

Corporate Social Responsibility (CSR) dan Reputasi Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Rokok di Indonesia

Indonesian Journal of
Auditing and
Accounting (IJAA)
2025, Vol 2 (2) 1-8
e-ISSN: 3032-6273
www.jurnal.iapi.or.id

Valencia Jovita Gunawan¹, Dianne Frisko Koan^{2*}

^{1,2} Universitas Surabaya

* dianne@staff.ubaya.ac.id

Abstrak

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh perusahaan diyakini sebagai bentuk komitmen perusahaan merespon kepentingan *stakeholder* dalam turut menjaga kondisi lingkungan hidup, mengatasi permasalahan sosial masyarakat dan turut meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat. Penelitian ini bertujuan mengetahui lebih dalam terkait penerapan CSR di salah satu perusahaan pada sektor industri rokok-kerap dikategorikan sebagai industri kontroversial dalam konteks CSR. Penelitian ini menggali informasi tentang motif penerapan CSR, pertimbangan manajemen dalam penetapan program CSR, hingga dampak yang timbul dari penerapan CSR. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan perusahaan PT Perlinro sebagai bahan utama studi kasus. Studi ini menggunakan metode wawancara dengan narasumber dari pihak perusahaan dan dari pihak *stakeholder* berjumlah tujuh orang, disertai dengan observasi lapangan di perusahaan dan salah satu area aktifitas penerapan program CSR. Temuan penelitian ini mengungkapkan faktor utama penerapan CSR PT Perlinro adalah untuk mendapatkan pandangan positif dari masyarakat sekitar area operasi perusahaan dengan mentaati aturan yang berlaku. Dampak signifikan yang diterima Perusahaan dari penerapan CSR adalah nama baik dan reputasi positif melalui penerimaan masyarakat dan pemerintah lokal untuk turut menjaga nama baik PT Perlinro yang membantu meningkatkan taraf perekonomian masyarakat.

Kata Kunci: CSR, Reputasi Perusahaan, Risiko Reputasi, Industri Rokok.

Pendahuluan

Fenomena kerusakan lingkungan, kejadian bencana alam yang terus mengalami peningkatan intensitas kejadian dan meluasnya wilayah yang terdampak menjadi agenda global untuk segera diatasi dan dibangun upaya pencegahannya. Analisis penyebab terjadinya bencana alam dan kerusakan lingkungan seperti banjir, kebakaran hutan, rusaknya ekosistem laut, tidak hanya terjadi karena faktor alamiah namun juga karena tindakan individu maupun pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Dampak

kerusakan alam yang terjadi mendorong banyak pihak termasuk sektor industri untuk membangun kesadaran dan kepedulian untuk menurunkan tingkat kerusakan alam tersebut. Hal ini mendorong banyak perusahaan di seluruh negara menerapkan CSR yang tidak hanya bertujuan mencegah kerusakan alam namun juga turut mengatasi masalah-masalah sosial yang ada di masyarakat, meliputi masalah ekonomi, kesehatan, pendidikan dan lainnya.

CSR merupakan sebuah kontribusi sosial perusahaan yang dilakukan secara sukarela dengan tujuan untuk meningkatkan standar sosial masyarakat (Aljarah & Alrawashdeh, 2020). Perusahaan atau organisasi harus terus berkembang tidak hanya dalam aspek ekonomi namun juga sosial (Carroll, 1991). Oleh karena itu, perkembangan perusahaan dalam bidang sosial harus dilakukan dengan komitmen dan sukarela. CSR dilakukan tidak selalu berkaitan dengan lingkungan namun juga sosial dalam internal dan eksternal perusahaan. Selaras dengan tujuan CSR untuk meningkatkan kualitas hidup, maka berbagai kegiatan seperti kepedulian menangani masalah kemiskinan, kelaparan, dan lingkungan kerja karyawan menjadi program CSR yang diterapkan. Berdasarkan konsep tanggung jawab sosial Tandilittin & Luetge (2015) sebuah perusahaan harus bertanggung jawab secara sosial karena tindakan perusahaan dapat membuahkan dampak yang positif maupun negatif.

