

DAMPAK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN PERTAMBANGAN DI INDONESIA

Irmayanti Sudirman¹, Dwi Ningrum²
(Institut Ilmu Sosial Dan Bisnis Andi Sapada)

Email : irmayantisudirman06@gmail.com , dwiningrum@gmail.com

Received: 20 September 2022

Revised: 27 Desember

Accepted: 28 Desember 2022

Abstrak

Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu untuk memberikan nilai *Corporate Social Responsibility* CSR dan *Good Corporate Governance* GCG pada masyarakat dan lingkungan sekitar, Sehingga berpengaruh terhadap reputasi perusahaan pertambangan yang ada di Indonesia.

Metode penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif menggunakan data sekunder, data yang berasal dari laporan keuangan tahun 2018-2020. Penelitian dilakukan pada perusahaan pertambangan di Indonesia. Adapun pengambilan sampel sebanyak 46 perusahaan pertambangan dengan menggunakan teknik sampel jenuh yaitu pengambilan sampel dari seluruh populasi pada penelitian ini.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa uji parsial yaitu CSR nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t hitung sebesar 5,620 > dari t tabel 1.681 ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Selanjutnya untuk GCG nilai signifikansi sebesar 0,088 > 0,05 dan nilai t hitung 1,746 > dari t table 1.681 ini menunjukkan bahwa GCG tidak signifikan tapi berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Sedangkan hasil Uji Simultan yaitu CSR dan GCG nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai f hitung 16,405 > dari t tabel 1.681. Ini menunjukkan bahwa CSR dan GCG secara simultan signifikan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Reputasi Perusahaan*

Abstract

This paper aims to empirically the value of Corporate Social Responsibility and Good Corporate Governance to the community and the surrounding environment, so that it will affect the reputation of mining companies in Indonesia.

This research method is descriptive quantitative using secondary data, data derived from the 2018-2020 financial reports. The research was conducted at mining companies in Indonesia. As for the sampling of 46 mining companies using saturated sampling technique, namely sampling from the entire population in this study.

The test results show that the partial test, namely CSR, has a significance value of 0.000 < 0.05 and a t-count value of 5.620 > from t-table 1.681. This shows that CSR has a significant and significant effect on company reputation. Furthermore, for GCG a significance value of 0.088 > 0.05 and a t count value of 1.746 > from t table 1,681 indicates that GCG is not significant but has an effect on the company's reputation. While the results of the Simultaneous Test, namely CSR and GCG, a significance value of 0.000 < 0.05 and a calculated f value of 16.405 > from t table 1.681. This shows that CSR and GCG simultaneously have a significant effect on the company's reputation.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Company Reputation*

PENDAHULUAN

Pada era saat ini sangat penting untuk meningkatkan kualitas kinerja demi keberlangsungan suatu perusahaan. Selain faktor teknis dan finansial, tapi faktor lain juga harus dipertimbangkan seperti faktor yang berhubungan dengan reputasi perusahaan. Pemangku kepentingan dan konsumen saat ini sudah lebih cerdas serta kritis, dan mempunyai akses untuk mendapatkan informasi. Terutama untuk perusahaan yang bergerak di bidang pertambangan. Masyarakat mempunyai tuntutan terhadap perusahaan dalam menjalankan usahanya secara bersih, beretika, dan tentunya bertanggung jawab baik dari segi sosial dan lingkungan.

Tanggung jawab sosial atau sering disebut dengan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu indikator yang menunjukkan kinerja yang baik dari perusahaan. Bagi perusahaan, program *Corporate Social Responsibility* merupakan investasi dalam pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan dan tidak lagi dipandang sebagai *cost center* atau pusat biaya melainkan sebagai sumber mendapatkan keuntungan atau profit center. Tanggung jawab sosial perusahaan penting dalam membangun reputasi perusahaan, kepercayaan pada perusahaan baik dari pelanggan maupun mitra perusahaan. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) memegang peranan penting dalam implementasi keberlanjutan (*sustainability*).

Selain *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dapat mempengaruhi reputasi perusahaan yaitu *Good corporate governance* (GCG) atau tata kelola perusahaan yang baik (Astuti, (2020). Dengan adanya sistem *Good corporate governance* dapat membangun kepercayaan pemegang saham. Sistem tata kelola yang baik dapat memberikan perlindungan terhadap pemegang saham untuk pengembalian investasinya secara efektif, efisien, dan secara wajar, serta memberikan kepastian bahwa pihak manajemen bertindak demi kepentingan perusahaan (Sitanggang, 2019).

