan hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder*.¹⁰
- d. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh suatu perusahaan kepada semua pihak yang ada di dalamnya dengan melaksanakan sebuah program yang memiliki manfaat.¹¹
- e. Citra Perusahaan adalah kesan, perasaan, gambaran atau persepsi publik atau konsumen terhadap organisasi atau perusahaan yang berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kualitas yang sengaja diciptakan sebagai cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan.¹²

2. Penegasan Operasional

⁹ Devi, R.K, *Stakeholder dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, binus.ac.id, 10/10/2018, <https://binus.ac.id/malang/2018/10/stakeholder-dan-tanggung-jawab-sosial-perusahaan/>.

¹⁰ *Pentingnya Stakeholder engagement dalam CSR (Corporate Social Responsibility)*, 20/11/2022, olahkarsablog, <https://blog.olahkarsa.com/pentingnya-stakeholder-engagement-dalam-csr/>.

¹¹ Fathina, H, *Apa itu CSR? Ini Aturan, Jenis, Tujuan, Manfaat, dan Contohnya*, Bisnis.com, 23/11/2022, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20221123/12/1601562/apa-itu-csr-ini-aturan-jenis-tujuan-manfaat-dan-contohnya>.

¹² Riadi, M, *Citra Perusahaan (Pengertian, Fungsi, Jenis, Indikator dan Strategi Pembentukan)*, kajianpustaka.com, 21/10/2020, <https://www.kajianpustaka.com/2020/10/citra-perusahaan.html>.

Secara operasional dalam menjalankan sebuah bisnis, perusahaan perlu untuk melaksanakan program CSR sebagai bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar. Pelaksanaan program CSR harus melibatkan *stakeholder* agar hasil yang didapat sesuai dengan yang dibutuhkan *stakeholder*, dan yang terpenting citra perusahaan dapat meningkat.

G. Sitematika Skripsi

Untuk memperoleh sebuah gambaran yang jelas mengenai penelitian ini, maka disusunlah suatu sistematika penelitian yang memuat informasi-informasi yang dibahas pada setiap bab. Sistematika penyusunan pada penelitian ini dapat menjadikan data dan informasi yang disajikan lebih mudah dipahami.

Bagian awal berisi tentang halaman sampul depan judul, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak. Bagian inti terdiri dari lima bab, sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, identifikasi dan batasan masalah, kegunaan penelitian, penegasan istilah, sistematika penulisan skripsi.

Bab II Kajian pustaka, membahas tentang penjabaran teori yang digunakan terdiri dari teori masing-masing variabel, penelitian terdahulu

- Bab III Metode penelitian, terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, tahaptahap penelitian.
- Bab IV Hasil penelitian, terdiri dari paparan data, triangulasi data dan temuan penelitian.
- Bab V Pembahasan berisi tentang kroscek antara teori dan penelitian.
- Bab VI Penutup, berisi kesimpulan dari hasil pembahasan serta saran.