

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Empat tahun belakangan ini *corporate social responsibility* atau CSR memang sedang menjadi trend di Indonesia. Banyak orang berbicara tentang CSR dan semuanya bagus serta perusahaan yang melakukan *corporate social responsibility* (CSR) semakin banyak. Namun upaya sosialisasi harus terus dilakukan agar lebih banyak perusahaan menyadari dan memahami pentingnya CSR (Tanudjaja, 2006)

CSR merupakan suatu konsep bahwa perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Pelaksanaan CSR akan berdampak pada kesinambungan dari perusahaan. Suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor keuangan belaka seperti halnya keuntungan dan dividen, melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial di lingkungan untuk saat ini maupun jangka panjang. (Untung, 2014:2)

Adanya anggapan para pelaku bisnis di Indonesia bahwa tanggung jawab sosial dipandang sebagai aktivitas yang bersifat buang - buang biaya. Padahal program CSR justru memberikan banyak keuntungan pada perusahaan. Secara perlahan dalam dunia usaha di Indonesia mulai muncul spektrum baru berkaitan dengan pentingnya dunia usaha mempertajam kesadaran mereka tentang tanggung jawab sosial perusahaan. CSR pertama kali muncul dalam diskursus resmi-akademik sejak hadirnya tulisan Howard Bowen, *Social Responsibility of the*

Businessmen tahun 1953 (Harper and Row, New York). CSR yang dimaksudkan Bowen mengacu kewajiban pelaku bisnis untuk membuat dan melaksanakan kebijakan, keputusan, dan berbagai tindakan yang harus mengikuti tujuan dan nilai-nilai dalam suatu masyarakat. Singkatnya, konsep CSR mengandung makna, perusahaan atau pelaku bisnis umumnya memiliki tanggung jawab yang meliputi tanggung jawab legal, ekonomi, etis, dan lingkungan. Lebih khusus lagi, CSR menekankan aspek etis dan sosial dari perilaku korporasi, seperti etika bisnis, kepatuhan pada hukum, pencegahan penyalahgunaan kekuasaan dan pencaplokan hak milik masyarakat, praktik tenaga kerja yang manusiawi, hak asasi manusia, keamanan dan kesehatan, perlindungan konsumen, sumbangan sosial, standar-standar pelimpahan kerja dan barang, serta operasi antar negara. (Rochayatun, 2010)

Penerapan CSR di perusahaan akan menciptakan iklim saling percaya di dalamnya, yang akan menaikkan motivasi dan komitmen karyawan. Pihak konsumen, investor, pemasok, dan *stakeholders* yang lain juga telah terbukti lebih mendukung perusahaan yang dinilai bertanggung jawab sosial, sehingga meningkatkan peluang pasar dan keunggulan kompetitifnya. Dengan segala kelebihan itu, perusahaan yang menerapkan CSR akan menunjukkan kinerja yang lebih baik serta keuntungan dan pertumbuhan yang meningkat. Di Indonesia pelaksanaan CSR telah diatur didalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, yang diatur didalam bab V pasal 74 ayat (1),(2),(3),(4) dimana dalam pasal tersebut mengatur bagaimana tanggung jawab perusahaan dengan lingkungan sosial dan lingkungan hidup dengan kata lain perusahaan bertanggung jawab dalam permasalahan sosial dan

lingkungan yang ditimbulkan dari pelaksanaan kegiatan perusahaan, adanya undang-undang ini tidak serta merta memaksa perusahaan untuk melaksanakan CSR, karena didalam undang-undang ini tidak memberikan kejelasan terhadap sanksi jika sebuah perusahaan tidak melaksanakan CSR, didalam pasal tersebut hanya menjelaskan bahwa ayat (3) perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, (4) ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah, namun sanksi yang diberikan tidak jelas.

Pelaksanaan CSR di Indonesia masih menimbulkan berbagai masalah baik itu dalam masyarakat, pemerintah maupun perusahaan itu sendiri. Permasalahan yang datang dari masyarakat, kadang kala masyarakat belum siap untuk di ajak mengimplementasikan CSR terutama bila sifatnya partisipatif, dimana masyarakat tidak mau diajak berubah hanya ingin mendapatkan bantuan saja berupa kucuran dana (filantropi) serta cultur dan terkadang capacity building ketika masyarakat tidak bisa menyerap keinginan perusahaan (www.kompasiana.com, 17/01/2017)

Wacana tanggung jawab social (*social responsibility*) masih diposisikan secara marginal, dan cenderung kurang memiliki apresiasi secara tepat. Konteks seperti itu terjadi, paling tidak dipicu oleh kondisi, yaitu: (1) masih belum seragam dan jelas batasan tanggung jawab sosial; (2) sikap oportunitis perusahaan, terlebih *social responsibility* mengandung biaya yang cukup besar yang belum tentu memiliki relevansi terhadap pencapaian tujuan yang bersifat *economic motive*; (3) kurang respon *stakeholder* (*silent stakeholder*) sehingga kurang menciptakan social control meskipun

masyarakat merupakan *social agent*; (4) dukungan tata perundangan yang masih lemah; (5) standar operasional yang kurang jelas; dan (6) belum jelasnya ukuran evaluasi. Konteks seperti itu, relatif menciptakan praktik *corporate social responsibility* sebatas polesan, sekenanya dan bersifat *lames*, meskipun terdapat beberapa perusahaan memiliki komitmen dan serius dalam menjalankan strategi *corporate social responsibility*. (Hadi, 2011:46)