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini didukung oleh teori legitimasi yaitu tentang perusahaan terus bekerja untuk memastikan bahwa perusahaan bertindak sesuai dengan norma dan aturan yang berlaku di lingkungan masyarakat. Dimana perusahaan memastikan bahwa kegiatan operasional dimasyarakat diterima (Bahri, (2016)).

Penelitian yang dilakukan oleh (Afifah, (2021) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hermiyetti, (2013) (Mwangi, (2013), *Good corporate governance* (GCG) tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

Adanya ketidak konsistenan hasil penelitian terdahulu, menjadi alasan peneliti untuk melakukan pengujian dari dampak *Corporate social responsibility*, *Good corporate governance* terhadap reputasi perusahaan pertambangan di Indonesia. Alasan memilih perusahaan pertambangan sebagai objek penelitian karena satu diantara perusahaan yang banyak merusak lingkungan yaitu perusahaan pertambangan. Ini diungkapkan oleh WALHI atau wahana lingkungan hidup Indonesia bahwa perusahaan yang paling berkontribusi merusak lingkungan khususnya di Indonesia karena dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan (Dzikir, (2020)). Biasanya perusahaan yang seperti ini hanya berfokus pada keuntungan perusahaan saja tanpa memikirkan dampak negatif yang dirasakan oleh lingkungan disekitarnya.

Oleh karena itu pemerintah mengeluarkan aturan pentingnya kesadaran dalam menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial ini di atur dalam Undang-Undang perseroan terbatas tahun 2007 nomor 40 pasal 74 yang berbunyi bahwa perusahaan

menjalankan kegiatan perusahaannya yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib untuk melakukan tanggung jawab social demi kelangsungan perusahaan kedepannya.

Selanjutnya perusahaan pertambangan dibandingkan dengan perusahaan lainnya mempunyai CSR yang berbeda (Tambun, (2017). Hal ini dikarenakan CSR perusahaan pertambangan harus sesuai dengan AMDAL atau analisis masalah dan dampak lingkungan yang telah disetujui oleh pemerintah. Serta pelaksanaan CSR yang dilakukan sesuai perkembangan Global Reporting Initiative (GRI). Selain perusahaan pertambangan, juga mengadopsi beberapa standar internasional dalam pelaksanaan CSR, seperti B. ISO 14000 series tentang pengelolaan lingkungan, ISO 26000 tentang pengelolaan CSR, standar CSR khusus SA8000 dan standar pengembangan pertambangan yang dikembangkan masyarakat. Dewan Internasional Pertambangan dan Logam (ICMM) (Sulistiyoningsih, (2015).

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan penelitian ini adalah data kuantitatif menggunakan sumber data sekunder yaitu berasal dari laporan keuangan tahun 2018-2020. Adapun Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi penelitian adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020. Pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 46 jumlah perusahaan pertambangan dengan menggunakan teknik *sampel jenuh* yaitu suatu metode pengambilan sampel secara keseluruhan dari jumlah populasi yaitu seluruh perusahaan perbatambangan yang tercatat di BEI selama kurun waktu 3 tahun yaitu dimulai dari tahun 2018 – 2020.

Analisis data yang digunakan adalah regresi berganda dengan menggunakan alat statistik SPSS 25 (*Statistical Package for The Social Sciences*) untuk menjelaskan hubungan antara variable independen dan variabel dependen (Wagner III, (2019). Pengujian yang dilakukan adalah uji asumsi klasik, uji t atau uji parsial dan uji F simultan, serta uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Tabel 1. Hasil Pengujian Multikolineritas

Model	Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,194		-,023	,982	
Corporate Social Responsibility	,583		5,620	,000	1,036
Good Corporate Governance	,774		1,746	,088	1,013

a. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

Berasal dari kemukaan uji multikolineritas maka dapat diketahui nilai VIF untuk masing-masing variable penelitian menjadi berikut: a) Nilai VIF variable Corporate Social

Responsibility sebesar $1,036 < 10$ dan nilai toleransi sebesar $0,987 > 0,10$ sehingga variabel Corporate Social Responsibility dinyatakan tidak terjadi tanda-tanda multikolinieritas. b) Nilai VIF variabel *Good Corporate Governance* sebesar $1,013 < 10$ dan nilai toleransi sebanyak $0,678 > 0,10$ sehingga variabel *Good Corporate Governance* dinyatakan tidak terjadi tanda-tanda multikolinieritas.

Uji Koefisien Determinasi R²

Koefisien determinasi R² pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Nilai Koefisien determinasi R² yang mendekati satu berarti variabel-variabel independennya menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variable dependen. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,729 ^a	,697	,468	204.8855

- a. Predictors: (Constant), Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility
 b. Dependent Variabel: Reputasi Perusahaan

Pada model uji determinasi R² diatas nilai R Square sebesar 0,697 menunjukkan bahwa hanya 69,7% variabel Y yang bisa dijelaskan oleh variabel X sisanya 30,3% dijelaskan faktor lain. Artinya hubungan antara *Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance* memiliki pengaruh signifikan sbesar 69,7% terhadap reputasi perusahaan. Sedangkan sisanya 30,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Uji t (Parsial)

Uji signifikansi parsial dilakukan buat menunjukkan apakah variabel independen mempunyai pengaruh sendiri (parsial) terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan pengujian ini menggunakan melihat nilai signifikansi pada tabel ANOVA. Bila nilai Sig.< 0,05 artinya varibel independent berpengaruh signifikan secara individual (parsial) terhadap variabel dependen.

Tabel 3 Uji T Parsial Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,194	8,380		-,023	,982
	Corporate Social Responsibility	,583	,104	,650	5,620	,000
	Good Corporate Governance	,774	,443	,202	1,746	,088

a. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

Pada hasil table Uji t di atas yaitu *Corporate Social Responsibility* nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $5,620 >$ dari t tabel 1.681 ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Selanjutnya untuk *Good Corporate Governance* nilai signifikansi sebesar $0,088 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,746 >$ dari t table 1.681 ini menunjukkan bahwa variabel *Good Corporate Governance* tidak signifikan tapi berpengaruh terhadap variabel reputasi perusahaan.

Uji F (Simultan)

Uji signifikansi simultan dilakukan buat menunjukkan apakah variabel independen mempunyai efek secara bersamaan (simultan) terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan pengujian ini dengan melihat nilai signifikansi di tabel ANOVA. Jika nilai $\text{Sig.} < 0,05$ atau t hitung $>$ berasal t tabel adalah variabel independent berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 4.
Uji F Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3883,488	2	1941,744	16,405	,000 ^b
	Residual	5089,664	43	118,364		
	Total	8973,152	45			

a. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility

Pada hasil table Uji F di atas yaitu Variabel *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $16,405 >$ dari t tabel 1.681. Ini menunjukkan bahwa variabel *Coorporate Social Responsibility* dan *Good Coorporate Governance* secara bersama-sama atau (simultan) signifikan berpengaruh terhadap variabel reputasi perusahaan.

PEMBAHASAN

Dampak *Good Corporate Governance* terhadap Reputasi Perusahaan

Pengaruh mekanisme GCG terhadap hasil kinerja keuangan adalah positif dan signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa memiliki banyak pejabat dalam suatu organisasi dapat memberikan kontrol manajerial yang kuat untuk meningkatkan kinerja organisasi. Peran dewan direksi dalam perusahaan adalah menjalankan tugas mengawasi pelaksanaan kebijakan para manajer. Partisipasi calon independen bisa meminimalisir dilema keagenan antara manajer dan pemegang saham. Dewan independen dapat memenuhi tugasnya untuk memantau kinerja anggota dewan sedemikian rupa sebagai akibatnya kinerja yang didapatkan sesuai menggunakan kepentingan pemegang saham. Selain itu, reputasi auditor menjadi auditor eksternal yg independen bisa mendukung kerja manajemen dengan memberikan pernyataan posisi perusahaan yg seksama. Pendapat akuntan bereputasi dapat sebagai pedoman bagi perusahaan buat menaikkan kinerja perusahaan mereka memastikan kelangsungan perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan menggunakan penelitian yang dilakukan oleh (Axjonow, (2018)) (Pérez, (2017)), (Widanaputra, (2018)), (Tambun S. S., (2017) yang menyatakan bahwa mekanisme GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Peters, (2014) dan menyatakan bahwa mekanisme GCG tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Dampak *Corporate Social Responsibility* terhadap Reputasi Perusahaan

Terbukti dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan CSR yg dilakukan perusahaan melalui peningkatan kinerja lingkungan dapat menaikkan reputasi perusahaan. Selain itu, upaya pemugaran lingkungan akan menerima apresiasi positif asal investor serta berdampak di *brand image* perusahaan. Apresiasi positif serta peningkatan gambaran perusahaan akan memberikan laba bagi perusahaan pada upaya meningkatkan kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Esen E. , (2013) (Stuebs) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hal ini konsisten menggunakan konsep *legitimacy theory* yg beranggapan bahwa perusahaan harus bertanggung jawab kepada banyak sekali gerombolan masyarakat yang berpengaruh terhadap perusahaan sebab keputusan serta perilakunya akan mensugesti kesejahteraan rakyat. hubungan yg baik antara rakyat serta perusahaan akan menciptakan dukungan berasal rakyat yang mensugesti kelangsungan hayati perusahaan. Dukungan tersebut tercermin asal pelanggan yg setia terhadap perusahaan serta karyawan yang bekerja secara aporisma buat kepentingan perusahaan sehingga bisa meningkatkan reputasi perusahaan. hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Fan, 2013) serta Mwangi dan Jerotich (2013) dalam (Faisal, (2020) yang menyatakan CSR tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

