

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis adalah suatu organisasi yang memiliki tujuan: mencari laba jangka panjang, mempertahankan dan mengembangkan kehidupan organisasi, memenuhi kebutuhan barang dan jasa untuk masyarakat serta memberi bantuan sebagai tanggung jawab sosial bisnis. Tujuan tersebut untuk tetap menjaga agar bisnis berjalan terus jangka panjang.¹

Dewasa ini tidak cukup bagi perusahaan hanya memfokuskan diri pada pertumbuhan ekonomi semata, akan tetapi dibutuhkan paradigma baru di bidang bisnis dengan jalan mensinergikan berbagai kekuatan di dalam lingkaran perusahaan (*internal*) dengan kekuatan diluar perusahaan (*stakeholder=eksternal*). Dengan sinergitas yang berhasil dibangun oleh sebuah perusahaan niscaya akan mengalir dukungan eksternal yang akan memperkuat posisi perusahaan di tengah persaingan yang semakin keras dan mengglobal.²

Perusahaan merupakan salah satu elemen yang memiliki peran penting dalam pembangunan perekonomian suatu negara. Karena selain menjalankan fungsi-fungsi produksi dan distribusi barang dan jasa, perusahaan juga terlibat langsung dalam proses pemanfaatan sumber daya yang sifatnya terbatas. Dalam menjalankan tugasnya yaitu memproduksi barang atau jasa yang akan dihasilkan untuk masyarakat atau konsumen, tidaklah jarang terjadi adanya konflik kepentingan antara masyarakat umum dengan kepentingan perusahaan. Benturan kepentingan tersebut banyak terjadi baik perusahaan besar, menengah maupun perusahaan kecil. Bentrokan kepentingan ini sering terjadi terutama adanya polusi yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Polusi ini dapat berupa polusi udara, polusi air limbah, polusi suara, dan bahkan polusi mental kejiwaan. Untuk itu diharapkan setiap perusahaan

¹ Muhammad Husni Mubarak, *Pengantar Bisnis*, Nora Media Enterprise, Kudus, 2010, hlm. 6-7

² Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, UIN-Malang Press, Cet. 1, Malang, 2007, hlm.156

menyadari dan bertanggung jawab atas dampak yang akan ditimbulkan dari setiap kegiatan bisnis yang dilakukannya. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka, melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat.

Corporate Sosial Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh setiap perusahaan. Namun kewajiban ini janganlah dijadikan suatu beban yang memberatkan. Melainkan dijadikan suatu bentuk kesadaran bagi perusahaan untuk ikut berkontribusi dalam membangun suatu negara. Karena untuk dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat bukan hanya tanggung jawab pemerintah saja, melainkan adanya campur tangan dari setiap perusahaan industri dan seluruh warga negaranya.³

Pelaksanaan tanggung jawab sosial yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan menuntut diperlakukannya etika bisnis. Perusahaan yang tidak memperhatikan kepentingan umum dan kemudian menimbulkan gangguan lingkungan akan dianggap bisnis yang tidak etis. Dorongan pelaksanaan etika bisnis itu pada umumnya datang dari luar yaitu dari lingkungan masyarakat. Hal ini disebabkan karena pelaksanaan tanggung jawab sosial oleh suatu bisnis tidak lepas dari beban biaya yang kadang-kadang cukup besar jumlahnya. Dengan demikian maka secara intern pelaksanaannya akan terbentur dengan pertimbangan untung dan rugi yang pada umumnya mendominasi dan menjadi ciri dari suatu bisnis.⁴

Seorang pebisnis harus menyadari bahwa harta hanya sekedar sebuah sarana, bukan sebagai tujuan; dan agar dia bisa memetik hasilnya dan menjadi kabaikan untuk dirinya. Oleh karena itu, dia harus mendapatkannya dari tempat yang seharusnya, tidak menahan haknya, dikeluarkan ke tempat yang semestinya, bukan untuk dibangga-banggakan, menyadari karunia Allah yang dianugerahkan kepadanya, disertai dengan sikap yang seimbang dalam menikmati kesenangan dunia, tanpa bersikap sombong dan berbuat kerusakan