Inti praktik tanggung jawab sosial (*social responsibility*) sesungguhnya adalah persoalan etika bisnis (*business ethic*). Mengingat, melaksanakan tanggung jawab sosial tak dapat dilepas dari panggilan nurani pelaku bisnis. Meskipun terdapat aturan perundangan, namun para pelaku bisnis sering kurang merespon, bahkan terkesan membelokkan dari aturan. Dengan demikian, tanggung jawab sosial hanya sebatas polesan, memenuhi standar minimal, dan setengah hati, sehingga tidak mengena sampai *grass rooth*. *Variance* cakupan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan sesungguhnya adalah wilayah kesadaran dan etika pelakunya (Hadi, 2011:69)

Karena masih banyaknya kendala dalam pengimplementasian CSR sehingga perlu etika berbisnis yang baik, diibaratkan etika bisnis itu adalah sebagai dasar atau jiwa dari pelaksanaan suatu unit usaha, dan CSR merupakan manifestasinya. Artinya, “Etika bisnis berbicara mengenai nilai, apakah sebuah perusahaan tersebut menganut nilai yang baik atau buruk. Kalau memang memiliki nilai yang baik dalam berbisnis, maka perusahaan tersebut akan menjalankan CSR yang memang menjadi tanggung jawab suatu perusahaan”. Etika bisnis itu lebih melekat kepada individu yang

melakukan etika bisnis, sedangkan CSR yaitu sebagai kebijakan dari perusahaan tersebut. (www.indonesiana.tempo.co, 15/11/2017)

Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat ber sumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis. Dan jika suatu bisnis melanggar aturan-aturan tersebut maka sanksi akan diterima, dimana sanksi tersebut dapat berbentuk langsung maupun tidak langsung (Fahmi, 2014:3)

Dunia bisnis menjelaskan etika sebagai konsep dan prinsip dasar dari perilaku manusia yang tepat. Etika adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana berperilaku jujur, benar dan adil. Bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Etika dalam perusahaan menyangkut hubungan perusahaan dan karyawan sebagai satu kesatuan dengan lingkungannya misalnya, dengan perusahaan lain atau masyarakat setempat, kemudian etika kerja terkait antara perusahaan dengan karyawannya, dan etika perorangan mengatur hubungan antar karyawan. Etika bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan atau mitra kerja, pemegang saham, masyarakat. (Sinaulan, 2016)

Pada prinsipnya, tujuan dari aktivitas bisnis tidak semata-mata mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya dengan menghalalkan segala cara, tapi perilaku etis tidak boleh diabaikan oleh perusahaan. Etika menjadi nilai dan keyakinan yang terealisasi dalam budaya perusahaan, maka akan berpotensi menjadi dasar kekuatan

perusahaan dan akhirnya akan berpotensi menjadi stimulus dalam peningkatan kinerja karyawan. Karyawan yang bekerja di perusahaan yang menjunjung tinggi etika dan nilai-nilai moral akan memiliki motivasi kerja yang tinggi. Mengingat perusahaan dimana mereka bekerja mendapatkan respon yang positif di masyarakat, tentunya akan membuat para karyawan ini merasa bangga menjadi bagian dari perusahaan tersebut. Kebanggaan inilah yang akan menambah semangat karyawan untuk termotivasi bekerja dengan semakin lebih baik. (www.kompasiana.com, 30/06/2018)

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* dan Etika Bisnis Terhadap Kinerja Karyawan”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis akan mengidentifikasi masalah yang nantinya akan dilakukan analisis sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh CSR terhadap kinerja karyawan PT. BTN (Persero) Tbk Cabang Ambon?
2. Apakah terdapat pengaruh etika bisnis terhadap kinerja karyawan PT. BTN (Persero) Tbk Cabang Ambon?
3. Seberapa besar pengaruh CSR dan etika bisnis terhadap kinerja karyawan PT. BTN (Persero) Tbk Cabang Ambon?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya maka tujuan penelitian penulis adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh CSR terhadap kinerja karyawan PT. BTN (Persero) Tbk Cabang Ambon
2. Mengetahui pengaruh etika bisnis terhadap kinerja karyawan PT. BTN (Persero) Tbk Cabang Ambon
3. Mengetahui besarnya pengaruh CSR dan etika bisnis terhadap kinerja karyawan PT. BTN (Persero) Tbk Cabang Ambon

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang baik secara langsung maupun tidak langsung bagi pihak–pihak sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian ini berguna untuk menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman baru tentang masalah yang diteliti sehingga memperoleh gambaran nyata mengenai penerapan CSR dan etika bisnis terhadap kinerja karyawan sehingga dapat mengkaji dan membandingkan teori yang diperoleh mengenai CSR, etika bisnis dan kinerja karyawan.

2. Bagi praktisi bisnis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para praktisi bisnis dalam membantu pengambilan keputusan dan kebijakan yang berhubungan dengan penerapan CSR, etika bisnis serta kinerja karyawan

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti selanjutnya sebagai bahan referensi, pemahaman, pembandingan atau

sebagai dasar penelitian lebih lanjut khususnya pada topik yang berkaitan dengan penelitian yang dibahas

