

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Keperluan akan jasa tanpa disadari senantiasa timbul dalam kehidupan sehari-hari. Banyak sekali masyarakat yang menempatkan kebutuhan jasa, bahkan salah satunya dijadikan ladang bisnis oleh beragam perusahaan. Jenis layanan jasa yang diberikan juga bermacam-macam, misalnya seperti transportasi administrasi, jasa hiburan atau rekreasi, jasa logistik, dll. Karena semakin banyaknya kebutuhan manusia, hingga saat ini perusahaan yang bergerak di bidang jasa juga menjadi makin meluas. Menurut Zeithmal dan Bitner dalam Danang (2014:187), jasa merupakan seluruh aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi yang biasanya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah, misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan.

Transjakarta merupakan salah satu sarana transportasi massal yang banyak diminati masyarakat. Layanan jasa yang satu ini merupakan sistem transportasi yang berfungsi melayani konsumen pengguna jasa. Transjakarta berperan penting sebagai alat transportasi bagi penumpang.

Transjakarta adalah sistem transportasi Bus Rapid Transit (BRT) pertama di Asia Tenggara dan Selatan, yang beroperasi dari tahun 2004 di Jakarta, Indonesia. Transjakarta dioperasikan oleh PT. Transportasi Jakarta yang berdomisili di Jl. Mayjend Sutoyo No. 1, Jakarta Timur. Transjakarta memulai operasinya pada 15 Januari 2004, yang ditandai dengan peresmian Koridor 1, dengan tujuan memberikan jasa angkutan yang lebih cepat, nyaman, dan terjangkau bagi warga Jakarta (transjakarta.co.id). Pengoperasian transjakarta ini menjadi salah satu opsi yang diusulkan oleh pemerintah supaya masyarakat dapat memanfaatkan transportasi umum yang salah satu tujuannya yaitu untuk mengurangi kemacetan di Jakarta.

Transjakarta baru berubah menjadi Perseroan Terbatas (PT) di tahun 2014 lebih tepatnya pada 27 Maret, sebelumnya Transjakarta sebagai unit pengelola dibawah Dinas Perhubungan. Dapat dikatakan Transjakarta menjadi semakin berkembang, dimana perusahaan yang semakin berkembang akan menimbulkan taraf kesenjangan sosial serta kerusakan lingkungan yang tinggi karena ada kegiatan perusahaan yang tidak terkontrol terhadap bermacam sumber daya demi tingkatan laba perusahaan. dampak yang ditimbulkan oleh kegiatan prosedur perusahaan tidak hanya dirasakan pihak yang terpaut langsung dengan perusahaan saja, melainkan masyarakat dan lingkungan sekitar ikut merasakan dampaknya. Melonjaknya jumlah permintaan serta penduduk di Jakarta pun mempengaruhi jumlah pegawai yang dipekerjakan oleh PT. Transportasi Jakarta, yaitu kurang lebih sebanyak 9900 pegawai. Dengan jumlah yang relatif banyak tersebut mewajibkan PT. Transportasi Jakarta agar meningkatkan rasa tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) terhadap pegawai serta masyarakat sekitar dimana perusahaan tersebut berada.

Corporate Social Responsibility saat ini menjadi isu yang sangat berkembang serta sedang marak dilaksanakan oleh beberapa perusahaan yang ada di Indonesia. Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR secara berkala, tentunya akan menghasilkan kesan positif bagi perusahaan dalam jangka panjang. Dalam hal ini perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk maupun jasa perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat di mata masyarakat, jadi masyarakat akan berkeinginan membeli produk perusahaan. Semakin tinggi tanggung jawab perusahaan (CSR) terhadap lingkungan maka semakin meningkatkan nilai perusahaan di mata masyarakat, dan inipun akan menarik investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan, sehingga tercipta keberlanjutan perusahaan (Widianingsih, 2018: 40).

Di Indonesia, definisi tentang CSR secara etimologis kerap diterjemahkan sebagai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). CSR di Indonesia sudah diatur melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

yang menggantikan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas yang selanjutnya disingkat UUPT bahwa CSR sebagaimana yang termuat dalam Pasal 1 Ayat 3 berbunyi, “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya” dalam Wati (2019: 13).

Menurut Suharto dalam Aryawan *et al.* (2017: 605), melalui CSR perusahaan tidak semata memprioritaskan tujuannya pada memperoleh laba setinggi-tingginya, melainkan mencakup aspek ekonomi, sosial, dan aspek lingkungan. Maka dari itu dunia usaha tak lagi sekadar memperhatikan laporan keuangan belaka (*single bottom line*) melainkan juga harus memperhatikan tiga aspek penting yang meliputi aspek keuangan, lingkungan, serta sosial (*triple bottom line*).

