

# **Tanggung Jawab Sosial dari Organisasi**

Oleh: Andani Khairun Ahya dan Rani Indira Suryani

## **Pendahuluan**

Lingkungan merupakan salah satu aspek penting dalam menentukan keberhasilan suatu organisasi/perusahaan. Organisasi harus melakukan praktik bisnis yang ramah lingkungan, menjaga keseimbangan antara organisasi dan komunitas serta membantu mengatasi masalah yang mengancam kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.

## **Tanggung Jawab Sosial dari Organisasi atau Perusahaan**

Tanggung jawab sosial dari organisasi atau perusahaan, sering disebut juga sebagai CSR (*Corporate Social Responsibility*) membicarakan tentang tanggung jawab serta komitmen yang dimiliki oleh perusahaan. Salah satunya adalah dengan memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya terlepas dari mencari keuntungan yang memang menjadi fokus utama.

Tanggung jawab sosial merupakan tanggung jawab moral untuk meningkatkan kualitas hidup lingkungannya yang terdiri lingkungan hidup, praktik ketenagakerjaan, pengembangan sosial dan kemasyarakatan, dan tanggung jawab produk.

## **Pro Kontra Mengenai Tanggung Jawab Sosial**

Pro dan kontra mengenai tanggung jawab perusahaan ini juga masih memiliki pandangan yang beragam, berikut beberapa argumen dari mereka yang pro dan kontra:

### **1. Pendapat yang Pro**

- Meningkatkan citra dan reputasi perusahaan

Dengan melakukan CSR atau tindakan sosial yang positif, perusahaan dapat membangun citra yang baik dimata konsumen, investor, dan masyarakat secara umum.

- Terlibat dalam isu-isu sosial dan lingkungan

Perusahaan dengan sumber daya dan kekuatan yang mereka miliki dapat digunakan untuk berkontribusi untuk menyelesaikan masalah sosial dan lingkungan masyarakat.

- Meningkatkan hubungan dengan stakeholder

CSR dapat membantu perusahaan membangun hubungan baik dengan banyak pihak, seperti karyawan, pelanggan, pemerintah, dan komunitas lokal. Hal ini dapat menghasilkan kolaborasi yang lebih baik dengan dukungan dari berbagai pihak.

- Keberlanjutan bisnis jangka panjang

Praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan dapat membantu memastikan keberlanjutan panjang dengan mengurangi risiko reputasi, hukum atau lingkungan.

## 2. Pendapat yang kontra

- Biaya tambahan

Untuk melaksanakan program CSR tentu memerlukan biaya tambahan, hal ini tentu memberatkan dan menjadi beban tersendiri bagi perusahaan, terutama bagi perusahaan kecil dan menengah yang masih belum mempunyai pemasukan stabil.

- Alokasi sumber daya

Beberapa berpendapat bahwa perusahaan seharusnya fokus pada tujuan utama mereka, yaitu menciptakan nilai bagi pemegang saham, daripada menyimpang ke aktivitas sosial. Pengalihan sumber daya ke CSR bisa mengganggu fokus inti bisnis.

- *Greenwashing* atau *Philanthropy* palsu

Terkadang, perusahaan dapat melakukan CSR hanya untuk tujuan pemasaran atau untuk "membersihkan" citra mereka tanpa komitmen yang nyata. Hal ini dapat mengaburkan tujuan sebenarnya dari CSR.

- Pengaruh dan motivasi yang salah

Ada perusahaan yang melakukan CSR bukan untuk kesejahteraan sosial dan lingkungan, namun untuk keuntungan mereka sendiri seperti digunakan sebagai alat politik atau untuk mengalihkan perhatian dari masalah inti yang mungkin timbul dari aktivitas bisnis perusahaan.

