

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Implementasi Tanggung Jawab Sosial (CSR)**

Sejarah keberadaan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) sebenarnya telah ada sejalan dengan perkembangan aktivitas bisnis (perdagangan) itu sendiri, meskipun pada saat itu tidak terdapat konsep baku mengenai hal tersebut. *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi untuk pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, yang dilakukan dengan cara menjalin kerjasama dengan pihak internal seperti investor, kreditor, pegawai/karyawan hingga keluarganya dan juga pihak eksternal seperti masyarakat setempat. Sehingga CSR bertujuan untuk meningkatkan positif bagi perusahaan maupun pembangunan. Contoh bentuk tanggungjawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. Konsep CSR dengan demikian memiliki arti bahwa selain memiliki tanggung jawab untuk mendatangkan keuntungan bagi para pemegang saham dan untuk menjalankan bisnisnya sesuai ketentuan hukum yang berlaku, suatu perusahaan juga memiliki tanggungjawab moral dan etika. Menurut Totok (2018), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis dan didalam interaksi dengan para pemangku kepentingan secara sukarela yang mengarah pada keberhasilan bisnis yang berkelanjutan. Hal ini berkaitan dengan suatu perencanaan,

kesepakatan, maupun penerapan kewajiban. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial) merupakan program pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang telah direncanakan sebelumnya, manajemen implementasi pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilakukan dengan pola *charity*, *social activity*, dan *community development*.

Menurut Suhartono (2017:16), jenis-jenis *Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial) terbagi menjadi 4 yaitu:

1. CSR Pendidikan

Sebagai salah satu pilar pembangunan bangsa, pendidikan tidak bisa diabaikan oleh perusahaan dalam menerapkan CSR. Maka tidak mengherankan pendidikan adalah bidang yang tidak terlewatkan dalam implementasi CSR setiap perusahaan.

2. CSR Kesehatan

Peningkatan kesehatan suatu penduduk adalah salah satu target perusahaan. Dengan demikian, program-program CSR sudah sebaiknya tidak meninggalkan programnya di bidang kesehatan dan bisa dilakukan dengan cara di sesuaikan dengan kebutuhan dan apa yang semestinya dilakukan di daerah setempat. Contohnya, untuk daerah-daerah tertentu salah satu kendala yang dihadapi adalah masih rendahnya kondisi kesehatan manusia, termasuk fasilitas kesehatan terutama di daerah - daerah terpencil.

3. CSR Lingkungan

Tanggung jawab terhadap perlindungan lingkungan seringkali dianggap berada di ranah publik. Dimasa lalu pemerintah dipandang sebagai aktor utama yang mengadopsi perilaku ramah lingkungan, sementara itu pihak swasta hanya dilihat sebagai timbulnya masalahmasalah lingkungan, namun kini terbalik, kiprah perusahaan dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan secara ekonomi, sosial dan lingkungan global mulai nyata. Pertama semakin terbatasnya sumber daya alam di dunia ini menjadi kendala utama bisnis, dan mengancam keberadaan spesies manusia.

Kedua, keterbatasan SDM ini menyetir arah pasar sehingga perusahaan dihadapkan pada banyak pihak yang peduli lingkungan. Konsep 3P (*profit, people* dan *planet*) adalah gambaran bahwa perusahaan selalu mempunyai dampak langsung terhadap lingkungan (*planet*). Dengan demikian, program-program CSR tidak bisa meninggalkan implementasinya khususnya di bidang lingkungan.

#### 4. CSR Ekonomi

Peningkatan taraf hidup masyarakat dalam bidang ekonomi menjadi perhatian penting bagi setiap pemangku kebijakan CSR. Peningkatan pendapatan ekonomi bisa diterapkan dengan mengembangkan Lembaga Keuangan Mikro, Bantuan Modal kepada pengusaha-pengusaha kecil, dan pemberdayaan masyarakat.

Menurut Zimmerer dalam Mudjiarto dan Aliaras Wahid (2016), ada beberapa bentuk tanggung jawab sosial yaitu:

##### a. Tanggung Jawab terhadap Lingkungan

Perusahaan harus ramah lingkungan, artinya perusahaan harus memperhatikan, melestarikan, dan menjaga lingkungan.

