

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Proses pembangunan Indonesia dijalankan dengan pembentukan dan penyesuaian kebijakan, regulasi, dan mekanisme implementasi yang diarahkan dengan baik akan menjadi jembatan bagi perkembangan dan percepatan pembangunan terutama sektor perekonomian. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki nilai strategis dalam memperkuat perekonomian nasional. Sudah selayaknya pemerintah memberi perhatian baik strategi maupun kebijakan pemberdayaan (prioritas dan pemihakan). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berpotensi menjadi kelompok usaha yang terintegrasi dalam skala sektor dunia usaha nasional yang pada *forcsat*-nya dapat meningkatkan taraf hidupnya karena kekuatan daya saingnya.

Istilah *Corporatae Social Responsibility* (CSR) sudah populer sejak John Elkington dalam bukunya yang berjudul “*Canibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21 st Century Business*” pada tahun (2018), yang menyatakan bahwa ia melihat *economic growth*, *environmental protection* serta *social equity* sebagai komponen penting yang dikembangkan berdasarkan konsep *sustainable development* dan kemudian diarahkan pada tiga fokus *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu *Triple Bottom Line* meliputi aspek keuangan, bahwa perusahaan yang baik tidak akan memburu keuntungan ekonomi saja (*profit*), namun juga harus peduli terhadap aspek sosial, bahwa perusahaan

harus mensejahterakan masyarakat sekitar perusahaan tersebut (*people*), serta harus memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan perusahaan tersebut (*planet*) (Untung 2008 : 4-5).

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia diatur dalam pasal 74 Undang-Undang RI Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Pasal 15, Pasal 17, dan Pasal 34 Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, yang di dalamnya mengatur kewajiban bagi perusahaan untuk menyelenggarakan program CSR tersebut. Sebelumnya beberapa perusahaan di Indonesia juga sudah melaksanakan aktivitas CSR dengan memberikan kontribusi terhadap lingkungan dan sosial namun pada saat itu istilahnya masih berupa program peduli lingkungan.

Pembangunan dalam bidang ekonomi tidak terlepas dari pengaruh kebijakan ekonomi dan situasi pasar, baik pada lingkup makro nasional, regional, maupun global. Pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah saja, setiap warga negara berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan peningkatan dalam sebuah negara yaitu pemerintah (*government*), masyarakat (*citizen*), dan dunia usaha (*corporate*). Seiring perubahan paradigma pembangunan, peran dunia usaha menjadi semakin menentukan, terlebih pada Negara yang menganut system ekonomi pasar. Apa yang diberikan oleh perusahaan dalam suatu negara, menjadi indikator dalam penentuan kemajuan perekonomian nasional. Hadirnya perusahaan memberikan dampak positif terhadap berbagai aspek kehidupan dan perekonomian masyarakat, perusahaan merupakan bagian dari pihak yang

memiliki andil utama dalam memperkuat perekonomian masyarakat (Wahyuningrum 2014 : 109-115). Dunia usaha dituntut untuk berperan aktif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dan mempertimbangkan pula masyarakat dan lingkungan hidup (Gunawan 2018 : 1).

Perusahaan merupakan suatu badan hukum yang dalam pelaksanaan hukumnya diwakili oleh pimpinan perusahaan atau pengurusnya, sehingga dalam perjalanan meraih visi bisnisnya, tidak menutup kemungkinan aktivitas sebuah perusahaan, disadari atau tidak, sengaja ataupun tidak sengaja akan menimbulkan kehilangan atau kelalaian yang harus dipertanggung jawabkan seperti tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/ CSR*). Ekses negatif yang timbul terhadap lingkungan tersebut dalam kenyataannya bisa sangat beragam, baik bentuk, sifat, dan eskalasinya. Namun pada dasarnya dirasakan oleh lingkungan sekitarnya sebagai dampak potensial yang merugikan baik secara sosial, budaya, ekonomi, maupun aspek lainnya (Azherly 2012 : 57).

Menurut Alew Gunawan, *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu konsep dimana entitas mengintegrasikan perhatian sosial dan lingkungan dalam interaksi dengan *stake holder* yang bersifat wajib disebut sebagai tanggung jawab sosial suatu perusahaan dengan membuat program-program amal baik yang bersifat eksternal maupun internal. Program eksternal yaitu dengan menjalankan kemitraan (*partnership*) dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk mewujudkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Sedangkan secara

internal mampu memproduksi dengan baik, untuk mencapai *profit* dengan maksimal dan mensejahterakan karyawannya (Gunawan 2018: 2). Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial merupakan bagian dari hak masyarakat dan warga yang dapat diharapkan dapat berkontribusi dalam peningkatan pemberdayaan masyarakat.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) itu sendiri dilandaskan oleh pilihan yang berbeda didalam domain etika bisnis (*business ethic*) dari para pelaku bisnis (Kartini 2013: 18). Etika bisnis merupakan penerapan etika secara umum terhadap perilaku bisnis yang mewujudkan reflaksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan dan kelembagaan atau organisasi untuk menilai suatu bisnis isu (Ismail Solihin 2012: 179).

