

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Secara prinsip perusahaan didirikan dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Usaha pokok dari sebuah perusahaan adalah kegiatan produksi yang menghasilkan produk berupa barang dan kegiatan penawaran berupa produk jasa. Garis besar sebuah perusahaan adalah mendapatkan keuntungan ekonomi secara maksimal dan sedapat mungkin mencegah kerugian atau menekan kerugian seminimal mungkin.

Pada satu sisi harus diakui perusahaan merupakan salah satu penopang dan penggerak perekonomian nasional. Peranan perusahaan dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional merupakan bagian dari kontribusi positifnya. Penciptaan lapangan kerja, produk barang serta jasa yang dihasilkan dari usaha perusahaan, dan pembayaran pajak yang memberikan pendapatan bagi negara merupakan kontribusi yang dirasakan besar manfaatnya. Namun di sisi lain aktivitas perusahaan khususnya di bidang industri telah menyebabkan terjadinya masalah pada lingkungan dan tingkat perekonomian masyarakat yang berjarak dalam suatu wilayah.

Kedua ini diperparah dengan kurang ditanggapinya berbagai tuntutan masyarakat dalam permasalahan lingkungan, kesejahteraan masyarakat sekitar, dan lain-lain oleh perusahaan. Busyra Azheri berpendapat hal ini dikarenakan

kultur perusahaan yang didominasi cara berpikir dan perilaku ekonomi yang hanya berorientasi keuntungan (*profit orientate*)¹.

Oleh karena itu, jika suatu industri hanya berorientasi kepada keuntungan, maka seringkali mengabaikan berbagai dampak yang merugikan bagi alam, lingkungan, dan tentunya juga habitat manusia. Artinya keadaan tersebut telah menciptakan persoalan-persoalan kemanusiaan baik bagi kalangan buruh di perusahaan maupun bagi masyarakat di sekitarnya. Baik dampak negatif terhadap masyarakat di sekitar seperti polusi udara dan air, lingkungan terkena limbah pabrik, hingga kerusakan fisik dan psikis bagi para pegawainya. Maupun ekspansi dan eksploitasi industri telah melahirkan ketimpangan sosial, populasi, dan kerusakan lingkungan yang hebat. Masyarakat kini semakin sadar akan haknya untuk meminta pertanggung jawaban perusahaan atas berbagai masalah sosial yang seringkali ditimbulkan oleh beroperasinya perusahaan.

Oleh karena itu, perusahaan yang didirikan di suatu wilayah dan berada di tengah-tengah masyarakat yang memperoleh keuntungan dari hasil usaha yang dijalankan, seharusnya saat ini merubah cara berpikir tersebut. Menurut Busyra Azheri, perusahaan bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan diri sendiri (*selfish*) atau *eksklusivitas* dari lingkungan masyarakat, tetapi sebagai sebuah entitas badan hukum yang wajib melakukan adaptasi sosio kultural dengan lingkungan di mana ia berada, serta dapat dimintai pertanggungjawaban layaknya subjek hukum pada umumnya².

¹ Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 3.

² *Ibid*, h. 5

Salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disebut *Corporate Sosial Responsibility* atau CSR. Sebenarnya konsep ini kerap didengar, walau definisinya sendiri masih menjadi perdebatan diantara para pebisnis maupun akademisi. Sebagai sebuah konsep yang berasal dari luar, tantangan utamanya adalah memberikan pemaknaan yang sesuai dengan konteks Indonesia.

Ide tentang corporate social responsibility (CSR) atau juga dikenal dengan *triple bottom line (Economic, Sosial, and Environmental)* bukan ide baru dan telah ada sejak abad ke-19, yang dimulai dengan revolusi industri. Tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) semakin mendapatkan perhatian oleh kalangan dunia usaha.

