

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Keberhasilan maupun prestasi pada suatu perusahaan yang sebagai bagian dari masyarakat dan lingkungan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal melainkan juga dipengaruhi oleh lingkungan dan masyarakat ataupun para komunitas di sekitar perusahaan (Rahman, 2009). Selain itu sekarang telah terjadi suatu perubahan paradigma dari masyarakat dan lingkungan terhadap perusahaan. Salah satu perubahan mengenai paradigma ini adalah adanya perubahan suatu harapan dan keinginan dari para pihak yang berkepentingan kepada perusahaan (Chapple dan Moon, 2005 dalam Saleh, et al., 2010). Perusahaan dituntut untuk melakukan suatu tindakan yang lebih peduli kepada masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu sebagai bukti dan wujud tanggung jawab dan kepedulian perusahaan maka perusahaan melakukan pertanggungjawaban sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

CSR menurut Daniri (2008) dalam Purwanto (2011), terdapat dua hal yang mendasari perusahaan melaksanakan CSR yaitu bersifat dari luar perusahaan (*external drivers*) dan dalam perusahaan (*internal drivers*). Adapun yang termasuk kategori pendorong dari luar misalnya adanya hukum, regulasi, dan diwajibkannya AMDAL (analisis mengenai dampak lingkungan). Kemudian pendorong dari dalam perusahaan terutama bersumber dari pemilik perusahaan ataupun dari perilaku manajemen perusahaan. Termasuk tingkat kepedulian atau tanggung jawab perusahaan untuk membangun masyarakat sekitar (*community*

*development responsibility*). Selanjutnya, Wibisono (2007 dalam Rahman, 2011) menyatakan bahwa ada alasan perusahaan terhadap pelaksanaan CSR yang pertama yaitu perusahaan melaksanakan CSR sekedar basabasi dan adanya unsur keterpaksaan untuk melaksanakan CSR (*external drivers*). Aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan bersifat jangka pendek dan mempunyai tujuan untuk membangun citra positif serta simpati masyarakat dan tidak ada tujuan jangka panjang yaitu meningkatkan kehidupan masyarakat. Selanjutnya yang kedua adalah perusahaan melaksanakan CSR dalam rangka memenuhi kewajiban yaitu tanggung jawab sosial yang lebih didasarkan kepada adanya anjuran regulasi yang harus dipatuhi (*external drivers*) seperti Undang – Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal 74, UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan lain-lain. Hal tersebut dilakukan oleh perusahaan supaya dapat diterima oleh lingkungan ataupun komunitas sekitar perusahaan. Kemudian yang ketiga adalah perusahaan melaksanakan CSR sebagai bagian dari aktivitas perusahaan yang timbul dari perilaku manajemen yang berarti bahwa CSR tumbuh secara internal (*internal drivers*).

Deegan (2002) menyatakan bahwa beberapa alasan perusahaan dalam melakukan pengungkapan sosial dan lingkungan adalah yang pertama, keinginan memenuhi persyaratan pemerintah yang ada dalam peraturan maupun undang - undang. Kedua, pertimbangan atas rasionalitas ekonomi (*economic rationality*) dalam alasan ini dapat memberikan suatu keuntungan bisnis karena perusahaan telah melakukan hal yang benar dan bisa jadi menjadi sebagai motivasi utama. Ketiga adalah alasan akuntabilitas dalam pelaporan CSR. Keempat, mematuhi

dalam rangka tujuan untuk pinjaman ke institusi lembaga keuangan. Kelima, untuk menyesuaikan atas keinginan maupun ekspektasi masyarakat. Keenam, untuk mendapatkan legitimasi perusahaan atas adanya suatu ancaman. Ketujuh, untuk mengolah *stakeholder* yang mempunyai kekuatan. Kedelapan, untuk alasan mendapatkan investasi dari pihak luar. Kesembilan adalah untuk mematuhi persyaratan perindustrian dan yang terakhir adalah untuk mendapatkan penghargaan tertentu.

