

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam konteks global, istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. Mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*, yang digagas *the World Commission on Environment and Development* (WCED) dalam *Brundtland Report* (1987), Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P, singkatan dari *profit*, *planet* dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*), tetapi juga memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).

Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) atau “aktivitas sosial perusahaan”. Walaupun tidak menamainya sebagai CSR, secara faktual aksinya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Melalui konsep investasi sosial perusahaan “*seat belt*”, sejak tahun 2003 Departemen Sosial tercatat sebagai lembaga pemerintah yang aktif dalam mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi kepada berbagai perusahaan nasional.

Kepedulian sosial perusahaan terutama didasari alasan bahwasanya kegiatan perusahaan membawa dampak *for better or worse*, bagi kondisi lingkungan dan sosial-ekonomi masyarakat, khususnya di sekitar perusahaan beroperasi. Selain itu, pemilik perusahaan sejatinya bukan hanya *stakeholders* atau para pemegang saham, tetapi juga *stakeholders*, yakni pihak-pihak yang berkepentingan terhadap *eksistensi* perusahaan. *Stakeholders* dapat mencakup karyawan dan keluarganya, pelanggan, pemasok, masyarakat sekitar perusahaan, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, media massa dan pemerintah selaku regulator.

Jenis dan prioritas *stakeholders* relatif berbeda antara satu perusahaan dengan lainnya, tergantung pada *core* bisnis perusahaan yang bersangkutan (Supomo, 2004). Sebagai contoh, PT Aneka Tambang, Tbk. dan Rio Tinto menempatkan masyarakat dan lingkungan sekitar sebagai *stakeholders* dalam skala prioritasnya. Sementara itu, *stakeholders* dalam *skalaprioritas* bagi produk konsumen seperti Unilever atau Procter & Gamble adalah para *customer*-nya.

Kesejahteraan masyarakat akan mendorong peningkatan daya beli, sehingga memperkuat daya serap pasar terhadap *output* perusahaan. Sedangkan kelestarian faktor-faktor produksi serta kelancaran proses produksi yang terjaga akan meningkatkan *efisiensi* proses produksi. Dua faktor tersebut akan meningkatkan potensi peningkatan laba perusahaan, dan dengan sendirinya meningkatkan kemampuan perusahaan mengalokasikan sebagian dari keuntungan untuk membiayai berbagai aktivitas CSR di tahun-tahun berikutnya (Hertanto, 2008).

Implementasi program-program CSR dilakukan secara sistematis, terstruktur, dan periodik. Kegiatan yang dilakukan senantiasa mengedepankan

persoalan-persoalan vital yang dihadapi masyarakat dalam peningkatan kesejahteraannya. *Corporate Social Responsibility Goal* merupakan tujuan kepedulian sosial perusahaan untuk meningkatkan peran perusahaan dalam komunitas sosial masyarakat. Keberadaan sebuah perusahaan tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya dukungan dari masyarakat. CSR bisa dilaksanakan secara langsung oleh perusahaan di bawah divisi *human resource development* atau *public relations*.

CSR bisa pula dilakukan oleh yayasan yang dibentuk terpisah dari organisasi induk perusahaan namun tetap harus bertanggung jawab ke CEO atau kedewan direksi. Sebagian besar perusahaan di Indonesia menjalankan CSR melalui kerjasama dengan mitra lain, seperti LSM, perguruan tinggi atau lembaga konsultan. Beberapa perusahaan ada pula yang bergabung dalam sebuah *konsorsium* untuk secara bersama-sama menjalankan CSR. Beberapa perusahaan bahkan ada yang menjalankan kegiatan serupa CSR, meskipun tim dan programnya tidak secara jelas berbendera CSR (Suharto, 2007a).

Pada awal perkembangannya, bentuk CSR yang paling umum adalah pemberian bantuan terhadap organisasi-organisasi lokal dan masyarakat miskin di negara-negara berkembang. Pendekatan CSR yang berdasarkan motivasi karitatif dan kemanusiaan ini pada umumnya dilakukan secara *ad-hoc*, partial, dan tidak melembaga. CSR pada tataran ini hanya sekadar *dogood* dan *to look good*, berbuat baik agar terlihat baik. Perusahaan yang melakukannya termasuk dalam kategori "perusahaan *impresif*", yang lebih mementingkan "tebar pesona" (promosi) ketimbang "tebar karya" (pemberdayaan) (Suharto, 2008).