##### b. Tanggung Jawab terhadap Karyawan

Tanggung jawab perusahaan terhadap karyawan dapat dilakukan dengan cara:

1. Dengarkan para karyawan dan hormati pendapat mereka;
2. Minta input kepada karyawan;
3. Memberikan umpan baik yang positif maupun negatif;
4. Ceritakan selalu kepada mereka tentang kepercayaan;
5. Biarkan mereka mengetahui sebenar-benarnya apa yang mereka harapkan;
6. Berilah hadiah kepada karyawan yang bekerja dengan baik;
7. Percayakanlah merek

##### c. Tanggung Jawab terhadap Pelanggan

Tanggung jawab terhadap pelanggan adalah dengan melindungi hak-hak pelanggan. Hak-hak pelanggan ada lima, yaitu:

1. Hak keamanan, barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan harus berkualitas dan memberikan rasa aman demikian juga kemasannya;
2. Hak untuk mengetahui, konsumen berhak untuk mengetahui barang dan jasa yang mereka beli termasuk perusahaan yang menghasilkan barang tersebut;
3. Hak untuk didengar, komunikasi dua arah harus dibentuk, yaitu untuk menyalurkan keluhan produk dan jasa dari konsumen dan untuk menyampaikan berbagai informasi barang dan jasa dari perusahaan;
4. Hak atas pendidikan, pelanggan berhak atas pendidikan. Misalnya, pendidikan tentang bagaimana menggunakan dan memelihara produk;
5. Hak untuk memilih, memberikan kebebasan kepada konsumen dalam memilih produk maupun jasa

d. Tanggung Jawab terhadap Masyarakat

Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap masyarakat sekitarnya. Misalnya, menyediakan pekerjaan dan menciptakan kesehatan dan menyediakan berbagai kontribusi terhadap masyarakat yang ada di lokasi tersebut.

Menurut Ahmad Lamo (2016:102), secara umum ruang lingkup program-program tanggung jawab sosial dapat dibagi berdasarkan kategori sebagai berikut:

1. *Community service*

*Community service* merupakan pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat ataupun kepentingan umum seperti pembangunan fasilitas umum antara lain pembangunan ataupun peningkatan sarana transportasi/jalan, sarana pendidikan, sarana kesehatan, sarana peribadahan, peningkatan/perbaikan sanitasi lingkungan, pengembangan kualitas pendidikan (penyedia guru, operasional sekolah), kesehatan, keagamaan, dan lain sebagainya.

## 2. *Community empowering*

*Community empowering* adalah program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya. Berkaitan dengan program CSR adalah seperti pengembangan atau penguatan kelompok-kelompok swadaya masyarakat, komunitas lokal, organisasi profesi serta peningkatan kapasitas usaha masyarakat yang berbasis sumber daya setempat.

## 3. *Community relation*

*Community relation* yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Seperti konsultan publik, penyuluhan dan sebagainya.

Menurut *Brosdshaw dan Vogel* dalam Azheri Busyra (2018:32), dalam kajian ruang lingkup CSR ada tiga dimensi yang harus diperhatikan, yaitu :

1. *Corporate philanthropy* adalah usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan, dimana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha amal dimaksud berupa pembentukan suatu badan tertentu, seperti yayasan mengelola usaha amal tersebut.
2. *Corporate responsibility* adalah usaha sebagai wujud tanggung jawab sosial ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan.
3. *Corporate policy* adalah kaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang berkaitan dengan posisi tawar suatu perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang mempengaruhi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan.

Pada prinsipnya CSR merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan para stakeholders dalam arti luas daripada sekedar kepentingan perusahaan balaka. Meskipun secara moral adalah baik bagi perusahaan

mengejar keuntungan, bukan berarti perusahaan dibenarkan mencapai keuntungan tersebut dengan mengorbankan kepentingan-kepentingan pihak lain yang terkait. Oleh karena itu setiap perusahaan harus bertanggung jawab atas tindakan dan kegiatan dari usahanya yang mempunyai dampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap *stakeholders*-nya dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitas usahanya.

