

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Rahman (2009: 59), Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap social maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. CSR dimulai sejak era dimana kesadaran akan sustainability perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar profitability perusahaan.

2.2 Prinsip – prinsip Corporate Sosial Responsibility (CSR)

Dalam Menurut Reza Rahman (2009:59) prinsip-Prinsip yang harus dipegang dalam melaksanakan CSR antara lain:

1. Prinsip pertama adalah kesinambungan atau sustainability. Ini bukan berarti perusahaan akan terus-menerus memberikan bantuan kepada masyarakat. Tetapi, program yang dirancang harus memiliki dampak yang berkelanjutan. CSR berbeda dengan donasi bencana alam yang bersifat tidak terduga dan tidak dapat di prediksi. Itu menjadi aktivitas kedermawanan dan bagus.
2. Prinsip kedua, CSR merupakan program jangka panjang. Perusahaan mesti menyadari bahwa sebuah bisnis bisa tumbuh karena dukungan atmosfer sosial dari lingkungan di sekitarnya. Karena itu, CSR yang dilakukan adalah wujud pemeliharaan relasi yang baik dengan masyarakat. Ia bukanlah aktivitas sesaat untuk mendongkrak popularitas atau mengejar profit.

3. Prinsip ketiga, CSR akan berdampak positif kepada masyarakat, baik secara ekonomi, lingkungan, maupun sosial. Perusahaan yang melakukan CSR mesti peduli dan mempertimbangkan sampai kedampaknya.
4. Prinsip keempat, dana yang diambil untuk CSR tidak dimasukkan ke dalam cost structure perusahaan sebagaimana budget untuk marketing yang pada akhirnya akan ditransformasikan ke harga jual produk. CSR yang benar tidak membebani konsumen.

2.3 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Penggunaan istilah Tanggungjawab Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) akhir-akhir ini semakin populer dengan semakin meningkatnya praktek tanggung jawab sosial perusahaan, dan diskusi-diskusi global, regional dan nasional tentang CSR. Istilah CSR yang mulai dikenal sejak tahun 1970-an, saat ini menjadi salah satu bentuk inovasi bagi hubungan perusahaan dengan masyarakat dan konsumen. CSR kini banyak diterapkan baik oleh perusahaan multi-nasional maupun perusahaan nasional atau lokal.

CSR adalah tentang nilai dan standar yang berkaitan dengan beroperasinya sebuah perusahaan dalam suatu masyarakat. CSR diartikan sebagai komitmen usaha untuk beroperasi secara legal dan etis yang berkontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas dalam kerangka mewujudkan pembangunan berkelanjutan. CSR berakar dari etika dan prinsip-prinsip yang berlaku di Perusahaan dan dimasyarakat. Etika yang dianut merupakan bagian dari budaya (*corporate culture*); dan etika yang dianut masyarakat merupakan bagian dari budaya masyarakat. Prinsip-prinsip atau azas yang berlaku di masyarakat juga termasuk berbagai peraturan dan regulasi pemerintah sebagai bagian dari sistem ketatanegaraan.

Menurut Jones (2001: 78) seseorang atau lembaga dapat dinilai membuat keputusan atau bertindak etis bila:

1. Keputusan atau tindakan dilakukan berdasarkan nilai atau standar yang diterima dan berlaku pada lingkungan organisasi yang bersangkutan.

2. Bersedia mengkomunikasikan keputusan tersebut kepada seluruh pihak yang terkait.
3. Yakin orang lain akan setuju dengan keputusan tersebut atau keputusan tersebut mungkin diterima dengan alasan etis.

Suatu perusahaan seharusnya tidak hanya mengeruk keuntungan sebanyak mungkin, tetapi juga mempunyai etika dalam bertindak menggunakan sumberdaya manusia dan lingkungan guna turut mewujudkan pembangunan berkelanjutan. Pengukuran kinerja yang semata dicermati dari komponen keuangan dan keuntungan (*finance*) tidak akan mampu membesarkan dan melestarikan, karena seringkali berhadapan dengan konflik pekerja, konflik dengan masyarakat sekitar dan semakin jauh dari prinsip pengelolaan lingkungan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan.

2.4 Macam-Macam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Zimmerer (2003: 40) ada beberapa pertanggungjawaban perusahaan, yaitu:

1. Tanggung jawab terhadap lingkungan.

Perusahaan harus ramah lingkungan, artinya perusahaan harus memperhatikan, melestarikan, dan menjaga lingkungan, misalnya tidak membuang limbah yang mencemari lingkungan.