Peraturan Undang – undang nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74 juga menjadi penyebab perusahaan dalam menjalankan CSR yang menjelaskan tentang kewajiban tentang pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) namun ini menjadi suatu polemik bagi pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Pasal 74 dari undang – undang yang berbunyi :

*“(1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. (2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dikenai sanksi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.”*

Waagstein (2011) yang meneliti tentang dikotomi sukarela dan kewajiban CSR di Indonesia berdasarkan diterbitkannya undang –undang No. 40 tahun 2007 pasal 74 menemukan bahwa substansi pasal 74 tidak umum dan ambigu, tidak ada mekanisme implementasinya dan tidak jelas bagaimana pasal akan dipantau, kurangnya penelitian tentang dampak dari pasal 74 yang mempunyai budaya dan profil yang berbeda bisnisnya dan juga pasal ini tidak jelas apa yang ingin dicapai

oleh pemerintah. Purwanto (2011) juga menjelaskan dalam peluncuran buku CSR dalam bisnis mengemukakan bahwa Undang – Undang PT No. 40 tahun 2007 menurutnya secara sistematis merendahkan martabat CSR dari yang tadinya luhur menjadi keterpaksaan.

Bagi pelaku usaha yang menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan undang-undang PT nomor 40 tahun 2007 mengamati bahwa hal ini adalah suatu kewajiban terhadap seluruh badan usaha yang berbentuk perseroan terbatas dan ini membuat suatu polemik yang berkepanjangan antara pelaku usaha dan pemerintah tentang apa sebenarnya makna dari CSR. Pemerintah dalam hal ini sangat jelas dalam menjabarkan kewajiban ini kepada pelaku usaha. Dalam penjelasan undang – undang tersebut disebutkan bahwa CSR menjadi wajib bagi pelaku usaha yang bidang dan atau usahanya berhubungan dengan sumber daya alam. Pengertian ini mengandung arti bahwa perseroan terbatas baik yang langsung maupun tidak langsung yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan CSR sehingga seperti bidang usaha pertambangan hingga jasa perbankan dan sebagainya menjadi suatu kewajiban atas pelaksanaan CSR.

Dalam hal posisi memahami isi dari pasal 74 ini pun kadangkala masih banyak perusahaan yang salah dalam memahami isi tersebut. Perusahaan yang merasa tidak ada hubungan dengan bidang usaha yang secara langsung mengeksploitasi sumber daya alam dengan melihat ayat pertama pasal 74 pada undang-undang nomor 40 tahun 2007. Padahal dalam penjelasannya yang dimaksud dengan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya berkaitan

dengan sumber daya alam adalah perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada sumber daya alam artinya walaupun perusahaan tidak mengolah sumber daya alam langsung namun kegiatan bisnisnya pada akhirnya mempengaruhi fungsi sumber daya alam maka ini menjadi wajib. Dampak dari kegiatan bisnis perusahaan bahwa ada kalanya suatu perusahaan memproduksi produk dan menimbulkan limbah produksi. Apakah limbah ini bermasalah terhadap lingkungan, perusahaan wajib bertanggung jawab dan memastikan limbah dan proses produksinya tidak membahayakan lingkungan yang pada akhirnya bisa mempengaruhi dalam jangka panjang. Waagstein (2011) menambahkan bahwa pengadilan dalam hal ini menentukan bahwa kewajiban perusahaan adalah untuk semua perusahaan sedangkan komunitas bisnis Indonesia dengan memberlakukannya kewajiban maka akan melanggar esensi dari CSR itu sendiri. Hal ini menjadi kontradiktif pada penjelasan di undang-undang 40 tahun 2007 pasal 74 yang mewajibkan CSR untuk semua perusahaan walaupun tidak berhubungan langsung dengan sumber daya alam.

Dalam harian kontan wakil ketua komis VIII DPR Haramain (2016) mengatakan bahwa tanggung jawab sosial akan diperketat dan berlaku wajib bagi semua perusahaan dengan ditetapkannya besaran dana CSR yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Bermula dari undang – undang PT No. 40 tahun 2007 pemerintah akan berencana memperkuat lagi tentang esensi dari peraturan ini tentang kewajiban untuk seluruh perusahaan dan penetapan biaya atas pelaksanaan CSR. Tujuannya adalah membantu program pemerintah dalam

mengentaskan kemiskinan. Jika hal ini benar terjadi maka akan tidak menutup kemungkinan para pelaku usaha akan semakin keberatan disaat harus membayar pajak perusahaan ditambah dana CSR yang dipatok oleh pemerintah dimana tujuan pajak ini adalah juga dalam rangka mengentaskan kemiskinan di negara ini.