John Elkington mengungkapkan konsep *triple bottom line* dalam penerapan CSR di suatu perusahaan, dimana bila perusahaan ingin terus berkelanjutan (*sustainable*), maka harus memperhatikan 3P, yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. Konsep ini menyebutkan hubungan antar menjaga kelestarian sumber daya alam dan lingkungan (*planet*), keuntungan perusahaan (*profit*), dan menjaga hubungan dengan masyarakat umum maupun sekitar perusahaan (*people*). Dimana *profit* adalah satu bentuk tanggung jawab yang perlu dicapai perusahaan dan merupakan orientasi utama dari sebuah perusahaan, seperti keuntungan. Sedangkan *people*, ialah masyarakat yang berada di lingkungan sekitar perusahaan tersebut dan biasanya merupakan penerima langsung dari setiap program yang dijalankan oleh suatu perusahaan. Pada dasarnya masyarakat mempunyai hubungan yang kuat dalam rangka membangun nilai bagi suatu perusahaan. *Planet* merupakan lingkungan fisik yang ada di sekitar perusahaan tersebut yang biasanya merasakan dampak langsung dari setiap aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Setiap kegiatan perusahaan yang mengakibatkan kerusakan lingkungan tanpa ada penanganan lebih lanjut dari perusahaan terkait dan berlangsung terus menerus cepat atau lambat dapat

menghancurkan keseimbangan lingkungan sekitar dan akibatnya akan berdampak buruk bagi perusahaan maupun masyarakat sekitar dalam Zikrullah *et al.* (2020: 457).

Salah satu keuntungan perusahaan melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yaitu semacam sarana guna membangun citra perusahaan yang positif dimata masyarakat sekitar perusahaan maupun masyarakat luas.

Menurut Jefkins dalam Sudarso (2016: 51), salah satu terbentuknya citra perusahaan yang baik yaitu dari ketersediaan turut memikul tanggung jawab sosial serta kebijakan dan komitmen perusahaan untuk melakukan perbaikan yang berkelanjutan.

Dapat dikatakan saat ini Transjakarta menjadi semakin berkembang, dimana perusahaan yang semakin berkembang akan menimbulkan taraf kesenjangan sosial serta kerusakan lingkungan yang tinggi karena adanya kegiatan perusahaan yang tidak terkontrol terhadap bermacam sumber daya demi tingkatan laba perusahaan. Dampak yang ditimbulkan oleh kegiatan prosedur perusahaan tidak hanya dirasakan pihak terpaut langsung dengan perusahaan saja, melainkan masyarakat dan lingkungan sekitar ikut merasakan dampaknya.

Berdasarkan penjabaran diatas, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *corporate social responsibility* dalam hubungannya dengan citra perusahaan. Dimana peneliti memanfaatkan perspektif berupa variabel *profit, people* dan *planet* senada dengan konsep *triple bottom line* yang diungkapkan John Elkington, perihal ini dinilai cukup kompeten untuk mewakili jika disandingkan dengan citra perusahaan. Kita juga dapat mengamati tanggung jawab perusahaan tidak hanya dari satu sisi melainkan dari berbagai sisi. Maka penulis akan mengangkat korelasi permasalahan tersebut untuk dibahas dengan judul **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DENGAN MENGGUNAKAN KONSEP TRIPLE BOTTOM LINE UNTUK MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA PT. TRANSPORTASI JAKARTA”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, maka dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Profit* Aspek Ekonomi memiliki pengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan?
2. Apakah *People* Aspek Sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan?
3. Apakah *Planet* Aspek Lingkungan memiliki pengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan?
4. Apakah *Profit* Aspek Ekonomi, *People* Aspek Sosial, dan *Planet* Aspek Lingkungan memiliki pengaruh signifikan secara bersamaan terhadap Citra Perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Profit* Aspek Ekonomi terhadap Citra Perusahaan PT. Transportasi Jakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh *People* Aspek Sosial terhadap Citra Perusahaan PT. Transportasi Jakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Planet* Aspek Lingkungan terhadap Citra Perusahaan PT. Transportasi Jakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Profit* Aspek Ekonomi, *People* Aspek Sosial dan *Planet* Aspek Lingkungan terhadap Citra Perusahaan PT. Transportasi Jakarta.

1.4. Manfaat penelitian

Berdasarkan penelitian ini, diharapkan akan diperoleh informasi yang dapat bermanfaat antara lain:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan akan memperoleh pengalaman, pemahaman serta pengetahuan bagi penulis dalam melaksanakan penelitian karya ilmiah dan wawasan mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)*, konsep *Triple Bottom Line* dan citra perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai informasi bagi PT. Transportasi Jakarta dalam melihat manfaat dari program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang diterapkan dan memberi inspirasi bagi penerapan CSR dengan konsep *Triple Bottom Line* yang akan datang.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat serta menambah pengetahuan masyarakat mengenai *Corporate Social Responsibility* atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap masyarakat sekitar serta masyarakat luas.