

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kegiatan ekonomi dilakukan oleh pelaku-pelaku ekonomi, baik perorangan yang menjalankan perusahaan maupun badan-badan usaha, baik yang mempunyai kedudukan sebagai badan hukum atau bukan badan hukum,<sup>1</sup> yang bermaksud atau bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Namun dalam perkembangannya, paradigma ini mengalami perubahan. Perusahaan tidak hanya bertujuan untuk mencari keuntungan (*profit*) saja, akan tetapi tujuan lain yang tidak boleh dikesampingkan adalah bahwa usaha atau kegiatan ekonomi tersebut harus berkelanjutan (*sustainability*).

Suatu perusahaan keberadaannya selalu di dalam masyarakat dan perusahaan hanya dapat hidup, tumbuh dan berkembang apabila memperoleh dukungan dari masyarakat, karena pada dasarnya masyarakatlah yang merupakan pemasok utama kebutuhan perusahaan dan juga sekaligus sebagai pemakai produk (barang dan jasa) dari perusahaan. Jadi, keberadaan dan kelangsungan kehidupan perusahaan itu sangat bergantung dan ditentukan oleh sikap masyarakat terhadap institusi/lembaga yang bersangkutan. Oleh karena itu, perlu dipertanyakan seberapa jauh suatu perusahaan dapat memberi nilai manfaat kepada masyarakat lingkungannya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Sri Redjeki Hartono, *Kapita Selekta Hukum Ekonomi*, CV Mandar Maju, 2000, halaman 4.

<sup>2</sup> *Ibid*, halaman 5.

Dari uraian di atas dapat dikatakan bahwa pada dasarnya antara perusahaan yang menjalankan kegiatan ekonomi dengan masyarakat mempunyai hubungan timbal balik, dan keduanya berada di dalam keadaan saling bergantung. Masyarakat membutuhkan perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan dan perusahaan membutuhkan masyarakat, karena dalam masyarakat tersebut perusahaan memperoleh sumber daya.

Masyarakat sekitar perusahaan, pemasok, konsumen, UMKM, pemerintah setempat, perusahaan pesaing, karyawan atau buruh, pemodal merupakan *stakeholder* dari perusahaan. Teori *Stakeholders*, dari Edward Freeman menyatakan bahwa di samping *stockholders* (*shareholders*) masih banyak *stakeholders* lain yang semuanya berhak diperhatikan dalam pengelolaan perusahaan/bisnis.

Teori *stakeholders* selanjutnya dikembangkan menjadi teori “*Corporate Citizenship*”. Teori *Corporate Citizenship* membantah bahwa bisnis hanya mempunyai suatu tanggung jawab untuk berbuat baik saja. Akan tetapi, bisnis harus bertanggung jawab untuk membantu memecahkan permasalahan sosial yang masih sedikit dilakukan. Teori ini menetapkan bahwa korporasi atau perusahaan bertugas untuk mempromosikan tujuan sosial yang sama, seperti halnya anggota masyarakat individu lainnya.

Teori ini senada dengan yang dikemukakan oleh Kenneth Goodpaster dan John Matthews, yang menyatakan bahwa perusahaan adalah analog dengan

individu, yang mempunyai kehendak, nurani, tujuan dan strategi <sup>3</sup>. Pengertian individu di sini bukanlah secara harfiah, melainkan sebagai kumpulan orang yang mendukung nilai-nilai moral mewakili perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan bukan saja secara hukum dan moral bertanggung jawab terhadap tindakannya, tetapi juga mempunyai tanggung jawab sosial, yaitu untuk menjadi warga negara yang baik.

Berdasarkan ikatan nilai-nilai moral tersebut, pihak-pihak (orang-orang, dan termasuk perusahaan) memenuhi apa yang seharusnya dilakukan (kewajiban) dan memperoleh apa yang seharusnya didapati (hak) dalam keadaan seimbang. Pemenuhan hak dan kewajiban secara seimbang ini menyenangkan, membahagiakan, menenteramkan, dan memuaskan pihak-pihak. Hal inilah sebenarnya yang merupakan hakikat tujuan hidup yang hendak dicapai oleh manusia dalam hidup bermasyarakat, yaitu terpenuhinya kebutuhan jasmani dan rohani secara seimbang.<sup>4</sup>

Pandangan tentang adanya TJSP/CSR dikemukakan juga oleh John Elkington, sebagaimana disadur Teguh S. Pambudi, pada tahun 1997 dalam bukunya *Canibals with Forks the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business* yang mengembangkan konsep *triple bottom line*, yaitu *economic prosperity, enviromental quality*, dan *social justice*.<sup>5</sup> Jadi, perusahaan tidak hanya mengejar *profit*, tetapi juga harus terlibat pada pemenuhan kesejahteraan

---

<sup>3</sup> Joseph W. Weis, 1994, *Business Ethics A Managerial, Stakeholder Approach*, Wadsworth Publishing Co., California., page 90.