Dalam praktik pelaksanaan CSR dilingkungan perusahaan sepertinya perlakuan biaya atas CSR ini juga menjadi peluang baru. Walaupun besaran biaya CSR ini tidak diungkapkan dalam undang – undang oleh karena sifatnya sebagai biaya dapat mengurangi pajak perusahaan yang disetorkan ke pemerintah. Tidak menutup kemungkinan pelaku usaha akan membebankan kedalam harga barang atau jasa yang tinggi kepada konsumen. Kemungkinan peluang korupsi bisa terjadi sebagai bagian kesempatan. Biaya yang diakui bisa saja bukan biaya yang sebenarnya untuk keperluan CSR namun karena implikasinya terhadap pembayaran pajak maka ini menjadi peluang mengingat di Indonesia tingkat penghindaran pajak setiap tahun mencapai 110 triliun menurut forum Indonesia untuk transparansi anggaran (FITRA) dalam suara merdeka 2017. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian pada sejumlah perusahaan di Amerika bahwa kinerja CSR bukan sebagai penghindaran pajak seperti, Lanis (2014). Persepsi tentang pembebanan biaya ini menjadi hal utama dalam keberatan pelaku usaha karena dapat mengurangi keberlangsungan usaha. Pemahaman seperti ini perlu ada suatu konsep kesadaran kepada pelaku usaha bahwa pemerintah mewajibkan ini mempunyai tujuan dan maksud.

Perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial akan diberikan sanksi. Sanksi oleh pemerintah dalam hal ini sangatlah jelas dalam menjabarkan

tentang kewajiban tanggung jawab sosial. Kalau kita melihat dalam undang – undang pasar modal (UUPM) nomor 25 tahun 2007 sangat berkorelasi dengan UUPM nomor 40 tahun 2007. UUPM pasal 34 menjelaskan sanksi hukum jika perusahaan tidak menerapkan tanggung jawab sosial. Bermula dari pasal 5, pasal 15 dan selanjutnya pasal 34. Sanksi ini mulai peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan hingga pencabutan kegiatan usaha.

Pengaturan CSR dalam undang – undang sejak pertama rancangan banyak ditolak oleh para pelaku usaha di Indonesia. Tepatnya tanggal 16 Juli 2007 Kadin Indonesia, Emiten Indonesia dan para pelaku usaha dari beragam sektor membuat suatu pernyataan bersama untuk menuntut pembatalan kewajiban perusahaan terhadap CSR. Upaya penolakan juga disampaikan pada pengajuan *Judicial Review* ke Mahkamah Konstitusi yang diusung oleh Badan Pengurus Pusat Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (BPP HIPMI), Dewan Pengurus Kamar Dagang dan Industri (KADIN) dan pengurus Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI).

Dasar penolakan ini bahwa Undang – Undang Perseroan Terbatas 40 tahun 2007 pasal 74 dan penjelasannya tidak sesuai dengan Undang – Undang Dasar 1945 yang pada intinya setiap orang berhak atas perlakuan yang adil dan sama dihadapan hukum, berhak bebas dari perlakuan diskriminatif dan prinsip kebersamaan dalam menjalankan perekonomian nasional yang berdasar atas demokrasi ekonomi, Fajar (2010). Pada pasal 74 mengisyaratkan bahwa adanya suatu kewajiban dan keharusan perusahaan dalam menjalankan biaya CSR dan memiliki sanksi jika tidak dilaksanakan. Hal ini juga tidak relevan dengan pasal 1

di undang – undang yang sama yaitu nomor 40 tahun 2007 dengan pernyataan bahwa

*“Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan, untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.”*

Sedangkan pada pasal 74 hal ini menjadi kewajiban dan harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan. Sehingga memunculkan suatu persepsi bahwa jika memang sebagai komitmen perusahaan seharusnya tidak menjadi kewajiban dan mengartikan kegiatan CSR ini adalah kegiatan yang harus mengeluarkan biaya sedangkan masih banyak kegiatan CSR yang bisa menghemat biaya.

