

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, wacana mengenai peran etika dan tanggung jawab sosial perusahaan semakin marak diperbincangkan oleh para pelaku bisnis, organisasi maupun bidang penelitian dan pendidikan. Kini tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibilities* atau CSR) telah menjelma menjadi konsep yang penting untuk dikaji dan dipertimbangkan dalam berbagai strategi bisnis. Penyebutan istilah CSR dalam pembahasan selanjutnya untuk penelitian ini akan menggunakan istilah tanggung jawab sosial perusahaan (TJSP). Welford (2005) mengemukakan bahwa TJSP terus menerus menjadi konsep bisnis yang penting dalam menghadapi globalisasi dan banyak ditemukan pada perusahaan-perusahaan besar di berbagai negara. Untuk itulah TJSP dapat dipertimbangkan sebagai bentuk investasi strategis sebab TJSP turut berperan dalam membangun dan menjaga reputasi perusahaan (McWilliams et al., 2006). Urip (2010) mengungkapkan beberapa alasan di balik penetapan TJSP sebagai strategi bisnis diantaranya selain berfokus untuk menghadapi berbagai tantangan eksternal, perusahaan juga harus mempertimbangkan kebutuhan-kebutuhan internal, yang secara keseluruhan dilakukan untuk dapat terus bertahan dalam dunia bisnis.

Sehubungan dengan itu, pentingnya peran etika dan TJSP juga menegaskan bahwa bisnis pada masa kini bukan lagi sekedar meningkatkan keuntungan perusahaan atau organisasi dalam hal keuangan semata, namun bisnis juga perlu memperhatikan sosial dan lingkungan lewat tindakan nyata. Selain dukungan kekuatan keuangan, sangat diperlukan sebuah lingkungan untuk menjalankan suatu bisnis, kemudian prosesnya secara keseluruhan pasti akan melibatkan masyarakat luas atau komunitas tertentu. Elkington (1998) telah memperkenalkan salah satu konsep TJSP populer yang dikenal dengan *Triple Bottom Line* atau 3P (*Profit, People, and Planet*). Konsep tersebut mendukung dan memperkokoh kekuatan organisasi untuk dapat berkelanjutan (*sustainable*) dalam ranah bisnis. Sementara itu, mengingat bahwa TJSP bersifat kasat mata (*intangible*), maka manfaat yang dihasilkan juga bersifat kasat mata (Asy'ari, 2009). Meskipun untuk memperoleh manfaat dari penerapan etika dan TJSP membutuhkan waktu atau tidak dapat diperoleh dalam sekejap, namun hal tersebut bukanlah sebuah kendala. Adapun perusahaan-perusahaan yang telah menerapkan TJSP diantaranya Unilever Indonesia, Astra International, Intel Corporation (Urip, 2010), kemudian The Boddy Shop dan Johnson & Johnson (Kotler dan Lee, 2005).

Berbicara mengenai etika dan TJSP dalam praktik bisnis, penerapannya dijalankan oleh para karyawan atau sumber daya manusia (SDM) perusahaan. Dengan demikian, penting untuk mengetahui pandangan dari calon-calon SDM, termasuk di dalamnya para mahasiswa, yang akan bergabung dan menjadi aset perusahaan. Mengingat bahwa para mahasiswa tersebut adalah calon manajer ataupun calon-calon pemimpin perusahaan di masa yang akan datang, maka

pandangan mereka terhadap peran etika dan TJSP memiliki peran penting sebelum nantinya terlibat langsung dalam pelaksanaan. Selain itu, para mahasiswa juga dipandang sebagai kaum terpelajar, sehingga pandangan mereka terhadap peran etika dan TJSP merupakan gambaran pandangan dari generasi terpelajar, kandidat SDM di masa yang akan datang.

Singhapakdi et al. (1996) telah mengemukakan bahwa pelaku bisnis seharusnya memandang peran etika dan tanggung jawab sosial terlebih dahulu sebagai hal penting, sebelum mulai bersikap etis dan merefleksikannya dalam tanggung jawab sosial. Dengan demikian, upaya meraih kesuksesan dalam menjalankan TJSP, kurang lebih bergantung pada sikap mereka yang akan menjalankannya. Karena sikap dipengaruhi oleh pandangan, maka pandangan tiap individu memiliki andil dalam berperilaku bisnis yang etis serta bertanggung jawab sosial.