Dalam Islam *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan lagi hal yang asing, karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial ini merupakan praktik yang memiliki tanggung jawab etis secara Islami. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat mengedepankan nilai-nilai social seperti kedermawanan dan ketulusan hati dalam tolong-menolong yang dalam tujuannya menciptakan masalah dengan praktik yang sesuai dengan syari'at Islam (Al-Himshi 2006: 106). Sebagaimana telah dijelaskan dala Al-Qur'an Surah Al-Maidah Ayat 2 yang berbunyi:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ  
وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh Allah sangat berat siksa-Nya.”

Asbabun Nuzul dari ayat di atas yaitu Zaid bin Aslam r.a menturkan, bahwa ayat ini diturunkan dengan Rasulullah *Shallallahu Alaihi Wasallam* dan para sahabat, kala berada di Hudaibiyyah, yang dihalangi orang-orang musyrik untuk sampai ke Baitullah. Keadaan ini membuat para sahabat marah. Suatu saat, dari arah timur beberapa orang Musyrik yang akan umrah melintasi mereka. Para sahabat pun berkata, “Bagaimana jika kita pun menghalangi mereka, sebagaimana kita pernah dihalang-halangi?”. (HR. Ibnu Abi Hatim) (Al-Himshi 2006: 106).

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam etika bisnis telah diajarkan Nabi Muhammad *Shallallahu Alaihi Wasallam* saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi Muhammad *Shallallahu Alaihi Wasallam* sebagai pelaku bisnis (pedagang) adalah selain dedikasi dan keuletannya yang luar biasa, juga memiliki sifat *Shidiq, Amanah, Fathanah,* dan *Tabligh*. Berdasarkan sifat-sifat tersebut, dalam konteks tanggung jawab sosial bisnis, para pelaku usaha atau pihak perusahaan dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral, karena kedainya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki (Khoirudin 2001: 123-124). Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia secara umum lebih banyak diterapkan oleh perusahaan tambang atau manufaktur. Tetapi seiring dengan perkembangannya *trend* global pelaksanaan CSR, saat ini hampir semua perusahaan di berbagai sektor industri seperti industri kreatif juga telah menyajikan aspek tanggung jawab sosial.

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah dibahas secara rinci merupakan sinergi kegiatan yang melibatkan kemitraan antara pemerintah,

perusahaan, dan komunikasi masyarakat setempat yang bersifat aktif dan dinamis problematika Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) merupakan lebih detil dimulai dari indikasi keberpihakan tergambar di masyarakat negara pada upaya pengembangan ekonomi rakyat dalam kebijakan atau pengembangan strategi industrialisasi. Hal tersebut membentuk segmentasi pasar yang oligopolies dengan kinerja terbatas klasikal (industri besar akan semakin besar).

Penelitian ini mengambil lokasi pada sebuah yayasan bernama Shafira *Foundation* yang didirikan oleh *owner* perusahaan industri kreatif di Bandung yaitu Shafira *Corporation* sebagai bentuk perwujudan kepedulian sosial perusahaan terhadap lingkungan perusahaan. Atas dasar kepekaan sosial, Shafira *Corporation* telah memulai kegiatan sosial secara rutin pada tahun 2002 dengan membuat kegiatan “Shafira Peduli Anak Bangsa”. Kegiatan rutin ini dikelola oleh bagian *Human resource Department* (HRD) Shafira *Corp*. Selama 10 tahun lamanya terus mengembangkan diri sehingga dapat stabil dan secara *continue* bersinergi dalam kegiatan sosial, Shafira *Corporation* berusaha menjangkau kegiatan yang lebih luas untuk menyikapi permasalahan yang terjadi di masyarakat. Pada tahun 2012 Amal *Foundation* berganti nama menjadi Shafira *Foundation* oleh Shafira *Corp*. Pergantian nama ini dilakukan sebagai bentuk kesan Shafira *Foundation* dalam melakukan pelayanan secara professional dan amanah.

Shafira *Foundation* bergerak sinergis dengan visi memberdayakan perempuan dalam bidang kewirausahaan mikro. Shafira *Foundation* tidak

hanya memberi bantuan berupa dana namun juga menambahkan dengan fokus pada pendampingan menjalankan kewirausahaan. Sasaran utamanya adalah ibu rumah tangga yang memiliki usaha mikro di Kota Bandung dengan tujuan untuk menjadikan mereka mampu bertahan dan mengembangkan usaha melalui pelatihan peningkatan omset usaha.

