

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perusahaan industri merupakan unit kesatuan usaha yang melakukan kegiatan ekonomi, bertujuan untuk menghasilkan barang atau jasa yang bertanggung jawab akan produksi, administrasi, biaya dan sosial. Perusahaan dan masyarakat harus membuat jenis hubungan yang kooperatif. Namun, pada kenyataannya hal ini tidak benar, karena ada banyak situasi di mana kehadiran industri secara berlawanan mempengaruhi kehidupan individu. Sebuah kasus adalah pencemaran ekologi oleh usaha di Surabaya. Pembuangan pemborosan modern ini ke saluran air mempengaruhi kehidupan individu. Karena saluran air yang telah tercemar oleh limbah pabrik, sifat air sumur lokal menjadi tidak diinginkan. Hal ini membuat orang sering terkena penyakit kulit saat mandi dengan air sumur.

Melihat kondisi tersebut, menunjukkan bahwa kehadiran industri semakin membuat individu putus asa. Keadaan sekarang tidak boleh dibiarkan berlanjut, karena akan merusak hubungan antara industri dan masyarakat. Pada dasarnya, kemampuan pelaku usaha untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar merupakan salah satu hal yang menjadi dasar bagi keberadaan usaha tersebut. Sebuah ide yang akhir-akhir ini sering dikaji dengan tujuan untuk menjadikan hubungan yang baik antara industri dan masyarakat sebagai tanggung jawab sosial atau disebut juga *Coorporate Social Responsibilty* (CSR).

Selain perusahaan harus peduli sosial terhadap lingkungan sekitar, *Coorporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan juga harus memerhatikan aspek masyarakat perusahaan dan masyarakat luar perusahaan. *Coorporate Social Responsibility* (CSR) juga harus menampilkan sudut pandang yang representatif, mengingat SDM merupakan salah satu hal utama dalam kemajuan suatu perusahaan, dalam situasi ini adalah karyawan. Karyawan merupakan salah satu mitra utama dalam perusahaan, keberadaan perusahaan selain diakui oleh masyarakat, juga bergantung pada karyawan perusahaan. Jika perusahaan tidak fokus pada kewajiban sosialnya terhadap karyawan, diperkirakan akan terjadi permasalahan internal, seperti mengganggu kinerja fungsional organisasi, dan yang

mengejutkan adalah daftar hitam barang-barang yang dihasilkannya. Seperti kasus *Nike* tahun 90-an yang terjadi di Amerika Serikat, para aktivis menampilkan dan melawan penyalahgunaan kerja dan pemanfaatan karya anak muda. Akhirnya, posisi *Nike* berubah dan mengganggu kesepakatan *Nike*.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) atau sering disebut sebagai kewajiban sosial perusahaan dipandang sebagai pusat moral bisnis bahwa organisasi tidak hanya memiliki komitmen moneter dan hukum (penting bagi investor) tetapi juga komitmen dengan pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas.

Kewajiban sosial perusahaan mengacu pada semua hubungan yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat, termasuk klien, perwakilan, pemilik atau pendukung keuangan, pemerintah, pedagang, dan bahkan pesaing. Pengembangan proyek sosial perusahaan dapat berupa bantuan nyata, administrasi kesejahteraan, peningkatan wilayah, hibah, dan sebagainya. Untuk setiap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang akan dijalankan oleh perusahaan, ada beberapa hal yang diselesaikan dalam kemajuan: (1) siapa tujuan pengumpulannya; (2) apa tanda kemajuannya; dan (3) bagaimana cara menindaklanjutinya.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) benar-benar membentengi perusahaan dalam suatu ruang kerjasama antar mitra organisasi melalui penyusunan berbagai program peningkatan sumber daya untuk wilayah setempat, atau kapasitas organisasi menyesuaikan diri dengan iklim, dan pihak yang terkait dengan perusahaan, baik lokal maupun internasional dengan alasan bahwa kemajuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) nantinya mengacu pada gagasan meningkatnya kepedulian sosial.

Lambat laun, dalam dunia industri di Indonesia, semakin menunjukkan perhatian mereka terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan harus memikirkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) diupayakan terlaksana baik itu di dalam dan di luar lingkungan perusahaan. Dalam lingkup perusahaan, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai pilihan perusahaan untuk melaksanakan tempat kerja yang sehat, bantuan kepada pekerja, kesejahteraan karyawan, dan tidak melakukan praktik-praktik buruk. Di lingkup luar perusahaan, penanggung jawab pelaksanaan *Corporate Social*

*Responsibility* (CSR) harus memiliki program-program yang berguna untuk peningkatan kualitas masyarakat sekitar perusahaan. Kewajiban luar ini merupakan komitmen bersama antara perusahaan dan masyarakat.