## **Pandangan Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Terdapat banyak pendapat mengenai konsep CSR, berikut pandangan ahli tentang CSR. Menurut Milton Friedman, CSR adalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan atau owner. Biasanya dalam berupa menghasilkan untung sebanyak mungkin dengan tetap mematuhi aturan yang berlaku. Sedangkan menurut Roundtable, perusahaan sangat bergantung kepada dukungan masyarakat. Oleh sebab itu, perusahaan bertanggung jawab pada masyarakat sebagai salah satu bagiannya.

## **Mengelola Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

### **1. Strategi Reaktif (*Reactive Social Responsibility Strategy*):**

Kegiatan bisnis yang melakukan strategi ini cenderung menolak atau menghindar dari tanggung jawab sosial. Misalnya perusahaan tembakau yang menghindari isu rokok dapat memicu kanker, namun karna peraturan pemerintah mana perusahaan menempelkan himbauan bahaya rokok.

### **2. Strategi defensif (*Defensive Social Responsibility Strategy*):**

Perusahaan yang menggunakan strategi ini melakukan pendekatan secara legal atau melalui jalur hukum untuk menghindar atau menolak tanggung jawab sosial.

### **3. Strategi akomodatif (*Accommodative Social Responsibility Strategy*):**

Perusahaan menjalankan strategi ini karena terdapat tuntutan dari masyarakat dan lingkungan sekitar akan suatu masalah.

### **4. Strategi proaktif (*Proactive Social Responsibility Strategy*):**

Perusahaan menganggap tanggung jawab sosial sebagai bagian dari kewajiban untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan (stakeholders). Dengan memuaskan stakeholders, citra positif perusahaan dapat terbentuk.

## **Manfaat Tanggung Jawab Sosial**

- **Manfaat bagi perusahaan**

Citra positif perusahaan di mata masyarakat dan pemerintah akan meningkat jika aktivitas perusahaan dianggap sebagai kontribusi positif dalam jangka panjang bagi masyarakat. Dengan membantu meningkatkan perekonomian masyarakat,

perusahaan akan dianggap sebagai mitra yang membantu masyarakat mencapai kondisi yang lebih baik di masa depan.

- **Manfaat bagi masyarakat**

Selain memenuhi kebutuhan masyarakat, hubungan antara perusahaan dan masyarakat akan menjadi lebih kuat dalam situasi di mana terjadi situasi untung-untungan. Dalam hal ini, kedua belah pihak dapat saling bekerja sama untuk mendapatkan keuntungan.

- **Manfaat bagi pemerintah**

Bekerjasama dengan pemerintah dalam melaksanakan misi sosial tanggung jawab sosial (CSR) mengubah peran pemerintah dari sekadar wasit yang mengatur aturan main dalam interaksi antara masyarakat dan dunia bisnis, serta memberi sanksi pada pelanggar.

## **Konsep Dasar Etika Manajemen**

Pada dasarnya, etika adalah ilmu yang menyelidiki etika dan tanggung jawab moral terkait etika yang dianggap benar dan salah. Nilai-nilai pribadi seseorang menjadi standar etika yang dipegang. Nilai dan norma pribadi ini penting dalam manajemen karena berperan penting dalam pengambilan keputusan dan penerapan etika manajemen.

Nilai-nilai pribadi terbagi menjadi dua jenis, yaitu nilai terminal dan nilai instrumental. Nilai terminal merupakan tujuan akhir atau hasil yang ingin dicapai seseorang dalam hidupnya. Ini adalah cara pandang dan cara berpikir seseorang yang diwujudkan dalam perilakunya, didorong oleh motif untuk mencapai sesuatu. Sementara nilai instrumental adalah nilai-nilai yang menuntun tindakan dan keputusan seseorang untuk mewujudkan tujuan akhirnya. Nilai instrumental merupakan pandangan dan cara berpikir yang berlaku dalam segala situasi serta diterima, dipertimbangkan, dan dilaksanakan oleh semua pihak.

