

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Organisasi saat ini perlu lebih produktif, inovatif dan lebih terbuka untuk menghadapi era yang semakin berkembang pesat. Perusahaan yang mengalami perkembangan tentunya diikuti dengan kesuksesan perusahaan dalam menentukan strategi yang ditetapkan, maka sumber daya manusia akan mempunyai kedudukan dan peran yang sangat penting. Dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan juga aspek sosial dan lingkungan yang biasa disebut *triple bottom line* atau lebih dikenal dengan 3P (*Profit, People, and Planet*) Sinergis dari tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) (Wibisono, 2007). Seiring dengan itu, berbagai kalangan swasta, pemerintah, organisasi masyarakat, dan dunia pendidikan berupaya merumuskan dan mempromosikan tanggung jawab sosial sektor usaha dalam hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan. The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam Hadi (2011:47) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai komitmen dunia usaha untuk berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.

Menurut Bowen (1953) dalam Ante Glavas (2014) ada beberapa alasan pentingnya mengukur persepsi tanggung jawab sosial perusahaan di mata

masyarakat dan pihak lain yang terkait. Pertama-tama, karena adanya ekspektasi terkait kondisi keuangan, hukum, dan etika dari perusahaan yang terus berubah. Perubahan ekspektasi tersebut dipengaruhi oleh norma-norma sosial yaitu, harapan masyarakat tentang perusahaan harus melakukan lebih dari sekedar bertanggung jawab terhadap kondisi keuangan, hukum dan etika. Kondisi tersebut memunculkan persepsi tanggung jawab sosial perusahaan yang akan terus berubah. Menurut Carmeli dan rekan (2007 dalam Ante Glavas (2014), persepsi tanggung jawab sosial perusahaan mempengaruhi identifikasi organisasi dan memiliki efek yang lebih kuat dari persepsi pasar dan kinerja keuangan. Aguinis dan Glavas (2012) dalam Ante Glavas (2014) mengeksplorasi efek dari persepsi karyawan terhadap kondisi lingkungan kerja organisasi. Selain lingkungan organisasi, ada yang perlu dipelajari yaitu analisis kondisi psikologis menurut Brown & Leigh (1996). Persepsi karyawan terhadap kondisi psikologis lingkungan kerja memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku kerja karyawan, motivasi, dan kinerja karyawan itu sendiri (Parker, 2003) dalam (Ante Glavas, 2014). Kondisi lingkungan kerja dari sisi psikologis erat kaitannya dengan persepsi karyawan terkait tanggung jawab sosial perusahaan yang diberikan perusahaan untuk karyawan itu sendiri. Oleh karena itu, persepsi tanggung jawab sosial perusahaan akan menentukan kondisi lingkungan psikologis kerja karyawan yang akan mempengaruhi dukungan karyawan terhadap tujuan perusahaan (Aguilera, 2007) dalam Ante Glavas (2014).

Dukungan karyawan terhadap tujuan perusahaan diwujudkan dalam bentuk komitmen karyawan dalam berorganisasi. Memahami persepsi karyawan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan sangat penting karena pemahaman tersebut

secara signifikan dapat mempengaruhi perilaku kerja karyawan (Bargh dan Burrwos, 1996 dalam Ante Glavas, 2014). Kebijakan dan praktik organisasi terkait tanggung jawab sosial perusahaan akan memberi dampak langsung terhadap karyawan. Kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan terkait karyawan tersebut memunculkan keyakinan karyawan tentang bagaimana organisasi menghargai kontribusi mereka dan peduli terhadap kesejahteraan mereka (Rhoades dan Eisenberger, 2002). Kesadaran akan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan inilah yang mendorong pemerintah untuk secara resmi mewajibkan perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk menjalankan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan, seperti tertuang Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada pasal 1 disebutkan bahwa, “Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”. Dalam perkembangannya, kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia lebih banyak disorot dari sudut pandang peranannya dalam upaya memasarkan citra perusahaan karena kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dipandang mampu mengembangkan kualitas hidup masyarakat dan memunculkan citra perusahaan yang lebih positif di mata masyarakat. Citra yang positif ini memiliki manfaat lebih jauh, yakni manfaat ekonomis bagi perusahaan. Survei yang dilakukan majalah SWA terhadap 85 responden menunjukkan bahwa

