

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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. Namun, jika kita perhatikan, masyarakat saat ini hidup dalam kondisi yang dipenuhi beragam informasi dari berbagai bidang, serta dibekali kecanggihan ilmu dan teknologi. Pola hidup seperti ini, mendorong terbentuknya cara berpikir, gaya hidup, dan tuntutan masyarakat yang lebih tajam, salah satunya terhadap perusahaan. Maka, tekanan masyarakat agar perusahaan lebih peduli kepada lingkungan merupakan kesempatan untuk memperkuat hubungan antara perusahaan dengan konsumen, bahkan dapat dijadikan keunggulan kompetitif. Karena bagi perusahaan-perusahaan besar, salah satu aset terpentingnya adalah sebuah citra.

Reputasi Perusahaan merupakan penilaian kumulatif masyarakat terhadap perusahaan dari waktu ke waktu" (Fombrun dan Shanley, 1990 pada Gilles, 2008). Penelitian telah menunjukkan berbagai manfaat positif yang terkait dengan reputasi. Sebuah reputasi yang baik meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menarik pelamar kerja (Gatewood et al., 1993 tentang Gilles 2008). Reputasi mempengaruhi retensi karyawan yang merasa perusahaan mereka dianggap baik oleh kelompok-kelompok eksternal sehingga memiliki kepuasan kerja yang lebih tinggi dan niat yang rendah untuk meninggalkan organisasi mereka (Riordan et al.,

1997 tentang Gilles, 2008). Sebuah reputasi positif juga meningkatkan branding korporasi, yang memungkinkan perusahaan untuk menggunakan ekuitas merek untuk meluncurkan produk baru dan memasuki pasar baru (Dowling, 2006 tentang Gilles, 2008). Reputasi positif dapat mempengaruhi kinerja keuangan, investasi kelembagaan, dan harga saham. Sebuah studi oleh Mercer Investasi Consulting menunjukkan bahwa 46% dari investor institusi mempertimbangkan lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan ketika membuat keputusan investasi, dan McKinsey melaporkan bahwa investor institusi akan membayar premi (12-14%) untuk perusahaan-perusahaan diatur (Fombrun, 2006). Dowling (2006) pada Gilles (2008) berpendapat bahwa perusahaan-perusahaan yang sukses memiliki kesempatan lebih besar untuk mempertahankan kinerja yang unggul dari waktu ke waktu jika mereka juga memiliki reputasi yang relatif baik.

Reputasi merupakan hal yang sangat penting bagi suatu organisasi (perusahaan). Menurut Harrison (2013), reputasi yang baik terbukti meningkatkan kelayakan perusahaan dan memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dimata stakeholder. Apabila perusahaan mempunyai reputasi baik, maka stakeholder akan lebih percaya perusahaan tersebut dibandingkan perusahaan yang lain. Bahkan regulator dalam hal ini adalah pemerintah akan lebih percaya pada perusahaan yang memiliki reputasi baik. Karyawan yang potensial akan lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik dibandingkan perusahaan dengan reputasi yang tidak jelas. Reputasi perusahaan dipengaruhi oleh

beberapa hal, diantaranya adalah, *Corporate Social responsibility*, *Intellectual Capital*, dan Tata Kelola Perusahaan (*Good Corporate Governance* – GCG).

Salah satu fenomena yang pernah terjadi adalah yang dilakukan oleh Bank Mandiri. Nasabah Bank Mandiri pada Sabtu (20/7/19) mengaku kebingungan lantaran saldo di rekening mereka mendadak berubah drastis. Nasabah mengaku mendapati saldo tabungannya bermasalah, mulai dari berkurang hingga bertambah drastis. Melalui lini masa Twitter, sebagian nasabah mengaku kebingungan lantaran saldo di rekeningnya berkurang. Sementara nasabah lain mengaku saldo di rekeningnya bertambah dalam jumlah fantastis. Menurut Corporate Secretary Bank Mandiri Rohan Hafas, memastikan terjadinya kesalahan pada sistem yang menyebabkan saldo nasabah berubah, jadi bukan terjadi fraud atau kecurangan. Kesalahan ini lebih disebabkan oleh kegagalan sistem, karena memory defect atau cacat memori pada perangkat keras (hardware). Hal ini menyebabkan saldo nasabah tertukar sehingga ada yang bertambah dan ada yang berkurang.

Ada beberapa dampak negatif yang akan muncul dari kasus ini:

1. Bank Mandiri merupakan salah satu Bank BUMN yang mencatatkan dirinya di Bursa Efek Indonesia maka Bank Mandiri harus siap-siap menghadapi gejolak pada harga sahamnya.
2. Jika kasus ini dibiarkan berlarut-larut maka kepercayaan nasabah akan hilang dan mereka bisa jadi berpindah ke lain hati.

3. Berangkat dari poin (2) tadi maka Bank Mandiri harus siap-siap menghadapi gugatan beramai-ramai dari nasabah yang dirugikan tersebut.

Apapun yang dilakukan oleh Bank Mandiri untuk menyelesaikan kasus saldo error akan dijadikan tolak ukur oleh nasabah (yang menabung di Bank Mandiri) dan investor (yang membeli saham Bank Mandiri) apakah kinerja Bank BUMN tersebut baik atau buruk. Oleh karena itu Bank Mandiri harus bisa dengan sebaik-baiknya menyelesaikan kasus saldo error untuk menghindari kerugian yang lebih besar di masa depan seperti kehilangan kepercayaan dari nasabah dan investor. Akhir kata semoga kasus saldo error ini juga bisa menjadi peringatan kepada Bank lain untuk meningkatkan keamanan sistem daring mereka (baik dari peretasan maupun dari bug program). (www.kompasiana.com)

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi reputasi perusahaan. Namun, dalam penelitian kali ini akan menganalisis reputasi perusahaan dari segi faktor Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*), *Intellectual Capital*, dan Tata Kelola Perusahaan (*Good Corporate Governance*) yang diprosikan oleh Komite Audit dan Kepemilikan Manajerial untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu.

