

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suatu perusahaan mempunyai beberapa kewajiban yang harus senantiasa dipenuhi, kewajiban tersebut tidak hanya pada pemegang saham namun juga kewajiban terhadap pihak lain termasuk masyarakat. Menurut *Suwaldiman* (2000), berdasarkan karakteristik sistem perekonomian Indonesia, ada 3 kelompok pihak yang berkepentingan terhadap pertanggungjawaban manajemen atas pengelolaan perusahaan, yaitu investor dan kreditor, pemerintah dan masyarakat umum. *Nurmansyah* (2006) berpendapat bahwa meskipun tujuan utama perusahaan adalah mencari keuntungan sebesar-besarnya, sebuah perusahaan tidak dapat dilepaskan dari masyarakat. Terutama pada saat sekarang ini dimana masyarakat difokuskan pada dampak kurang baik dari masyarakat bisnis (*Ahmad, et al.*, 2003). Oleh karena itulah dunia usaha pada saat ini tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi keuangan, sosial, dan aspek lingkungan yang biasa disebut *Triple bottom line*. Sinergi tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (*Siregar*, 2007).

Dewasa ini dalam menghadapi dampak globalisasi, kemajuan informasi teknologi, dan keterbukaan pasar, perusahaan harus secara serius dan terbuka memperhatikan pertanggungjawaban sosial perusahaan (*Edwin dan Nurdiono*, 2007). Dengan menerapkan *Corporate social responsibility* (CSR) diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (*Sayekti dan Wondabio*, 2007).

Corporate social responsibility (CSR) merupakan klaim *stakeholders* agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*share holders*), tapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), konsumen, dan lingkungan (Nugroho, 2007). Oleh karena itu, suatu perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga untuk kepentingan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis. Kajian mengenai *corporate social responsibility* semakin berkembang pesat seiring banyak kasus yang terjadi dimana perusahaan tidak memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat bahkan memberikan dampak negatif atas beroperasinya perusahaan, seperti kasus PT Freeport dan PT Newmont. Hal ini pun ditegaskan Owen (2005) yang mengatakan bahwa kasus Enron di Amerika telah menyebabkan perusahaan-perusahaan lebih memberikan perhatian yang besar terhadap sustainabilitas dan pertanggungjawaban sosial perusahaan. Isu-isu yang berkaitan dengan reputasi, manajemen risiko dan keunggulan kompetitif mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi sosial.

Menurut Marhun dalam Sueb (2001), apabila perusahaan tidak memperhatikan seluruh faktor yang mengelilinginya, mulai dari karyawan konsumen, lingkungan dan sumber daya alam sebagai satu kesatuan yang saling mendukung suatu sistem, maka tindakan itu akan mengakhiri eksistensi perusahaan itu sendiri. Kerusakan dan gangguan yang timbul dari faktor eksternal tersebut mengganggu bahkan dapat menghentikan operasi perusahaan. Citra perusahaan akan semakin baik di mata masyarakat apabila dapat menunjukkan tanggung jawab dan kepeduliannya terhadap lingkungan

eksternal. Adanya fenomena di atas menyebabkan dunia bisnis mengalami pergeseran orientasi, yaitu dari *share holders* ke *stakeholders*. Tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan untuk menjaga keharmonisan hubungan antara perusahaan dengan lingkungan sekitarnya.

Penerapan CSR yang pada awalnya bersifat sukarela untuk memenuhi kewajiban perusahaan yang tidak memiliki kaitan dengan strategi dan pencapaian tujuan jangka panjang, menjadi suatu kegiatan strategis yang memiliki keterkaitan dengan pencapaian tujuan perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini dikarenakan banyak sekali manfaat penerapan CSR secara benar dan konsisten. Kotler dkk (2005) menyebutkan bahwa terdapat manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dengan melaksanakan kegiatan strategis tersebut. Menurut Rahman (2009) suatu kegiatan dalam praktiknya disebut CSR apabila memiliki sejumlah unsur, yaitu *continuity and sustainability* (berkesinambungan dan berkelanjutan), *community empowerment* (pemberdayaan komunitas), dan *two ways communication* (komunikasi dua arah), sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan kegiatan CSR yang akan dilakukan.

Penerapan *corporate social responsibility* dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan, dimana para investor cenderung menanamkan modal kepada perusahaan yang melakukan kegiatan CSR. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial (kegiatan CSR) sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan (Zuhroh dan Sukmawati, 2003). Eipstein dan Freedman (1994) menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga manajemen perusahaan saat

ini tidak hanya dituntut terbatas atas pengelolaan dana yang diberikan, namun juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan alam dan sosial.