Usaha Mikro, Kecil (UMK) di Kota Bandung memiliki peran penting dalam proses pembangunan di Kota Bandung itu sendiri. *Shafira Foundation* juga ikut andil dalam proses pembangunan di Kota Bandung dengan cara menyalurkan Dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada Usaha, Mikro, Kecil (UMK). Berikut data Usaha Mikro Kecil (UMK) penerima manfaat Dana *Corporate Social Responsibility* dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022 dari *Shafira Foundation*:

**Tabel 1. 1 Data Usaha Mikro Kecil Penerima Manfaat Dana *Corporate Social Responsibility* *Shafira Foundation* dari Tahun 2018 sampai Tahun 2022**

No	Tahun	Jumlah UMK Penerima Manfaat	Dana CSR yang Diberikan Oleh <i>Shafira Foundation</i> Kepada UMK
1.	2018	12	Rp 105.750.000,-
2.	2019	115	Rp 1.370.500.000,-
3.	2020	97	Rp 1.146.350.000,-
4.	2021	40	Rp 377.350.000,-
5.	2022	12	Rp 42.150.000,-
<b>TOTAL</b>		<b>276</b>	<b>Rp 3.042.100.000,-</b>

Sumber: *Shafira Foundation*



Kegiatan Usaha Mikro Kecil penerima manfaat cenderung mengalami peningkatan yang signifikan di tahun 2019. Hal ini ditunjukkan dengan perkembangan yang sangat positif, pada tahun 2018 jumlah anggota UMK penerima manfaat sebanyak 12 anggota, dan pada tahun kedua menjadi 115 anggota UMK penerima manfaat dengan jumlah dana yang disalurkan sebesar Rp 1.370.500.000,-, jumlah tersebut menjadi awalan yang baik bagi Shafira *Foundation* dalam menyalurkan dana CSR nya dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil, namun pada tahun 2020 terjadi penurunan jumlah anggota UMK penerima manfaat sebanyak 16% dengan jumlah dana yang disalurkan sebesar Rp 1.146.300.000,-, dan pada tahun 2021 jumlah anggota UMK penerima manfaat kembali menurun sebanyak 55% dengan jumlah dana yang dikeluarkan oleh Shafira *Foundation* sebesar Rp 377.350.000,-, serta pada tahun 2022 anggota UMK penerima manfaat kembali menurun sebanyak 70% dengan jumlah dana yang dikeluarkan oleh Shafira *Foundation* sebesar Rp 42.150.000,-. Sehingga diperlukan penelitian untuk mengungkap manfaat CSR tersebut, dengan mencermati mekanisme serta perkembangan penyaluran dana *Corporate Social Responsibility* yang diberikan oleh Shafira *Foundation* kepada Usaha Mikro Kecil penerima manfaat.

Penelitian ini disusun guna mengkaji praktek pengaruh nyata Pemanfaatan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) Shafira *Foundation* terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) penerima manfaat di Kota Bandung. Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam rangka pemenuhan tugas



akhir yang berjudul “**Pengaruh Pemanfaatan dana *Corporate Social Responsibility* Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Penerima Manfaat di Kota Bandung**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang diatas yang penulis ambil pada penelian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme penyaluran dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh Shafira *Foundation* kepada Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kota Bandung?
2. Bagaimana perkembangan Usaha Mikro Kecil penerima manfaat di Kota Bandung setelah mendapatkan bantuan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh Shafira *Foundation*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui mekanisme penyaluran dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh Shafira *Foundation* kepada Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui perkembangan Usaha Mikro Kecil penerima manfaat di Kota Bandung setelah mendapatkan bantuan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh Shafira *Foundation*.

## **D. Manfaat Hasil Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi sebuah kajian ilmiah bagi masyarakat sosial mengenai pengaruh pemanfaatan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) penerima manfaat di Kota Bandung.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Penulis

Diharapkan penelitian ini mampu menambah wawasan serta kepekaan terhadap masalah sosial khususnya mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) penerima manfaat di Kota Bandung.

#### b. Bagi Lembaga yang Diteliti

Diharapkan penelitian ini menjadi salah satu kajian pemahaman tentang pemikiran kepada lembaga terkait khususnya mengenai dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) penerima manfaat di Kota Bandung.

#### c. Bagi Lembaga Pendidikan

Penulis berharap dengan penelitian ini dapat memberikan informasi serta pengetahuan lebih lanjut juga sebagai bahan rujukan untuk penelitian berikutnya yang berkaitan dengan pengaruh pemanfaatan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap

perkembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) penerima manfaat di Kota Bandung.

d. Bagi Masyarakat

Penulis berharap dengan penelitian ini dapat memberikan gambaran serta menambah wawasan masyarakat mengenai pengaruh pemanfaatan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) penerima manfaat di Kota Bandung.

e. Bagi *Stakeholder*

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai persepsi masyarakat mengenai dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga dapat menjadi referensi atau acuan masukan bagi para *stakeholder* dalam mengambil kebijakan atau menentukan strategi untuk mengembangkan dan meningkatkan inklusifitas masyarakat pada dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) agar dapat mencapai kesejahteraan dan kemaslahatan bagi seluruh masyarakat.