

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Keberadaan sebuah perusahaan selalu berhubungan dengan masyarakat, terutama yang berada disekitar lingkungan perusahaan. Seiring dengan semakin besar dan luasnya pengaruh perusahaan terhadap kehidupan masyarakat, perusahaan sudah seharusnya bertanggung jawab terhadap keseluruhan lingkungan, baik internal (lingkungan di dalam perusahaan sendiri) maupun eksternal perusahaan (lingkungan masyarakat sekitar dan masyarakat luas). Setiap keputusan dan tindakan yang diambil perusahaan harus mencerminkan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat karena mereka cermin dari kemajuan bangsa Indonesia terutama anak-anak bangsa yang siap menjadi generasi yang berkualitas (Wahyuni, 2010:1).

Kompleksitas permasalahan sosial (*social problems*) yang semakin rumit dalam dekade terakhir dan implementasi desentralisasi telah menempatkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai suatu konsep yang diharapkan mampu memberikan alternatif terobosan baru dalam pemberdayaan masyarakat miskin. Sejarah pembangunan ekonomi di Indonesia yang diyakini telah mencapai tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi, ternyata masih menyisakan permasalahan sosial yang cukup serius.

Banyak perusahaan yang telah beroperasi di Indonesia mulai dari periode awal berkuasanya Orde Baru, namun baru merealisasikan program CSR setelah

memasuki program tahun 2000. Dalam rentang waktu tersebut keterbukaan sistem politik memberikan peluang bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasinya termasuk menuntut realisasi program CSR. Hal membuat perusahaan khawatir akan terjadi konflik dengan masyarakat sekitar maka perusahaan merealisasikan tuntutan mereka. Pada saat yang sama, pendekatan yang digunakan belum mampu memberikan kontribusi yang nyata dalam memberdayakan masyarakat (Untung, 2009:1-3)

Sebuah perusahaan seharusnya tidak hanya mengambil keuntungan saja, akan tetapi mempunyai etika dalam bertindak menggunakan sumber daya manusia dan lingkungan guna turut mewujudkan lingkungan yang kondusif dan bisnis yang berkelanjutan. Pengukuran kinerja yang semata dicermati dari komponen keuangan dan keuntungan (*finance*) tidak akan mampu membesarkan dan melestarikan, karena seringkali berhadapan dengan konflik pekerja, konflik dengan masyarakat sekitar dan semakin jauh dari prinsip pengelolaan lingkungan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau yang biasa disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan kini semakin marak diterapkan di dunia industri. Perusahaan-perusahaan mulai merespon konsep ini sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat sekaligus sebagai sarana untuk membangun reputasi dan meningkatkan keunggulan bersaing. Saat ini sudah banyak perusahaan yang menerapkan program tanggung jawab sosial. Mulai dari perusahaan yang terpaksa menjalankan program tanggung jawab sosialnya karena peraturan yang ada, sampai perusahaan yang benar-benar serius

dengan mendirikan yayasan khusus untuk program tersebut. Berdasarkan konsep *Triple Bottom Line* menurut Elkington dalam Lako (2011: 67), terdapat tiga faktor utama operasi dalam kaitannya dengan lingkungan dan manusia yaitu *People*, *Profit*, and *Planet*. (Keuangan, sosial, dan lingkungan) Sehingga program tanggung jawab sosial penting untuk diterapkan oleh perusahaan karena keuntungan perusahaan tergantung pada masyarakat dan lingkungan.

Menurut Kottler dan Lee dalam Lako (2011:72) mengatakan ada enam manfaat bisnis yang dapat diperoleh perusahaan yang melakukan CSR, yaitu 1. Meningkatkan pengaruh dan *image* perusahaan. 2. Meningkatkan pangsa pasar dan penjualan. 3. Memperkuat *brand positioning*. 4. Meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan motivasi, dan mempertahankan loyalitas para pekerja. 5. Menurunkan biaya operasi. Meningkatkan daya tarik investor, kreditor, dan analisis keuangan.