Di Indonesia sejak era reformasi bergulir, masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat tersebut memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan *corporate social responsibility (CSR)*. Begitupun dengan pihak perusahaan atau industri, bahwa tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR lebih menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak secara lebih luas (*stakeholders*) daripada hanya sekedar mementingkan kepentingan perusahaan sendiri. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berkaitan dengan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan, karyawan, pemasok, investor, komunitas masyarakat, pemerintah, dan juga kompetitornya. Sebagaimana pengertian dasar dari CSR itu sendiri yaitu Komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan

ekonomi, seraya meningkat-kan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya³.

Dengan demikian kepedulian perusahaan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) 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*. Binoto Nadapdap berpendapat bahwa secara umum tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dibagi menjadi dua bagian yaitu ke dalam perusahaan itu sendiri (*internal*) contohnya terhadap karyawan dan ke luar lingkungan perusahaan (eksternal), contohnya penyediaan lapangan kerja kepada masyarakat, peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pemeliharaan lingkungan untuk generasi yang akan datang⁴.

Dalam 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. Tujuan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) 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. Binoto Nadapdap berpendapat bahwa ketentuan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR dimaksudkan untuk mendukung hubungan perusahaan yang serasi, selaras,

³ Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat CSR (Corporate Social Responsibility)*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 101

⁴ Binoto Nadapdap, *Hukum Perseroan Terbatas*, (Jakarta: Permata Aksara, 2012), h. 138.

seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat⁵.

Berdasarkan pengertian di atas, CSR tidak sesederhana sebagaimana dipahami dan dipraktikkan oleh kebanyakan perusahaan. CSR mencakup kontribusi secara ekonomi dan sosial yang akan berdampak pada penguatan lingkungan sosial masyarakat, tidak hanya untuk karyawan perusahaan tersebut tetapi bagi masyarakat sekitar dimana perusahaan itu beroperasi.

Tetapi konsep CSR seringkali diidentikkan dengan metode pengembangan masyarakat atau *Community Development* yang akhir-akhir ini banyak diterapkan oleh perusahaan. Makanya para pelaku CSR sangat memerlukan pemahaman tentang masyarakat secara utuh, khususnya masyarakat perusahaan, sehingga pendekatan dalam pengembangan masyarakat akan lebih focus dan terarah. Dan pendekatan *community development* lebih mengarah kepada motivasi komunitas. Artinya CSR bekerja dengan mengikuti masukan serta keinginan masyarakat sekitar kaitannya dengan lingkungan kehidupannya, sehingga masyarakat sekitar tersebut dapat diberdayakan dan didayagunakan dalam rangka kesejahteraan hidupnya. Sehingga keberadaan perusahaan tidak saja untung untuk dirinya tetapi juga bagi masyarakat sekitar.

Jika ditelaah secara seksama, maka tujuan utama pendekatan *community development* adalah bukan sekedar membantu atau memberi barang kepada si penerima. Melainkan berusaha agar si penerima memiliki kemampuan atau kapasitas untuk mampu menolong dirinya sendiri. Dengan kata lain, semangat utama *community development* adalah pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu,

⁵ *Ibid.*, h. 131

kegiatan *community development* biasanya diarahkan pada proses pemberkuasaan, peningkatan kekuasaan, atau penguatan kemampuan para penerima pelayanan. Beberapa kegiatan di Indonesia sebagai wujud CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan seperti pemberian kredit untuk usaha kecil menengah, memberi bantuan beasiswa, kesehatan, dan membangun infrastruktur pembangunan seperti sekolah dan rumah sakit.

Salah satu perusahaan yang telah menerapkan program-program CSR, adalah PT. Kahatex yang bergerak dalam industri kain. Industri inilah yang menjadi salah satu penopang perekonomian Kota Cimahi mengingat banyaknya anggaran yang dikeluarkan PT. Kahatex dalam membantu program-program pemerintah Kota Cimahi untuk mengembangkan masyarakat di sekitarnya.

