

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suatu perusahaan yang berdiri tentunya memiliki suatu tujuan atas kegiatan yang dilakukannya baik untuk menghasilkan keuntungan maupun sebagai suatu bentuk pelayanan publik. Sehingga perusahaan berdiri bukan tanpa tujuan dan tanpa memberikan manfaat kepada berbagai pihak. Keuntungan tersebut diperoleh sebagian besar dari hasil operasi perusahaan sehingga menghasilkan sejumlah pendapatan tertentu dengan ekspektasi laba tertentu. Untuk mencapai semua itu diperlukan suatu upaya bersama dan dukungan dari berbagai pihak. Pada perkembangannya banyak perusahaan yang hanya berfokus pada kegiatan operasi semata demi menghasilkan keuntungan yang besar dan bentuk akuntabilitas finansial demi memenuhi kebutuhan informasi *stakeholder* perusahaan tersebut. Namun perlu disadari adanya dampak-dampak sosial yang akan ditimbulkan perusahaan dalam menjalankan operasinya tersebut. Sehingga pertanggungjawaban perusahaan pun tidak sebatas hanya kepada investor dan kreditur, juga kepada lingkungan sosial perusahaan.

Dampak-dampak operasi perusahaan seperti polusi, eksploitasi tenaga kerja dan sumber energi serta penggunaan energi yang tidak berwawasan lingkungan akan berpengaruh pada kehidupan sosial di sekitarnya. Sehingga kehidupan dan kesejahteraan lingkungan sosial perusahaan perlu diperhatikan. Karena kesadaran masyarakat terhadap dampak operasi perusahaan pada kondisi sosialnya semakin penting dan

menekan perusahaan untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya. Menurut Wibisono (2007: 17), sejalan dengan bergulirnya wacana tentang kepedulian lingkungan kegiatan kedermawanan perusahaan terus berkembang dalam kemasan *Philanthropy* serta *Community Development* (CD). Pada era 1980-an makin banyak perusahaan menggeser konsep *Philanthropy* ke arah *Community Development*. Pada dasawarsa 1990-an adalah dasawarsa yang diwarnai dengan beraneka ragam pendekatan, seperti pendekatan integral, pendekatan stakeholder maupun pendekatan civil society. Pada tataran global, tahun 1992 diselenggarakan KTT Bumi di Rio de Janeiro Brazil, pertemuan ini menegaskan konsep pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development*) yang didasarkan pada perlindungan lingkungan hidup, pembangunan ekonomi dan sosial sebagai hal yang mesti dilakukan. Terobosan terbesar CSR dilakukan oleh John Elkington melalui konsep “3P” (*Profit, People dan Planet*) yang dituangkan dalam buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* pada tahun 1998. Gaung CSR kian bergema setelah diselenggarakannya *World Summit on Sustainable Development* (WSSD) pada tahun 2002 di Johannesburg Afrika Selatan. Sejak saat itulah definisi CSR kian berkembang.

Definisi CSR telah banyak dikemukakan berbagai pihak. Konsep CSR yang banyak dijadikan rujukan oleh berbagai pihak sebagaimana yang dikemukakan oleh Teguh S. Pambudi dalam tulisannya di majalah

SWA edisi Desember 2005:12 adalah pemikiran Elkington, yakni tentang triple bottom line. Menurutnya CSR adalah segitiga kehidupan stakeholder yang harus diberi atensi oleh korporasi di tengah upayanya mengejar keuntungan atau profit, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Hubungan itu diilustrasikan dalam bentuk segitiga. Sejalan dengan itu, Wibisono (2007: 8) mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan (triple bottom line) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Sementara Nursahid (2006:3) mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab moral suatu organisasi bisnis terhadap kelompok yang menjadi stakeholder-nya yang terkena pengaruh baik secara langsung ataupun tidak langsung dari operasi perusahaan. Sukada, dkk (2006: 2) mendefinisikan CSR sebagai segala upaya manajemen yang dijalankan entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasar pilar ekonomi, sosial dan lingkungan, dengan meminimumkan dampak negatif dan memaksimumkan dampak positif di setiap pilar. Sementara itu, The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) menjelaskan bahwa CSR merupakan komitmen dunia usaha untuk terus bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas.