*Corporate Social Issue* akan terus berkembang seiring dengan dinamika yang terjadi dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Isu-isu sosial tersebut berkembang sebagai wujud dari adanya perubahan dalam cara pandang hidup masyarakat yang harus direspon oleh perusahaan. Ketidakmampuan perusahaan dalam menangkap isu sosial yang berkembang di masyarakat akan berdampak pada kehidupan sosial masyarakat. Menurut Giddens (dalam Budimanta *et al.*, 2008:14) dampak dari globalisasi yang terjadi dewasa ini, tidak hanya mempunyai dimensi ekonomi saja, akan tetapi juga mempunyai dimensi politik, teknologi, dan budaya. Pemikiran tersebut juga akan mempengaruhi cara berfikir kalangan usahawan dalam memandang strategi usahanya. *Corporate* tidak lagi di pandang sebagai bagian luar dari masyarakat tetapi perusahaan sudah menjadi bagian dari masyarakat itu sendiri.

Pendekatan *community development* kemudian semakin banyak diterapkan karena lebih mendekati konsep *empowerment* dan *sustainable development*. Prinsip-prinsip *good corporate governance*, seperti *fairness*, *transparency*, *accountability*, dan *responsibility* kemudian menjadi pijakan untuk mengukur keberhasilan program CSR. Sebagai contoh, *Shell Foundation di Flower Valley*, Afrika Selatan, membangun *Early Learning Centre* untuk membantu mendidik anak-anak dan mengembangkan keterampilan-keterampilan baru bagi orang dewasa di komunitas itu. Di Indonesia, perusahaan-perusahaan seperti Freeport, Rio Tinto, Inco, Riau Pulp, Kaltim Prima Coal, Pertamina serta perusahaan BUMN lainnya telah cukup lama terlibat dalam menjalankan CSR.

Kegiatan CSR yang dilakukan saat ini juga sudah mulai beragam, disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat berdasarkan *needs assessment*. Mulai dari pembangunan fasilitas pendidikan dan pemberian beasiswa, pengembangan skema perlindungan *social* berbasis masyarakat dan seterusnya. CSR pada tataran ini tidak sekedar *do good* dan *to look good*, melainkan pula *to make good*, menciptakan kebaikan atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Di Tanah Air, debut CSR semakin menguat terutama setelah dinyatakan dengan tegas dalam UU PT No.40 Tahun 2007. Disebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1). UU PT tidak menyebutkan secara rinci berapa besaran biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk CSR serta sanksi bagi yang melanggar. Pada ayat 2, 3 dan 4 hanya disebutkan bahwa CSR "dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran". PT yang tidak melakukan CSR dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan.

Peraturan lain yang menyentuh CSR adalah UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) menyatakan bahwa "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan". Meskipun UU ini telah mengatur sanksi-sanksi secara terperinci terhadap badan usaha atau usaha perseorangan yang mengabaikan CSR (Pasal 34), UU ini baru mampu menjangkau investor asing dan belum mengatur secara tegas perihal CSR bagi perusahaan nasional.

Jika dicermati, peraturan tentang CSR yang relatif lebih terperinci adalah UU No.19 Tahun 2003 tentang BUMN. UU ini kemudian dijabarkan lebih jauh oleh Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 yang mengatur mulai dari besaran dana hingga tatacara pelaksanaan CSR. Seperti kita ketahui, CSR milik BUMN adalah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Dalam UU BUMN dinyatakan bahwa selain mencari keuntungan, peran BUMN adalah juga memberikan bimbingan bantuan secara aktif kepada pengusaha golongan lemah, koperasi dan masyarakat. Selanjutnya, Negara BUMN menjelaskan bahwa sumber dana PKBL berasal dari penyisihan laba bersih perusahaan sebesar 2 persen yang dapat digunakan untuk Program Kemitraan ataupun Bina Lingkungan. Peraturan ini juga menegaskan bahwa pihak-pihak yang berhak mendapat pinjaman adalah pengusaha beraset bersih maksimal Rp 200 juta atau beromset paling banyak Rp 1 miliar per tahun (lihat Majalah Bisnis dan CSR, 2007) Namun, UU ini pun masih menyisakan pertanyaan. Selain hanya mengatur BUMN, program kemitraan perlu dikritisi sebelum disebut sebagai kegiatan CSR. Menurut Sribugo Suratmo (2008), kegiatan kemitraan mirip dengan sebuah aktivitas sosial dari perusahaan, namun di sini masih ada bau bisnisnya. Masing-masing pihak harus memperoleh keuntungan.

Meskipun CSR telah diatur oleh UU, debat mengenai "kewajiban" CSR masih bergaung. Bagi kelompok yang tidak setuju, UU CSR dipandang dapat mengganggu iklim investasi. Program CSR adalah biaya perusahaan. Di tengah negara yang masih diselimuti budaya KKN, CSR akan menjadi beban perusahaan tambahan disamping biaya-biaya yang selama ini sudah memberatkan operasi bisnis.