<sup>4</sup> Abdulkadir Muhammad, *Etika Profesi Hukum*, CV Citra Aditya Bakti, Jakaarta, 2001, halaman 6.

<sup>5</sup> Swa Sembada, *Majalah*, No. 26/XXI/19 Desember 2005, halaman 48.

masyarakat (*people*), dan berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Korporasi (dalam arti perusahaan dan pemimpinnya) mempunyai kewajiban utama kepada pemilik dan pemegang saham, karena mereka telah memberikan mandat ekonomi kepada korporasi. Di samping itu, korporasi harus tetap peduli dan responsif terhadap tuntutan hukum, sosial, politik, dan lingkungan pihak berkepentingan, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar. Dengan demikian, korporasi bertanggung jawab secara sosial dan moral kepada konstituennya, artinya memelihara hubungan yang bertanggung jawab dengan pihak yang berkepentingan serta peduli dan responsif terhadap tuntutan-tuntutannya berdasarkan standar etika mengenai kejujuran dan keadilan.<sup>6</sup>

UMKM yang merupakan bagian dari *stakeholder* dari perusahaan masih perlu mendapat perhatian dari perusahaan besar, karena keberadaan UMKM juga ikut menentukan apakah suatu perusahaan besar akan berkelanjutan atau tidak. Oleh karena itu, UMKM perlu diberdayakan dan dikembangkan dengan suatu model, formula atau bentuk implementasi TJSP/CSR yang tepat dan baik. Formula, bentuk atau model implementasi TJSP/CSR tersebut akan dirasakan baik dan tepat apabila memperhatikan kepentingan perusahaan dan *stakeholder*, dan mengintegrasikannya. Mengintegrasikan kepentingan pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) dengan perusahaan hanya akan dapat dicapai apabila dilakukan penelitian. Oleh karena itu, penelitian dengan judul “Model Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Program

---

<sup>6</sup> Ketut Rindjin, *Op Cit*, halaman 84

*Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Industri Rokok di Kudus.”  
menjadi sangat penting guna mewujudkan masyarakat yang adil dan sejahtera.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara.

Meskipun Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah menunjukkan peranannya dalam perekonomian nasional, namun masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala, baik yang bersifat internal maupun eksternal, dalam hal produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi, permodalan, serta iklim usaha. Untuk meningkatkan kesempatan, kemampuan, dan perlindungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, telah ditetapkan berbagai kebijakan tentang pencadangan usaha, pendanaan, dan pengembangannya namun belum optimal. Hal itu dikarenakan kebijakan tersebut belum dapat memberikan perlindungan, kepastian berusaha, dan fasilitas yang memadai untuk pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Sehubungan dengan hal tersebut Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan dengan cara penumbuhan iklim usaha yang mendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah; dan pengembangan dan pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan dan peran serta kelembagaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam perekonomian nasional, maka pemberdayaan tersebut perlu dilaksanakan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat secara menyeluruh, sinergis, dan berkesinambungan.

Dari uraian tersebut dapat dikatakan bahwa dunia usaha atau perusahaan besar khususnya perlu ikut memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pemberdayaan UMKM tersebut dapat diimplementasikan melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagaimana yang diwajibkan oleh Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang dalam Pasal 74 ayat (1) dinyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas tersebut adalah merupakan konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

## B. Rumusan Masalah

Dengan mengacu pada latar belakang tersebut maka permasalahan yang akan dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Bagaimana implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan (industri) rokok dalam rangka pemberdayaan UMKM di Kudus ?
- 2) Apakah kendala implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan (industri) rokok dalam rangka memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah ?
- 3) Bagaimana model yang tepat dalam implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan (industri) rokok dalam usaha memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)?

### C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada permasalahan yang dicari jawabnya maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Ingin mengetahui implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan (industri) rokok dalam rangka pemberdayaan UMKM di Kudus.
- 2) Ingin mengetahui kendala implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan (industri) rokok dalam rangka memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

- 3) Ingin menemukan model yang tepat dalam implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan (industri) rokok dalam usaha memberdayakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

#### D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan implementasinya, terutama tentang model pemberdayaan UMKM yang tepat, bermanfaat dan yang berkeadilan melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab perusahaan pada perusahaan-perusahaan besar, sehingga tidak terjadi kesenjangan yang terlalu lebar. Melalui hasil penelitian ini diharapkan juga dapat bermanfaat bagi pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat dalam mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat Indonesia, karena prinsip *CSR* akan mendorong perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada *stakeholders* atau pemangku kepentingan (termasuk di dalamnya UMKM).