Konsep CSR PT. Kahatex yang bersifat lokal berarti bahwa program pengembangan masyarakat diselaraskan dengan program pemerintah daerah setempat atau instansi terkait, serta tetap memperhatikan sosial budaya masyarakat dan kemampuan unit bisnis. CSR bagi PT. Kahatex merupakan program perusahaan yang penting karena akan mempengaruhi citra PT. Kahatex. Salah satu keseriusan PT. Kahatex dalam menjalankan UU no. 40 tahun 2007 yang telah dikemukakan diatas adalah dengan membentuk satu komite, yaitu komite CSR, lingkungan yang independent di tingkat Dewan Komisaris.

Berdasarkan keputusan Menteri No. KEP-236/BMU/2003, setiap perseroan bertanggung jawab untuk mendukung upaya-upaya pemerintah dalam membangun ekonomi lokal melalui program kemitraan dan bina lingkungan. Melalui program kemitraan tersebut, Kahatex memiliki komitmen untuk berpartisipasi dalam pengembangan karyawan dan masyarakat sekitar dengan memberdayakan semua

potensi yang ada di lingkungannya. PT. Kahatex mempunyai empat bidang yang ingin disentuh dalam implementasi CSR, yaitu :

1. Bidang lingkungan (*Nature*), yaitu bagaimana Kahatex memperhatikan dan memelihara lingkungan di sekitar, khususnya yang terkait dengan kegiatan usaha Kahatex. Pengelolaan limbah harus benar, kadar pencemaran harus dipantau agar berada dalam batas kontrol atau standar.
2. Bidang sosial (*Sosial*), yaitu kegiatan yang terkait dengan pemberdayaan masyarakat sekitar. Bantuan beasiswa, kesehatan, infrastruktur pembangunan (jalan, jembatan, rumah sehat, gedung sekolah) harus menjadi perhatian. Begitu juga penyediaan dana *contingency* untuk membantu masyarakat yang terkena bencana alam.
3. Bidang sumber daya manusia (*Well being*), yaitu kegiatan yang terkait dengan peningkatan kualitas manusia, baik secara internal dan eksternal.
4. Bidang perekonomian masyarakat dan perusahaan (*Economic*), yaitu kegiatan yang terkait dengan pengembangan ekonomi masyarakat. Kahatex memiliki program kemitraan dengan pengusaha kecil dan koperasi.

Empat bidang di atas, merupakan bagian dari *Community development* yang memiliki dampak positif dari penerapan program-program CSR PT. Kahatex. Banyak kegiatan yang sudah dan sedang dilakukan oleh pihak PT. Kahatek dengan program CSR nya. Kegiatan tersebut diorientasikan dalam rangka meningkatkan dan mengembangkan masyarakat sekitar, seperti ekonomi setempat, bantuan, kegiatan sosial dan lainnya.

Berangkat dari permasalahan di atas, bahwa PT. Kahatek telah melakukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan/CSR. Kegiatan tanggung jawab sosial

perusahaan/ CSR lebih merupakan suatu komitmen bersama yang berkelanjutan dari perusahaan untuk bersama-sama bertanggung jawab terhadap masalah-masalah social yang ada di masyarakat dimana perusahaan itu berada. Kegiatan itu bukan hanya sekedar kegiatan yang terfokus pada kedermawanan (*philanthropy*) dan kemurahan hati (*charity*), tetapi lebih kepada pemberdayaan berkelanjutan bagi kesejahteraan kehidupan masyarakat.

Dalam hal ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan studi pada PT. Kahatek yang merupakan salah satu perusahaan industri tekstil di Indonesia yang melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan/CSR. Oleh karena itu penulis tertarik dan ingin meneliti lebih jauh tentang masalah di atas, yang penulis tuangkan dengan judul: PERANAN PROGRAM CSR DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT SEKITAR (Penelitian tentang Program CSR di PT. Kahatex Desa Cijerah Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalahnya dapat disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana program dan kegiatan CSR PT. Kahatex dalam pemberdayaan masyarakat sekitar di Desa Cijerah Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi ?
2. Bagaimana pelaksanaan program CSR dalam pemberdayaan masyarakat sekitar di Desa Cijerah Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi ?
3. Bagaimana faktor penunjang dan penghambat program CSR dalam pemberdayaan masyarakat sekitar di Desa Cijerah Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitiannya dapat disusun sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui program dan kegiatan CSR PT. Kahatex dalam pemberdayaan masyarakat sekitar di Desa Cijerah Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan program CSR di PT. Kahatex pemberdayaan masyarakat sekitar di Desa Cijerah Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi.
3. Untuk mengetahui faktor penunjang dan penghambat program CSR dalam pemberdayaan masyarakat sekitar di Desa Cijerah Kecamatan Cimahi Selatan Kota Cimahi.