CSR adalah suatu investasi perusahaan, memang akan menjadi expense bagi perusahaan akan tetapi akan sangat menyedihkan bila perusahaan tidak memahami pada jangka panjang yang akan mendatangkan manfaat bagi perusahaan. Dalam suatu data menyatakan bahwa CSR dapat meningkatkan profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan menurut Lako (2013). Jika dihubungkan dengan kewajiban perusahaan untuk melaksanakan CSR oleh peraturan pemerintah maka ini akan memberi nilai yang simbang dengan manfaat yang akan diterima oleh perusahaan dalam jangka panjang.

Kewajiban peraturan pemerintah mengenai CSR yang wajib dilaksanakan membangun suatu persepsi di kalangan para pelaku usaha sampai sekarang. Persepsi dalam memahami penerapan CSR membuat kesimpulan tentang

pemaknaan CSR yang sesungguhnya bagi kebanyakan pelaku usaha. Jika persepsi negatif maka akan memberikan pemaknaan yang tidak baik bahwa CSR adalah kewajiban semata dan membebani perusahaan. Disisi lain dengan CSR ini walaupun dalam suatu negara diberlakukan kewajiban seperti di Indonesia namun ada yang masih menjadikan CSR sebagai kegiatan secara sukarela atau *philanthropy* yang maknanya sama dengan undang – undang 40 tahun 2007 pasal 1 bahwa kegiatan ini adalah bisa artikan sebagai komitmen perusahaan yang memunculkan persepsi sebagai biaya sukarela.

Dalam suatu definisi *philanthropy* tampak jelas bahwa kegiatan adalah bersifat amal. Pada suatu kegiatan amal jika perusahaan melakukan kegiatan amal maka tanggung jawab perusahaan hanya sampai pada kegiatan amal berakhir. Sehingga kegiatan amal tidak memerlukan komitmen yang berkelanjutan dari suatu perusahaan. CSR seharusnya lebih dari sekedar *philanthropy* atau sumbangan perusahaan. Tidak *hanya shareholder* namun *stakeholders* harus selalu menjaga komitmen dalam bertanggung jawab dalam masalah-masalah sosial. Jika dalam melakukan kegiatan *philanthropy* sejumlah uang disumbangkan maka suatu kegiatan sosial dilakukan perusahaan tidak memiliki tanggung jawab lagi sedangkan CSR harus memiliki suatu komitmen dan tanggung jawab yang dibuktikan dengan keterlibatan langsung kontinuitas setiap kegiatan yang dilaksanakan hasilnya akan memberikan dampak jangka panjang yang baik untuk keberlangsungan perusahaan.

Perbedaan persepsi yang terjadi tentang CSR ini menurut Lako (2013) ada tiga alasan utama bagi para pelaku usaha mengapa mereka mempunyai persepsi

menolak untuk menerapkan CSR ini. Pertama, praktik CSR di dunia umumnya bersifat sukarela sehingga ini menjadi sangat aneh jika diberlakukan di Indonesia yang dimuat dalam undang – undang. Kedua, pandangan mengenai CSR adalah sebuah kewajiban akan membebani perseroan dalam hal mengurangi laba perseroan untuk pemilik saham. Hal ini dikatakan akan melanggar Hak Asasi Manusia (HAM) dari para pemegang saham (*share holder*) karena jumlah deviden yang diterima akan berkurang. Ketiga, bisa mengganggu iklim investasi di Tanah Air yang bisa mengakibatkan para investor asing hengkang ke negara lain. Pada umumnya setiap orang memiliki pandangan yang berbeda mengenai CSR artinya pemahaman yang dibangun oleh seseorang tergantung dari pemaknaan tentang CSR. Persepsi setiap orang ini dapat mendatangkan suatu dampak yang positif maupun negatif. Sudut pandang mengenai CSR ini melihat suatu kenyataan yang terjadi sekarang. Pemerintah memberikan suatu kewajiban terhadap pelaksanaannya namun masih banyak pelaku usaha yang tidak mengerti dengan konsep keberlanjutan ekonomi jangka panjang.