Sehingga secara positif, hal ini bermakna bahwa setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sedemikian rupa, pada akhirnya mampu meningkatkan kesejahteraan para stakeholder-nya dengan memerhatikan kualitas lingkungan kearah yang lebih baik. *Global Compact Initiative* menegaskan kembali tentang *Triple P* sebagai tiga pilar CSR dengan menyatakan bahwa tujuan bisnis adalah untuk mencari laba (*Profit*), mensejahterakan orang (*People*), dan menjamin keberlanjutan Kehidupan (*Planet*). Ketiga aspek itu diwujudkan.

## **2.2 Tujuan dan Model Program Tanggung Jawab Sosial (CSR)**

Tujuan CSR adalah untuk pemberdayaan masyarakat, bukan memperdayai masyarakat. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri, jika berbicara tentang CSR terdapat banyak definisi. kata sosial sering di interpretasikan sebagai kedermawanan. Padahal CSR terkait dengan *Sustainability* dan *Acceptability*, artinya diterima dan berkelanjutan untuk berusaha di suatu tempat dan perusahaan ingin mempunyai keberlanjutan dalam jangka panjang. CSR merupakan elemen prinsip dalam tata laksana kemasyarakatan yang baik. Bukan hanya bertujuan memberi nilai tambah bagi para pemegang saham. Pada intinya, pelaku CSR sebaiknya tidak memisahkan aktifitas CSR dengan *Good Corporate Governance*, karena keduanya merupakan satu continuum (rangkaian kesatuan) maka CSR tidak hanya mencakup apa yang seharusnya dilakukan, tapi juga melihat apa yang sebaiknya dijalankan.

Menurut Hadi dalam Angga dan Ai (2018:33), terdapat beberapa faktor dan manfaat sebuah perusahaan melaksanakan CSR yaitu:

1. Motif sosial sebagai aktualisasi tanggung jawab terhadap kesejahteraan masyarakat, membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat
2. Menjalin hubungan baik dan harmonis dengan masyarakat
3. Merupakan implementasi filosofi perusahaan
4. Tanggung jawab kepada pemegang saham
5. Membangun image positif perusahaan
6. Merupakan komitmen dan cita-cita perusahaan
7. Mendukung investasi jangka panjang.

Perusahaan melaksanakan tanggungjawab sosial tentu memiliki tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Memberikan kontribusi untuk kemajuan ekonomi, sosial dan lingkungan berdasarkan pandangan untuk mencapai suatu pembangunan yang berkelanjutan.
2. Mendorong pembangunan kapasitas lokal melalui kerjasama yang erat dengan komunitas lokal, termasuk kepentingan bisnis. Selain mengembangkan perusahaan di pasar dalam dan luar negeri.
3. Mendorong dan mengimplementasikan *Good Corporate Government* (GCG) serta mempraktikkan tata kelola perusahaan yang sehat.

Menurut Saidi dan Abidin (dalam Machmud 2014), menjelaskan ada empat model atau pola *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang umumnya dilakukan di Indonesia yaitu:

1. Keterlibatan langsung

Dalam model ini perusahaan/instansi menjabarkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara langsung, misalnya perusahaan dalam melaksanakan program sosial baik dilakukan langsung oleh perusahaan/instansi tanpa melibatkan pihak ketiga. Biasanya yang menjalankan tugas ini adalah pejabat yang berada dalam bidang *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti *corporate secretary*, dan *public affair manager*.

## 2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan

Perusahaan mendirikan yayasan sendiri dibawah naungan perusahaan atau grupnya, model ini merupakan adopsi dari model yang diterapkan diperusahaan-perusahaan negara maju. Dalam hal ini perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana pribadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan. Contoh yayasan yang didirikan perusahaan sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah Yayasan Dharma Bhakti Astra dan Yayasan Sahabat Aqua.