1.4. Kegunaan Penelitian

Ada beberapa hal dapat dipandang bermanfaat baik secara akademis maupun praktis, dengan mengangkat penelitian ini, diantaranya:

1. Kegunaan Akademis (*Teoritis*)

Secara akademis diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi mahasiswa khususnya jurusan Sosiologi yang mempelajari mata kuliah Sosiologi Industri mengenai *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) sebuah perusahaan dan mata kuliah hubungan antar kelompok dengan konflik mengenai bagaimana mengelola konflik serta menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Disamping itu, hasil penelitian dapat dijadikan titik tolak untuk penelitian lebih mendalam, baik di lokasi yang sama maupun di lokasi yang berbeda.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis diharapkan penelitian ini sebagai bahan masukan bagi pemerintah daerah Kota Cimahi dan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi CSR PT. Kahatex dalam upaya perumusan dan penentuan langkah-langkah dalam memberdayakan karyawan.

1.5. Kerangka Pemikiran

Ferdinand Tonnies menjelaskan bahwa industri menciptakan individu-individu yang kurang peduli dengan orang-orang disekitarnya bahkan dengan lingkungannya. Tetapi, manusia tidak dapat hidup tanpa manusia lainnya, bumi yang dipijakpun tidak akan bertahan menampung manusia-manusia di dalamnya jika tidak dipelihara. Bumi, jika mengalami perubahan kondisi lingkungan akibat ulah manusia akan mengakibatkan degradasi dan menipisnya sumber daya alam⁶.

Oleh karena itu, munculnya program CSR di sebuah perusahaan karena adanya berbagai tekanan dari pihak luar, seperti adanya usaha penelitian yang intensif dari berbagai Lembaga Swadaya Masyarakat tentang peran perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Isu-isu tentang kerusakan lingkungan, hak-hak kaum buruh yang terabaikan oleh perusahaan, skandal keuangan atau masalah-masalah sosial yang timbul sebagai akibat dari aktivitas operasional perusahaan menggugah aktivis dari Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) untuk melakukan penelitian dan menuntut perusahaan memberikan kontribusi kepada masyarakat dan lingkungan sekitar.

Tetapi jika program CSR yang dilakukan dengan baik oleh suatu perusahaan, maka akan berdampak bagi perusahaan itu sendiri dan masyarakat di

⁶Rakhmad K. Dwi Susilo, *Sosiologi Lingkungan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 52

sekitar perusahaan. Dampak bagi perusahaan adalah peningkatan citra perusahaan di mata masyarakat. Sedangkan dampak bagi masyarakat sekitar perusahaan adalah peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat. Berdasarkan teori stakeholder yang mengatakan bahwa sebuah entitas bisnis keberadaannya tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya dukungan dari masyarakat.

Keberadaan perusahaan dalam masyarakat akan tetap berlanjut jika tindakan perusahaan sejalan dengan nilai-nilai masyarakat dimana perusahaan beroperasi. Perusahaan cenderung menggunakan kinerja lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat. Kedua teori tersebut dapat dijadikan landasan perusahaan dalam melaksanakan CSR dengan melihat tujuan, masalah, serta program CSR demi kesejahteraan masyarakat serta kelangsungan bisnis perusahaan.