Salah kaprah terhadap penolakan pelaku usaha dalam memahami makna maupun esensi CSR tidak membuat pemerintah berhenti mempertahankan kewajibannya kepada pelaku usaha yaitu dengan menerbitkan undang – undang yang mengatur CSR. Bisa dikatakan keberatan pelaku usaha ini masih mengandalkan paradigma konservatif yaitu *shareholder-based approach* seperti yang disampaikan oleh Friedman melalui Baron (2002) bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah menjalankan semua bisnis sesuai dengan keinginan

pemilik perusahaan. Tanggung jawab utama perseroan adalah untuk ekonomi terhadap pemilik modal dan memaksimalkan laba.

Dalam hal meraih keuntungan *shareholder*, Frynas (2009) mengemukakan bahwa pertimbangan perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR dibangun oleh suatu pemikiran keberlangsungan hidup perusahaan yaitu keuntungan. Alasan – alasan tersebut adalah untuk semata mata memenuhi regulasi yang berlaku termasuk hukum dan aturan, investasi sosial perusahaan untuk mendapatkan *image* positif, strategi bisnis perusahaan hingga meredam dan menghindari konflik sosial sehingga tidak ada kontinuitas dalam melakukan CSR.

Friedman (1970) mengungkapkan bahwa tanggung jawab bisnis perusahaan adalah memaksimalkan profit untuk para pemegang saham. Hal ini terdapat pada konsep *instrumental theories* yang dikemukakan oleh Garriga & Mele (2004:51-71) dalam pemetaan terhadap CSR yang mempunyai tujuan ekonomi yang pada akhirnya menghasilkan profit dan kekayaan. Atas dasar teori ini banyak perusahaan yang melakukan program CSR dengan tujuan memaksimalkan profit para pemegang saham. Tujuan ekonomi menurutnya adalah *maximization of shareholder value* bahwa investasi untuk menjawab tuntutan sosial yang akan memberikan nilai lebih untuk investor dimata masyarakat harus dilakukan sehingga intinya adalah CSR sebagai alat untuk memperoleh keuntungan perusahaan.

Pada akhirnya banyak pemerintahan di berbagai negara mengatur tatanan sosial yaitu CSR kedalam peraturan yang harus dijalankan. Dalam kajian *The*

*KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2017* negara Asia seperti Jepang, India, Malaysia dan Taiwan adalah negara dengan tingkat pelaporan tertinggi di dunia dan ini menandakan bahwa banyak perusahaan yang mengerti akan arti keberlangsungan / *sustainability*. Dharmapala (2018) mengungkapkan di India pada saat pengungkapan CSR harus dilaksanakan suatu kewajiban banyak perusahaan yang mengeluarkan biaya CSR ini lebih dari 2% dari keuntungan dibandingkan dengan sebelum adanya mandat diberlakukan. Penelitian ini tidak disebutkan secara jelas bagaimana sikap dan perilaku para pelaku usaha menanggapi dan menjalankan CSR ini. Walaupun Asia Pasifik memiliki peringkat ke 2 dunia 2017 namun di negara China biaya CSR yang dikeluarkan oleh perusahaan di China menimbulkan suatu pemahaman lain bagi para pelaku usaha setelah diberlakukan mandat mengakibatkan keuntungan perusahaan berkurang. Namun hasil dari CSR ini memang memberikan dampak yang sangat baik terhadap lingkungan. Penurunan limbah dan pengurangan emisi SO<sub>2</sub> terbukti bahwa biaya CSR yang dikeluarkan oleh perusahaan berdampak baik bagi kota. Akan tetapi muncul temuan bahwa telah terjadi suatu konflik agen ketidaksepahaman antara *shareholder* dan manager sehingga berdampak pada pengeluaran biaya yang tidak efisien, Chen (2017). Hal ini masih belum jelas apakah terjadi suatu perbedaan persepsi yang mengakibatkan biaya CSR ini tidak efisien.