Perusahaan tidak bisa begitu saja mengabaikan peranan *stakeholders* (konsumen, pekerja, masyarakat, pemerintah, dan mitra bisnis) dengan hanya mengejar *profit* semata. Jika perusahaan mengabaikan keseimbangan *Triple Bottom Line* maka akan terjadi gangguan pada manusia dan lingkungan sekitar perusahaan, yang dapat menimbulkan reaksi seperti demo masyarakat sekitar atau kerusakan lingkungan akibat aktifitas perusahaan yang mengabaikan keseimbangan tersebut. Jadi, ada atau tidaknya sebuah peraturan yang mewajibkan sebuah perusahaan untuk menjalankan program tanggung jawab sosial, sebenarnya tidak akan terlalu membawa perubahan karena jika perusahaan tidak menjaga keseimbangan antara *people*, *profit*, dan *planet* maka cepat atau

lambat pasti akan timbul reaksi dari pihak yang dirugikan oleh perusahaan tersebut.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah kewajiban yang dibebankan pada Perseroan Terbatas melalui Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat (1) menjelaskan “*Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan*”. Dengan adanya Undang-Undang ini, industri atau korporasi wajib untuk melaksanakannya, namun kewajiban ini bukan merupakan suatu beban yang memberatkan. Pembangunan suatu negara tidak hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja. Diperlukan kerjasama dengan seluruh masyarakat untuk menciptakan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Perusahaan berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan faktor lingkungan hidup.

Perkembangan konsep dan praktik CSR di Indonesia tentu tak lepas dari perubahan geopolitik ekonomi internasional. Globalisasi yang mengusung isu demokrasi membawa implikasi dimasukkannya agenda HAM serta penguatan masyarakat sipil, sekaligus kesempatan penting bagi perluasan sayap bisnis. Tetapi kesempatan ini tidak boleh dibaca sebagai peluang memperluas eksploitasi SDA dan SDM semata. Dengan kata lain proses perluasan bisnis (khusus yang dilakukan perusahaan multinasional) harus diiringi kesadaran adanya kesempatan pemerataan kesejahteraan. Komitmen ini selayaknya diterjemahkan dengan menempatkan perusahaan sebagai tetangga yang baik, dengan komitmen penuh

pada upaya peningkatan kesejahteraan komunitas lokal dan pelestarian lingkungan.

Kinerja sosial perusahaan merupakan hal yang cukup penting bagi citra perusahaan, terutama dalam jangka panjang perusahaan yang dapat memberikan kontribusi cukup berarti dalam pengembangan berkelanjutan bagi perusahaan. Dengan demikian kinerja sosial perusahaan akan mempengaruhi citra perusahaan (Rafika, 2010:3). Citra sendiri merupakan salah satu asset yang sangat berharga. Dengan terbentuknya suatu citra perusahaan dalam realitas masyarakat, maka dengan sendirinya pula perusahaan tersebut mempunyai suatu *personality*. Kemudian dengan terbentuknya *personality* yang baik tersebut citra perusahaan akan semakin positif, dan akhirnya akan mempengaruhi keputusan membeli pada konsumen, dan bahkan pada akhirnya dapat menumbuhkan loyalitas terhadap suatu produk perusahaan (Santoso, 2006:34).

Perusahaan – perusahaan yang telah memiliki reputasi yang bagus akan memiliki beberapa keuntungan diantaranya adalah hubungan baik dengan masyarakat, hubungan positif dengan pemerintahan setempat, resiko krisis yang lebih kecil, rasa kebanggaan dalam organisasi dan diantara khalayak sasaran, saling pengertian antara khalayak sasaran dan meningkatkan kesetiaan para staf perusahaan. Begitu juga yang dilakukan oleh PT. PG. Rajawali 1 Unit PG. Kribet Baru Malang yang telah mengimplementasikan CSR dalam berbagai macam program, diantaranya:

1. Bantuan renovasi Pondok Pesantren Miftahul Ulum, Jl.Sumber Waras No.02 Ganjar Kec.Gondang legi. Bantuan ini berupa pembuatan Paving Stone senilai Rp 11.012.000.
2. Bantuan 40 sak Semen Gresik pada Pondok Pesantren Irsyadut Tholibin Kreet senggong dengan total nilai Rp 1.900.000.
3. Memberikan bantuan kepada Masjid Nurul Huda Desa Gading kecamatan Bululawang. Bantuan yang diberikan berupa Vacuum cleaner senilai Rp 600.000.
4. Perbaiki Jembatan Dsn. Blambangan Desa Kreet kecamatan Bululawang. Pada kegiatan ini PG. Kreet Baru Malang menyumbangkan sebanyak 20 sak semen Gresik dengan total nilai Rp990.000.
5. Memberikan bantuan renovasi ruang kelas pada Madrasah Tsanawiyah (MTS Taufiqiah) Jl.Taufiqiyah 31 Dsn. Bulupayung Desa Kreet Kec.Bululawang, yang mana pada bantuan ini PG. Kreet Baru Malang menyumbangkan dana sebesar Rp 12.694.000.

Pentingnya melakukan tanggung jawab sosial tidak hanya diatur oleh undang undang, namun secara Islam Allah SWT juga memerintahkan hal tersebut. Kepedulian sosial tidak hanya ketika manusia dalam kondisi berkecukupan, bahkan ketika manusia dalam kondisi kesulitan. Oleh karena itu, kepedulian ini tidak hanya tercermin dari tindakan-tindakan setelah seseorang atau perusahaan mendapatkan laba yang cukup tinggi, akan tetapi juga pada setiap setingkat keuntungan yang mereka peroleh. Dijelaskan dalam firman Allah SWT yang terdapat dalam Alquran surat Al-Baqarah ayat 261 yang berbunyi:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ

حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ﴿٢٦١﴾

Artinya:

261. Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang dia kehendaki. dan Allah Maha luas (karuniaNya) lagi Maha Mengetahui. (pengertian menafkahkan harta di jalan Allah meliputi belanja untuk kepentingan jihad, pembangunan perguruan, rumah sakit, usaha penyelidikan ilmiah dan lainlain).

Dari ayat diatas dapat kita pahami, bahwa dengan menerapkan program *corporate social responsibility*, perusahaan tidak akan dirugikan melainkan keuntungannya akan dilipat gandakan oleh Allah SWT. Pelaku usaha/pihak perusahaan harus memiliki *amanah* dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (berbuat yang terbaik) dalam segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dengan sifat *amanah*, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya. Sifat *tabligh* dapat disampaikan pelaku usaha dengan bijak (hikmah), sabar, argumentatif, dan persuasif akan menumbuhkan hubungan kemanusiaan yang solid dan kuat. Para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral, karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga etika, tidak akan berbisnis secara baik sehingga dapat mengancam

hubungan sosial dan merugikan konsumen, bahkan dirinya sendiri (Wahyudi: 2010).

Selain bermanfaat bagi masyarakat, diharapkan *Corporate Social Responsibility* dapat memberikan dampak positif pada perusahaan itu sendiri. Dengan melakukan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan bisa berjalan dengan baik tanpa ada gangguan baik dari internal maupun eksternal perusahaan sehingga terciptanya lingkungan yang kondusif dan bisnis yang berkelanjutan. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana penerapan program *Corporate Social Responsibility* pada PT. PG Rajawali 1 Unit PG. Kribet Baru Malang.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* pada PT. PG. Rajawali 1 Unit PG. Kribet Baru Malang?
2. Bagaimana efektifitas implementasi program *Corporate Social Responsibility* pada PT. PG. Rajawali 1 Unit PG. Kribet Baru Malang?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* pada PT. PG. Rajawali 1 Unit PG. Kribet Baru Malang.
2. Mengetahui efektifitas implementasi program *Corporate Social Responsibility* pada PT. PG. Rajawali 1 Unit PG. Kribet Baru Malang.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat atau kontribusi yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan secara teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan tambahan pemikiran dan masukan terhadap pelaku usaha dalam pekerjaan sosial, sekaligus sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai topik ini.

2. Manfaat Secara Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat digunakan sebagai wawasan informasi atau inspirasi bagi pelaku usaha bahwa kepedulian sosial sangatlah penting bagi, lingkungan masyarakat, lingkungan kerja, generasi - generasi bangsa Indonesia dan bagi pengembangan ilmu pengetahuan.