



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam pembangunan sekarang ini, perusahaan tidak lagi berhadapan pada tanggung jawab pada aspek keuntungan secara ekonomis saja, yaitu nilai perusahaan yang diimplementasikan kepada faktor keuangan saja. Namun, harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya.

Tanggung jawab sosial ini hanya berperan semata-mata pada sistem keuangan yang tidak menjamin perusahaan bisa tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan ini akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan aspek terkait yakni aspek sosial dan lingkungan (Rudito, Budimanta, Prasetijo: 2004:25).

Menurut Guru Besar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unpad sebagaimana ditulis di Harian Pikiran Rakyat, Rabu 4 Maret 2009, dikatakan bahwa di Indonesia, praktik CSR belum menjadi perilaku umum, karena perusahaan banyak yang menganggap sebagai *cost center*. Perusahaan percaya bahwa program CSR merupakan investasi jangka panjang dalam perkembangan dan keberlanjutan (*sustainability*) usaha.

Dengan demikian, CSR bukan lagi sekedar aktivitas semata yang dapat diraih demi efisiensi yang baik dan untuk keberlangsungan kedepan perusahaan.

CSR telah masuk sebagai pilihan alternatif perusahaan untuk menentukan strategi perusahaan.

Namun, di masa informasi dan teknologi serta masa globalisasi ini, keharusan untuk menjalankan CSR semakin besar. Selain itu, pelaksanaan CSR merupakan bagian dari *good corporate governance* (GCG), yakni *fairness*, *transparan*, *akuntabilitas*, dan *responsibilitas*, termasuk tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar dan sosial.

Oleh karenanya setiap perusahaan pada umumnya tidak dapat berdiri sendiri, atau perusahaan tidak dapat berkembang dengan sendirinya. Perusahaan harus dapat berkomunikasi dengan *stakeholders* agar dapat tercipta saling pengertian diantara keduanya. Perusahaan sangat bergantung pada stakeholders untuk terus tumbuh, berkembang dan dikenal masyarakat.

Dalam penelitian ini, terkait hubungan timbal balik antara perusahaan dengan pemerintah, diharapkan kedua belah pihak mendapatkan manfaat dari tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Bagi perusahaan dapat lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*), dapat mempercepat pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*), sehingga mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*). Pemerintah mendapatkan keuntungan dengan adanya keikutsertaan pihak perusahaan dalam mendukung program-program pemerintah, yaitu dalam hal meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu sarana bagi perusahaan untuk menjaga stabilitas operasionalnya adalah dengan menjalankan tanggung jawab

sosial atau dalam Bahasa Inggris dikenal dengan nama *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Philip Kotler dan Nancy Lee mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai “*Corporate Social Responsibility is a commitment to improve community well being through discretionary business practices and contributions of corporate resources.*” (Kotler dan Lee, 2005:3). Kotler juga menjelaskan bahwa yang terpenting adalah aktivitas yang disebutkan di definisi ini bukanlah aktivitas bisnis yang bersifat tetap secara hukum, melainkan komitmen untuk melakukan aktivitas bisnis secara sukarela dan berkontribusi untuk lingkungan sekitar. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* akan mendongkrak citra perusahaan dalam jangka waktu panjang sehingga dapat menjaga reputasi citra perusahaan (A.B Susanto, 2009:14).

Pentingnya CSR ini dalam masa globalisasi dengan munculnya standart internasional dari pemerintah yaitu ISO 26000 yang merupakan sistem atau tata kelola organisasi, lingkungan, ketenagakerjaan dan pengembangan masyarakat (Rahmatullah dan Kurniati, 2011: 21-23). ISO 26000 adalah sebuah pedoman yang mengatur pelaksanaan tanggung jawab sosial dan harus dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Dalam implementasinya, CSR ini diatur oleh Undang-Undang no 40 tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas (PT), karena itu bagi perusahaan BUMN terdapat peraturan yang bersifat normatif mengenai implementasi CSR di Indonesia yaitu kewajiban dalam menjalankan Program Kemitraan dan Bina

Lingkungan (PKBL). PKBL pada dasarnya terdiri atas dua macam yaitu ada program penguatan usaha kecil melalui pemberian pinjaman dana bergulir dan pendampingan (biasa disebut Program Kemitraan) dan program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat sekitar (biasa disebut dengan Program Bina Lingkungan). Karena banyak perusahaan yang diatur oleh pemerintah namanya menjadi PKBL bukan CSR. Ada juga perusahaan yang bergerak di bagian pertambangan mungkin namanya CSR tapi artinya sama saja. Artinya yang dinamakan CSR itu lebih kepada Bina Lingkungannya daripada PKBL tersebut.

Di Indonesia kegiatan CSR ini dilakukan dengan berbagai pendekatan antara lain seperti pemberian sukarela perusahaan (*corporate giving/charity*), kedermawanan perusahaan (*corporate philanthropy*), hubungan masyarakat perusahaan (*corporate community*), dan pengembangan masyarakat (*community development*).

Kegiatan *community development* atau dikenal juga dengan ComDev adalah bentuk pelaksanaan CSR yang paling sering dilakukan di Indonesia saat ini bahkan *Community Development* sudah dihubungkan dengan program CSR. Sebenarnya CSR bukanlah semata-mata *community development*. *Community development* juga dapat membantu kemajuan dalam pembangunan sosial sehingga akan menumbuhkan potensi masyarakat sekitar dan menjadi sarana yang baik bagi fungsi sosial perusahaan untuk terus maju dan berkembang. (Ambadar, 2008:37-39).

Seiring dengan perkembangan zaman, kegiatan CSR sekarang sudah mulai tidak dipedulikan oleh sebagian besar perusahaan. Beberapa perusahaan yang kegiatannya berdampak terhadap lingkungan sudah mulai menjalani kegiatan CSR yang peduli lingkungan.

Akan tetapi, jumlah perusahaan yang telah melakukan kegiatan CSR bidang lingkungan dan mengungkapkan informasinya masih sangat sedikit. Memperhatikan hal tersebut, maka penyampaian proses kinerja CSR bidang lingkungan secara sederhana, dan dibutuhkan pemahaman kepada publik. Untuk itu diperlukan pendekatan dan cara khusus agar memudahkan perusahaan dalam mengimplementasikan dan menyampaikan kegiatan CSR bidang lingkungan.

Oleh karenanya perusahaan dengan masyarakat sekitar harus saling berkomunikasi sehingga perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan semata yang didapat namun harus memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungannya.

Dua aspek penting harus diperhatikan agar tercipta kondisi yang erat antara keduanya sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan kearah yang lebih baik dan peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat di sekitarnya. Dari aspek ekonomi, perusahaan harus berfokus untuk mendapatkan keuntungan dan dari aspek sosial perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat yaitu dengan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya.

Jika motivasi perusahaan adalah sebuah pencitraan, CSR dilakukan sebagai sebuah strategi perusahaan. CSR merupakan bagian pengembangan dari

perusahaan yang mengalami pertumbuhan keuangan dengan baik. CSR merupakan salah satu program sosial, di mana perusahaan memiliki kewajiban menyisihkan sebagian keuangannya untuk kepentingan masyarakat sekitarnya terutama masyarakat yang termasuk kategori kurang mampu.

CSR tidak harus dilakukan dengan cara pemberian berupa uang atau barang lainnya, namun dapat diberikan dalam bentuk kegiatan pemberdayaan masyarakat misalnya pelatihan kerja, seminar dan lain sebagainya. Melalui program ini, diharapkan terjadi pembagian sumber daya dan fasilitas secara baik.

Berdasarkan fakta-fakta diatas yang penulis temukan, CSR menjadi penting untuk kajian penelitian dan memiliki dampak bagi perusahaan. Oleh sebab itu, peneliti menjadikan topik CSR sebagai yang utama.

Program CSR nya antara lain aktivitas pengelolaan lingkungan meliputi kegiatan memberikan bantuan kepada korban bencana alam, bantuan pendidikan atau pelatihan, peningkatan kesehatan, bantuan sarana dan prasarana umum, perbaikan gedung sekolah dan bantuan dana sarana ibadah.

Di Indonesia, keberadaan peraturan ini justru membuat makna CSR semakin berkembang. CSR bukan lagi sebagai tanggung jawab sosial yang bersifat sukarela dari perusahaan bagi masyarakat sekitar namun berubah menjadi suatu kewajiban.

Program CSR merupakan program jangka panjang bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan tidak dilihat sebagai suatu keuntungan melainkan sebagai sarana memperoleh keuntungan

(*profit centre*). Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*).

Aturan pemerintah mengenai dasar hukum CSR menjadi permasalahan bagi beberapa perusahaan di Indonesia. Kegiatan CSR bukanlah suatu kewajiban yang harus dijalankan suatu perusahaan, melainkan bersifat sukarela. Akan tetapi, praktiknya kegiatan ini wajib dilakukan untuk menunjukkan keberlanjutan dan konsistensi perusahaan kepada lingkungan sekitar.

Peraturan tersebut bertujuan untuk mendukung terjalinnya hubungan yang serasi, selaras dan seimbang antara perusahaan dengan lingkungan sesuai dengan nilai, sistem dan budaya masyarakat sekitar.

Pada masa sekarang ini, isu mengenai kerusakan Lingkungan Hidup bukan lagi menjadi perbincangan negara-negara lainnya yang tidak pernah ada habisnya, melainkan sudah menjadi perbincangan seluruh dunia.

Dalam hal ini, Jasa Marga sebagai perusahaan BUMN sebagai penyelenggara jalan tol di Indonesia melihat akan pentingnya CSR secara berkelanjutan sejak beberapa tahun ini. Dengan semakin berkembangnya CSR sebagai faktor yang berpengaruh untuk menjaga citra positif perusahaan.

Citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang atau suatu komite atau aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan, staf perusahaan, pesaing, dan masyarakat

Menurut Siswanto Sutojo (2004:3) dalam bukunya *Membangun Citra Perusahaan*, citra sebagai pancaran atau reproduksi jati diri atau bentuk orang perseorangan, benda atau organisasi. Citra sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan atau organisasi, persepsi seseorang terhadap perusahaan didasari atas apa yang mereka ketahui tentang perusahaan.

Peneliti menjadikan subjek penelitian dikarenakan PT Jasa Marga Jakarta-Tangerang merupakan perusahaan BUMN dengan kegiatan yang sudah banyak diketahui banyak orang kini menjadi dikenal sebagai perusahaan yang sadar akan tanggung jawab sosial di lingkungan sekitarnya dengan cara melakukan CSR tersebut. Adapun dalam penelitian ini, peneliti akan mengkaji implementasi program CSR yang dilakukan oleh Jasa Marga sebagai dasar di perusahaan BUMN dikaitkan dengan upaya menjaga citra perusahaan.

Oleh karena itu peneliti juga yakin bahwa banyak perusahaan BUMN yang sangat terbuka akan program-program CSR yang berlatar belakang dengan lingkungan hidup.

1.2 Perumusan Masalah

Corporate Social Responsibility sebagai salah satu komponen perusahaan yang membentuk citra baik dari suatu perusahaan yang memiliki berbagai macam program. Program yang akan diteliti oleh peneliti adalah Program lingkungan hidup dalam menjaga citra Jasa Marga.

Untuk itu permasalahan yang akan diteliti adalah

“Bagaimana Implementasi Corporate Social Responsibility PT Jasa Marga cabang Jakarta-Tangerang dalam upaya menjaga citra positif melalui program lingkungan hidup tahun 2013?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, tujuan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan implementasi CSR PT Jasa Marga cabang Jakarta-Tangerang dalam upaya menjaga citra positif perusahaan melalui program lingkungan hidup tahun 2013.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui dan mendalami penerapan program *Corporate Social Responsibility* di bidang lingkungan hidup. Melalui penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman di dunia akademis bahwa program CSR ini dapat bermanfaat sebagai aplikasi di kehidupan sehari-hari. Misalnya dalam membantu sesama, dan turut menjaga kepedulian terhadap lingkungan sekitar.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan masukan bagi PT Jasa Marga cabang Jakarta-Tangerang dalam penerapan program *Corporate Social Responsibility* serta sebagai bahan pembelajaran dalam kegiatan CSR di bidang lingkungan hidup.