

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada hakekatnya setiap orang, kelompok dan organisasi mempunyai tanggung jawab sosial (*social responsibility*) pada lingkungannya. Tanggung jawab sosial seseorang atau organisasi adalah etika dan kemampuan berbuat baik pada lingkungan sosial hidup berdasarkan aturan, nilai dan kebutuhan masyarakat. Berbuat baik atau kebajikan merupakan bagian dari kehidupan sosial. Segi kecerdasan, berbuat kebajikan adalah salah satu unsur kecerdasan spritual. Sementara dalam konteks perusahaan, tanggung jawab sosial itu disebut tanggung jawab sosial perusahaan/*Corporate Social Responsibility* (CSR).

CSR saat ini sudah tidak asing lagi dikalangan masyarakat umum, sebagai respon perusahaan terhadap lingkungan masyarakat. CSR berkaitan dengan tanggung jawab sosial, kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Industri dan korporasi dalam hal ini berperan untuk mendorong perekonomian yang sehat dengan mempertimbangkan faktor lingkungan hidup. Konsep tanggung jawab perusahaan yang telah dikenal sejak 1970-an, merupakan kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholders*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Seiring berjalannya waktu, disatu sisi sektor industri telah mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi disisi lain eksploitasi sumber-sumber daya alam oleh sektor industri sering kali menyebabkan kerusakan lingkungan.

CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholders*-nya, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan pengoperasian perusahaan. Prinsip moral dan etis perusahaan dapat terlihat dengan adanya hubungan yang harmonis antara perusahaan tersebut dengan masyarakat sekitarnya, yakni menggapai hasil terbaik dengan meminimalisir kerugian bagi kelompok masyarakat lainnya. Hal ini guna menciptakan sebuah keseimbangan dan pemerataan kesejahteraan sosial ekonomi

di masyarakat agar kecemburuan sosial tidak lagi berpotensi menjadi sumber konflik. Sebagai sebuah konsep moral dan etis yang berciri umum, CSR pada tatanan praktisnya harus dialirkan ke dalam program-program konkrit.

Di tahun 1970-an, topik CSR mengemuka, melalui tulisan Milton dalam Anggara (2010) tentang bentuk tunggal tanggung jawab sosial dari kegiatan bisnis. Bahkan Estes dalam Anggara (2010), menilai bahwa roh atau semangatnya telah ada sejak mula berdirinya perusahaan-perusahaan (di Inggris), yang tugas utamanya adalah untuk membantu pemerintah dalam memberikan pelayanan dan memenuhi kebutuhan masyarakat sikap dan pendapat pro-kontra selalu merupakan bagian dari sejarah kehidupan perusahaan dan perkembangan CSR itu sendiri.

Dalam konteks pembangunan saat ini, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada aspek keuntungan secara ekonomis semata, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya. Perusahaan bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan profit demi kelangsungan usahanya, melainkan juga bertanggung jawab terhadap aspek sosial dan lingkungannya. Dasar pemikirannya adalah menggantungkan semata-mata pada kesehatan finansial tidak menjamin perusahaan bisa tumbuh secara berkelanjutan. Berkelanjutan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan aspek terkait lainnya, yaitu aspek sosial dan lingkungan (Rudito, 2013).

Binoto Nadapdap (2014) berpendapat bahwa secara umum tanggung jawab sosial perusahaan dibagi menjadi dua bagian yaitu ke dalam perusahaan itu sendiri (internal) contohnya terhadap karyawan dan keluar lingkungan perusahaan (eksternal), contohnya penyediaan lapangan kerja kepada masyarakat, peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pemeliharaan lingkungan untuk generasi yang akan datang.

Terdapat 3 (tiga) alasan penting mengapa perusahaan harus melakukan CSR, khususnya terkait dengan perusahaan ekstraktif (Wibisono, 2007 dalam Julianda, 2013). Pertama. Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan harus menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial berfungsi sebagai kompensasi atau upaya

timbang balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, di samping sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidaknyamanan pada masyarakat. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, setidaknya izin untuk melakukan operasi yang sifatnya kultural. Wajar bila perusahaan juga dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan. Ketiga, kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindarkan konflik sosial. Potensi konflik itu bisa berasal akibat dari dampak operasional perusahaan atau akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.