## 3. Bermitra dengan pihak lain

Perusahaan menyelenggarakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui kemitraan atau kerjasama dengan lembaga lain, misalnya lembaga sosial/organisasi non pemerintah, instansi pemerintah dan universitas. Kerjasama tersebut termasuk dalam mengelola dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) maupun melaksanakan kegiatan sosialnya.

## 4. Mendukung atau tergabung dalam suatu konsorium

Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota, atau mendukung lembaga sosial yang didirikan dengan tujuan tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih memusatkan perhatian pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat hibah pembangunan. Pihak konsorium atau lembaga semacam itu dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukung secara aktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

### 2.3 Indikator Tanggung Jawab Sosial (CSR)

Menurut GRI (dalam Nanda, 2016), *Corporate Social Responsibility* (CSR) diungkapkan berdasarkan enam kategori dengan indikator ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, Hak Asasi Manusia (HAM), sosial masyarakat dan tanggung jawab produk. Adapun penjelasan keenam indikator tersebut sebagai berikut:



### 1. Ekonomi

Elemen ekonomi dari CSR adalah sarana perusahaan berurusan dengan masalah yang mungkin timbul dalam interaksinya dengan pelanggan, pemasok dan pemegang saham dipasar. Menyangkut dampak yang dihasilkan perusahaan pada kondisi ekonomi dari *stakeholder* dan pada sistem ekonomi tingkat lokal, nasional dan global

### 2. Lingkungan

Indikator lingkungan adalah kewajiban perusahaan terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasi dan produk perusahaan, menghilangkan emisi dan limbah, mencapai efisiensi maksimum dan produktivitas tergantung pada sumber daya yang tersedia, penurunan praktik yang dapat berdampak negative terhadap negara dan ketersediaan sumber daya generasi berikutnya.

### 3. Tenaga kerja

Tenaga kerja adalah sumber daya manusia yang terdapat di dalam perusahaan, yang akan melakukan segala aktivitas perusahaan sehingga menghasilkan barang dan jasa. Tenaga kerja dan perusahaan sangat berhubungan erat, perusahaan tidak akan berjalan baik apabila memiliki tenaga kerja yang kinerjanya kurang baik. Selain mementingkan tanggung jawab sosial terhadap pihak eksternal, pihak internal juga perlu diperhatikan termasuk tenaga kerja. Misalnya, memberikan gaji yang sesuai dengan standar yang berlaku, memberikan tunjangan dan asuransi, memberikan kenaikan gaji, dan diberikan pelatihan sesuai dengan bidangnya. Program CSR yang dilakukan oleh perusahaan terhadap tenaga kerja khususnya tenaga kerja pada divisi penjualan mempunyai tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan serta memberikan motivasi untuk lebih optimal dalam bekerja.

#### 4. Hak Asasi Manusia (HAM)

Hak Asasi Manusia (HAM) adalah hak-hak dasar pekerja dan menjamin kesamaan kesempatan serta perlakuan tanpa diskriminasi atas apapun untuk mewujudkan kesejahteraan pekerja dan keluarganya dengan tetap memperhatikan perkembangan kemajuan dunia usaha dan kepentingan pengusaha. Dalam UU No 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan telah mengatur perlindungan terhadap hak-hak pekerja antara lain:

1. Hak atas upah yang layak.
2. Hak perlindungan atas keselamatan dan kesehatan kerja, termasuk hak istirahat dan cuti.
3. Hak atas PHK.
4. Hak untuk mogok kerja dan sebagainya.

Perusahaan dengan tingkat pelanggaran HAM yang sedikit akan jauh lebih baik kondisi kerjanya jika dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki tingkat pelanggaran yang besar. Perusahaan harus berjalan sesuai dengan aturan dan norma-norma yang berlaku.

