

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suatu perusahaan keberadaannya selalu di dalam masyarakat dan perusahaan hanya dapat hidup, tumbuh dan berkembang apabila memperoleh dukungan dari masyarakat, karena pada dasarnya masyarakatlah yang merupakan pemasok utama kebutuhan perusahaan dan juga sekaligus sebagai pemakai produk (barang dan jasa) dari perusahaan. Jadi, keberadaan dan kelangsungan kehidupan perusahaan itu sangat bergantung dan ditentukan oleh sikap masyarakat terhadap institusi/lembaga yang bersangkutan. Oleh karena itu, perlu dipertanyakan seberapa jauh suatu perusahaan dapat memberi nilai manfaat kepada masyarakat lingkungannya.

Perusahaan menjalin hubungan baik dengan masyarakat melalui program yang dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*(CSR). Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan secara kontinyu dan terus-menerus, merupakan salah satu cara untuk mencegah krisis melalui peningkatan reputasi dan citra perusahaan. Tujuan melakukan CSR adalah untuk membangun hubungan baik (*Social Relationship*) dengan masyarakat sehingga terbentuk sikap publik yang baik (*favourable*) terhadap perusahaan, tindakan yang sesuai dengan kepentingan publik tersebut akan membangkitkan simpati dan kepercayaan publik terhadap perusahaan.

Uraian di atas dapat diketahui bahwa pada dasarnya antara perusahaan yang menjalankan kegiatan ekonomi dengan masyarakat mempunyai hubungan timbal balik, dan keduanya berada di dalam keadaan saling bergantung. Masyarakat membutuhkan perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan dan perusahaan membutuhkan masyarakat, karena dalam masyarakat tersebut perusahaan memperoleh sumber daya.

Seiring dengan tujuan utama dari perseroan, perkembangan dunia usaha dewasa ini juga tidak dapat dipisahkan dengan lingkungan eksternalnya, yang dimaksud dengan lingkungan eksternal adalah

lingkungan diluar perseroan. Perseroan selain mengejar keuntungan maka juga harus memperhatikan masyarakat dan lingkungan sekitar, agar aktivitasnya dapat berjalan dengan seimbang.

Namun demikian dalam kenyataannya, perusahaan masih menunjukkan sikap yang kurang peduli peranan masyarakat dalam perusahaan, dengan dalih bahwa perusahaan hanya mencari keuntungan dan atau laba. Menyikapi kondisi tersebut, dalam dunia usaha muncul berbagai diskursus yang berkaitan dengan pengelolaan dunia usaha itu sendiri, terutama berkaitan dengan tanggung jawab yang harus diemban oleh suatu perusahaan. Salah satu wacana yang muncul adalah lahirnya terminologi tanggung jawab sosial perusahaan yang dalam bahasa Inggris disebut sebagai (*Corporate Social Responsibility*) selanjutnya disingkat CSR.

Pada awalnya CSR hanya bersifat sukarela (*voluntary*). Meskipun belum ada kesatuan bahasa dalam memaknai CSR, tetapi CSR ini telah diimplimentasikan oleh perusahaan dalam berbagai bentuk kegiatan yang didasarkan atas kesukarelaan. Hal inilah yang menjadi masalah karena sifat kesukarelaan ini menjadi peluang perusahaan untuk tidak melaksanakan CSR. Hal itulah yang dikhawatirkan jika tidak ada pengaturan yang bersifat mengikat perusahaan untuk menjalankan CSR. Oleh karena itu, muncul pengaturan mengenai CSR di Indonesia dengan menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Kegiatan CSR dapat mencegah krisis bila dilakukan secara berkelanjutan dan dalam rangka menciptakan long-term relationship dengan komunitas. Perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan tetapi memperhatikan kepentingan masyarakat dan apa yang dibutuhkan masyarakat, serta melestarikan lingkungan. Hal tersebut sebagai wujud kewajiban dan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat seindividunya.