2. Tanggung jawab terhadap karyawan

Menurut Zimmerer (1988: 48) Tanggung jawab terhadap karyawan dapat dilakukan dengan cara:

- a. Menghormati dan mendengarkan pendapat karyawan
- b. Meminta Masukan kepada karyawan
- c. Memberi kepercayaan kepada karyawan
- d. Memberi imbalan kepada karyawan yang bekerja dengan baik
- e. Selalu menekankan kepercayaan kepada karyawan
- f. Tanggung jawab terhadap pelanggan.

Tanggung jawab terhadap pelanggan ada dua kategori:

- a. Menyediakan barang dan jasa yang berkualitas
 - a. Memberikan harga barang dan jasa yang adil dan wajar
3. Tanggung Jawab terhadap investor

Tanggung Jawab terhadap investor adalah menyediakan pengembalian investasi yang menarik, seperti memaksimalkan laba

4. Tanggung jawab terhadap Masyarakat

Perusahaan harus ber Tanggung jawab terhadap Masyarakat sekitarnya, misalnya menyediakan pekerjaan dan menciptakan kesehatan serta kontribusi terhadap masyarakat sekitarnya

2.5 Bentuk Pelaksanaan Tanggungjawab Sosial Perusahaan di Indonesia

Menurut Mukti Fajar (2010), ada beberapa bentuk pelaksanaan tanggung jawab dalam perusahaan di Indonesia yaitu:

a. Pelaksanaan tanggung jawab sosial suatu bisnis

Pelaksanaan tanggung jawab sosial suatu bisnis adalah merupakan penjabaran dari kepedulian sosial dari suatu bisnis. Dengan semakin tinggi tingkat kepedulian sosial suatu bisnis, maka berarti akan semakin meningkat pelaksanaan praktik bisnis etik dalam masyarakat. Dengan pelaksanaan etika bisnis maka kepentingan masyarakat banyak akan terlindung dari praktik bisnis yang merugikan kepentingan masyarakat banyak. Beberapa bentuk pelaksanaan tanggung jawab sosial suatu bisnis yang dapat atau telah dilakukan oleh beberapa pengusaha.

b. Pelaksanaan Hubungan Industri Pancasila (HIP)

Banyak pengusaha yang telah menyusun dan melaksanakan hubungan industry pancasila ini dalam bentuk yang sering dikenal sebagai Kesepakatan Kerja Bersama (KKB). KKB ini merupakan sebuah pedoman tentang hubungan antara pengusaha dengan para pekerja atau karyawan perusahaan yang biasanya dituangkan dalam sebuah buku. Dalam KKB ini diadakan berbagai ketentuan tentang hak-hak serta kewajiban karyawan. Hak-hak karyawan meliputi hak atas gaji maupun bentuk-bentuk lain yang berupa kesejahteraan baik moral maupun materil baginya sedangkan kewajiban karyawan yaitu melaksanakan tugas pekerjaan yang ditugaskannya bagi masing-masing karyawan yang bersangkutan sesuai dengan jabatan yang dipikulnya.

c. Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL)

Banyak pengusaha yang pada saat ini telah melakukan AMDAL ini dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya. Wujud nyata dari amdal ini

tercermin dalam pelaksanaan pengolahan limbah industry sedemikian rupa sehingga limbah tersebut menjadi tidak mengganggu lingkungan. Proses produksi yang dilakukan oleh suatu bisnis tidak jarang akan menimbulkan pencemaran lingkungan atau polusi, baik polusi tanah, air dan udara. Dalam hal ini masih banyak pula pengusaha yang belum menyadari akan tanggung jawabnya terhadap pengolahan limbah industry ini. Hal ini pada umumnya disebabkan karena kurangnya kesadaran pengusaha terhadap pencemaran lingkungannya.

d. Penerapan prinsip Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3)

Penerapan prinsip K3 ini telah banyak dilaksanakan pula oleh pengusaha kita. Ada beberapa perusahaan telah memperoleh penghargaan yang berupa “Zero Accident”. Perusahaan yang memperoleh penghargaan ini berarti telah menjalankan proses produksinya sedemikian lama tanpa mengalami kecelakaan kerja bagi karyawannya. Hal ini merupakan prestasi yang cukup bagus dalam menjaga kesehatan dan keselamatan kerja. Guna menjalankan pekerjaannya baik berupa topi pengaman, masker, maupun pakaian kerja khusus dan sebagainya.