Tujuan dari konsep dasar etika manajemen adalah untuk membangun sumber daya manusia yang bermoral, jujur, berkualitas, serta memiliki sikap saling menghargai kepada orang lain. Hal ini krusial untuk mencegah persaingan tidak sehat baik di lingkungan organisasi maupun dunia bisnis secara luas. Etika memberikan arah agar manusia memiliki kemandirian, kedamaian batin, kesejahteraan, serta rasa tanggung jawab terhadap diri sendiri dan juga orang lain.

## **Prinsip-Prinsip Etika Manajemen**

Menurut Sonny Keraf (1998), lima prinsip dapat digunakan sebagai dasar untuk menjalankan praktik bisnis:

1. Prinsip Otonomi. Prinsip otonomi menunjukkan sikap yang bebas, mandiri, dan bertanggung jawab. Orang yang mandiri berarti orang yang mampu membuat keputusan sendiri tanpa dipengaruhi oleh tekanan, dorongan, atau ketergantungan pada orang lain, dan kemudian menerapkan keputusannya sesuai dengan apa yang mereka percayai dan mampu.
2. Prinsip kejujuran. Prinsip kejujuran mendorong sikap jujur berdasarkan fakta, keadaan, dan situasi nyata. Dengan kata lain, apa yang telah disampaikan telah dilaksanakan.
3. Prinsip Keadilan. Prinsip keadilan Menanamkan sikap untuk memperlakukan semua pihak secara adil, baik dalam aspek ekonomi, hukum, dan lainnya.
4. Prinsip saling Menguntungkan. Prinsip saling menguntungkan menekankan bahwa dalam berbisnis harus ada prinsip penyelesaian yang menguntungkan, yang berarti bahwa setiap tindakan dan keputusan yang diambil harus dilakukan dengan cara yang akan menguntungkan semua pihak.
5. Prinsip Integritas Moral. Prinsip ini didasarkan pada kesadaran bahwa setiap orang harus dihormati karena martabat dan harkatnya.

## **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Etika Manajemen**

1. Niat atau Orientasi Kerja, yang membentuk perilaku dan pengambilan keputusan individu.
2. Budaya Organisasi/Perusahaan, yang menentukan norma, nilai, dan praktik dalam organisasi.
3. Motivasi Kerja, yang menciptakan pengaruh dalam lingkungan kerja dan keinginan untuk mengambil risiko.
4. Komitmen Tugas, yang mendorong individu untuk menghindari pelanggaran etika.
5. Kepuasan Kerja, yang memengaruhi perilaku etis berdasarkan puas atau tidaknya individu dengan pekerjaan dan lingkungan kerja.
6. Penerapan Disiplin Kerja, dengan standar disiplin dan konsekuensi bagi pelanggaran etika.

7. Pendidikan dan Pelatihan Etika Manajemen, yang membantu karyawan mengidentifikasi isu-isu etika dan membuat keputusan yang etis.

## **Kesimpulan**

Artikel membahas betapa pentingnya tanggung jawab sosial bagi perusahaan, yang sering disebut CSR. Ini mencakup memberikan manfaat positif bagi masyarakat dan lingkungan, bukan hanya fokus pada profit semata. Ada pendapat yang setuju dan tidak setuju terkait hal ini, seperti meningkatkan reputasi perusahaan versus tambahan biaya. CSR bisa membantu perusahaan memperbaiki citra dan hubungan dengan masyarakat. Artikel juga menekankan pentingnya prinsip-prinsip etika dalam manajemen, seperti kejujuran dan keadilan. Ini semua menunjukkan pentingnya perilaku moral dalam dunia bisnis.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Afratul Fadhila Daulay, I. F. N. (2023). *Kerjasama Antar Keluarga, Sekolah dan Masyarakat dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan di SD Negeri 066650 Medan Kota*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.10447105>
- Fatmawatie, D. H. N. (t.t.). *TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN*.
- Hidayat, R., & Rifa'i, M. (2018). *Etika Manajemen Perspektif Islam*. LPPPI. <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/6061>