Corporate Social Responsibility atau Tanggung Jawab Sosial adalah komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajibannya didasarkan atas keputusannya untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memperhatikan kepentingan para stakeholders dan lingkungan dimana perusahaan melakukan

aktivitasnya yang berlandaskan pada ketentuan yang berlaku (Wahyudi dan Azheri: 2008). *Corporate Social Responsibility* menurut (Pertiwi, I. D. A. E., & Ludigdo, 2013) merupakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan atau usaha bisnis itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya.

Konsep *Corporate Social Responsibility* telah berubah menjadi alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, tidak hanya atas dasar sukarela tetapi sebagai kebutuhan untuk bertahan hidup di pasar yang kompetitif. CSR memungkinkan perusahaan untuk membangun hubungan yang lebih baik dengan stakeholders, seperti pelanggan maupun karyawan. Penerapan CSR di Indonesia telah diatur dalam peraturan perundang-undangan, yaitu UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 yang menyebutkan dan tanggung jawab sosial yang harus dipikul oleh perseroan terbatas (Republik Indonesia, 2007). Mewajibkan CSR merupakan salah satu upaya pemerintah untuk menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dan pemerataan ekonomi. Dengan dikukuhkannya UU no.40 tahun 2007, kedudukan CSR sebagai salah satu kewajiban perusahaan semakin kuat. Meskipun baru pada tahun 2007 CSR memiliki kedudukan atas dasar hukum, namun kegiatan dan aktivitas CSR telah dilakukan lama oleh sebagian perusahaan di Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Widanaputra, A. A. G. P., Arya Widhyadanta, I. G. D. S., & Ratnadi, 2018) Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh terhadap

Reputasi Perusahaan. Semakin luas dan meningkatnya pengungkapan CSR maka reputasi perusahaan juga akan meningkat.

Faktor kedua yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Intellectual Capital*. Didefinisikan sebagai jumlah dari segala hal yang diketahui dan diberikan oleh semua orang dalam perusahaan yang memberikan keunggulan bersaing. *Intellectual Capital* merupakan materi pengetahuan intelektual, informasi, hak kekayaan intelektual dan pengalaman yang dapat menciptakan kekayaan. (Stewart, 1997)

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Landion & Lastanti, 2019) menyatakan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif terhadap Reputasi Perusahaan. Pemanfaatan segala aset yang dilakukan perusahaan dapat sangat berpengaruh terhadap reputasi perusahaan, termasuk *Intellectual Capital* menjadi unsur penting didalamnya. Jika suatu perusahaan tidak dapat mengelola aset berwujud maupun tidak berwujud yang dimilikinya, maka akan mempengaruhi konsistensi reputasi perusahaan tersebut.

Faktor ketiga yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Good Corporate Governance* yang diproksikan oleh Komite Audit dan Kepemilikan Manajerial. Komite audit bertugas menyajikan laporan keuangan yang dapat dipercaya sehingga laporan keuangan tersebut sangat dipengaruhi oleh kualitas dan karakteristik komite audit. Terdapat 2 aspek penting dalam membahas tingkat aktivitas komite yaitu tugas – tugas yang harus dikerjakan dan frekuensi pertemuan.

Selanjutnya kompetensi yang disyaratkan dimiliki oleh Komite Audit adalah kompetensi dibidang keuangan. Selain itu komite audit paling tidak memiliki satu anggota yang memiliki keahlian akuntansi atau manajemen keuangan atau setidaknya berpengalaman dalam bidang keuangan atau akuntansi. (DeZoort & Salterio, 2001)

Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham oleh manajemen perusahaan yang diukur dengan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen (Sujoko, 2018). Kepemilikan manajerial akan membantu penyatuan kepentingan antar manajer dengan pemegang saham. menyatakan bahwa semakin besar proporsi kepemilikan pada perusahaan maka manajemen cenderung berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri dan para investor (Sabrina, 2010).

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian terdahulu, maka judul penelitian yang diajukan adalah **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital Dan Good Corporate Governance Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)*”**.

B. Rumusan Masalah

Sesuai pada latar belakang yang diuraikan diatas, perusahaan yang mengalami financial distress akan sulit memenuhi kewajibannya, untuk itu analisa pada laporan keuangan perusahaan harus dilakukan sehingga perusahaan tersebut dapat mengetahui penyebab financial distress. Penelitian berdasarkan dari penjabaran latar belakang di atas, maka penulis merumuskan beberapa masalah yang akan dibahas, yaitu:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh secara signifikan terhadap Reputasi Perusahaan?
2. Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh secara signifikan terhadap Reputasi Perusahaan?
3. Apakah Komite Audit berpengaruh terhadap Reputasi Perusahaan?
4. Apakah Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap Reputasi Perusahaan?

C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Reputasi Perusahaan.
- b. Untuk menguji pengaruh *Intellectual Capital* terhadap Reputasi Perusahaan.
- c. Untuk menguji pengaruh Komite Audit terhadap Reputasi Perusahaan.
- d. Untuk menguji pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Reputasi Perusahaan

2. Kontribusi Penelitian

1. Bagi perusahaan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terhadap operasional perusahaan khususnya pada reputasi perusahaan
2. Bagi Investor hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang kondisi perusahaan dalam pengambilan keputusan sebelum memutuskan ingin melakukan investasi terhadap perusahaan tersebut.
3. Bagi para akademis diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan wawasan mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, Dan Good Corporate Governance Terhadap*

Reputasi Perusahaan dan dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