³<http://jurnal.feunsika.ac.id/wp-content/uploads/2013/05/Analisis-Pelaksanaan-Corporate-Social-Responsibility-CSR.pdf>(di akses tanggal 14 januari 2016)

⁴ Indriyo Gitosudarmo, *Pengantar Bisnis*, BPFE, Ed. 2, Yogyakarta, 1996, hlm. 41

dimuka bumi, sehingga dia tidak menjadi orang yang kaya meteri tapi miskin jiwa.⁵

Melalui pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), maka pemulihan reputasi dapat diatasi. “Program CSR adalah untuk kepentingan perusahaan sendiri, sehingga apabila perusahaan bisa maju dengan tetap menjaga hubungan dengan masyarakat dan lingkungan maka keberlanjutan perusahaan akan terjamin”. Untuk dapat melaksanakannya maka diperlukan kesungguhan dari pihak perusahaan, selain reputasi dapat diraih bisnis pun akan mengalami keberlanjutan yang lebih besar.

Perusahaan dituntut untuk melayani masyarakat serta mewujudkan sikap tanggung jawab sebagai perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar. Demikianlah yang dilakukan oleh perusahaan melaksanakan kegiatan peduli terhadap kesehatan, pendidikan, bantuan bencana alam dan lain sebagainya. Kegiatan tersebut berdampak tumbuhnya persepsi di kalangan masyarakat, karena perusahaan yang memiliki citra baik, produk dan jasanya lebih bisa diterima oleh khalayak dari pada perusahaan yang tidak memiliki citra. Citra perusahaan yang dibentuk tidak bisa direkayasa, karena citra akan datang dengan sendirinya dari upaya yang ditempuh perusahaan terkait, sehingga komunikasi dan keterbukaan perusahaan merupakan salah satu faktor utama untuk mendapat citra perusahaan yang positif.⁶

Menurut kacamata teologis (islam), bagaimanapun program CSR merupakan salah satu wujud perbuatan ihsan yang bertujuan untuk membantu orang lain. Dalam islam, ihsan dimaknai sebagai perbuatan terpuji, sekalipun karena sesuatu hal orang itu belum pernah berbuat baik pada pelaku ihsan. Oleh sebab itu, seyogianya sebuah perusahaan bisa melakukan CSR tanpa menunggu partisipasi masyarakat. Terlebih lagi jika masyarakat sudah terlebih dahulu banyak berpartisipasi sebagai *stakeholder*, maka CSR itu dengan sendirinya merupakan sebuah keniscayaan yang seharusnya dilakukan. Inilah

⁵ Asyraf Muhammad Dawwabah, *Bisnis Rosulullah*, PT. Pustaka Rizki Putra, Semarang, 2006, hlm.15

⁶ Buchari Alma & Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*. Alfabeta, Bandung, 2009, hlm.178-179

sebenarnya yang sangat dianjurkan dalam ajaran islam agar terjadi saling tolong menolong (*ta'awun-tafakul*) antara satu pihak dengan pihak yang lain dalam urusan kebaikan.⁷

UMKM yang berada di Dukuh Kemang Desa Karangbener Kecamatan Bae Kabupaten Kudus, merupakan sebuah usaha yang menghasilkan produk berupa tahu. Dalam proses produksinya secara tidak langsung UMKM ini telah menimbulkan pencemaran lingkungan disekitar lokasi usaha utamanya pada aliran sungai. Untuk mempertanggung jawabkan atas pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh UMKM tersebut, maka dalam mengatasi masalah ini pengusaha tahu melakukan tanggung jawabnya dengan melakukan penanganan limbah yang dihasilkan pada saat proses produksi, sehingga masyarakat tidak merasa dirugikan. Namun pada kenyataannya, dalam penanganan limbah yang dilakukan oleh pengusaha tahu tidak dilakukan secara terus-menerus, seperti air limbah tahu yang dihasilkan pada saat proses produksi setiap musim hujan air limbah langsung dibuang kesungai sehingga mencemari air sungai utamanya sungai disekitar lokasi usaha dan bau dari limbah tahu yang dihasilkan UMKM tersebut juga sedikit mengganggu masyarakat, akibatnya dampak pencemaran lingkungan masih dirasakan oleh masyarakat disekitar lokasi usaha.