Pandangan atau persepsi seorang individu terbentuk oleh adanya pengaruh yang berasal dari eksternal maupun internal. Faktor eksternal misalnya faktor pendidikan, budaya, lingkungan sosial, maupun agama. Kemudian faktor internal atau yang berasal dari karakteristik personal individu misalnya faktor usia, jenis kelamin, maupun sifat individu. Adapun faktor ideologi etika dan materialisme dapat digolongkan ke dalam faktor sifat dari individu. Faktor ideologi etika merujuk pada pandangan secara personal terhadap nilai-nilai moral dalam proses menilai etis atau tidaknya seorang individu dan dapat diklasifikasikan ke dalam dua skala yaitu idealisme dan relativisme (Forsyth, 1980), lalu faktor materialisme

lebih mengarah pada pemenuhan atas kebutuhan serta keinginan yang kuat akan hal-hal yang bersifat materi (Richins dan Dawson, 1992).

Baik faktor idealisme, relativisme maupun materialisme, ketiganya mungkin dapat berpengaruh pada pandangan seorang individu terhadap peran etika dan TJSP. Hal tersebut dapat dipahami dengan menyadari bahwa salah satu alasan utama bagi individu yang bekerja adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup sehingga faktor materi merupakan bagian dari hal mendasar yang mendukung kesejahteraan hidup. Namun, seorang individu yang berorientasi pada materi cenderung lebih mengutamakan untuk mengejar keuntungan tanpa perlu menambah beban pikiran dengan memperdulikan etika ataupun tanggung jawab sosial. Disamping itu, tipe idealisme cenderung berprinsip tegas menjunjung tinggi nilai-nilai moral, karena secara umum keputusan yang diambilnya mempertimbangkan nilai-nilai moral. Untuk itu, individu yang termasuk tipe idealisme biasanya akan memilih untuk terlibat dan mendukung aktivitas yang berhubungan dengan etika dan TJSP. Salah satu contoh tipe idealisme adalah tipe individu yang memegang teguh pendirian untuk tidak bekerja di perusahaan rokok. Sedangkan tipe relativisme, secara umum tidak begitu memperdulikan nilai-nilai moral karena keputusan yang diambilnya berdasar pada tiap situasi dan kondisi, sehingga fleksibel dalam merubah keputusannya. Individu yang termasuk tipe relativisme akan terlebih dahulu menilai setiap situasi berdasarkan pemikirannya secara personal sebelum memutuskan untuk bertindak etis maupun bertanggung jawab sosial.

Penelitian tentang hubungan antara ideologi etika (idealisme maupun relativisme) dan pandangan terhadap peran etika dan TJSP pernah dilakukan oleh Singhapakdi et al. (1996). Dalam penelitian tersebut, Singhapakdi mengembangkan suatu instrumen yang dikenal dengan PRESOR (*the perceived role of ethics and social responsibility*) yang terdiri dari tiga dimensi, masing-masing tanggung jawab sosial dan profitabilitas, keuntungan jangka panjang, serta keuntungan jangka pendek. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa idealisme memiliki korelasi positif terhadap salah satu skala PRESOR, individu yang memiliki nilai tinggi pada paham idealistis cenderung memandang etika dan tanggung jawab sosial sebagai poin penting dalam menentukan pendapatan jangka panjang organisasi. Kemudian relativisme memiliki korelasi negatif terhadap seluruh skala PRESOR, sehingga mendukung dugaan bahwa individu yang relativistik akan memandang etika dan tanggung jawab sosial sebagai hal yang tidak begitu penting dalam kesuksesan organisasi. Lalu sikap bertanggung jawab sosial memiliki korelasi positif terhadap seluruh skala PRESOR, sehingga mendukung dugaan bahwa individu dengan sikap bertanggung jawab sosial akan memandang tanggung jawab sosial sebagai poin penting.

Penelitian ini merupakan perluasan dari penelitian Singhapakdi et al. (1996), dengan menggunakan idealisme dan relativisme, serta mengganti sikap bertanggung jawab sosial dengan materialisme, sebagai variabel independen yang diduga memiliki pengaruh terhadap pandangan akan peran etika dan TJSP. Penelitian ini dilakukan di Indonesia dan penulis mengangkat mengenai pandangan terhadap peran etika dan TJSP dari mahasiswa bisnis (Akuntansi dan