alasan konsumen memilih suatu brand seringkali bukan didasarkan atas kualitas dan harga brand tersebut, tetapi justru berdasarkan brand image yang dihasilkan dari keaktifan perusahaan dalam menghadapi isu-isu sosial (Palupi, 2006). Beberapa studi di negara lain juga menunjukkan hal yang sama. Rehbein, Waddock, dan Graves (2004) mengemukakan bahwa perusahaan yang mengaplikasikan tanggung jawab sosial perusahaan akan memiliki brand image lebih positif, yakni sebagai perusahaan yang peduli terhadap kebutuhan masyarakat.

Dalam beberapa penelitian yang menyoroti dampak positif bagi karyawan yang mempersepsikan perusahaan tempatnya bekerja sebagai perusahaan yang peduli dengan isu-isu sosial. Dutton, dkk. (1994, dalam Peterson, 2004) mengemukakan bahwa karyawan yang mempersepsi tempatnya bekerja sebagai organisasi dengan reputasi baik di masyarakat, akan memiliki kebanggaan tersendiri terhadap keanggotaannya di perusahaan dan hal ini akan secara positif mempengaruhi kinerja mereka. Pernyataan di atas didukung oleh penelitian yang dilakukan University of Michigan terhadap karyawan dari 1000 perusahaan di Amerika Serikat. Hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa 49% karyawan yang menganggap perusahaan tempatnya bekerja memiliki citra positif akan cenderung lebih efisien dalam bekerja, dalam bentuk berkurangnya kesalahan kerja yang dilakukan (dalam Stoll, 2008). Selain itu, program tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan perusahaan juga diidentifikasi dapat meningkatkan kerja sama dan membantu peningkatan keterampilan karyawan.

Menurut Mason (2005) sikap berbasis perilaku berasal dari pengamatan orang tentang bagaimana mereka berperilaku terhadap topik tertentu (misalnya

taanggung jawab sosial perusahaan). Jika karyawan memiliki sikap positif terhadap inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan, persepsi mereka tentang tanggung jawab sosial perusahaan (yaitu, kesadaran, kecocokan, dan motivasi) dapat menjadi lebih positif (Priscila, 2012). Pada saat yang sama, jika karyawan memiliki sikap positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, tingkat identifikasi mereka mungkin meningkat ketika mereka merasa bahwa organisasi terlibat dalam perilaku yang bertanggung jawab secara sosial. Salah satu pendekatan yang paling populer untuk mempelajari sikap didasarkan pada premis bahwa sikap dapat dicirikan oleh tiga komponen: kognitif, afektif, dan perilaku (mis. Eagly & Chaiken, 1998; Rosenberg & Hovland, 1960), dalam (Wee, chan chee 2014) contoh berikut menggambarkan tiga komponen sikap: Seorang karyawan mungkin sangat percaya bahwa organisasi harus mengalokasikan sebagian dari keuntungan mereka untuk inisiatif yang bertanggung jawab secara sosial yang berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat (kognitif), karyawan mungkin marah jika dia mengetahui bahwa organisasinya belum membentuk semacam inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan (afektif), di sisi lain, jika majikannya melakukan berbagai kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan, karyawan akan cenderung menjadi sukarelawan untuk kegiatan tersebut (perilaku).