Tujuan perusahaan menjalankan serangkaian kegiatan bisnis adalah untuk mencapai visi dan misi perusahaan, mempertahankan kondisi perusahaan, serta mendapatkan keuntungan. Pada saat perusahaan memperoleh keuntungan terutama keuntungan maksimal maka akan mempengaruhi tingkat kesenjangan sosial dan lingkungan menjadi lebih tinggi, sehingga masyarakat akan secara langsung merasakan dampak dari operasional perusahaan. Untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan maka salah satu hal yang dipandang penting adalah reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan memiliki peran penting karena hal ini mengandung persepsi masyarakat dan pemangku kepentingan atas perusahaan. Reputasi bagi perusahaan seperti wajah yang mempengaruhi pandangan masyarakat dan konsumen terhadap perusahaan (Abratt & Kley, 2012).

Reputasi perusahaan yang baik dapat dilihat melalui bagaimana perusahaan mampu memberikan atau memenuhi harapan masyarakat. Penelitian yang dilakukan Daromes (2020) menyatakan dalam meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan memerlukan pendukung lain seperti tindakan sosial perusahaan yang konsisten. Dampak dari tindakan tersebut secara langsung dirasakan oleh masyarakat serta para pemangku kepentingan lainnya. Bagaimana masyarakat dan pihak eksternal menilai perusahaan ini juga akan meningkatkan kepercayaannya terhadap perusahaan. Selain itu, Freeman (1984) meyakini konteks organisasi dimana komunitas bisnis memahami bahwa perusahaan sebagai sebuah organisasi bisnis tidak dapat berjalan mandiri dan selalu bergantung pada kondisi lingkungan eksternal (Freeman, 1984), sehingga kondisi lingkungan setiap pemangku kepentingan perusahaan baik masyarakat, investor dan seluruh kalangan yang memiliki hubungan langsung dengan perusahaan dapat mempengaruhi reputasi perusahaan.

Perusahaan akan mendapatkan keunggulan kompetitif dengan menerapkan kegiatan CSR (Melo & Galan, 2011). Inisiatif CSR dapat meningkatkan reputasi mereka serta kinerja keseluruhan dalam hal profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan pangsa

pasar (Famiyeh et al., 2016). CSR mampu mempengaruhi pandangan pemangku kepentingan terhadap perusahaan (Unerman, 2008). Oleh karena itu CSR memiliki keterkaitan yang erat dengan reputasi perusahaan. Menurut Castaldo et al., (2009) berbagai kegiatan CSR perusahaan akan mempengaruhi daya tarik pelanggan terhadap perusahaan. Penerapan kegiatan CSR menjadi sebuah strategi penting yang memberikan pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Sejauh mana perusahaan melakukan tindakan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan akan sangat mempengaruhi pandangan para pemangku kepentingan terhadap produk, performa dan juga daya tarik perusahaan. Penerapan CSR tidak hanya berdampak pada reputasi perusahaan saja, namun juga faktor lain yang berkaitan dengan keberlangsungan operasional perusahaan. Penerapan CSR dapat memberikan manfaat atau dampak seperti meningkatkan penjualan dan pangsa pasar perusahaan.

Berdasarkan sejumlah pertimbangan dan hasil dari beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa penerapan CSR tidak hanya memberikan manfaat bagi reputasi perusahaan, tetapi juga berdampak pada berbagai aspek lainnya dalam perusahaan, maka penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam terhadap penerapan CSR oleh PT Perlinro dalam kegiatan bisnisnya. Penelitian ini akan meninjau implementasi dan dampak program CSR perusahaan dengan menyoroti aspek kebijakan kepemimpinan, desain program, keterlibatan dengan pemangku kepentingan, serta pengaruhnya terhadap reputasi perusahaan secara keseluruhan.