#### 5. Sosial masyarakat

Sosial masyarakat adalah pengembangan manusia yang bertujuan untuk mengembangkan potensi dan kemampuan manusia yang bertujuan untuk mengontrol lingkungannya. Pengembangan masyarakat merupakan usaha membantu manusia mengubah sikapnya terhadap masyarakat, membantu menumbuhkan kemampuan untuk berorganisasi, berkomunikasi dan menguasai lingkungan fisik. Manusia didorong untuk mampu membuat keputusan, mengambil inisiatif dan mampu berdiri sendiri. Dengan adanya CSR perusahaan diwajibkan untuk memperhatikan lingkungan sekitar, salah satunya dalam pengembangan masyarakat. Kegiatan yang dapat diadakan dalam pengembangan masyarakat ini seperti, mensponsori atau ikut berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat, dan diadakannya pelatihan yang mampu

mengasah kemampuan masyarakat agar berguna dalam kehidupan sehari-hari.

#### 6. Tanggung jawab produk

Tanggung jawab produk adalah kewajiban perusahaan terhadap produk yang dihasilkan karena produk merupakan cerminan dan output dari perusahaan, perhatian terhadap produk dapat dilakukan perusahaan dengan menjaga keamanan serta kualitas produk itu sendiri. Karena kepuasan konsumen harus sangat diperhatikan. Apabila produk sudah sesuai dengan selera yang konsumen inginkan maka konsumen akan selalu setia menggunakan produk tersebut.

### 2.4 Ekonomi Kesejahteraan

Ekonomi kesejahteraan merupakan suatu cabang ekonomi yang menggunakan teknik mikro ekonomi untuk mengevaluasi kesejahteraan pada tingkat agregat (seluruh ekonomi). Bidang bahasan dari ekonomi kesejahteraan berkaitan dengan bagaimana suatu kegiatan perekonomian dapat berjalan secara optimal. Ekonomi kesejahteraan memikirkan prinsip keadilan bagi seluruh lapisan masyarakat, sehingga kegiatan ekonomi memberikan dampak positif terhadap para pelaku ekonomi sehingga ekonomi kesejahteraan merupakan suatu pembahasan yang tidak terlepas dari konteks ilmu sosial.

Kehidupan masyarakat dalam suatu negara/wilayah tentu berbeda hal itu dapat dilihat dari berbagai faktor diluar faktor ekonomi khususnya pendapatan yang merupakan suatu hal yang sangat berpengaruh dalam mengukur tingkat kesejahteraan, akan tetapi faktor non ekonomi seperti pengaruh adat istiadat dalam kehidupan masyarakat, keadaan iklim dan alam sekitar,serta ada tidaknya kebebasan bertindak dan mengeluarkan pendapat merupakan beberapa faktor yang akan menimbulkan perbedaan dalam tingkat kesejahteraan di suatu wilayah. Sebagai contoh masyarakat yang masih terikat pada kebiasaan adat istiadat yang tradisional, misalnya masyarakat daerah Bali terpaksa mengerjakan berbagai kegiatan yang

bersifat lebih memenuhi kebutuhan sosialnya dan mengurangi daya yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan ekonominya. dalam masyarakat seperti ini, adalah kurang tepat untuk menilai tingkat kesejahteraan masyarakat berdasarkan kepada nilai dari hasil kegiatan ekonomi.

Dalam bentuk yang spesifik nilai pendapatan sebagai suatu indeks untuk menunjukkan perbandingan tingkat kesejahteraan dan jurang tingkat kesejahteraan dikritik karena perbandingan dengan cara tersebut telah mengabaikan adanya perbedaan dalam berbagai hal seperti berikut:

1. Komposisi umur penduduk
2. Distribusi pendapatan masyarakat
3. Pola pengeluaran masyarakat
4. Komposisi pendapatan Nasional.
5. Perbedaan masa lapang
6. Keadaan pengangguran.

Pelaksanaan peningkatan kesejahteraan masyarakat perlu disusun berdasarkan perencanaan, dimana didasarkan pada fakta bukan karena didorong oleh perasaan serta keinginan saja, akan tetapi kesejahteraan masyarakat meliputi kegiatan menginventarisi sumber daya yang telah tersedia dan dapat disediakan.

