

BAB I

PENDAHULUAN

Masyarakat merupakan salah satu sumber utama faktor produksi terpenting bagi kegiatan dan eksistensi perusahaan. Tanpa masyarakat, maka perusahaan tidak akan pernah eksis dan mampu berkembang. Oleh sebab itu, perusahaan memiliki tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap keberadaan masyarakat di lingkungan perusahaannya. Kesetaraan sosial dan ekonomi seluruh masyarakat akan berpengaruh sangat positif terhadap seluruh kegiatan perusahaan serta eksistensi perusahaan, sebab masyarakat merupakan penyedia tenaga kerja sekaligus sebagai pasar dari seluruh hasil produksi perusahaan. Masyarakat yang sejahtera dan memiliki kesetaraan sosial ekonomi akan mampu menyediakan tenaga kerja yang berkualitas dalam jumlah yang mencukupi. Pada saat yang sama kesejahteraan sosial ekonomi akan meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk-produk yang dipasarkan perusahaan.¹

Pemikiran yang mendasari CSR yang sering dianggap inti dari Etika Bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*), karena perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi dan memperoleh keuntungan tanpa bantuan pihak lain. CSR merupakan pengambilan keputusan

¹ Heka Hertanto, "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Ekonomi Rakyat, <http://www.arthagrakapeduli.org/>, Diakses tanggal 26 Desember 2012.

perusahaan yang dikaitkan dengan nilai-nilai etika, dapat memenuhi kaidah-kaidah dan keputusan hukum dan menjunjung tinggi harkat manusia, masyarakat dan lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan meliputi bidang sosial, ekonomi dan lingkungan.

Banyak manfaat yang akan diperoleh perusahaan yang melakukan CSR antara lain dapat mempertahankan dan menaikkan reputasi dan *brand image* perusahaan sehingga muncul citra yang positif dari masyarakat. Upaya CSR mampu meningkatkan citra perusahaan dengan mempraktekkan karya ini yang sering disebut *corporate social performance* (kinerja sosial perusahaan). Perusahaan tidak hanya mempunyai kinerja ekonomis, tetapi juga kinerja sosial. Perusahaan menyadari masih ada hal yang perlu diperhatikan daripada memperoleh laba sebesar mungkin yakni mempunyai hubungan baik dengan masyarakat di sekitar pabrik dan dengan masyarakat umum.

Pada mulanya, tingkat kepedulian sosial perusahaan-perusahaan di Indonesia masih memprihatinkan, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor di antaranya: Pertama, kesadaran para pelaku bisnis di Indonesia dalam menerapkan CSR relatif baru, yaitu awal 1990. Setelah mereka menyadari bahwa memperhatikan lingkungan. Selanjutnya Nurchohis Madjid juga menyimpulkan etika subjektif seseorang akan terefleksikan dalam aktivitas bisnisnya. Dengan kata lain, etika bisnis seseorang merupakan perpanjangan sikap-sikap tingkah lakunya atau tindakantindakan konstan,