Pemilihan perusahaan dalam penelitian ini, karena industri rokok dianggap memberikan dampak yang buruk baik bagi kesehatan maupun lingkungan. Data WHO Indonesia menunjukkan perusahaan sektor industri rokok menimbulkan dampak buruk bagi kesehatan dan juga lingkungan (Republika, 2022). Dalam proses produksi rokok menghasilkan limbah beracun yang memberikan dampak buruk bagi lingkungan, sedangkan produknya bertentangan dengan upaya meningkatkan mutu kesehatan masyarakat. Adapun pokok bahasan dalam penelitian ini akan berfokus pada (1) Bagaimana manajemen PT Perlinro mempertimbangkan faktor-faktor yang mendorong penerapan CSR? dan (2) Bagaimana dampak penerapan CSR bagi *stakeholder* khususnya masyarakat dan bagi perusahaan?.

Tinjauan Pustaka

Penerapan CSR berawal dari Howard Bowen yang memberikan penjelasan atas konsep dasar CSR. Bowen sangat memperhatikan setiap keputusan manajemen mengenai kebijakan dan kegiatan berdasarkan kepada nilai dan tujuan sosial. Kemudian, teori ini terus dikembangkan hingga saat ini sehingga teori mengenai CSR terus mengalami perubahan. CSR telah menjadi isu yang sangat diminati dikalangan bisnis dan penelitian. Seiring berjalannya waktu isu-isu etika terkait lingkungan dan kualitas dari hidup menjadi penting untuk membuktikan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial (Tandilittin & Luetge, 2015). CSR menjadi salah satu alternatif dalam menjaga keberlanjutan sosial, ekonomi, dan lingkungan Penerapan CSR yang dilaksanakan perusahaan dapat memberikan dampak positif langsung terhadap keberlanjutan (*sustainability*).

Carroll menyatakan CSR dapat diterima pelaku bisnis, namun harus dirangkai dengan baik sehingga seluruh tanggung jawab perusahaan dapat dilaksanakan (Carroll, 1991). Carroll menjelaskan bahwa dasar motivasi melaksanakan CSR bergantung pada empat jenis tanggung jawab yaitu ekonomi, hukum, etika, dan kedermawanan. Kemudian dari keempat komponen tersebut digambarkan dalam sebuah piramida yang dikenal sebagai *Carroll's Pyramid*. Dalam piramida tersebut tanggung jawab diurutkan dari yang paling atas hingga bawah yaitu tanggung jawab kedermawanan (*philanthropic responsibilities*), tanggung jawab etis (*ethical responsibilities*), tanggung jawab hukum (*legal responsibilities*), dan tanggung jawab ekonomi (*economic responsibilities*).

Reputasi perusahaan ini menjadi wajah bagi perusahaan yang akan mempengaruhi pandangan masyarakat dan konsumen terhadap perusahaan (Abratt & Kley, 2012). Reputasi perusahaan memiliki arti penting bagi perusahaan, tanpa reputasi perusahaan yang baik maka perusahaan tidak dapat bertahan untuk jangka waktu panjang. perusahaan dengan reputasi yang tinggi akan memiliki ekspektasi yang tinggi dari para investornya. Oleh karena itu, apabila para investor tidak menyukai sesuatu yang terkait dengan perusahaan maka hal tersebut akan berdampak kepada saham perusahaan. Reputasi perusahaan yang baik akan meningkatkan performa finansial dari perusahaan tersebut. CSR menjadi hal yang diprioritaskan oleh perusahaan sebagai bentuk pengungkapan kepedulian perusahaan terutama mengenai permasalahan sosial dan bertujuan untuk memberikan jaminan kepada perusahaan terkait dengan dukungan dari pelaku kepentingan (Muflih, 2021).