KESIMPULAN

Hasil pengujian serta analisis memberikan bahwa mekanisme GCG serta CSR berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. mekanisme GCG dan CSR sudah terbukti signifikan secara bersamaan. Hal ini sebagai metrik positif buat mengangkat image yang bisa menguntungkan perusahaan pada upayanya menaikkan kinerja perusahaan kedepan.

Keterbatasan penelitian ini adalah kepemilikan institusional tidak dapat mencerminkan mekanisme GCG; hal ini menunjukkan perlunya alat ukur lain yang mampu mencerminkan mekanisme GCG.

SARAN

Saran yang diberikan oleh penelitian ini sebagai kelanjutan dari hasil penelitian yaitu penerapan *Good Governance* atau GCG termasuk pelaksanaan tanggung jawab sosial atau CSR telah membawa manfaat dan dampak positif bagi operasional perusahaan dan juga untuk reputasi perusahaan pertambangan.

Selain itu, perusahaan harus terus membudayakan dan meningkatkan pelaksanaan tanggung jawab sosial untuk mencapai manfaat dan dampak yang lebih baik lagi. Bagaimana menciptakan hubungan baik dengan masyarakat yang ada disekitar, menjaga lingkungan yang sehat dan secara tidak langsung mempengaruhi pendapatan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N. A. ((2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Ekuitas . (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, , 5(3), 346-364.
- Astuti, T. N. ((2020). Intervening Profitabilitas: Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. . *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, , 17(4), 607-18.
- Axjonow, A. J. ((2018). The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Corporate Reputation: A Non-Professional Stakeholder Perspective.” . *Journal of Business Ethics* , 151(2):429–50. doi: 10.1007/s1055.
- Bahri, S. &. ((2016). Pengaruh kinerja lingkungan terhadap corporate financial performance dengan corporate social responsibility disclosure sebagai variabel I Ntervening (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI). . *Jurnal Ekonika; Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*, 1(2).
- Dzikir, A. N. ((2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. . *AJAR*, , 3(02), 219-235.
- Esen, E. ((2013). The influence of corporate social responsibility activities on building corporate reputation. *International Business, Sustainability and Corporate Social Responsibility*. 11 (1): 133-149. .
- Faisal, G. N. ((2020). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
- Hermiyetti, H. &. ((2013). The influence of good Corporate governance mechanism on earnings management: empirical study in Indonesian Stock Exchange listed company for periods of 2006-2010. *The Indonesian Capital Market Review* , 5(1), 5.
- Mwangi, C. I. ((2013). The relationship between corporate social responsibility practices and financial performance of firms in the manufacturing, construction and allied sector of the Nairobi Securities Exchange. . *International Journal of Business, Humanities and Technology*, , 3(2), 81-90. .
- Pérez, A. a.-G. ((2017). Análisis Empírico de La Relación Entre La Calidad de La Información de Las Memorias de RSC y La Reputación Corporativa En Empresas Cotizadas En España.

- Peters, G. T. ((2014). Corporate governance mechanisms and financial performance of listed firms in Nigeria: A content analysis. . *Global Journal of Contemporary Research in Accounting, Auditing and Business Ethics*, , 1(2), 103-128.
- Sitanggang, R. P. (2019). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Mediasi. *Diponegoro Journal of Accounting*, , 8(4).
- Stuebs, M. T. (n.d.). Corporate social responsibility and firm reputation. Available at SSRN 1863343. (2011).
- Sulistiyoningsih, T. K. ((2015). PBL bernuansa adiwiyata dengan blended learning untuk meningkatkan kemampuan pemecahan masalah dan karakter peduli lingkungan. . *Unnes Journal of Mathematics Education Research*, , 4(2).
- Tambun, S. S. ((2017). The effect of good corporate governance and audit quality on the earnings quality moderated by firm size. . *International Journal of Business, Economics and Law*, , 14(5), 48-56.
- Wagner III, W. E. ((2019). Using IBM® SPSS® statistics for research methods and social science statistics. Sage Publications.
- Widanaputra, A. A. ((2018). Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Reputasi Manajemen Puncak Pada Reputasi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*,, 13(2), 75-84.