Peningkatan mutu kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat menikmati, serta memanfaatkan lingkungan hidup, termasuk perubahan-perubahan yang ada dan sekaligus memelihara. Atau dengan kata lain, CSR merupakan cara korporat mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada masyarakat (Rudito et al., 2004:10). CSR berarti perusahaan harus bertanggungjawab atas operasinya yang berdampak buruk pada masyarakat, komunitas dan lingkungannya. Namun sebaliknya juga harus memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar. Suatu perusahaan tidak akan dapat bertahan lama apabila dia mengisolasi dan membatasi dirinya dengan masyarakat sekitarnya (Djajadiningrat dan Famiola, 2004:15)

Berdasarkan riset Swa (2006:48) atas 45 perusahaan di Indonesia menunjukkan bahwa CSR bermanfaat dalam memelihara dan meningkatkan citra perusahaan (37,38 persen), hubungan baik dengan masyarakat (16,82 persen), dan mendukung operasional perusahaan (10,28 persen). Penerapan CSR di Indonesia semakin meningkat baik dalam kuantitas maupun kualitas. Selain keragaman kegiatan dan pengelolaannya semakin bervariasi, dilihat dari kontribusi finansial, jumlahnya semakin besar. Penelitian PIRAC pada tahun 2001 menunjukkan bahwa dana CSR di Indonesia mencapai lebih dari 115 miliar rupiah atau sekitar 11,5 juta dollar AS dari 180 perusahaan yang dibelanjakan untuk 279 kegiatan

sosial yang terekam oleh media massa. Angka rata-rata perusahaan yang menyumbangkan dana bagi kegiatan CSR adalah sekitar 640 juta rupiah atau sekitar 413 juta rupiah per kegiatan. Sebagai perbandingan, di AS porsi sumbangan dana CSR pada tahun 1998 mencapai 21,51 miliar dollar dan tahun 2000 mencapai 203 miliar dollar atau sekitar 2.030 triliun rupiah (Saidi dan Abidin, 2004:66).

Perusahaan Daerah Air Minum(PDAM) sebagai perusahaan air minum di Surabaya memiliki tujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang harmonis dengan lingkungan di sekitar daerah operasinya serta bekerja sama dengan Pemerintah untuk memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat. Selama ini PDAM Surya Sembada telah memberikan perhatian dan kontribusi yang cukup besar terhadap pengembangan masyarakat di sekitar daerah operasinya melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Untuk setiap program *social responsibility* yang akan dilaksanakan oleh perusahaan terlebih dahulu disepakati siapa kelompok sasarannya, apa tujuan yang hendak dicapai (jangka pendek atau jangka panjang), apa indikator keberhasilannya, dan bagaimana tindak lanjutnya. Program CSR harus efisien, efektif, bermutu, dan bisa diandalkan sehingga harus dilakukan secara ekonomis dan rasional untuk dapat meningkatkan laba perusahaan. Agar dapat dilakukan secara efektif dan efisien, program CSR membutuhkan suatu alat atau teknik yang digunakan dalam perencanaan dan pengendalian fungsi-fungsi manajemen. Salah satu alat

tersebut adalah penganggaran yang merupakan proses untuk menyusun anggaran perusahaan pada periode tertentu. Menurut Munandar (2001:3) anggaran adalah “suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan, yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter dan berlaku dalam jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang.” Anggaran merupakan alat untuk merencanakan dan mengendalikan keuangan perusahaan dalam penyusunannya dilakukan secara periodik. Dalam mengalokasikan dana untuk setiap kegiatan CSR membutuhkan kesesuaian dengan kriteria yang disyaratkan, serta meminimalkan kebocoran anggaran untuk sistem CSR sehingga tidak terjadi penganggaran dana yang berlebihan yang berakibat pada penurunan tingkat keuntungan perusahaan.

Program CSR pada PDAM Surya Sembada sudah sering dilakukan oleh perusahaan namun belum banyak yang mengetahui apa saja program yang dilakukan dan apa sudah sesuai dengan anggaran yang telah direncanakan . Hal ini yang mendorong penulis untuk mengevaluasi anggaran CSR dengan realisasi yang telah dilakukan PDAM Surya Sembada sebagai alat pengendalian manajemen untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor yang mempengaruhi penyusunan anggaran program CSR pada Perusahaan Daerah Air Minum Surya Sembada Kota Surabaya?
2. Apakah pelaksanaan anggaran CSR pada Perusahaan Daerah Air Minum Surya Sembada Surabaya sudah berjalan secara efektif dan efisien ?
3. Apa saja bentuk program CSR yang dikelola oleh Perusahaan Daerah Air Minum Surya Sembada Kota Surabaya??

1.3 Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis efektivitas dan efisiensi program anggaran CSR pada Perusahaan Daerah Air Minum Surya Sembada Surabaya
2. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penyusunan anggaran program CSR pada Perusahaan Daerah Air Minum Surya Sembada Kota Surabaya
3. Untuk menganalisis sejauh apa implementasi bentuk program CSR yang dikelola oleh Perusahaan Daerah Air Minum Surya Sembada Kota Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, antara lain sebagai berikut:

1. Memberikan wawasan yang lebih luas kepada penulis dalam memahami, menganalisa permasalahan yang ada serta memberikan usulan dalam efektivitas dan efisiensi anggaran CSR pada Perusahaan Daerah Air Minum Surya Sembada Kota Surabaya saat ini.
2. Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengevaluasi anggaran CSR yang telah ada agar menjadi lebih baik.
3. Dapat digunakan sebagai referensi bagi berbagai pihak lain untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai efektivitas dan efisiensi anggaran untuk CSR di perusahaan