Metode Penelitian

Metode pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, analisis dokumen, dan observasi. Wawancara dilakukan dengan pihak manajemen yang memiliki pemahaman terkait CSR perusahaan dan berbagai program yang dilakukan. Untuk mengetahui dampak penerapan CSR, peneliti melakukan wawancara dengan pihak karyawan perusahaan dan masyarakat sekitar perusahaan. Pemilihan kedua pihak *stakeholder* tersebut didasarkan pada kategori *stakeholder* internal dan eksternal yang merasakan secara langsung dampak program CSR perusahaan. Peneliti menggunakan metode wawancara *semi-structured interview* dimana pertanyaan yang diajukan di lapangan mengacu pada poin-poin pertanyaan penelitian yang telah disiapkan. Kemudian dalam diskusi tanya jawab dapat berkembang menyesuaikan respon dari narasumber namun tidak keluar dari garis besar pertanyaan yang telah didesain. Dalam pengumpulan data, peneliti meminta persetujuan pihak perusahaan untuk melakukan rekaman suara, sehingga peneliti dapat memiliki bukti dari setiap pernyataan yang diberikan. Pihak perusahaan meminta untuk nama responden tidak disebutkan dan segala data yang diberikan mendapat izin diolah kembali penulis demi menjaga kerahasiaan identitas perusahaan.

Selain itu, peneliti juga mendapat akses beberapa dokumen perencanaan hingga evaluasi program CSR yang diterapkan PT Perlinro. Melalui data tersebut, peneliti dapat melakukan analisis dokumen lebih mendalam dan mengolah kembali data tersebut dengan melakukan triangulasi dari sumber data wawancara maupun observasi lapangan. Analisis dokumen ini membantu peneliti dalam melihat lebih dalam mengenai profil

perusahaan, rancangan dan penerapan program CSR perusahaan. Dokumen yang diberikan perusahaan berupa data dan informasi program penerapan CSR perusahaan dalam lingkup tahun 2022 dan 2023. Tahap analisis data yang diperoleh dari studi lapangan melalui wawancara, observasi dan analisis dokumen privat PT Perlinro, kemudian dilakukan *cross-check* (triangulasi) dengan menggunakan kata tema berdasar fokus pembahasan (1) dan (2). Setelah itu dilakukan pengelompokan data (*grouping*) untuk dilakukan analisis mengacu pada konsep terkait penerapan CSR, motif perusahaan dalam penerapan CSR, dampak CSR bagi *stakeholder*, dan dampak bagi reputasi perusahaan.

Hasil dan Diskusi

PT Perlinro merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang industri rokok atau tembakau. Perusahaan ini memiliki fokus pada jasa pelinting rokok kretek yang bermitra dengan perusahaan ternama di Indonesia. Perusahaan ini memiliki jumlah karyawan sebanyak kurang lebih 1500 karyawan. Sejak berdirinya PT Perlinro ini, perusahaan ini sudah memiliki keterikatan hubungan bisnis yaitu dengan memberikan jasa pelinting rokok dari perusahaan ternama tersebut (mitra). Perusahaan memiliki visi dan misi, dimana salah satu visinya adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini menjadi landasan perusahaan menerapkan program CSR. Program CSR tersebut terbagi menjadi dua yaitu internal dan eksternal. Perusahaan telah menerapkan "Program CSR Internal" sejak berdirinya perusahaan. Kemudian, seiring dengan berkembangnya perusahaan maka perusahaan mulai melakukan program untuk pihak eksternal sekitar perusahaan. "Program CSR Internal" ini difokuskan kepada karyawan perusahaan. Sedangkan, "Program CSR Eksternal" dirancang untuk pihak eksternal yang meliputi delapan bidang, yaitu pengembangan ekonomi masyarakat, kesehatan, pertanian, pendidikan, infrastruktur pemukiman, konversi lingkungan, sosial agama dan budaya, dan lain-lain. Adapun kualifikasi bidang yang ada pada CSR Eksternal tersebut mengikuti acuan peraturan pemerintah daerah Kabupaten Harmoni, di Indonesia.