Perusahaan diwajibkan memperhatikan urusan lingkungan dan sosial, ini sama artinya dengan mendesak *Greenpeace* dan *Save The Children* untuk berubah menjadi korporasi yang mencari keuntungan ekonomi. Kelompok yang setuju dengan UU CSR umumnya berargumen bahwa CSR memberi manfaat positif terhadap perusahaan, terutama dalam jangka panjang. Selain menegaskan *brand differentiation* perusahaan, CSR juga berfungsi sebagai sarana untuk memperoleh *license to operate*, baik dari pemerintah maupun masyarakat. CSR juga bisa berfungsi sebagai strategi *risk management* perusahaan (Suharto, 2008).

Meskipun telah membayar pajak kepada pemerintah, perusahaan tidak boleh lepas tangan terhadap permasalahan lingkungan dan sosial di sekitar perusahaan. Di Indonesia yang masih menerapkan *residual welfare state*, manfaat pajak seringkali tidak dirasakan secara langsung oleh masyarakat kelas bawah, orang miskin dan komunitas adat terpencil. Oleh karena itu, bagi kalangan yang setuju UU CSR, CSR merupakan instrumen *cash transfer* dan suplemen sistem "negara kesejahteraan residual" yang cenderung gagal mensejahterakan masyarakat karena kebijakan dan program sosial negara bersifat *fragmented* dan tidak melembaga. Definisi CSR sangat menentukan pendekatan audit program CSR. Sayangnya, belum ada definisi CSR yang secara universal diterima oleh berbagai lembaga. Beberapa definisi CSR di bawah ini menunjukkan keragaman pengertian CSR menurut berbagai organisasi (lihat Majalah Bisnis dan CSR, 2007; Wikipedia, 2008; Sukada dan Jalal, 2008).

*World Business Council for Sustainable Development*: Komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan

karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. *International Finance Corporation*: Komitmen dunia bisnis untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan. *Institute of Chartered Accountants, England and Wales*: Jaminan bahwa organisasi-organisasi pengelola bisnis mampu memberi dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, seraya memaksimalkan nilai bagi para pemegang saham (*stakeholders*) mereka.

*Canadian Government*: Kegiatan usaha yang mengintegrasikan ekonomi, lingkungan dan sosial ke dalam nilai, budaya, pengambilan keputusan, strategi, dan operasi perusahaan yang dilakukan secara transparan dan bertanggung jawab untuk menciptakan masyarakat yang sehat dan berkembang. *European Commission*: Sebuah konsep dengan mana perusahaan mengintegrasikan perhatian terhadap sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan. *CSR Asia*: Komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para *stakeholders*.

Selain itu, ISO 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility* juga memberikan definisi CSR. Meskipun pedoman CSR *standard* internasional ini baru akan ditetapkan tahun 2010, draft pedoman ini bisa dijadikan rujukan. Menurut ISO 26000, CSR adalah: Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada

masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (draft 3, 2007).

Berdasarkan pedoman ini, CSR tidaklah sesederhana sebagaimana dipahami dan dipraktikkan oleh kebanyakan perusahaan. CSR mencakup tujuh komponen utama, yaitu: *the environment, social development, human rights, organizational governance, labor practices, fair operating practices*, dan *consumer issues* (Sukada dan Jalal, 2008).

Pendefinisian CSR yang relatif lebih mudah dipahami dan bisa dioperasionalkan untuk kegiatan audit adalah dengan mengembangkan konsep *Tripple Bottom Lines* (Elkington, 1998) dan menambahkannya dengan satu *line* tambahan, yakni *procedure* (Suharto, 2007a). CSR adalah: Kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional.

## 1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah implementasi CSR UMP berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat bidang pendidikan?.
2. Apakah implementasi CSR UMP berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat bidang sosial?.
3. Apakah implementasi CSR UMP berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat bidang ekonomi?.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melihat pengaruh implementasi CSR terhadap kesejahteraan masyarakat bidang pendidikan, bidang ekonomi dan bidang sosial.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Pengaruh implementasi CSR UMP terhadap kesejahteraan hidup masyarakat bidang pendidikan.
2. Pengaruh implementasi CSR UMP terhadap kesejahteraan hidup masyarakat bidang sosial.
3. Pengaruh implementasi CSR UMP terhadap kesejahteraan hidup masyarakat bidang ekonomi.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh bagi beberapa pihak dari penelitian mengenai implementasi CSR terhadap kesejahteraan masyarakat antara lain :

1. Bagi Institusi Pendidikan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi institusi pendidikan tinggi untuk lebih meningkatkan program CSR di kalangan masyarakat.

2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi masyarakat untuk dapat memanfaatkan bantuan program CRS dengan baik dan memberikan kritik serta saran yang dapat meningkatkan nilai manfaat program CSR di kalangan masyarakat.