Penting untuk memahami sikap karyawan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Pickens (2009) menjelaskan bahwa persepsi karyawan terkait erat dengan sikap mereka. Artinya, ketika karyawan meletakkannya ke dalam situasi, mereka menafsirkannya menjadi sesuatu yang berarti bagi mereka. Namun, sikap karyawan akan menentukan bagaimana dan seberapa kuat karyawan memahami

dan menafsirkan situasi (Fazio & Williams, 1989). Sikap karyawan terhadap CSR dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan (Fazio & Williams, 1986; Raden, 1985). Misalnya, karyawan yang cenderung memiliki sikap negatif terhadap inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan mungkin cenderung menganggap mereka sebagai upaya yang melayani perusahaan daripada upaya yang tulus untuk membantu masyarakat.

PT Perkebunan Nusantara (PTPN) V, merupakan perusahaan yang bergerak pada perkebunan sawit dan pengolahannya serta perkebunan karet terbesar di Provinsi Riau. Dalam peran pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) PT Perkebunan Nusantara (PTPN) V ikut serta menjalankan program pembangunan tersebut dilakukan dengan mengeluarkan anggaran sebesar Rp1,6 miliar melalui program hibah dana bina lingkungan untuk meningkatkan fasilitas pendidikan di Provinsi Riau. Bantuan tersebut merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat, dan diharapkan dapat meningkatkan mutu pendidikan serta kehidupan beragama masyarakat yang tinggal di sekitar areal perusahaan. Bantuan tersebut dilaksanakan dengan dasar UU No. 19 tahun 2003 tentang BUMN serta peraturan menteri BUMN No Per-05/MBU/2007 yang menyatakan maksud dan tujuan pendirian BUMN tidak hanya mengejar keuntungan melainkan turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi dan masyarakat. Humas PTPN V (2018).

Humas PTPN V (2018) mengemukakan bahwa PTPN V Pekanbaru secara bertahap juga melakukan penyaluran tanggung jawab sosial perusahaan perusahaan dalam bergagai bentuk. Secara umum, distribusi penyaluran tanggung jawab sosial

perusahaan dari perusahaan perkebunan kelapa sawit kepada masyarakat sekitar dilakukan pada dua bentuk yakni pembinaan UKM lokal dan penyaluran bantuan sosial budaya dan lingkungan. Untuk pembinaan UKM sebagaimana banyak dilakukan oleh BUMN perkebunan sawit, sebagian besar terdistribusi pada pembinaan UKM adalah sektor perdagangan (40%) kemudian diikuti oleh sektor jasa dan pertanian. Untuk penyaluran CSR pada masyarakat sekitar terdistribusi pada pendidikan dan pelatihan (32%), saranaprasaran umum (21%) dan sisanya untuk pembangunan sarana ibadah (19,68%), pelayanan kesehatan (13,80%), pelestarian alam (8,4%) dan bantuan korban bencana alam (3,60%). Dengan kata lain sebagian perusahaan perkebunan kelapa sawit telah menyalurkan tanggung jawab sosial perusahaan, meskipun belum semua melaksanakannya. Besaran dan jangkauan tanggung jawab sosial perusahaan tentu saja berbeda-beda tergantung pada skala usaha dan tahap perkembangannya. Perkebunan yang masih pada fase investasi (tanaman belum menghasilkan) tentu masih terbatas dengan menyalurkan tanggung jawab sosial perusahaan.

Setiap organisasi atau perusahaan tentunya memiliki harapan agar publik dan karyawan mempunyai persepsi yang positif, termasuk perusahaan PTPN V yang berlokasi di Pekanbaru yang akan diteliti. Peneliti tertarik memilih perusahaan tersebut untuk menjadi tempat penelitian karena PTPN V sudah melakukan program tanggung jawab sosial perusahaan sejak tahun 2013 sampai saat ini dan perusahaan masih peduli terhadap kepentingan karyawannya melalui program tanggung jawab sosial perusahaan yang dijalankan. Peneliti memutuskan untuk meneliti Persepsi terhadap tanggung jawab sosial perusahaan pada