Dalam dunia industri, fungsi CSR adalah membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat di sekitar lokasi perusahaan, seperti pelayanan kesehatan, pendidikan, penyediaan atau perbaikan perumahan, penyediaan pusat perawatan anak, penguatan kegiatan sosial budaya bagi penduduk setempat. Archie B. Carrol⁷ secara teoritis dan sistematis memberi justifikasi logis mengapa sebuah perusahaan perlu menerapkan CSR bagi masyarakat di sekitarnya, diantaranya:

1. Tanggung jawab ekonomis. Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba atau *make a profit*. Laba adalah fondasi perusahaan dimana harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang.
2. Tanggung jawab legal. Perusahaan harus taat hukum atau *obey the law*. Dalam proses mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah.

⁷ Zaim Saidi dan Hamid Abidin, *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Piramida, 2004), h. 59-60

3. Tanggung jawab etis. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil, dan fair. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan. Perusahaan harus *be ethical*.
4. Tanggung jawab filantropis. Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat member kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan semua dimana perusahaan harus *be a good citizen*.

Tujuan perusahaan secara ekonomi tidak terlepas dari tujuannya secara sosial. Kemampuan suatu perusahaan untuk bersaing sangat tergantung pada keadaan lokasi dimana perusahaan itu beroperasi. Jhon Elkington⁸ secara konseptual CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah triple bottom lines, yaitu 3P:

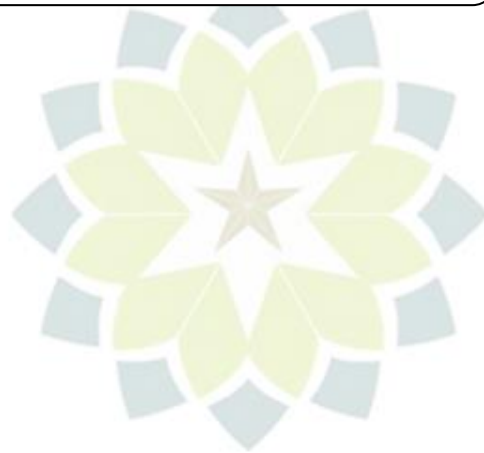
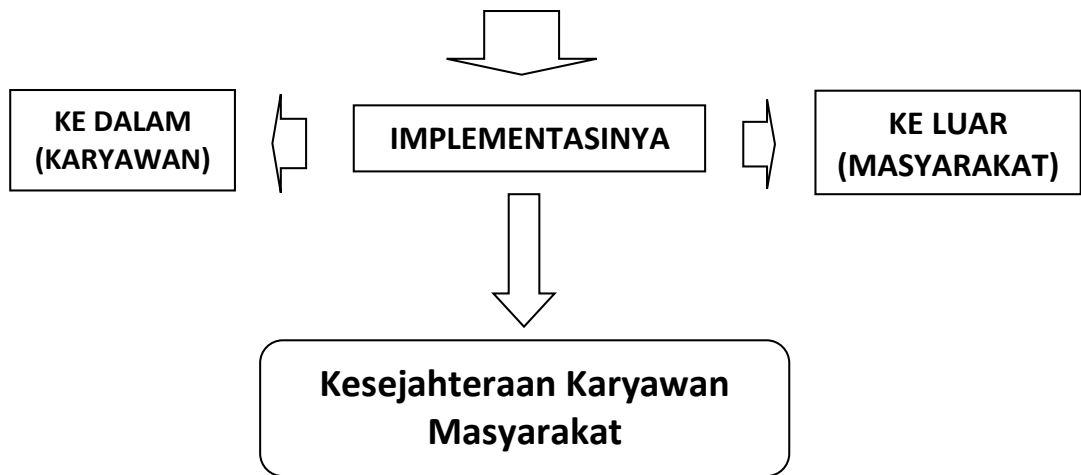
1. Profit. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
2. People. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.
3. Planet. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, pengembangan pariwisata (ekoturisme).

Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan di atas, maka dapat digambarkan dalam skema kerangka konseptual berikut:

Tabel 1
Skema Konseptual Kerangka Pemikiran

PROGRAM CSR
PT. KAHATEX

⁸ Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat CSR (Corporate Social Responsibility)*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 107



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG