

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdasarkan prinsipnya perusahaan didirikan dengan tujuan agar dapat menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Usaha pokok dari suatu perusahaan merupakan aktivitas produksi yang menghasilkan produk berupa barang dan aktivitas penawaran berupa produk jasa. Garis besar suatu perusahaan adalah memperoleh keuntungan ekonomi secara maksimal dan sebisa mungkin dapat mencegah kerugian maupun menekan kerugian sekecil mungkin.

Pada satu sisi harus diakui perusahaan merupakan salah satu penunjang dan penggerak perekonomian nasional. Kontribusi perusahaan dalam meningkatkan perkembangan ekonomi nasional merupakan bagian dari kontribusi positifnya. Pembentukan lapangan kerja, produk barang dan jasa yang di dapatkan dari usaha perusahaan, dan penyetoran pajak yang memberikan pendapatan bagi negara merupakan kontribusi yang dirasakan besar manfaatnya. Akan tetapi di sisi lain aktivitas perusahaan khususnya di bidang industri telah menimbulkan terjadinya masalah pada lingkungan dan tingkat perekonomian masyarakat yang berjarak dalam suatu wilayah. Keadaan ini diperparah dengan kurang ditanggapinya berbagai tuntutan masyarakat dalam permasalahan lingkungan, kesejahteraan masyarakat sekeliling, dan lain-lain oleh perusahaan. Busyra Azheri berpendapat bahwa hal ini dikarenakan kultur

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

Perusahaan yang didirikan dalam suatu wilayah yang berada di tengah-tengah masyarakat untuk mendapatkan keuntungan dari hasil usaha yang dijalankan seharusnya pada saat ini bisa merubah cara berpikir tersebut. Perusahaan sebagai suatu entitas badan hukum yang memiliki tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). Dalam praktiknya selama ini memiliki beberapa perusahaan yang melakukan program tanggung jawab sosial perusahaan hanya bersifat sukarela yang tidak mempunyai keterikatan yang berkelanjutan. Padahal aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu keterikatan bersama yang berkelanjutan dari semua *stakeholders* perusahaan untuk bersama-sama bertanggung jawab terhadap permasalahan sosial.² Tanggung jawab sosial perusahaan lebih memperlihatkan perhatian perusahaan kepada kepentingan pihak-pihak secara lebih leluasa dibandingkan hanya sekedar mementingkan kepentingan perusahaan sendiri. Tanggung jawab sosial perusahaan bersangkutan dengan hubungan antara perusahaan dengan konsumen, karyawan, distributor, investor, kelompok masyarakat, pemerintah, dan juga kompetitornya.

Kepedulian perusahaan sebagai bagian dari tanggung jawab social perusahaan terwujud dalam komitmen perusahaan untuk

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

²*Ibid.*, h. 5.

mempertanggungjawabkan dampak-dampak dari kegiatan usaha yang dijalankannya dalam aspek ekonomi, social, dan lingkungan. Binoto Nadapdap berpendapat bahwa secara umum tanggung jawab social perusahaan 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 datang.³

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 social perusahaan/ CSR yang diatur 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. Tanggung jawab social perusahaan/ CSR juga bertujuan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan untuk mengatasi dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatan perusahaan.⁴

Tidak dapat dipungkiri selain dampak positif yang timbul dari berdirinya sebuah perusahaan, terdapat pula dampak negatif yang

³Binoto Nadapdap, *Hukum Perseroan Terbatas*,(Jakarta: permata Aksara, 2012), h. 13.

⁴Jalal, *Selamat Datang ISO 26000!*, lingkaran Studi CSR, www.csrindonesia.com/data/articles/20101217084002-a.pdf, diakses tanggal 22 September 2020, pukul 15.24.

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.⁵

Tidak dapat dipungkiri pula 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. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan sendiri melahirkan tantangan bagi para praktisi *public relation*. Melalui konsep ini, citra atau

⁵*Ibid.*, h. 131.

reputasi organisasi harus diupayakan agar tetap terjaga dalam membina hubungan dengan komunitas.

Komunitas sebagai salah satu publik sasaran dari kegiatan eksternal *public relations* yang harus diperhatikan dan dijaga keharmonisannya dengan berbagai macam kegiatan *community relations* agar terciptanya kemaslahatan kedua belah pihak. Komunitas sebagai kelompok pertama yang mengalami dampak negatif dari kegiatan suatu perusahaan, kelompok pertama pula yang mengalami pencemaran polusi udara, polusi air, polusi tanah, yang semua itu dapat membawa petaka bagi kehidupan masyarakat sekitar perusahaan atau pabrik.

Menciptakan *community relations* memiliki peranan yang sangat signifikan bagi kelangsungan hidup dan kesuksesan perusahaan tersebut. *Community relations* dapat dipandang sebagai penyedia sumber daya perusahaan, pendukung kenyamanan dan keamanan berusaha, sumber informasi bagi kemajuan usaha atau keadaan geografis keadaan wilayah tersebut, penyambung akses perusahaan. Namun tidak dapat dipungkiri bila suatu ketika dapat berubah menjadi serangan yang dapat merugikan perusahaan seperti pengrusakan, penjarahan, menteror, atau membuat segalanya menjadi tidak aman dan nyaman, dikarenakan tidak terpenuhinya keinginan komunitas.

Adapun berbagai macam *community relations* yang biasa dilakukan oleh suatu perusahaan bisnis sekaligus sebagai intitusi sosial diantaranya ialah dari segi pendidikan, perusahaan biasanya memberikan program

beasiswa bagi masyarakat yang kurang mampu, memperbaiki gedung-gedung sekolah yang tidak layak, memberikan kesempatan untuk magang agar dapat mengimplementasikan, membangun taman bacaan. Dari segi ekonomi perusahaan memberikan modal untuk kegiatan UKM, memberikan kesempatan bekerja, memberi pelatihan keterampilan, dan yang tidak kalah penting ialah dari segi kesehatan dimana perusahaan memberikan pengobatan gratis, sunnat massal dan mensosialisasikan pentingnya hidup sehat dan bersih.

Salah satu bidang perwujudan *Corporate Social Responsibility* itu adalah menjalin hubungan dengan komunitas (*community relations*). Namun konsep komunitasnya, bukan komunitas dalam artian interaksi antarmanusia yang menjadi anggota satu komunitas yang terikat dalam satu wilayah geografis tertentu.⁶

Community relations dijalankan sebuah organisasi bukan sebagai pemadam kebakaran tegangnya hubungan organisasi dan komunitasnya. *Community relations* merupakan sebuah program yang dilandasi kebijakan (*policy*) organisasi. Dengan memandang *community relations* sebagai kebijakan maka bias tampak seberapa besar dan seberapa jauh komitmen organisasi terhadap komunitasnya.⁷ Melalui kegiatan *community relations*, program *Corporate Social Responsibility* bisa menjadi jawaban atas kesenjangan hubungan yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat disekitarnya. Chamber et.al. mendefinisikan tanggung jawab social

⁶Yosal Iriantara, *Community Relations*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), h. 58.

⁷*Ibid.*, h. 91.

perusahaan yaitu “melakukan tindakan social (termasuk lingkungan hidup) lebih dari batas-batas yang dituntut peraturan perundang-undangan”. Natufe dengan mengutip definisi dari wbcSD (*World Business Council Sustainable Development*) menyebut tanggung jawab social perusahaan sebagai “komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki moto hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas local dan masyarakat secara keseluruhan.”⁸

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kewajiban sosial perusahaan dalam bentuk keterikatan perusahaan dalam mengenyampingkan sebagian keuntungannya untuk menunjang negara dalam memecahkan permasalahan pembangunan manusia dan memecahkan kebobrokan lingkungan secara berkelanjutan dengan bertumpuan pada etika perusahaan dan UUD 1945. Maksud penjelasan diatas adalah tanggung jawab perusahaan PT. Pusri Sriwidjaja Palembang, dalam program CSR tersebut bertujuan untuk membantu masyarakat di kota Palembang khususnya disekitar perusahaan melalui bantuan sosial dan pengembangan keterampilan. Adapun berbagai macam kegiatan CSR yang bisa dilakukan oleh suatu perusahaan bisnis sekaligus sebagai institusi sosial antaranya dari segi pendidikan, memperbaiki gedung-gedung sekolah yang tidak layak, memberikan kesempatan untuk magang agar dapat mengimplementasikan, membangun taman bacaan.

⁸*Ibid.*, h. 49.

Fokus CSR PT. Pusri adalah tanggung jawab sosial perusahaan diwujudkan dalam tiga bentuk yakni: menjalin kemitraan antar para pemangku kepentingan yakni pemasok, karyawan, pelanggan, penyalur, petani, dan masyarakat lingkungan sekitar. Menjalankan pembinaan terhadap masyarakat dan perbaikan lingkungan. Melindungi serta memelihara ekosistem lingkungan unit-unit usaha perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) PT Pusri adalah suatu bentuk perhatian maupun tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar lingkungan perusahaan, Implementasinya CSR PT. Pusri telah berjalan dengan baik, tetapi kenyataannya masih terdapat kelonggaran antar PT. Pusri dan masyarakat sekitar terhadap proses di lapangan. Suatu bentuk pencemaran yang terjadi yaitu bau amoniak yang dihasilkan PT. Pusri yang mengganggu pernapasan masyarakat.

Pencemaran udara dan air maupun kelonggaran sosial antara PT. Pusri dengan masyarakat yang telah berjalan bertahun-tahun yang diakibatkan adanya sebuah aktivitas-aktivitas kegiatan produksi PT. Pusri, pada hakikatnya CSR sendiri menjadi tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat sekitar Adapun peran *Corporate Social Responsibility (CSR)* yaitu Pendekatan sistem menunjukkan bahwa organisasi terdiri subsistem yang saling berinteraksi dan saat bersamaan berinteraksi dengan sistem yang lebih besar. Dalam konteks ini, manajemen puncak organisasi tidak bisa mengabaikan fakta bahwa upaya membangun hubungan dengan lingkungan membutuhkan keahlian tersendiri.

Community Relation dilakukan oleh sebuah organisasi bukan sebagai pemadam kebakaran tanggungan hubungan organisasi dengan komunitasnya. *Community relations* merupakan suatu program yang berlandaskan kebijakan organisasi.⁹Dalam penelitian ini penulis mengangkat judul “ **Strategi Departemen CSR dalam Program Corporate Social Responsibility (CSR) RT. 07 RW. 02 Kelurahan Sungai Selayur Kecamatan Kalidoni PT. Pusri Palembang.**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Strategi Departemen CSR dalam Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) RT. 07 RW. 02 Kelurahan Sungai Selayur Kecamatan Kalidoni PT. Pusri Palembang ?
2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat Strategi Departemen CSR dalam Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) RT. 07 RW. 02 Kelurahan Sungai Selayur Kecamatan Kalidoni PT. Pusri Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

1. Agar bisa mengetahui strategi departemen csr dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) RT. 07 RW. 02 Kelurahan Sungai Selayur Kecamatan Kalidoni PT. Pusri Palembang
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi departemen csr dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

⁹Muhammad Dwi Prabowo Putra, *Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pupuk Sriwidjaja Bagi Masyarakat Kecamatan Kalidoni Palembang Sumatera Selatan*, <http://digilib.uin-suka.ac.id/20973/>, Diakses tanggal 04 Oktober 2020.

RT. 07 RW. 02 Kelurahan Sungai Selayur Kecamatan Kalidoni PT.

Pusri Palembang

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis:

- a. Menambah perbendaharaan penelitian di bidang *Corporate Social Responsibility (CSR)*
- b. Menambah khazanah keilmuan pada Departemen *Corporate Social Responsibility (CSR)*

2. Kegunaan Praktis:

- a. Untuk Departemen *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Pusri Palembang sebagai bahan evaluasi
- b. Untuk Prodi KPI bisa melahirkan sarjana dan komunitas akademik yang berkomitmen pada mutu, keberagaman, dan kecendekiawan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika yang dimaksud adalah hal yang memberikan gambaran tentang permasalahan yang digambarkan secara umum dengan tujuan untuk mengarahkan kepada penelitian.

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini dibagi dalam lima bab. Dimana masing-masing bab tersebut diuraikan lagi dengan beberapa sub-sub. Selengkapnya sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan secara berurutan tentang gambaran dasar dalam proses penelitian ini dimulai dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

Dalam bab ini akan di jelaskan mengenai tinjauan pustaka dan kerangka teori.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaska metode penelitian, data dan jenis data, teknik pengumpulan data, lokasi penelitian, serta teknik analisis data .

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang gambaran umum lokasi penelitian, dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran berupa masukan dan saran berupa masukan ilmiah positif tentang masalah yang diteliti dan menjadi acuan bagi penyempurnaan penelitian yang akan dilakukan.