Di Indonesia sendiri, CSR merupakan suatu tanggung jawab sosial suatu perusahaan dimana menjadi salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan undang-undang nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yaitu pada pasal 74 ayat (1) menyebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Putra, 2011).

Tujuan tanggung jawab sosial perusahaan yang diatur di dalam pasal 1 butir 3 undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya. Untuk itu, perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk atau jasa yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungannya. Meningkatnya tingkat kepedulian kualitas kehidupan, harmonisasi sosial dan lingkungan ini juga mempengaruhi aktivitas dunia bisnis, maka lahirlah gugatan terhadap peran perusahaan agar mempunyai tanggung jawab sosial. Di sinilah salah satu manfaat yang dapat dipetik perusahaan dari kegiatan CSR. Dalam konteks inilah aktifitas CSR menjadi menu wajib bagi perusahaan, di luar kewajiban yang digariskan undang-undang. Kendati demikian, wacana tanggung jawab sosial masih sering diposisikan secara marginal dan cenderung kurang memiliki apresiasi secara tepat. Konteks seperti itu terjadi, paling tidak dipicu oleh

beberapa kondisi antara lain : masih belum seragam dan jelas batasan tanggung jawab sosial, kurangnya respon *stakeholder* sehingga kurang menciptakan sosial kontrol, dukungan tata perundangan yang masih lemah, standar operasionalnya yang kurang jelas, belum jelasnya ukuran evaluasi.

Tanggung jawab sosial perusahaan juga bertujuan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan untuk mengatasi dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatan perusahaan. Tidak dapat dipungkiri selain dampak positif yang timbul dari berdirinya sebuah perusahaan, terdapat pula dampak negatif yang ditimbulkan dari usaha kegiatan yang dijalankan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berbasis sumber daya alam dalam menjalankan kegiatan industrinya secara tidak langsung memberikan dampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam.

Kewajiban pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang telah menjadi tanggung jawab hukum perusahaan dari segi ekonomis dianggap tidak menguntungkan, tetapi jika dilakukan dengan benar, efektif, terstruktur dan bersifat jangka panjang bukan hal yang mustahil jika kegiatan tersebut dapat memberi keuntungan ekonomis kepada perusahaan. Perusahaan dapat membentuk citra (*image*) perusahaan yang positif dan hal ini sangat penting bagi kepentingan ekonomis perusahaan seperti untuk pemasaran produk dari perusahaan dan juga untuk mendapatkan kepercayaan dari para investor.

Tidak dapat dipungkiri kemungkinan terjadinya benturan antara tanggung jawab hukum dan tanggung jawab ekonomi, tetapi perusahaan harus tetap memperhatikan kepentingan lingkungan dan masyarakat. Sehingga perusahaan harus menerapkan konsep tanggung jawab sosial perusahaan dan juga tidak mengorbankan kepentingan umum. Perusahaan pada dasarnya didirikan untuk mendapat keuntungan dan hal tersebut merupakan tanggung jawab ekonomi dari perusahaan, tetapi keuntungan tersebut juga harus diperoleh tanpa mengorbankan masyarakat dan nilai-nilai etis.

Kepedulian perusahaan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan terwujud dalam komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak-dampak dari kegiatan usaha yang dijalankannya dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang sejalan dengan

konsep *Triple Bottom Line*, yang dikemukakan oleh Elkington (1997) dalam Nor Hadi (2011).

Melalui tulisannya, beliau memberi pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan “3P”. Selain mengejar *profit* atau keuntungan, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Dengan adanya gagasan tanggung jawab sosial perusahaan membawa kepada inti dari etika bisnis, dimana perusahaan tidak hanya memikirkan diri sendiri atau hanya berpijak pada *single bottom line*, karena hal ini belum dapat menjamin kelangsungan dan keberlanjutan sebuah perusahaan.