## **2.5 Perekonomian Masyarakat**

Menurt KBBI, perekonomian yang mempunyai kata dasar ekonomi berasal dari kata *oikos* dan *nomos*. *Oikos* adalah rumah tangga dan *nomos* berarti mengatur. Dari dasar kata ekonomi tersebut lalu mendapatkan imbuhan per- dan -an sehingga menjadi kata perekonomian yang memiliki pengertian tindakan, aturan atau cara tentang mengelola ekonomi rumah tangga dan tujuannya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Ilmu ekonomi pada dasarnya adalah studi tentang bagaimana masyarakat mengelola sumber-sumber daya yang selalu terbatas atau langka. Menurut Abraham Maslow (dalam Syamsyiah, 2020), ekonomi adalah suatu bidang keilmuan yang dapat menyelesaikan permasalahan kehidupan manusia lewat sumber

ekonomi yang tersedia berdasarkan pada teori dan prinsip pada suatu sistem ekonomi yang memang dinggap efisien dan efektif.

Adapun ekonomi masyarakat adalah sistem ekonomi yang berbasis pada kekuatan ekonomi masyarakat. Dimana ekonomi masyarakat sendiri adalah sebagian kegiatan ekonomi atau usaha yang dilakukan masyarakat kebanyakan yang dengan cara swadaya mengelola sumber daya ekonomi apa saja yang dapat diusahakan, yang selanjutnya disebut sebagai usaha kecil dan menengah (UKM) terutama meliputi sektor pertanian, perkebunan, peternakan, kerajinan, makanan dan sebagainya. Tujuan dari perekonomian adalah untuk mensejahterakan dan memenuhi kebutuhan hidup masyarakat, serta mencapai kemudahan dan kepuasan. Dengan terpenuhinya kebutuhan masyarakat maka akan tercipta kesejahteraan kelangsungan hidup yang produktif.

Dalam ekonomi terdapat satu unsur yaitu kekayaan yang menjadi ukuran di dalam studi tentang ekonomi tersebut dimana unsur kekayaan dan sumber-sumbernya merupakan kunci sukses di dalam pemenuhan tingkatan kebutuhan manusia. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa manusia selain mempunyai kebutuhan (*needs*) juga mempunyai keinginan (*wants*), yang mana peneliti membedakannya sebagai berikut bahwa konsep kebutuhan adalah segala sesuatu yang harus terpenuhi di dalam kehidupan manusia yang bersifat lahiriah seperti makan, minum, sandang pangan, namun berbeda dengan konsep keinginan yaitu sesuatu yang tidak harus dipenuhi namun menjadi harapan untuk dimiliki dalam kehidupan seseorang.

Dari semua uraian tentang ekonomi di atas dapat dilihat bahwa ekonomi adalah studi tentang individu dan masyarakat yang mengkaji tentang pemenuhan kebutuhan individu dan masyarakat yang terdiri dari berbagai hierarkis kebutuhan dan keinginan masyarakat, dimana dari konsep di atas menghasikan beberapa unsur untuk mendukung konsep tersebut namun kesemuanya itu apabila ditelaah tetap mengacu kepada satu konsep yaitu kemampuan akses terhadap pemenuhan terhadap pemenuhan tingkatan-tingkatan kebutuhan dan keinginan manusia yang bermuara

kepada kemakmuran seseorang, kemampuan akses tersebut diwujudkan melalui pendapatan seseorang dan kekayaannya yang bertujuan untuk pemenuhan berbagai tingkatan kebutuhan dan keinginannya tersebut. Aspek- aspek yang mendukung kearah pemenuhan kebutuhan tersebut tergolong dalam unsur indikator penentuan tingkatan ekonomi seseorang di dalam masyarakat.

