

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan sebagai salah satu pelaku ekonomi tentunya mempunyai peranan yang sangat penting terhadap kelangsungan hidup perekonomian dan masyarakat luas. Meskipun mereka telah berperan dalam menciptakan lapangan kerja, kekayaan, produk dan jasa, namun tekanan pada bisnis untuk berperan dalam isu-isu sosial yang melibatkan karyawan, *stakeholder*, masyarakat, lingkungan dan pemerintah terus meningkat. Tidak salah apabila setiap perusahaan berjuang keras untuk menjalankan roda bisnisnya dalam memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun indikator-indikator ekologi menunjukkan akibat kebijakan yang salah dikalangan pelaku bisnis, menyebabkan degradasi lingkungan yang luar biasa.

Saat ini perusahaan tidak hanya dituntut mencari keuntungan/laba semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial di masyarakat. Dari segi ekonomi, memang perusahaan diharapkan mendapatkan keuntungan yang setinggi-tingginya, akan tetapi dalam aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat dan lingkungan melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Tanggung jawab sosial perusahaan menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas dari pada hanya sekedar kepentingan perusahaan itu sendiri. Tanggung jawab sosial dari perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik, investor, pemetintah, *supplier* bahkan juga kompetitor.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* dalam Isnaeni (2010:30) *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi

berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas-komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan mutu kehidupan.

Persaingan perusahaan yang semakin ketat menuntut setiap perusahaan untuk menjadi yang lebih unggul, perusahaan juga berlomba-lomba untuk bersaing agar mendapatkan penilaian terbaik dari masyarakat. Perusahaan yang selalu ingin tetap eksis dan berkembang kearah positif di tengah, melakukan berbagai usaha. Dengan keadaan permasalahan yang ada di masyarakat, maka muncul paradigma mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial. CSR merupakan suatu kewajiban bagi sebuah perusahaan, dimana dalam mempertahankan eksistensi dan mengembangkan perusahaannya, perusahaan harus melihat tiga hal utama yang perlu diperhatikan yaitu perusahaan, sosial, dan lingkungan yang merupakan pendukung utama.

Menurut Kotler (2012:274) citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek, sedangkan menurut Gregory (2011:63) citra perusahaan merupakan kombinasi dampak terhadap *observer* dari semua komponen-komponen *verbal* maupun visual perusahaan baik yang direncanakan ataupun tidak atau dari pengaruh *eksternal* lainnya.

Sebagai salah satu perusahaan yang berada di tengah masyarakat, PT Meiko Ekspres Surabaya memiliki kewajiban untuk melakukan tanggung jawab sosial. Tanggung jawab PT Meiko Ekspres Surabaya tidak hanya terbatas pada penyedia layanan jasa, tetapi juga bertanggung jawab atas kemajuan lingkungan sosial disekitarnya. Oleh karena itu, PT Meiko Ekspres Surabaya mengupayakan terjalannya interaksi yang positif dan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan ekosistem disekitar lokasi perusahaan. Positif dengan artian memberi manfaat, sedangkan harmonis dengan artian kedua belah pihak saling diuntungkan dengan adanya interaksi tersebut.

Dari penjelasan latar belakang diatas penulis mengangkat judul **“Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT Meiko Ekspres Surabaya”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki hubungan yang signifikan terhadap citra perusahaan PT Meiko Ekspres Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki hubungan yang signifikan terhadap citra perusahaan PT Meiko Ekspres Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak terutama pihak yang memiliki kepentingan langsung dalam masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan: untuk memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berdampak pada citra perusahaan.
- b. Bagi peneliti: untuk tambahan ilmu dan pengetahuan serta informasi yang digunakan dalam penelitian.
- c. Bagi peneliti selanjutnya: sebagai referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian dibidang yang sama.