

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Keterkaitan antara perusahaan dengan daerah ruang lingkup sosialnya menuntut atas pemenuhan pertanggungjawaban sosial perusahaan yang disebut dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Penerapan CSR oleh perusahaan diharapkan mampu meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan dengan masyarakat, investasi sosial perusahaan, dan citra perusahaan di mata publik supaya menjadi lebih baik, meningkatkan kinerja atas keuangan perusahaan dan akses kapital. Perusahaan semakin menyadari mengenai pentingnya menerapkan program CSR sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaan. Adapun survei global yang dilakukan oleh *The Economist Intelligence Unit* menunjukkan bahwa 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan (warta ekonomi,2006).

Menurut Achwan (2006 : 21), *corporate social responsibility* (CSR) yang kini semakin marak diimplementasikan ke dalam perusahaan, mengalami evolusi dan metamorfosis dalam jangka waktu yang cukup lama. Konsep ini tidak muncul begitusaja, akan tetapi mengalami berbagai macam tahapan terlebih dahulu. CSR mulai pada terkenal tahun 1950-an. Pada waktu itu, persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang semula terabaikan mulai mendapatkan perhatian lebih luas dari berbagai kalangan. Tingkah laku perusahaan perlu dicermati terlebih dahulu sebelum

berdampak menuju kehancuran. Sejak itu, perhatian terhadap permasalahan lingkungan semakin berkembang dan mendapat perhatian yang luas. Pemikiran dalam hal CSR dibahas lagi pada tahun 1966 dalam *The Future Capitalism* yang ditulis oleh Lester Thurow, dilanjutkan pada tahun 1970-an terbitlah *The Limits to Growth* yang merupakan hasil pemikiran cendekiawan dunia yang tergabung dalam *club of rome*, merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*-nya.

CSR adalah fenomena strategi perusahaan yang memfasilitasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*. Timbulnya CSR dikarenakan adanya kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang, dimana hal tersebut lebih penting daripada sekedar mengejar *profitability*. Perusahaan akan mengeluarkan biaya-biaya untuk pelaporan dan pengungkapan informasi sosial yang berhubungan dengan kegiatan ekonominya atas penerapan CSR. Proses pengungkapan CSR, perusahaan bersedia sukarela meski menambah *cost* perusahaan untuk memenuhi tekanan masyarakat (misalnya kasus lingkungan) atau untuk meningkatkan citra publik perusahaan (Chairi dan Ghonzali, 2003 : 30).

Undang-undang No.40 tahun 2007 tentang *Corporate Social Responsibility* atau tanggungjawab sosial dan lingkungan yang bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat secara umum. Perundang-undangan ini dimaksudkan untuk tercapainya hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat maka ditentukan bahwa perseroan yang

kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan(CSR). Kegiatan ini dimuat dalam laporan tahunan perseroan. Ketika perusahaan tidak melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan maka perseroan yang bersangkutan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

PT Asahimas Flat Glass Tbk. adalah perusahaan manufaktur yang kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam dan sudah *Go Publik*. ruang lingkup kegiatan perusahaan bergerak dalam bidang industri kaca, ekspor dan impor, dan jasa sertifikasi mutu berbagai jenis produk kaca serta kegiatan lain yang berkaitan dengan usaha tersebut. Produk-produk yang dihasilkan perusahaan berupa kaca lembaran yang diantaranya termasuk kaca cermin dan kaca pengaman termasuk kaca otomotif.

Tugas akhir ini, penulis melakukan pengamatan mengenai penerapan CSR (*corporare social responsibility*) dalam PT Asahimas Flat Glass Tbk., apakah sudah diterapkan sesuai dengan Undang-undang yang berlaku, dan sesuai dengan tujuan bagi perusahaan. Penerapan CSR ini sangat penting bagi perusahaan besar atau perusahaan yang sudah berstatus *Go Public*. Berdasarkan latar belakang diatas, maka diambil judul “Penerapan CSR (*Corporate Social Responsibiliy*) pada PT Asahimas Flat Glass Tbk.” sebagai topik yang akan dibahas pada Tugas Akhir.

## 1.2 Penjelasan Judul

Supaya tidak terjadi adanya salah penafsiran, adapun penjelasan judul sebagai berikut:

### **Penerapan**

Suatu perbuatan mempraktekkan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya.

### ***Corporate Social Responsibility***

Komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam perkembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.

### **PT Asahimas Flat Glass Tbk.**

Adalah tempat dimana penulis melakukan penelitian yang dibutuhkan dalam memprogram Tugas Akhir yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yang berstatus *Go Public*.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang ada dalam latar belakang, penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *Corporate Social Responsibility* pada PT Asahimas Flat Glass Tbk?

2. Apakah penerapan *Corporate Social Responsibility* pada PT Asahimas Flat Glass Tbk. telah sesuai dengan tujuan perusahaan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penulis, maka dapat dituliskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui penerapan *Corporate Social Responsibility* pada PT Asahimas Flat Glass Tbk.
2. Untuk mengetahui penerapan *Corporate Social Responsibility* pada PT Asahimas Flat Glass Tbk. telah sesuai dengan tujuan perusahaan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari Tugas Akhir yang diprogram penulis ini yaitu:

1. Bagi PT Asahimas Flat Glass Tbk.

Untuk perusahaan dapat digunakan sebagai bahan untuk mempertimbangkan dan membuat langkah-langkah untuk perbaikan yang dapat diterapkan dimasa yang akan datang. Dan dapat bermanfaat sebagai evaluasi kinerja yang terjadi di masa lalu perusahaan.

2. Bagi Mahasiswa/i STIE Perbanas Surabaya

Untuk mahasiswa atau pembaca dapat menambah pengetahuan tentang bagaimana penerapan, dan penilaian *Corporate Social Responsibility* dalam

sebuah perusahaan. Serta sebagai referensi untuk menyelesaikan tugas atau penelitian serupa dimasa yang akan datang.

## **1.6 Metode Penelitian**

Adapun metode penelitian yang dilakukan penulis dalam penelitian Tugas Akhir yaitu berupa:

### **1.6.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Tugas Akhir ini disusun berdasarkan masalah tentang CSR (*Corporate Social Responsibility*), sehingga ruang lingkup pembahasan hanya dibatasi pada penerapan CSR pada PT Asahimas Flat Glass Tbk. Sidoarjo.

### **1.6.2 Metode Pengumpulan Data**

Proses pengumpulan data yang akan dikelola, penulis menggunakan metode pengumpulan data. Beberapa metode tersebut adalah sebagai berikut:

#### a. Wawancara

Metode ini dilakukan dengan cara tanya jawab langsung dengan pihak terkait yang berhubungan dengan topik pembahasan ini, seperti karyawan, dan manajemen perusahaan.

#### b. Observasi

Observasi yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan cara mempelajari, memahami dan mengamati keadaan yang berhubungan dengan penulisan Laporan Tugas Akhir sehingga dapat dijadikan sebagai landasan dalam pemecahan masalah.

c. Dokumentasi

Perolehan data sebagai bahan pendukung dalam menulis Tugas Akhir, penulis melakukan pengumpulan data yang bersumber dari catatan dan laporan yang disusun oleh perusahaan, serta buku-buku referensi yang terkait dengan kasus yang dibahas.

d. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan dilakukan secara deskriptif komparatif, yaitu membandingkan data yang diperoleh dari perusahaan kemudian dibandingkan dengan berbagai teori yang diperoleh untuk selanjutnya dapat ditarik sebuah kesimpulan.