Tanggung jawab sosial merupakan strategi bisnis yang bertujuan untuk menjaga kelangsungan dan keberlanjutan perusahaan. Untuk menjamin kelangsungan dan keberlanjutan sebuah perusahaan, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan semua aspek yang meliputi *sustainability* ekonomi, sosial dan lingkungan atau disebut juga *triple bottom line*. *Sustainability* ekonomi dapat dicapai dengan cara memperoleh keuntungan, meminimalkan biaya dan memaksimalkan penjualan, membuat kebijakan-kebijakan bisnis yang strategis serta menjanjikan pengembalian yang menarik bagi para *investor*. *Sustainability* sosial diupayakan dengan cara mendukung upaya-upaya kesehatan masyarakat, penegakan hak asasi manusia, pembangunan kawasan suatu negara, dan melakukan persaingan usaha yang sehat. *Sustainability* lingkungan oleh perusahaan dijaga dengan beberapa cara antara lain dengan menggunakan teknologi yang ramah lingkungan demi mengurangi emisi gas buangan, pengimplementasian manajemen resiko lingkungan yang efektif dan lain-lain.

Apabila dalam menjalankan aktivitasnya perusahaan tidak melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau hanya mengejar *profit* atau keuntungan, maka akan menimbulkan dampak negatif. Misalnya yang sudah terjadi saat ini, kasus *illegal logging* yang terjadi selama ini, telah melantarkan siapa saja yang berada disekitarnya tanpa mengenal batas. Banjir, tanah longsor, bencana alam lain menjadi santapan harian bangsa ini. Tata kota yang kurang tepat, ekonomi yang mengedepankan *profit oriented* dengan menyulap daerah rembesan kota besar

menjadi kawasan industri, pertokoan, perkantoran dan mall-mall di kota besar, menimbulkan bencana banjir rutin tahunan. Pemanasan global (*global warming*) mengancam pergeseran iklim, cuaca, ekosistem, penyebaran virus, yang menyengsarakan umat. Semua itu adalah potret negatif industrialisasi yang tumbuh dan berkembang dari keserakahan dengan tidak menjaga keseimbangan (Nor Hadi, 2011).

Terdapat beberapa contoh kasus, terkait permasalahan yang muncul dikarenakan perusahaan dalam melaksanakan operasinya kurang memperhatikan kondisi lingkungan dan sosial di sekitarnya, khususnya perusahaan yang aktivitasnya berkaitan dengan pengelolaan sumber daya alam. Sebagai contoh, PT. Freeport Indonesia salah satu perusahaan tambang terbesar di Indonesia yang berlokasi di Papua, yang memulai operasinya sejak tahun 1969, sampai dengan saat ini tidak lepas dari konflik berkepanjangan dengan masyarakat lokal, baik terkait dengan tanah ulayat, pelanggaran adat, maupun kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi (Nor Hadi, 2011). Kasus pencemaran Teluk Buyat, yaitu pembuangan limbah ke dasar laut yang mengakibatkan tercemarnya laut sehingga berkurangnya tangkapan ikan dan menurunnya kualitas kesehatan masyarakat lokal akibat operasional PT. Newmon Minahasa Raya (NMR) tidak hanya menjadi masalah nasional melainkan internasional (Fitria, 2012).

Selain kasus diatas ada juga perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial hanya mementingkan aspek ekonomi dan sosial tanpa memperhatikan aspek lingkungan misalnya Bank Mega, tanggung jawab sosial Bank Mega hanya terfokuskan pada aspek sosial antara lain mega peduli, edukasi ayo kebank dan hibah komputer (CSR Bank Mega, 2015).