Di Indonesia dalam suatu kajian CSR di Jawa Timur 2016 yang mempunyai tujuan meneliti tentang keragaman program CSR yang ada di perusahaan di Jawa Timur, CSR menjadi suatu program yang banyak berjalan di

setiap perusahaan. Peneliti terlibat didalam sebagai surveyor dan menemukan hampir seluruh perusahaan sudah melaksanakan CSR. Data responden sejumlah 278 perusahaan yang tersebar di 25 kabupaten / kota dengan jumlah biaya mencapai lebih dari 2 Triliun. Setiap perusahaan memiliki program tersendiri dan pandangan yang beragam dalam melaksanakan CSR.

Pada saat turun lapangan peneliti mewawancarai para responden yang kebanyakan adalah *person in charged* PIC atau karyawan yang memiliki tanggungjawab terhadap pelaksanaan CSR yang ada di perusahaan dan menemui banyak sekali pemahaman yang beragam tentang CSR. Sebagian besar responden mengungkapkan bahwa program-program CSR yang dilakukan masih bersifat *philanthropy*. Sebagian perusahaan ada yang memaknai sebagai sumbangan kepada masyarakat sekitarnya. Hal ini adalah jelas bahwa biaya CSR yang dikeluarkan oleh perusahaan hanya sekedar pengeluaran biaya semata dan tidak bersifat kontinuitas dalam kegiatan program yang dilaksanakan. Adakalanya suatu perusahaan sudah menargetkan anggaran dalam satu tahun dan perusahaan harus sudah mempunyai program – program CSR sebagai dasar kepatuhannya terhadap peraturan yang secara jelas ada pada undang-undang.

Menurut Sulis (2017) mengungkapkan bahwa melakukan program dalam CSR oleh perusahaan harus dilakukan dan wajib karena berdasarkan *good habit* dikuatkan dengan adanya eksistensi *capital* dan disertai dengan penguasaan berbagai *field* yang melingkupi CSR maka akan mendatangkan kebaikan untuk perusahaan yaitu *sustainability*. Hal ini justru berbeda persepsi bahwa kebanyakan orang masih menganggap CSR masih suatu kewajiban berdasarkan peraturan

hukum perundang – undangan perusahaan. Jika dikaji CSR akan memberikan dampak yang baik namun pemahaman orang akan berbeda jika adanya kewajiban secara undang-undang yang ditetapkan pemerintah. Hal ini akan menjadi suatu tanda tanya lagi apakah jika pemerintah memberlakukan CSR pada suatu kegiatan usaha tertentu akan memberikan dampak yang baik bagi keberlangsungan perusahaan.

Pemahaman terhadap CSR menurut Kartini (2013) dalam buku CSR ada berbagai macam alasan yang parsial dalam memahami CSR. Beberapa pemahaman yang pertama adalah CSR hanya menonjolkan aspek sosial semata, kedua CSR dianggap tidak berkaitan dengan pelanggan, ketiga CSR menyebabkan penambahan biaya, keempat CSR bersifat kosmetik bagi citra perusahaan dan terakhir CSR adalah sepenuhnya voluntary atau sukarela. Semua pemahaman tersebut adalah bisa didasarkan atas pandangan pelaku usaha yang menjalankan ekonomi bisnisnya. Jika hal – hal tersebut diatas ditambah dengan adanya regulasi pemerintah sesuai undang – undang PT No. 40 tahun 2007 pastinya akan menambah suatu beban yang sangat berat terutama dalam memahami pelaksanaan CSR. Bisa jadi perusahaan akan bingung bagaimana harus menyikapi peraturan ini ditengah tengah sejumlah persepsi tentang CSR itu sendiri. Padahal setiap kegiatan usaha yang akan dijalankan perusahaan akan memberikan dampak terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan menurut *Global Reporting Initiative* (2001) yang juga merupakan sebagai konsep *triple bottom line*.