Secara umum, pendidikan mempunyai peranan dalam meningkatkan kualitas manusia sebagai sumber daya pembangunan dan menjadi titik sentral pembangunan. Manusia yang berkualitas memiliki keseimbangan antara tiga aspek yang ada padanya, yaitu aspek pribadi sebagai individu, aspek sosial dan aspek kebangsaan. Sinergis peran antara dunia pendidikan dan dunia kerja, diantaranya adalah dunia usaha (perusahaan) yang secara terpadu memberikan kesempatan interaksi di antara keduanya untuk membangun sistem pendidikan dengan paradigma sistemik-organik. Berkaitan dengan hal ini, tampak adanya peluang perlunya membangun sinergi dunia pendidikan dengan perusahaan, pasca disahkannya Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas (UUPT) pada 20 Juli 2007 khususnya Pasal 74 UUPT yang menyatakan adanya kewajiban melaksanakan pengaturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility/CSR).

Menurut *The World Bank Institute*, salah satu komponen utama CSR adalah pengembangan kepemimpinan dan pendidikan. Karena pendidikan merupakan salah satu kunci pembangunan berkelanjutan dan pertumbuhan yang berpihak kepada kelompok miskin, maka dunia bisnis dapat memberikan kontribusi penting dalam menyediakan akses pendidikan berkualitas. Bahkan, perusahaan pun dapat memberikan dampak yang kritis terhadap proses pemberdayaan melalui peningkatan standar pengembangan kepemimpinan dan pendidikan dalam perusahaan. Oleh karena itu, kemajuan dunia pendidikan

memang tidak dapat berjalan sendiri, sehingga perlu ada kerja sama antara perusahaan, masyarakat dan pemerintah, yang dikemas melalui program CSR.

PT Pelindo III (Persero) yang berkantor pusat di Surabaya, mengelola 43 pelabuhan yang tersebar di 7 Propinsi yaitu Jawa Timur, Jawa Tengah, Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah, Bali, Nusa Tenggara Barat, dan Nusa Tenggara Timur, serta memiliki 7 anak perusahaan.

PT Pelindo III (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak yang menjalankan bisnis inti sebagai penyedia fasilitas jasa kepelabuhanan, memiliki peran kunci untuk menjamin kelangsungan dan kelancaran angkutan laut. Dengan tersedianya prasarana transportasi laut yang memadai, PT Pelindo III (Persero) mampu menggerakkan dan menggairahkan kegiatan ekonomi negara dan masyarakat.

Berdasarkan UU No.17 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Pelabuhan Umum, PT Pelindo III (Persero) bertanggung jawab atas Keselamatan Pelayaran, Penyelenggaraan Pelabuhan, Angkutan Perairan dan Lingkungan Maritim. Dengan demikian status Pelindo bukan lagi sebagai “regulator” melainkan “operator” Pelabuhan, yang secara otomatis mengubah bisnis Pelindo dari Port Operator menjadi Terminal Operator.

Surat dari Kementerian Perhubungan, Dirjen Perhubungan Laut yang diterbitkan bulan Februari 2011 menjelaskan tentang penunjukan PT Pelindo III (Persero) sebagai Badan Usaha Pelabuhan (BUP).

Implementasi CSR yang dilakukan oleh PT. Pelindo III (Persero) sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan terbagi menjadi dua bagian, yang pertama program kemitraan dimana PT. Pelindo III memberikan bantuan modal usaha bagi setiap Usaha Kecil Menengah (UKM) yang

membutuhkan modal untuk mengembangkan usaha mereka, yang kedua yaitu Program Kerja Bina Lingkungan (PKBL) dimana PT. Pelindo III melalui tim divisi khusus terjun langsung pada masyarakat untuk memberikan bantuan yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Kebijakan perusahaan PT. Pelindo III dalam mengembangkan lingkungan strategis yaitu melalui CSR akan menjadi landasan dari program-program kolaborasi yang terkait dengan pemberdayaan masyarakat. Selain dari sasaran yang bernuansa kemampuan penguasaan teknologi dan bisnis, program CSR juga ditujukan untuk memberikan akses dalam pemberdayaan masyarakat baik yang terkait langsung dengan proses Bisnis Perusahaan maupun lingkungan strategis yang lain.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh PT. Pelindo III berpengaruh positif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sedangkan kontribusi dari penelitian ini adalah untuk memberikan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan agar lebih meningkatkan tanggung jawab dan kepeduliannya pada lingkungan sosial, serta memberikan gambaran mengenai pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan.

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah ” Apakah CSR yang dilakukan oleh PT. Pelindo III (Persero) berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat?.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang di ajukan penulis dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang di lakukan oleh PT. Pelindo III berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat untuk beberapa pihak guna mengetahui apakah program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang di lakukan oleh PT Pelindo III berdampak pada kesejahteraan masyarakat antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan program CSR demi kesejahteraan hidup masyarakat.

2. Bagi Akademisi

Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penerapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.