Jika dilihat dari beberapa kasus di atas, masalah sosial dan lingkungan yang tidak diatur dengan baik atau hanya mementingkan salah satu aspek oleh perusahaan ternyata memberikan dampak yang sangat besar, bahkan tujuan meraih keuntungan dalam aspek bisnis malah berbalik menjadi kerugian yang berlipat. Oleh karena itu masalah pengelolaan sosial dan lingkungan untuk saat ini tidak bisa menjadi marginal, ditempatkan pada tahap kuratif atau aspek yang tidak dianggap penting dalam beroperasinya perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan,

merupakan aspek penting yang harus dilakukan perusahaan dalam operasionalnya tanpa mengabaikan satu aspek pun.

Pada tahun 1979 PT Hasjrat Abadi Manado mendirikan CV Kombos. CV Kombos merupakan bagian dari PT Hasjrat Abadi Manado, dimana PT Hasjrat Abadi bergerak dalam penjualan mobil merk toyota sedangkan CV Kombos didirikan oleh PT Hasjrat Abadi sebagai *service station* mobil merk toyota dan CV Kombos merupakan *service station* untuk wilayah Indonesia timur diantaranya CV Kombos Tendea Manado. CV Kombos Tendea Manado melaksanakan kegiatan CSR diantaranya: program kerjasama dengan PT Hasjrat Abadi yaitu dalam program pendidikan dan juga ada program rutin yang dilaksanakan oleh CV Kombos Tendea dan juga program untuk bantuan sosial lainnya.

Berangkat dari permasalahan masih terdapatnya perusahaan yang belum melakukan kegiatan CSR dan masih banyak perusahaan yang menganggap kegiatan CSR hanya merupakan kegiatan sukarela (*voluntary*). Sedangkan kegiatan CSR lebih merupakan suatu komitmen bersama yang berkelanjutan dari perusahaan untuk bersama-sama bertanggung jawab terhadap masalah-masalah sosial. Bukan hanya sekedar kegiatan yang terfokus pada kedermawanan (*philanthropy*) dan kemurahan hati (*charity*). Oleh karena itu penulis merasa tertarik untuk mengkaji hal tersebut sehingga mendorong penulis untuk membuat skripsi dengan judul : “Analisis pelaksanaan corporate social responsibility (CSR) pada CV Kombos Tendea Manado”.

1.2. Batasan Masalah

Dengan pertimbangan kepentingan penulis, keterbatasan kemampuan dan waktu penulis serta untuk menghindari kesalahan persepsi, pemahaman penelitian dan permasalahan yang diteliti tidak melebar, maka penulis memberikan batasan penelitian yang meliputi :

1. Pelaksanaan CSR CV Kombos Tendea Manado
2. Konsep *triple bottom line* dalam tanggung jawab sosial perusahaan pada CV Kombos Tendea Manado

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah sebagai dasar acuan dalam melakukan penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimanakah pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan pada CV Kombos Tendeand Manado ?
2. Bagaimanakah pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan CSR CV Kombos Tendeand Manado?
3. Bagaimana pelaksanaan konsep *trippel bottom line* dalam tanggung jawab sosial perusahaan pada CV Kombos Tendeand Manado ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan pada CV Kombos Tendeand Manado. Namun secara spesifik tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Sedang mengetahui pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan pada CV Kombos Tendeand Manado.
2. Sedang mengetahui pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan CSR CV Kombos Tendeand Manado.
3. Sedang mengetahui pelaksanaan konsep *trippel bottom line* dalam tanggung jawab sosial perusahaan pada CV Kombos Tendeand Manado.

1.4. Kegunaan Penelitian

Bila tujuan penelitian dapat tercapai, maka hasil penelitian akan memiliki kegunaan, antara lain :

1. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan
Dapat dijadikan referensi untuk pengembangan ilmu pengetahuan mengenai CSR dalam konsep *triple bottom line*.
2. Bagi Perusahaan
Sebagai acuan untuk penerapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih bermanfaat bagi lingkungan dan masyarakat serta sebagai acuan bagi perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial sejalan dengan konsep *triple bottom line*.
3. Bagi Institusi
Dapat digunakan sebagai informasi dan pembelajaran bagi institusi sebagai pengembangan pengetahuan tentang tanggung jawab sosial perusahaan.