Kewajiban CSR bagi perusahaan ini dimasukkan kedalam 2 Undang- Undang yaitu dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) dan UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM). Pasal 74 UU PT yang merupakan klausul CSR menyebutkan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang

yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

PT HM Sampoerna Tbk sebagai salah satu perusahaan rokok besar di Indonesia telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Ada program tanggung jawab sosial PT HM Sampoerna Tbk, yaitu (1) penanggulangan bencana, karena bencana alam merupakan salah satu bagian memilukan dari realitas di Indonesia. Program penangan bencana yang dilakukan oleh PT Sampoerna di tangani oleh Tim Sampoerna Rescue (SAR) telah dikerahkan untuk melakukan penanganan bencana alam di berbagai daerah di Indonesia. (2) Pendidikan, berfokus dalam memberikan akses lebih besar terhadap materi pendidikan melalui Pusat Pembelajaran Masyarakat dan Mobil Pustaka di daerah sekitar pabrik di Jawa Timur dan Jawa Barat, juga mengoperasikan perpustakaan karyawan di pabrik SKT kami di Surabaya, Jawa Timur. (3) Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat, Pada tahun 2012, Pusat Pelatihan Kewirausahaan Sampoerna (PPK Sampoerna) mulai beroperasi di atas lahan Perusahaan seluas 10 hektar di dekat pabrik kami di Sukorejo, Pasuruan, Jawa Timur. PPK Sampoerna menyelenggarakan program pendidikan dan pelatihan untuk mendorong pengembangan usaha kecil di masyarakat yang tinggal di sekitar pabrik Sampoerna dan di sejumlah daerah lain di Jawa Timur dan Lombok. Keberlangsungan Lingkungan, melalui kerja sama dengan beberapa organisasi lingkungan, mendukung Program Pelestarian Mangrove di Surabaya dan penanaman kembali hutan di Pasuruan dan Lombok untuk mewujudkan lingkungan yang berkelanjutan.

CSR dan Etika Bisnis sangat berhubungan erat dan kedua konsep tersebut sangat keterkaitan karena sebuah perusahaan bertanggung jawab sosial dan perusahaan harus etis dan etis dalam sebuah perusahaan adalah harus bertanggung jawab secara sosial. Dalam era globalisasi CSR menjadi prioritas utama para pemimpin perusahaan di setiap Negara, termasuk Indonesia. Hal ini karena CSR telah menjadi perhatian dari kalangan pemerintah, aktivis, media, pemimpin masyarakat, karyawan perusahaan hingga para akademisi. Fenomena ini menandakan bahwa CSR merupakan hal penting dalam aktivitas perusahaan di suatu wilayah tertentu. Dengan adanya program CSR maka jarak antara masyarakat dengan perusahaan

semakin dekat sehingga masyarakat dapat menerima keberadaan perusahaan itu.

CSR juga dapat diartikan sebagai basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat tempatan, atau masyarakat yang berada di daerah Kerja atau operasi sebagai bentuk tanggung jawab moral perusahaan kepada strategic stakeholdersnya, dalam pelaksanaannya CSR mengacu pada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Hubungan antara etika bisnis dan CSR sangat erat dalam hal pelaksanaan CSR karena etika bisnis merupakan dasar atau jiwa dari pelaksanaan sebuah unit usaha. Sementara CSR merupakan manifestasinya. Etika bisnis berbicara mengenai nilai. Apakah sebuah perusahaan menganut nilai yang baik atau yang buruk. Kalau memang memegang nilai yang baik dalam berbisnis, maka perusahaan tersebut pasti akan menjalankan CSR yang memang bertanggung jawab, makanya sebuah etika bisnis lebih melekat kepada individu yang menjalankan entitas bisnis. Sedangkan CSR sebagai hasil atau kebijakan dari perusahaan itu sendiri.

Etika bisnis pada PT HM Sampoerna semakin hari kian membaik. Ini ditunjukkan dari perkembangan perekonomian PT Sampoerna yang bertambah meningkat tiap tahunnya. Hal ini membuktikan bahwa PT Sampoerna telah menjalankan etika bisnis dengan cukup baik, sehingga membuat masyarakat merasa percaya apalagi dengan etika yang baik, misalnya PT Sampoerna memberikan bantuan berupa Pendidikan, kesehatan, sarana dan prasarana umum penunjang perekonomian masyarakat bahkan PT Sampoerna mengadakan pelatihan-pelatihan usaha bagi masyarakat sekitarnya, sehingga masyarakat tidak hanya mampu mencari pekerjaan tetapi mereka mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi dirinya dan orang lain, sehingga dalam hal ini PT Sampoerna merupakan tolak ukur perekonomian di berbagai Negara atau sebagai alat penggerak perekonomian Negara, keberadaan PT HM Sampoerna Tbk yang memiliki basis internasional sangat membantu pemerintah dalam pengadaan barang dan jasa bagi masyarakat Indonesia. selain itu, dapat mempercepat masuknya Teknologi terbaru yang canggih sehingga masyarakat Indonesia

tidak ketinggalan jaman, apalagi keberadaan perusahaan multi-nasional ini dapat menerapkan etika bisnis sehingga dapat mengangkat reputasi Negara.