Berikut daftar nama pemilik usaha UMKM tahu Dukuh Kemang Pemerintah Desa Karangbener tahun 2016:

No	Rt/Rw	Nama Pemilik Usaha
1.	01/06	1. Bapak Kasirun 2. Ibu Suyatmi 3. Bapak Moh Basir 4. Bapak Subekhan 5. Bapak Moh Rohman

⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, Penebar Plus, Cet. 1, Jakarta, 2012, hlm.220-221

2.	02/06	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bapak Khanafi 2. Bapak H. Subchan 3. Bapak Sutiyono 4. Bapak Supriyanto 5. Bapak Dedi Sotomo 6. Bapak Didik Kurdianto 7. Bapak Sulikhan
3.	03/06	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bapak Noor Hidayat 2. Bapak Sukron

Sumber : Kantor Kepala Desa Karangbener.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti tentang masalah tersebut dengan judul: **“Analisis Respon Masyarakat Tentang Pengelolaan Limbah Sebagai Bentuk Tanggung Jawab Sosial Oleh Pengusaha Tahu di Dukuh Kemang Desa Karangbener Kecamatan Bae Kudus”**.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman penafsiran terhadap judul yang penulis ajukan, maka penulis akan memberikan penegasan dari makna kalimat judul yang dimaksud. Adapun pembahasan kalimat tersebut dijelaskan dan ditegaskan adalah:

1. Respon

Respon adalah setiap tingkah laku pada hakekatnya merupakan tanggapan atau balasan terhadap rangsangan.⁸

2. Pengelolaan

Pengelolaan adalah proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain.⁹

3. Limbah

Limbah adalah buangan yang dihasilkan dari suatu proses produksi baik industri maupun domestik (rumah tangga).¹⁰

⁸ <https://pratamasandra.wordpress.com/2011/05/11/pengertian-respon/> (diakses pada tanggal 31 Juli 2016)

⁹ www.definisi-pengertian.com/2015/05/definisi-dan-pengertian-pengelolaan.html?m=1 (diakses pada tanggal 14 Januari 2016)

4. Tanggung jawab sosial

Corporate Social Responsibility (tanggung jawab sosial) merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat maupun masyarakat luas.¹¹

5. Pengusaha

Pengusaha adalah orang pribadi atau orang dalam bentuk apapun yang dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya menghasilkan barang, mengimpor barang, mengekspor barang, melakukan usaha perdagangan, memanfaatkan barang tidak berwujud dari luar daerah pabean, melakukan usaha jasa, atau memanfaatkan jasa dari luar daerah pabean.¹²

Jadi arti atau maksud dari penelitian ini adalah mengkaji secara ilmiah tanggapan masyarakat terhadap pengelolaan limbah atau bahan buangan oleh pengusaha tahu di Dukuh Kemang.

C. Fokus Penelitian

Adapun fokus dari penelitian ini adalah mengkaji lebih dalam mengenai respon masyarakat tentang pengelolaan limbah sebagai bentuk tanggung jawab sosial oleh pengusaha tahu di Dukuh Kemang Desa Karangbener Kecamatan Bae Kudus.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana respon masyarakat tentang pengelolaan limbah sebagai bentuk tanggung jawab sosial pada pengusaha tahu di Dukuh Kemang Desa Karangbener Kecamatan Bae Kudus?