e. Perkebunan Inti Rakyat (PIR)

Pelaksanaan program pemerintah yang berupa PIR di mana dalam hal ini Perkebunan Besar yang biasanya adalah milik negara merupakan intinya yang akan menjadi motor penggerak pembangunan perkebunan rakyat di sekitarnya yang merupakan plasma. Perkebunan rakyat di sekitar yang merupakan plasma ini akan mendukung kelancaran pemasokan bahan baku bagi nakan terjadi saling membantu antara perusahaan rakyat yang pada umumnya kecil. Dengan demikian makapembangunan bangsa akan berjalan secara seimbang dan saling menompang.

f. Sistem Bapak Angkat-Anak Angkat

Pelaksanaan sistem ini juga banyak membantu kelancaran proses pembangunan bangsa serta keterkaitan industry maupun ketrkaitan kepentingan masyarakat banyak. Praktik tersebut tentu saja juga tidak mudah untuk dilaksanakan karena diperlukan kesadaran yang tinggi dari pengusaha besar yang harus bersedia untuk membantu perkembangan bagi pengusaha kecil yang seringkali banyak menimbulkan persoalan bagi pengusaha besar yang menjadi bapak angkat.

2.6 Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Adapun menurut Hill dan Jones (1998) manfaat perusahaan berperilaku etis dan memiliki tanggung jawab sosial adalah:

1. Perusahaan yang etis dan memiliki tanggung jawab sosial mendapatkan rasa hormat dari stakeholder
2. Perusahaan yang memiliki etika bisnis yang baik dan memiliki tanggung jawab sosial akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen dan masyarakat sekitar.
3. Perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan akan membantu dalam pembangunan daerah sekitar perusahaan
4. Menghindarkan dari konflik internal dan lingkungan sekitar perusahaan
5. Tanggung jawab sosial Secara tidak langsung Membantu dalam promosi perusahaan
6. Kerangka kerja yang kokoh memandu manager dan karyawan perusahaan sewaktu berhadapan dengan rumitnya pekerjaan dan tantangan jaringan kerja yang semakin komplek
7. Suatu perusahaan akan terhindar dari seluruh pengaruh yang merusak berkaitan dengan reputasi
8. Banyak perusahaan yang menerapkan perilaku etis dan tanggung jawab sosial dapat menambah uang dalam bisnis mereka. Biasanya dimulai dari perencanaan strategis, organisasi yang baik, sistem prosedur yang transparan didukung oleh budaya perusahaan yang andal serta etika perusahaan yang dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen.

Haruslah diyakini bahwa pada dasarnya praktek etika bisnis akan selalu menguntungkan perusahaan baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang, karena:

- a. Mampu mengurangi biaya akibat dicegahnya kemungkinan terjadinya friksi, baik intern perusahaan maupun dengan eksternal.
- b. Mampu meningkatkan motivasi pekerja.
- b. Melindungi prinsip kebebasan berniaga
- c. Mampu meningkatkan keunggulan bersaing.

Tidak bisa dipungkiri, tindakan yang tidak etis yang dilakukan oleh perusahaan akan memancing tindakan balasan dari konsumen dan masyarakat dan akan sangat kontra produktif, misalnya melalui gerakan pemboikotan, larangan beredar, larangan beroperasi dan lain sebagainya. Hal ini akan dapat menurunkan nilai penjualan maupun nilai perusahaan. Sedangkan perusahaan yang menjunjung tinggi nilai-nilai etika bisnis, pada umumnya termasuk perusahaan yang memiliki peringkat kepuasan bekerja yang tinggi pula, terutama apabila perusahaan tidak mentolerir tindakan

yang tidak etis, misalnya diskriminasi dalam sistem remunerasi atau jenjang karier. Perlu dipahami, karyawan yang berkualitas adalah aset yang paling berharga bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan semaksimal mungkin harus mempertahankan karyawannya.

Untuk memudahkan penerapan etika perusahaan dalam kegiatan sehari-hari maka nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis harus dituangkan kedalam manajemen korporasi yakni dengan cara :

1. Menuangkan etika bisnis dalam suatu kode etik (code of conduct)
2. Memperkuat sistem pengawasan
3. Menyelenggarakan pelatihan (training) untuk karyawan secara terus menerus