Oleh karena itu, dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya terdapat permasalahan yaitu tidak dapat dijelaskan secara rinci pemahaman para

pelaku usaha tentang makna dalam menjalankan CSR ini jika melihat dari perkembangan bisnis usaha yang sedang berjalan dan dari perspektif kewajiban undang-undang yang mewajibkan CSR walaupun perusahaan tidak berhubungan langsung dengan sumber daya alam namun harus di cermati dari proses produksi hingga limbah produksi apakah sudah aman atau tidak ada masalah dalam proses pembuatan produk ini. Pemahaman yang terbentuk akan memberikan CSR yang tepat sesuai dengan budaya dan sifat bisnis perusahaan. Fenomena keterpaksaan yang bermula dari adanya tujuan perusahaan dalam meraih simpati masyarakat dalam jangka pendek dan peraturan pemerintah yaitu undang – undang perusahaan nomor 40 tahun 2007 akan diinterpretasikan dalam suatu aktivitas CSR yang telah dilakukan. Maka dari itu dalam penelitian ini penulis berfokus dalam menganalisa pemahaman tentang pengalaman pelaku perusahaan dalam suatu konteks memahami perusahaan melaksanakan CSR dan undang – undang yang mewajibkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam menjalankan CSR di setiap program yang dijalankan yang pada akhirnya akan diketahui makna sesungguhnya dalam menjalankan CSR ini yang masih menjadi misteri.

Perbedaan pemahaman makna tentang CSR akan sangat bergantung dari sejauh mana orang menafsirkan dan memahami konteks CSR. Lebih lanjut lagi salah kaprah terhadap pelaksanaan CSR karena tidak pahamnya tujuan jangka panjang dan adanya kewajiban dari peraturan pemerintah undang – undang 40 tahun 2007 yang memunculkan bias, akan sangat menarik jika dapat diketahui makna misteri perusahaan dalam menjalankan CSR dimana ini berkaitan dengan

konsep *triple bottom line* yang sebenarnya kebanyakan perusahaan masih tidak mengetahui tentang *sustainability*.

Peneliti akan mengumpulkan data dari beragam individu yaitu Direksi (Top Manajemen) dan Manager yang mengalami pengalaman dalam menjalankan CSR hingga salah satu perwakilan masyarakat yang mengalami pengalaman dalam manfaat CSR perusahaan. Menemukan orang yang tepat berdasarkan pengalaman bisa ditemukan kepada orang yang mempunyai tanggung jawab sebagai penyusun kegiatan CSR dan yang memberikan dana atau biaya terkait dengan pelaksanaan CSR. Orang yang melakukan kegiatan CSR apakah ada suatu tujuan tertentu ataukah hanya sebagai kewajiban yang keduanya membentuk sinergi dengan budaya perusahaan. Dari segi biaya pelaku mempunyai pengalaman tersendiri sebagai akibat dari kewajiban perusahaan atas peraturan pemerintah atau mempunyai tujuan tertentu sehingga mempengaruhi besar biaya yang akan dikeluarkan. Untuk menguji kredibilitas data, peneliti menggunakan triangulasi yaitu dengan melakukan wawancara lebih mendalam lagi dan membandingkan pernyataan semua informan dengan data sekunder serta membuat daftar pernyataan penting.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti merasa tertarik untuk meneliti bagaimanakah pemahaman dan pemaknaan pelaku usaha dalam menjalankan CSR yang dilaksanakan di PT. Bambang Djaja yang merupakan salah satu perusahaan manufaktur pembuat transformer terbesar di Indonesia dan merupakan rekanan besar PLN yang berpusat di Surabaya. Sehingga akan diketahui tentang pelaksanaan CSR pada perusahaan tersebut dan akan memberikan jawaban

terhadap fenomena yang sedang terjadi yaitu adanya melaksanakan CSR karena suatu tujuan tertentu dan kewajiban pelaksanaan CSR yang bersumber dari dasar peraturan pemerintah yaitu undang-undang perusahaan nomor 40 tahun 2007.

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan dalam pendahuluan maka adapun pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimanakah pemahaman dan pemaknaan pelaku usaha dalam menjalankan CSR sejak perusahaan berdiri tahun 1975 hingga sekarang ?
2. Apakah pelaksanaan CSR di perusahaan menjadi suatu keterpaksaan atau beban bagi perusahaan ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Dari pemahaman para informan maka hasilnya untuk mengetahui pemaknaan yang sesungguhnya pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh PT Bambang Djaja sejak perusahaan berdiri hingga sekarang dan menemukan permasalahan perusahaan melakukan kegiatan CSR
2. Dalam permasalahan yang dihadapi maka akan diketahui sikap perusahaan terhadap masalah tersebut sehingga pada akhirnya akan membentuk solusi yang dilakukan oleh perusahaan melalui program-program CSR yang dilakukan.