¹⁰ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/limbah>(diakses pada tanggal 14 Januari 2016)

¹¹ Budi Untung, *CSR dalam Dunia Bisnis*, CV Andi Offset, Yogyakarta, 2014, hlm. 3

¹² www.pengertianpengertian.com/2015/10/pengertian-pengusaha.html?m=1 (diakses pada tanggal 31 Juli 2016)

2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi respon masyarakat di Dukuh Kemang Desa Karangbener Kecamatan Bae Kudus?
3. Apa saja bentuk-bentuk tanggung jawab sosial oleh pengusaha tahu di Dukuh Kemang Desa Karangbener Kecamatan Bae Kudus?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan bagaimana respon masyarakat tentang pengelolaan limbah sebagai bentuk tanggung jawab sosial pengusaha tahu di Dukuh Kemang Desa Karangbener Kecamatan Bae Kudus.
2. Untuk menjelaskan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi respon masyarakat di Dukuh Kemang Desa Karangbener Kecamatan Bae Kudus.
3. Untuk menjelaskan apa saja bentuk-bentuk Tanggung jawab sosial oleh pengusaha tahu di Dukuh Kemang Desa Karangbener Kecamatan Bae Kudus.

F. Manfaat Penelitian

Disamping tujuan-tujuan tersebut di atas, penulis berharap penelitian ini bermanfaat baik terhadap diri penulis pribadi lebih-lebih untuk umum. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Praktis
 - a. Sebagai bahan masukan pada UMKM di Dukuh Kemang dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sehingga dalam menjalankan roda bisnisnya, seorang pengusaha tidak hanya semata-mata mengejar profit belaka, tetapi keseimbangan diri dan lingkungannya perlu untuk dijaga melalui program-program CSR yang dijalankan.

2. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

a. Bagi Peneliti

- 1) Untuk memperluas wawasan pengetahuan tentang tanggung jawab sosial perusahaan khususnya yang berkaitan dengan topik penelitian dan sebagai latihan dalam penulisan karya ilmiah yang benar
- 2) Untuk menambah wawasan penulis bahwa tanggung jawab sosial itu sangat diperlukan utamanya pada perusahaan atau UMKM yang berkaitan langsung dengan SDA.

b. Bagi Pembaca

Untuk menambah pengetahuan dan sebagai referensi bagi pihak lain untuk melakukan penelitian ataupun menyelesaikan permasalahan yang berhubungan dengan penelitian ini.

G. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Dalam bagian ini terdiri dari halaman judul, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, dan halaman daftar gambar.

2. Bagian Isi

Bagian isi ini terdiri dari beberapa bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, penegasan istilah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang respon masyarakat, meliputi: definisi respon dan masyarakat. Ruang lingkup tanggung jawab sosial, meliputi: definisi tanggung jawab sosial, area of

social responsibility, manfaat tanggung jawab sosial, strategi dalam tanggung jawab sosial, implementasi CSR, prinsip-prinsip CSR, CSR dalam berbagai perundang-undangan, pro dan kontra penerapan CSR, tanggung jawab sosial perusahaan perspektif islam, sumber-sumber filantropi dalam islam. Pengelolaan limbah, meliputi: limbah industri, masalah polusi, pencemaran lingkungan dan pengelolaan limbah. Penelitian terdahulu dan kerangka berpikir.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, subyek penelitian, instrument penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis data, uji keabsahan data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan hasil penelitian respon masyarakat tentang tanggung jawab sosial pengusaha tahu di Dukuh Kemang Desa Karangbener Kecamatan Bae Kudus, yaitu tentang gambaran umum obyek penelitian, respon masyarakat tentang pengelolaan limbah sebagai tanggung jawab sosial pengusaha tahu di Dukuh Kemang Desa Karangbener Kecamatan Bae Kudus, faktor-faktor yang mempengaruhi respon masyarakat di Dukuh Kemang Desa Karangbener Kecamatan Bae Kudus dan bentuk-bentuk tanggung jawab sosial pengusaha tahu di Dukuh Kemang Desa Karangbener Kecamatan Bae Kudus.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.

3. Bagian Akhir

Dalam bagian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.