

Corporate Social Responsibility Mempengaruhi Value Creation Sehingga Mempengaruhi Kinerja Perusahaan. Studi Kasus PT Astra International Tbk

M. Adi Yasir Maulana P., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20426490&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pada kompetisi global saat ini, perusahaan berlomba-lomba menunjukkan keunggulan daya saingnya baik yang didorong dari kondisi internal maupun eksternal perusahaan. Kondisi eksternal merupakan salah satu faktor yang kuat mendorong perusahaan untuk terus berupaya berkompetisi. Untuk itu, perusahaan mempunyai perhatian yang khusus terhadap kondisi eksternal tersebut dengan melakukan kegiatan kegiatan corporate social responsibility (CSR).

Kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu kegiatan perusahaan yang penting dalam mempengaruhi value creation perusahaan yang memiliki dampak terhadap kinerja perusahaan (keuangan dan non keuangan). Namun tidak semua kegiatan CSR berdampak positif bagi perusahaan dikarenakan CSR tidak menyentuh core business atau dapat dikatakan tidak strategik. Penelitian ini menekankan bahwa kegiatan CSR yang strategik terbagi atas lima dimensi centrality, specificity, proactivity, visibility dan voluntarism akan mempengaruhi value creation perusahaan (Burke & Logsdon, 1996) sehingga mempengaruhi kinerja perusahaan.

Penelitian ini menggunakan studi kualitatif dengan studi kasus PT Astra International Tbk yang diharapkan mendapatkan informasi dan pemahaman yang lebih mendekati pada konteks sehingga perusahaan dapat melihat persepsi stakeholder baik dari internal dan eksternal perusahaan dari program CSR yang dijalankan.

ABSTRACT

In today's global competition, companies are competing to show the advantages of both the driven competitiveness of the internal and external conditions. External condition is one of the factors that could strongly encourage companies to continue to compete. Because of that, the company has a focus on the external conditions by conducting activities of corporate social responsibility (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) is an important corporate activities that affect value creation in companies that have an impact on firm performance (financial and non-financial). However, not all CSR activities have positive impacts for the company because the CSR does not touch the core business or can be said to be strategic. This study stressed that CSR activities are divided into five dimensions of strategic centrality, specificity, proactivity, voluntarism and visibility will affect the company's value creation (Burke & Logsdon, 1996) thus affecting the performance of the company.

This study used a qualitative method focusing on a case study of PT Astra International Tbk. It is expected to gain more information and understanding of the specific context in the field study in order to make the company notices the perception of the stakeholders both internal and external regarding the implementation

of CSR programs in PT. Astra International Tbk.</i>