Manajemen) Universitas Atma Jaya Yogyakarta, karena mengacu pada visi misi UAJY dalam mewujudkan komunitas yang memiliki tiga nilai utama yakni unggul atau selalu menjadi yang terbaik, inklusif atau menghargai dan menerima semua perbedaan, dan humanis dalam artian menekankan nilai-nilai etika. Selain itu, belum ada penelitian yang sama dengan tema yang penulis angkat ini. Untuk itulah penelitian dengan tema pengaruh idealisme, relativisme dan materialisme terhadap pandangan akan peran etika dan tanggung jawab sosial ini dilakukan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan sebelumnya pada latar belakang masalah, dapat dirumuskan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini ialah:

1. Bagaimana pengaruh idealisme terhadap pandangan akan peran etika dan tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh relativisme terhadap pandangan akan peran etika dan tanggung jawab sosial perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh materialisme terhadap pandangan akan peran etika dan tanggung jawab sosial perusahaan?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Pandangan mahasiswa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pandangan dari mahasiswa bisnis (Akuntansi dan Manajemen) yang sudah mengikuti mata kuliah etika bisnis.
- b) Pandangan terhadap peran etika dan TJSP yang dimaksud dalam penelitian ini mengacu pada persepsi terhadap peran etika dan tanggung jawab sosial dalam mendukung tercapainya efektivitas organisasi. Peran tersebut mencakup tiga dimensi yakni tanggung jawab sosial dan profitabilitas, keuntungan jangka panjang, serta keuntungan jangka pendek (Singhapakdi et al., 1996). Penelitian ini akan memandang tiga dimensi tersebut sebagai suatu kesatuan peran.
- c) Idealisme yang dimaksud dalam penelitian ini mengacu pada sikap patuh dari individu terhadap nilai-nilai moral yang bersifat umum (universal) ketika individu tersebut membuat penilaian moral (Forsyth, 1980).
- d) Relativisme yang dimaksud dalam penelitian ini mengacu pada toleransi dari individu atas penolakan terhadap nilai-nilai moral universal yang disebabkan oleh keraguan ketika individu tersebut membuat penilaian moral (Forsyth, 1980).
- e) Materialisme yang dimaksud dalam penelitian ini mengacu pada pemenuhan materi atas dasar kebutuhan serta keinginan yang kuat akan hal-hal yang bersifat materi, dengan skala yang mencakup tiga komponen yakni kepemilikan mencerminkan kesuksesan, akuisisi/perolehan sebagai

pusat/tujuan utama dalam hidup, akuisisi/perolehan sebagai upaya mengejar kebahagiaan (Richins dan Dawson, 1992). Penelitian ini akan memandang tiga komponen materialisme tersebut sebagai suatu kesatuan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menganalisis pengaruh dari idealisme terhadap pandangan akan peran etika dan tanggung jawab sosial perusahaan.
- 2) Untuk menganalisis pengaruh dari relativisme terhadap pandangan akan peran etika dan tanggung jawab sosial perusahaan.
- 3) Untuk menganalisis pengaruh dari materialisme terhadap pandangan akan peran etika dan tanggung jawab sosial perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya:

a. Manfaat secara teoritis

Menjadi salah satu sumber masukan bagi ilmu pengetahuan mengenai konsep pandangan terhadap peran etika dan tanggung jawab sosial perusahaan (TJSP) serta menjadi salah satu bukti empiris yang dapat dijadikan sebagai sumber inspirasi dan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

b. Manfaat secara praktis

Diharapkan dapat menambah pengetahuan maupun wawasan para manajer dan pihak-pihak lain yang membutuhkan, dalam meningkatkan pemahaman dan pembuatan keputusan terkait pandangan akan peran etika dan tanggung jawab sosial perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Pembahasan penelitian ini disajikan dalam kerangka berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang teori-teori pendukung serta penelitian-penelitian yang berhubungan dengan etika dan tanggung jawab sosial perusahaan, kemudian teori-teori yang berkaitan dengan idealisme, relativisme dan materialisme, lalu hipotesis penelitian dan kerangka pemikiran dalam penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini memuat tentang bentuk penelitian, sumber data, pengumpulan data, metode penelitian yang digunakan untuk menyajikan data, metode yang

digunakan untuk menganalisis data, serta metode yang digunakan untuk menguji instrumen maupun pengujian hipotesis.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan tentang hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menyesuaikannya pada penggunaan alat analisa atau metode penyajian dan pengujian yang telah disebutkan pada bab sebelumnya, serta membahas hasil pembuktian hipotesis.

BAB V: PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan yang ditarik dari pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, kemudian menyajikan implikasi manajerial dan keterbatasan dari penelitian ini, serta saran untuk menjadi bahan pertimbangan penelitian lanjutan.