Menurut teori *Schumpeter* menekankan tentang pentingnya peranan pengusaha didalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi. Artinya para pengusaha merupakan golongan yang akan terus menerus membuat pembaharuan atau inovasi dalam kegiatan ekonomi. Teori pertumbuhan Neo Klasik melihat dari sudut pandang yang berbeda, yaitu dari segi penawaran. Menurut teori ini yang dikembangkan oleh *Abramovitas dan solow*, pertumbuhan ekonomi tergantung kepada perkembangan faktor-faktor produksi. Teori pertumbuhan ekonomi modern meliputi teori pertumbuhan Rostow dan Kunznet. Menurut *Rostow* pembangunan ekonomi adalah suatu transformasi dari suatu masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern melalui lima tahapan, yaitu tahap masyarakat tradisional, tahap prasyarat tinggal landas, tahap tinggal landas, tahap menuju kedewasaan, dan masyarakat berkonsumsi tinggi.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Faktor produksi dianggap sebagai kekuatan utama yang mempengaruhi pertumbuhan, naik turunnya laju pertumbuhan ekonomi merupakan konsekuensi dari perubahan yang terjadi didalam faktor produksi tersebut. Beberapa faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dapat berupa faktor ekonomi maupun faktor non ekonomi. Faktor ekonomi yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi diantaranya adalah sumber alam, akumulasi modal, organisasi, kemajuan teknologi, pembagian kerja dan skala produksi. Sedangkan faktor non ekonomi yang ikut mempengaruhi pertumbuhan ekonomi diantaranya faktor sosial, faktor kualitas sumber daya manusia, faktor politik dan administratif.

Dalam interaksi sosial, individu bereaksi membentuk pola sikap tertentu terhadap berbagai objek psikologis yang dihadapinya. Diantara berbagai faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap adalah:

- a. Pengalaman pribadi
- b. Kebudayaan
- c. Orang lain yang dianggap penting
- d. Media massa
- e. Institusi atau lembaga pendidikan dan lembaga agama
- f. Faktor emosi dalam individu.

Karakter masyarakat merupakan kelompok kehidupan yang sangat kompleks dengan berbagai kemungkinan yang mempengaruhinya, sehingga wajar ketika karakter masyarakat terbentuk karena terjadi singgungan dalam kehidupan masyarakat. Murtadha Mutahhari menerangkan bahwa masalah dinamika sejarah dan faktor-faktor penggerak yang menyebabkan gerak maju masyarakat biasanya dirumuskan dalam suatu cara yang terungkap sebagai pemikiran tertentu.

Lebih lanjut dia paparkan bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat menurut Murtadha (2018:55), khususnya faktor yang menentukan kemajuan masyarakat merupakan bagian-bagian tertentu antara lain:

- a. Ras-ras atau keturunan tertentu
- b. Lingkungan
- c. Genius atau memiliki
- d. Kemampuan istimewa
- e. Ekonomi
- f. Takdir
- g. Pendidikan

Ekonomi berperan sebagai upaya dalam membebaskan manusia dari cenggraman kemiskinan dengan tingkat perekonomian yang stabil atau bahkan tinggi, seorang akan dapat hidup sejahtera dan tenang, sehingga orang yang jiwanya tenang akan berpeluang secara baik supaya meraih kehidupan yang lebih baik pula. Menurut Anita (2020), terdapat faktor-

faktor yang mempengaruhi peningkatan perekonomian, yaitu sebagai berikut:

1. Bekerja

Bekerja merupakan usaha yang dilakukan untuk memperoleh atau menghasilkan barang atau jasa guna memuaskan kebutuhan masyarakat

2. Pendapatan

Pendapatan berdasarkan kamus ekonomi adalah uang yang diterima oleh seseorang dalam bentuk gaji, upah sewa, bunga, laba, dan lain sebagainya.

3. Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan atau dikatakan manajemen keuangan dilakukan oleh setiap individu agar terciptanya tujuan dalam rumah tangga sehingga mengakibatkan kesejahteraan pada keluarga tersebut apabila dalam pengelolaannya berjalan dengan baik.

## **2.6 Indikator Perekonomian Masyarakat**

Perekonomian merupakan suatu perbaikan kondisi dari perekonomian yang lemah menjadi perekonomian yang baik atau mengalami kemajuan dari sebelumnya (Nawawi, 2019). Menurut Arifin (2016), perekonomian masyarakat adalah sekumpulan kelompok manusia yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma-norma, adat istiadat yang dialami dalam lingkungannya. Maksud dari peningkatan perekonomian yaitu perbaikan jenjang perekonomian melalui usaha mandiri yang produktif dengan memperhatikan manajemen dalam usahanya. Adapun indikator perekonomian masyarakat.