"Perusahaan harus memiliki image yang positif, sehingga dapat terus bertahan dalam persaingan bisnis di masa yang akan datang. Selain itu menaati peraturan yang telah ditetapkan merupakan hal yang penting bagi perusahaan." (kutipan wawancara dengan manajer A)

"Kegiatan CSR merupakan tanggung jawab moral perusahaan terhadap masyarakat sekitar dan karyawan, kegiatan yang telah dilakukan merupakan inisiatif dari perusahaan." (wawancara dengan manajer B)

Tujuan utama perusahaan melakukan CSR adalah untuk mendapatkan pengakuan dan pandangan positif dari masyarakat sekitar. Perusahaan juga mengutamakan kualitas dari produknya dengan selalu melakukan *quality control* disetiap akhir bagian dari alur produksi. Perusahaan menyadari bahwa memberikan kualitas produk yang baik merupakan salah satu dari tanggung jawab perusahaan. Hal itu juga menjadi faktor yang dapat mempertahankan hubungan kerjasama perusahaan dengan mitra. Pihak perusahaan menjelaskan bahwa kegiatan CSR merupakan tanggung jawab moral

perusahaan terhadap masyarakat sekitar dan karyawan, sehingga hal tersebut menjadi inisiatif dan motif perusahaan dalam menerapkan CSR. Perusahaan membuat dan memberikan laporan terkait kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan kepada Perusahaan Mitra. Perusahaan tetap berusaha untuk peduli terhadap kondisi sekitar dan kebutuhan masyarakat yang ada. Sebagian besar program yang dilakukan adalah berupa donasi atau bantuan dana kepada program dan unit-unit desa. Total kegiatan sepanjang tahun 2022 hingga 2023 sebanyak 51 kegiatan. Selain bantuan dana, perusahaan juga memberikan sembako, bantuan benda pembangunan dan masih banyak lagi. Perusahaan melakukan program lebih banyak dalam bidang sosial, agama, dan budaya. Hal tersebut dibuktikan dengan total dana yang dikeluarkan perusahaan.

"Tahun 2022, kami turut dalam pengadaan mesin pertanian dan untuk tahun 2023 kami ada pengadaan drone melalui forum CSR Kabupaten Harmoni." (wawancara dengan manajer A)

Latar belakang perusahaan dalam melakukan kegiatan CSR adalah untuk mendapatkan pandangan positif dari para pemangku kepentingan dengan cara tunduk pada peraturan hukum yang ada, dan menciptakan suasana kerja yang nyaman, sehingga operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik. Perusahaan turut serta dalam program pemerintah yang diselenggarakan dan menaati peraturan pemerintah daerah. Hal ini sejalan dengan motif perusahaan untuk taat kepada peraturan hukum sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Harmoni Nomor 3 Tahun 2017 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan. Peraturan tersebut menyatakan bahwa setiap perusahaan yang berada dalam wilayah pemerintah tersebut harus berperan aktif dalam tanggung jawab sosial. Dampak yang diterima PT Perlinro terkait penerapan program CSR dalam meningkatkan reputasi perusahaan sejalan dengan Freeman (1984). Dampak dari penerapan program CSR perusahaan adalah mendapatkan pandangan yang positif dari masyarakat dan pemerintah terhadap nilai perusahaan atau reputasi perusahaan, menjalin hubungan baik dengan lingkungan sekitar perusahaan, menghindari risiko bisnis, kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan baik, meningkatkan kesejahteraan karyawan dan masyarakat sekitar.

"...masyarakat sekitar bahwa mereka menantikan adanya bantuan kembali dari PT Perlinro...perusahaan melakukan kegiatan CSR juga pada keluarga dari karyawan yang merupakan pihak eksternal. (wawancara stakeholder AA)

"...karyawan sering mendapatkan respon bahwa mereka menjadi peduli dan menghargai perusahaan ." (wawancara stakeholder BB)

"...PT Perlinro jadi disegani oleh masyarakat..." (wawancara stakeholder AA)

Hasil analisis menyimpulkan bahwa latar belakang atau motif dari pelaksanaan CSR perusahaan tersebut mengacu teori *Carroll's Pyramid*, PT Perlinro berada pada level kedua dimana perusahaan memenuhi *economic responsibilities* dan *legal responsibilities*. Berdasarkan atas faktor-faktor pertimbangan ekonomi dan patuh pada aturan tersebut memberikan dorongan bagi perusahaan untuk melakukan berbagai macam program CSR.