Keseluruhan program ini dijalankan oleh PT Sampoerna dan brand-brand yang dimiliki perusahaan ini. Ada pembagian tugas dalam mengimplementasikan keempat program tersebut. Misalnya A Mild, difokuskan untuk pendidikan bagi anak-anak dan remaja. Sampoerna Hijau, berpartisipasi dalam kegiatan konservasi lingkungan dan alam kemudian Dji Sam Soe untuk usaha kecil dan menengah yang digelar tiap tahun.

Program CSR yang dilakukan oleh PT HM Sampoerna Tbk berdampak pada image positif perusahaan dikalangan masyarakat. CSR dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Dari image positif masyarakat, berdampak pada kinerja perusahaan termasuk kinerja keuangan perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dalam laporan ini dipilih judul: **PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PT HM SAMPOERNA Tbk PALEMBANG.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka disimpulkan rumusan masalahnya yaitu Bagaimana PT HM Sampoerna Tbk menerapkan program Corporate Social Responsibility (CSR)?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulismembatasiruanglingkuppembahasan agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada yaitu Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada PT HM Sampoerna Tbk.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan penulismengadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada PT. HM Sampoerna Tbk

1.4.2 Manfaat

Manfaat dari penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Sebagai saran untuk mengimplementasikan pengetahuan yang telah didapat dalam bidang Etika dalam hal Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada PT HM Sampoerna Tbk.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dan masukan mengenai Program Corporate Social Responsibility (CSR).

3. Bagi Akademisi

Dapat dijadikan bahan referensi untuk penulisan laporan akhir atau penelitian lainnya pada mata kuliah Etika Profesi.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT HM Sampoerna Tbk Palembang yang beralamat di Jalan. Tanjung api-api, Sukarami, Palembang. dalam ruang lingkup Etika Profesi mengenai Program CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) Pada PT HM SAMPOERNA Tbk Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penulisan Laporan Akhir ini dengan menggunakan data primer dan sekunder, menurut Yusid dan Idris (2016:103), yaitu:

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang didapat secara langsung diambil dari sumber penelitian oleh peneliti perorangan maupun organisasi. Data yang di dapat yaitu dari hasil wawancara dengan para karyawan pada PT HM Sampoernadan observasi yang dilakukan oleh peneliti.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang di dapat tidak secara langsung dari objek penelitian. Peneliti mendapatkan data yang sudah jadi yang dikumpulkan oleh pihak lain dengan berbagai cara atau metode baik secara komersial maupun non komersial. Data yang diperoleh mengenai teori-teori yang berkenaan dengan penelitian.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data pada penyusunan laporan akhir ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Riset Lapangan

Penulis mengumpulkan data dengan mengadakan penelitian langsung ke perusahaan. Cara pengumpulan data yang digunakan menurut Sugiyono (2008:156-165) yaitu:

a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

b. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan.

c. Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2009:199), kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberisepangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

2. Riset Perpustakaan

Penulis mengumpulkan data yang diperlukan dengan membaca buku-buku literatur yang berhubungan dengan masalah yang penulis bahas.

1.5.4 Teknik Analisis Data

1. Metode Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Yang termasuk dalam statistik deskriptif antara lain distribusi frekuensi, distribusi persentase, frekuensi kumulatif dan pengukuran tendensi sentral.

2. Data Kualitatif

Menurut Yusi dan Umiyati (2009:102), data kualitatif merupakan data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Data kualitatif yang dimaksud dalam penulisan ini yaitu dari hasil observasi, wawancara, dimaksud dalam penulisan ini yaitu dari hasil observasi, wawancara, kuisisioner, serta riset kepustakaan. Dengan metode ini penulis menjelaskan dan menguraikan pembahasan dengan didasari oleh teori-teori yang didapatkan sebagai informasi tanpa menggunakan angka-angka.