## **2.7 Penelitian Terdahulu**

Dimana penelitian saat ini mengangkat judul “Implementasi Tanggung Jawab Sosial PT. Bank Mandiri Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat” dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu:



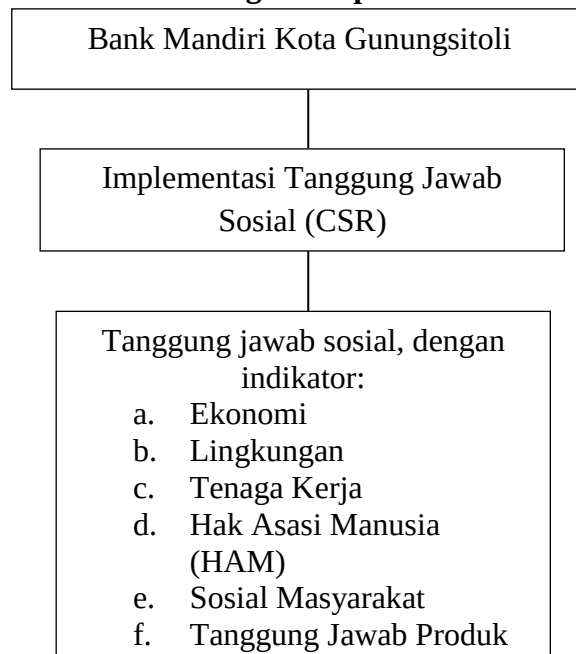
1. Lukus Defri Andrista Ardhi (2016), dengan judul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Rahayu (Studi pada PT. Pertamina *Petrochina East Java* di Desa Rahayu Kecamatan Soko Kabupaten Tuban”  
Desa Rahayu merupakan tempat Joint Operating Body PT. Pertamina *Petrochina East Java* (JOB-PPEJ) melakukan pengolahan minyak mentah. Sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk mengimplementasikan program CSR sebagai bentuk tanggung jawab sosial khususnya di Desa Rahayu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Rahayu. Oleh sebab itu, sangat diperlukan adanya manajemen yang lebih baik dalam pelaksanaan CSR serta hubungan yang lebih baik antara semua actor yang terlibat dalam implementasi CSR di JOB-PPEJ agar CSR yang dilaksanakan dapat berhasil dan tepat sasaran serta terciptanya masyarakat yang mandiri dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
2. Febrina Permata Putri (2012), dengan judul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam mempertahankan citra” dengan studi kasus pada PT. Angkasa Pura 1 Yogyakarta pada program mitra dan kebinaan lingkungan. Dalam skripsi ini menjelaskan tentang implementasi CSR dan kaitannya dengan citra perusahaan.
3. Edo Pramana Putra (2016), dengan judul “dampak program bantuan sosial terhadap pertumbuhan ekonomi dan kemiskinan Kabupaten tertinggal di Indonesia”. Hasil penelitian ini dengan analisis regresi model data panel pertumbuhan ekonomi diketahui bahwa variabel bantuan kelembagaan sosial dan budaya, bantuan infrastruktur, dan bantuan ekonomi dan dunia usaha signifikan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di daerah tertinggal.

## 2.8 Kerangka Berpikir

Dengan menerapkan tanggung jawab sosial, bank dapat memperoleh keuntungan dalam jangka panjang. Dalam jangka panjang, program-program CSR dapat membantu bank dalam memperoleh citra yang baik di mata masyarakat, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut. Hal ini dapat memperkuat posisi bank di pasar, sehingga dapat meningkatkan keuntungan dan pertumbuhan bank. Dalam konteks ekonomi global yang semakin dinamis, implementasi CSR oleh bank dapat menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis dan mempertahankan eksistensi bank di pasar. Oleh karena itu, penting bagi bank untuk terus meningkatkan implementasi tanggung jawab sosial dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat dengan indikator ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, Hak Asasi Manusia (HAM), sosial masyarakat dan tanggung jawab produk. Adapun alur kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

**Kerangka Berpikir**



*Sumber : Peneliti, 2023*