## **1.4 Manfaat penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat beberapa manfaat penelitian antara lain sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian ini sangat diharapkan dapat memberikan pemikiran terhadap perkembangan ilmu akuntansi sosial, *Corporate social Responsibility*, etika bisnis dan perilaku organisasi. Diharapkan juga dari hasil ini juga akan dihasilkan suatu bentuk-bentuk nyata dari *corporate sosial responsibility* yang mengarah kepada *sustainability* dan memberikan contoh gambaran mengenai pemaknaan perusahaan dalam membentuk suatu CSR.
2. Dalam dunia praktik, penelitian ini menjadi bahan analisa dan evaluasi bagi pelaksanaan CSR. Setelah mengetahui pelaksanaan CSR dan mendalami makna yang terselubung dalam pelaksanaan CSR pada perusahaan, diharapkan tidak terjadi lagi salah kaprah dalam memaknai *corporate sosial responsibility*. Selanjutnya dengan mengartikan makna yang terjadi, pelaksanaan CSR dapat lebih mudah dan ringan untuk dilaksanakan walaupun terimplikasi dari undang-undang perusahaan nomor 40 tahun 2007. Dengan mengetahui makna yang sesungguhnya diharapkan suatu keberlanjutan usaha bisa tercipta berdasarkan konsep *triple bottom line*. Untuk pemerintah, diharapkan penelitian ini bisa memberikan pencerahan tentang makna yang masih misteri dalam pemaknaan CSR perusahaan yang sekarang masih sering terjadi polemik antara kalangan bisnis dan pemerintah. Setelah mendalami makna arti dari CSR ini diharapkan pemerintah atau regulator membuat peraturan maupun kebijakan yang lebih arif dan sinergi terkait CSR.

## 1.5 Sitematika Tesis

### 1. Bab 1 Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang penelitian yang menjadi dasar pemikiran pengambilan topik yaitu fenomena CSR adalah suatu keterpaksaan atau beban dalam menjalankan CSR dengan suatu tujuan tertentu dan kewajiban yang tertulis dalam peraturan pemerintah undang – undang perusahaan nomor 40 tahun 2007. Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti dapat menemukan masalah dan mengemukakan pertanyaan, tujuan, dan manfaat penelitian dalam aspek teoritis dan praktis serta sistematika dalam penelitian.

### 2. Bab 2 Tinjauan Pustaka

Berisi teori yang berhubungan dengan topik penelitian khususnya teori yang mendasari masalah penelitian ini. Tinjauan pustaka berisi teori tentang penjelasan terkait pemaknaan CSR baik dalam sisi tanggung jawab sosial perusahaan dan implikasinya terhadap pelaksanaan CSR. Selain itu, penelitian terdahulu juga disajikan untuk menjadi reserach gap dalam penelitian ini dan kerangka konseptual untuk mempermudah logika berfikir peneliti.

### 3. Bab 3 Metodologi Penelitian

Berisi pembahasan jenis penelitian yang akan dilaksanakan, objek dan subjek, sumber data, teknik penggalan, teknik pengorganisasian dan teknik pengujian data.

#### 4. Bab 4 Hasil dan Pembahasan

Berisi hasil temuan yang diperoleh melalui metode wawancara yang dilakukan kepada informan yaitu orang yang langsung menangani dan bertanggung jawab terhadap CSR perusahaan seperti manager keuangan dan manajer humas perusahaan serta melakukan kajian literatur terkait dengan CSR.

#### 5. Bab 5 Penutup

Berisi kesimpulan temuan dari hasil pembahasan penelitian. Memberikan saran maupun masukan terkait penelitian yang dilakukan untuk di lanjutkan pada penelitian selanjutnya dalam konteks yang serupa. Pada bab ini juga akan dijelaskan kekurangan dari penelitian.