organizational citizenship behavior (OCB) dengan sikap karyawan sebagai variabel mediasi. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Wee, chan che (2014) mendapatkan hasilnya yang menunjukkan bahwa kesadaran tanggung jawab sosial perusahaan, kesesuaian tanggung jawab sosial perusahaan, dan motivasi tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif pada sikap karyawan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Sikap karyawan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif dengan *Organisation Citizen Behavior* (OCB).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah persepsi *CSR Awareness* berpengaruh pada sikap karyawan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah persepsi *CSR Fit* berpengaruh terhadap sikap karyawan pada tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Apakah persepsi *CSR Motivation* berpengaruh terhadap sikap karyawan pada tanggung jawab sosial perusahaan?
4. Apakah sikap karyawan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan berperan sebagai variabel mediasi antara *CSR awareness*, *CSR fit*, *CSR motivation* dan *Organization Citizen Behavior* (OCB)?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih spesifik, terfokus dan tidak melebar, permasalahan dalam penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. *CSR Awareness* merupakan kesadaran karyawan akan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan organisasi. (Zheng, 2010).
2. *CSR Fit* mengacu pada kesamaan atau keterkaitan antara tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan dengan karyawan perusahaan. Menon dan Kahn (2003).
3. *CSR Motivation* merupakan motif organisasi untuk terlibat dalam kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan. (Ellis, 2008).
4. Sikap karyawan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan merupakan tanggapan terhadap pekerjaan dan lingkungan kerja dan disebabkan ketika kebutuhan seseorang terpenuhi di tempat kerja. Pickens (2009)
5. *Organizational Citizenship behavior (OCB)* merupakan kontribusi individu melebihi tuntutan peran di tempat kerja. (Aldag dan Resckhe, 1997)

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh persepsi *CSR Awareness* terhadap sikap karyawan pada tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Untuk menguji pengaruh *CSR Fit* terhadap sikap karyawan pada tanggung jawab sosial perusahaan.
3. Untuk menguji pengaruh persepsi *CSR Motivation* terhadap sikap karyawan pada tanggung jawab sosial perusahaan.

4. Untuk menguji peran sikap karyawan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel mediasi antara variabel *CSR awareness*, *CSR fit*, *CSR Motivation* dan variabel *Organization Citizen Behavior (OCB)*.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini akan memberikan temuan terkait berbagai sudut pandang anggota organisasi terhadap program tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Temuan ini membuka wawasan bagi organisasi sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak perusahaan yang diteliti dalam memaknai tanggung jawab sosial perusahaan serta saran untuk mengembangkan program tanggung jawab sosial perusahaan.

b. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini akan memperkuat teori-teori yang sudah ada sebelumnya tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan atau untuk pengembangan ide-ide baru bagi penelitian selanjutnya dengan mengangkat contoh kasus yang pada organisasi atau perusahaan tertentu. Penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi acuan dan perbandingan untuk pengembangan ilmu pengetahuan melalui penelitian-penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran penulisan dalam penelitian ini, berikut ini merupakan sistematika penulisan yang berisi informasi umum yang akan dibahas di setiap babnya.

Bab I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang menjelaskan latar belakang permasalahan, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

Bab II LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan telaah pustaka yang memuat konsep teori sebagai penguat dalam tesis ini. Dalam bab ini juga akan dibahas mengenai kerangka pemikiran, dan hipotesis yang digunakan.

Bab III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ketiga membahas tentang metode penelitian yang menjelaskan tentang bentuk penelitian, objek penelitian, metode penelitian, operasional variabel, teknik penarikan sampel, teknik pengumpulan data, rancangan analisis data, dan rancangan uji hipotesis. Bab ini juga akan membahas metode pengumpulan data, metode pengukuran data dan metode analisis data.

Bab IV HASIL DAN ANALISIS

Bab keempat merupakan hasil pembahasan berisi inti dari penulisan tesis, gambaran umum variabel yang digunakan dalam penelitian serta analisis dari data yang diperoleh dari penelitian.

Bab V PENUTUP

Bab kelima berisikan tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, implikasi manajerial, saran bagi pengambil keputusan dalam organisasi serta peneliti lain dan keterbatasan penelitian.