Kesimpulan

Hasil pembahasan dan analisis data dari studi pada PT Perlinro menyatakan bahwa faktor utama yang menjadi motif perusahaan menerapkan CSR adalah untuk menjaga reputasi perusahaan supaya terus mendapat kepercayaan dari pihak perusahaan mitra demi menjamin kelangsungan operasional pabrik dan kesejahteraan karyawan PT Perlinro. Reputasi positif PT Perlinro perlu tetap dijaga dan ditingkatkan, khususnya bagi *stakeholder* eksternal Perusahaan. Kepatuhan pada aturan dan regulasi yang berlaku di area kerja PT Perlinro menjadi acuan utama desain program CSR yang harus diterapkan perusahaan. Hal ini selain untuk meminimumkan risiko bisnis akibat ketidakpatuhan secara hukum, namun juga untuk meningkatkan reputasi Perusahaan dimata pemerintah dan masyarakat setempat. Penerapan program CSR PT Perlinro menunjukkan adanya keterkaitan antara penerapan CSR dan reputasi perusahaan. Perusahaan ini mendapatkan respon dan pandangan yang positif dari pihak internal dan eksternal perusahaan seiring dengan dilakukannya program CSR.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang dalam memperoleh data melalui wawancara, observasi lapangan dan analisis beberapa dokumen internal perusahaan. Data dan informasi yang diperoleh, diolah dan dianalisis terbatas pada konteks perusahaan PT Perlinro dan *stakeholder* yang menjadi narasumber. Hasil penelitian ini merupakan gambaran temuan dan simpulan dari fakta lapangan yang tidak dapat digeneralisir di luar konteks perusahaan ini.

Daftar Pustaka

- Abratt, R., & Kleyn, N. (2012). Corporate identity, corporate branding and corporate reputations: Reconciliation and integration. *European Journal of Marketing*, 46(7), 1048–1063. <https://doi.org/10.1108/03090561211230197>
- Aljarah, A., & Alrawashdeh, M. (2020). Boosting customer citizenship behavior through corporate social responsibility: does perceived service quality matter? *Social Responsibility Journal*, 17(5), 631–647. <https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2019-0098>
- Carroll, A. B. (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*.
- Castaldo, S., Perrini, F., Misani, N., & Tencati, A. (2009). The missing link between corporate social responsibility and consumer trust: The case of fair trade 70 products. *Journal of Business Ethics*, 84(1), 1–15. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9669-4>
- Daromes, F. E., & Gunawan, S. R. (2020). Joint impact of Philanthropy and Corporate Reputation on Firm Value. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 12(1), 1–13. <https://doi.org/10.15294/jda.v12i1.21747>
- Freeman John McVea, R., Edward Freeman, R., McVea, J., in Hitt, F. M., Freeman, E., & Harrison, J. (1984). *A Stakeholder Approach to Strategic Management*. http://papers.ssrn.com/paper.taf?abstract_id=263511
- Famiyeh, S., Kwarteng, A., & Dadzie, S. A. (2016). Corporate social responsibility and reputation: some empirical perspectives. *Journal of Global Responsibility*, 7(2), 258–274. <https://doi.org/10.1108/JGR-04-2016-0009>
- Melo, T., & Galan, J. I. (2011). Effects of corporate social responsibility on brand value. *Journal of Brand Management*, 18(6), 423–437. <https://doi.org/10.1057/bm.2010.54>

- Muflih, M. (2021). The link between corporate social responsibility and customer loyalty: Empirical evidence from the Islamic banking industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102558>
- Tandilittin, H., & Luetge, C. (2015). CSR activity of tobacco companies in Indonesia: Is it a genuine social responsibility? *Online Journal of Health Ethics*, 11. <https://doi.org/10.18785/ojhe.1101.03>
- Unerman, J. (2008). Strategic reputation risk management and corporate social responsibility reporting. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 21(3), 362–364. <https://doi.org/10.1108/09513570810863941>