Di Indonesia, CSR telah diatur dalam Undang-Undang, salah satunya adalah UU No. 40 Tahun 2007 yang mewajibkan implementasi CSR bagi perusahaan-perusahaan yang menggunakan dan/atau terkait dengan sumber daya alam. Sejalan dengan pendapat Ginting (2007) bahwa kesadaran pentingnya melakukan CSR merupakan *trend global* seiring dengan semakin maraknya kepedulian mengutamakan pemangku kepentingan (*stakeholders*). Prinsip CSR ini juga tidak terlepas dengan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) yang merupakan prinsip *fairness, transparency, dan accountability*. Ada banyak penerapan CSR di Indonesia, misalnya PT. Coca Cola Indonesia melalui pendirian Coca Cola melakukan serangkaian latihan yang berfokus pada pelatihan, kerangka wilayah setempat, budaya, pemuda, kesejahteraan, peningkatan UKM, serta memberikan bantuan kepada orang-orang yang selamat dari peristiwa bencana. Sampoerna dan Djarum juga dikenal handal dengan program hibah yang kualitasnya benar-benar terjaga. Selain itu juga terus mengembangkan kualitas di bidang olahraga.

Selain itu, Unilever menghadirkan kualitas dapat dipercaya, kasih sayang kepada orang lain, dan pentingnya kerapian dalam kehidupan sehari-hari. Sementara itu, aksi *Coorporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh *Nokia Mobile Phone* Indonesia telah memulai program peningkatan kawasan lokal yang menyoroti iklim dan sekolah anak-anak terkait pelestarian alam. Organisasi ini berusaha untuk mengangkat isu-isu dan mempengaruhi anak-anak muda dalam usaha untuk mengamankan orangutan, salah satu fauna lokal Indonesia yang saat ini dirusak dengan pemusnahan. Pelaksanaan *Coorporate Social Responsibility* (CSR) benar-benar memperkuat situasi perusahaan di berbagai bidang melalui upaya terkoordinasi antara masyarakat sekitar dengan perusahaan melalui kesiapan berbagai program pengembangan daerah sekitar yang juga dapat dikenal sebagai kemampuan perusahaan untuk penyesuaian dengan area lokal.

Pelaksanaan *Coorporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia baru dimulai pada pertengahan tahun 2000. Salah satu jenis perusahaan industri yang menjadi perhatian khusus saat ini adalah perusahaan industri kelapa sawit. PT

Socfindo sebagai perusahaan industri kelapa sawit ternama telah melaksanakan CSR sejak organisasi ini berdiri, namun setelah adanya peraturan yang mengatur tentang *Coorporate Social Responsibility (CSR)*, tepatnya pada tahun 2007, PT Socfindo semakin berkembang. dinamis dalam menjalankan program *Coorporate Social Responsibility (CSR)*. Khususnya untuk mendapatkan gambaran positif, nama besar, mendapat tempat di jiwa individu. Ini dilakukan sedemikian rupa sehingga masyarakat mengetahui barang-barang dari PT. Socfindo yang pada akhirnya barang-barang dari PT. Socfindo laris di pasaran hanya untuk mencegah pertikaian sosial yang pada umumnya dapat menghambat pelaksanaan fungsional PT. Socfindo.

Khususnya unit PT. Socfindo Kebun Mata Pao memberikan perhatian khusus terhadap peningkatan sosial perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan sekitar. Munculnya isu-isu sosial dapat memberikan kesan yang kurang baik yang nantinya akan menjadi permasalahan yang berkepanjangan. PT Socfindo Kebun Mata Pao memiliki tujuan perusahaan untuk membuat dan menjaga hubungan yang baik dengan iklim di sekitar wilayah operasinya serta membantu otoritas publik untuk memberikan keuntungan luar biasa bagi wilayah setempat.

*Coorporate Social Responsibility (CSR)* saat ini bukan merupakan kesengajaan atau tanggung jawab yang dibuat oleh perusahaan dalam mempertanggungjawabkan pelaksanaan organisasinya, namun merupakan kewajiban atau komitmen dalam jangka panjang untuk dilakukan atau dilaksanakan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk menyusun tugas akhir yang berjudul “Kajian Implementasi Program *Coorporate Social Responsibility (CSR)* PT. Socfindo Kebun Mata Pao terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat Sekitar Kebun”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat implementasi program *Coorporate Social Responsibility* (CSR) PT. Socfindo Kebun Mata Pao kepada masyarakat desa sekitar kebun?
2. Bagaimana hubungan program *Coorporate Social Responsibility* (CSR) PT. Socfindo Kebun Mata Pao terhadap kesejahteraan hidup masyarakat desa sekitar kebun?

## **1.3 Tujuan**

Penulis dalam melakukan penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengkaji tingkat implementasi program *Coorporate Social Responsibility* (CSR) PT. Socfindo Kebun Mata Pao kepada masyarakat desa sekitar kebun.
- b. Untuk mengkaji hubungan program *Coorporate Social Responsibility* (CSR) PT. Socfindo Kebun Mata Pao terhadap kesejahteraan hidup masyarakat desa sekitar kebun.

## **1.4 Manfaat**

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis mengharapkan adanya manfaat sebagai berikut :

- a. Sebagai persyaratan untuk menyelesaikan tugas akhir Program Diploma (D4) Teknologi Produksi Tanaman Perkebunan, Politeknik Pembangunan Pertanian Medan.
- b. Memberikan sumbangan pemikiran mengenai penerapan program *Coorporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan.
- c. Memberikan gambaran dan informasi mengenai program *Coorporate Social Responsibility* (CSR) kepada masyarakat atau pihak terkait.