

POLA BARU BISNIS MASA DEPAN

Oleh: F. Supriyono*

Abstract:

The paper will discuss social responsibility that is related to business. The term 'social responsibility' refers to the responsibility of managers or organisations in carrying out their socially approved missions, to be responsive to, to be congruent with and to interact and live with the forces and elements of their social environment. Social responsibility was still perceived as the burden for almost all of the business society in Indonesia. This perception was then followed by business malpractices that created disadvantages for the society as a whole. Recently, as people were not passive anymore, the business society can no longer do what they want to do without social considerations. Business is not merely a matter of economics. The existence of businesses should provide the society with welfare. This new paradigm is a new challenge for Indonesian businesses today and in the future.

Gelombang reformasi yang selama ini melanda negara kita, seolah telah membuka cakrawala baru dalam seluruh aspek kehidupan bermasyarakat. Masyarakat yang semula cenderung bersifat pasif dan menerima keadaan seperti apa adanya, tiba-tiba berubah menjadi agresif terlebih-lebih jikalau merasakan bahwa hak-haknya telah dirampas pihak lain. Kesadaran akan hak-hak yang dimiliki menjadi akin besar, dan bahkan tidak jarang melebihi kesadaran akan kewajibannya.

Munculnya kesadaran yang tinggi atas hak-hak yang dimiliki oleh masyarakat, merupakan hal yang sangat positif. Hal ini karena masyarakat akan menjadi sangat responsif terhadap berbagai pihak yang akan dan dapat merugikan kepentingan masyarakat. Ambil contoh yang sederhana, kalau dulu masyarakat akan berdiam diri meskipun lingkungan hidupnya dicemari oleh limbah perusahaan yang dibuang secara tidak bertanggungjawab. Tidak demikian halnya dengan keadaan sekarang, masyarakat akan berteriak memprotes keras keadaan tersebut.

Uraian selanjutnya akan difokuskan pada pola baru dunia usaha pasca reformasi, khususnya menyangkut pemikiran akan pentingnya peran dan tanggung jawab sosial (*social responsibility*) dunia usaha dalam menanggapi adanya perubahan sosial yang terjadi didalam masyarakat sebagai dampak positif dari gerakan reformasi.

Meskipun dunia bisnis pada saat ini sedang mengalami kondisi keterpurukan yang dahsyat, namun pada suatu ketika nanti, cepat atau lambat, pasti akan segera pulih seperti sediakala dan bahkan akan berkembang lebih pesat dibandingkan dengan masa-masa sebelumnya. Keyakinan ini didasarkan oleh anggapan bahwa semua praktek bisnis yang kotor dan merugikan masyarakat (*seharusnya*) akan hilang dengansendirinya seiring dengan semakin tingginya tingkat kesadaran masyarakat serta keengganan (*baca: ketakutan*) pihak birokrat untuk mengulangi praktik kolusi dengan pihak pelaku bisnis. Keadaan demikian selanjutnya akan mendorong terjadinya mekanisme pasar yang pada gilirannya akan diikuti dengan perkembangan kegiatan usaha lebih lanjut.

* Dosen tetap jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Seiring dengan perkembangan yang pesat di sektor bisnis, yang sekaligus diiringi dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat mengenai hak-haknya, maka pelaksanaan kegiatan usaha tidak dapat lagi hanya semata-mata berorientasi pada perolehan *profit* atau keuntungan sebesar-besarnya, melainkan sudah harus menengok pada aspek sosial kemasyarakatan. Hal tersebut tidak dapat dihindarkan mengingat kontrol masyarakat terhadap dunia usaha akan semakin besar. Untuk itu, tiada lain dunia usaha harus meletakkan aspek tanggung jawab sosialnya pada masyarakat luas jika masih menginginkan usahanya tetap bertahan hidup dan berkembang.

Perwujudan tanggung jawab sosial dunia bisnis terhadap masyarakat, bukan semata-mata hanya sekedar merasa telah mematuhi aturan-aturan ataupun perundang-undangan yang berlaku, melainkan hendaknya dilandasi oleh *etikad* baik para pengusaha untuk ikut serta mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Inilah barang kali yang masih sangat memprihatinkan kita, sebab masih terdapatnya anggapan para manajer bahwa '*business is mainly an economic matter*', sehingga tanggung jawab sosial seringkali masih dipandang sebagai *biaya* yang oleh karena itu harus ditekan seminimum mungkin.

Kesadaran masyarakat mengenai hak-haknya, seperti hak memperoleh produk/jasa yang memuaskan, hak memperoleh perlakuan yang manusiawi, maupun hak untuk memperoleh penghasilan yang layak, semakin tinggi intensitasnya didalam masyarakat pada saat ini, sehingga jikalau tidak mendapat respons yang memadai dari pihak dunia usaha, justru akan menimbulkan permasalahan yang serius. Untuk itu, dunia usaha hendaknya bersikap *proaktif* untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan terjadi yang dampaknya justru akan sangat merugikan dunia usaha sendiri.

Telah begitu banyak kasus-kasus yang merugikan hak masyarakat yang dilakukan oleh dunia bisnis kita, mulai dari bentuk-bentuk *penipuan* seperti misalnya produk yang berkualitas buruk dijual dengan harga tinggi, produk yang berbahaya (*mengandung Dioxin*), produk-produk yang sudah kadaluwarsa yang tetap saja dipasarkan, bentuk-bentuk pemaksaan hak masyarakat seperti kasus-kasus penguasaan lahan warga oleh beberapa bisnis pengembang perumahan, hingga bentuk-bentuk yang sangat merugikan masyarakat seperti pembuangan limbah beracun.

Ilustrasi di atas menggambarkan betapa '*rusak*'nya, serta betapa kejamnya, dunia bisnis di Indonesia terhadap masyarakat. Namun anehnya, hal tersebut tetap saja masih berlangsung dengan tenang lantaran karena masih adanya '*orang kuat*' yang berdiri di belakangnya, yaitu aparat atau birokrat yang *notabene* sekarang ikut-ikutan meneriakkan reformasi.

Sikap proaktif dari kalangan dunia usaha dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat, dapat direalisasikan melalui perhatian terhadap beberapa bidang pokok, yaitu : (1) *perhatian terhadap kepentingan konsumen*; (2) *perhatian terhadap kepentingan karyawan*; (3) *perhatian terhadap kepentingan kelestarian lingkungan hidup*; dan (4) *perhatian terhadap kepentingan masyarakat pada umumnya*.

Kepentingan konsumen yang terutama adalah mendapatkan produk/jasa yang dibutuhkan dengan harga yang terjangkau. Kecuali itu, konsumen juga mengharapkan bahwa produk/jasa yang dikonsumsi hendaknya memenuhi syarat keamanan (*safe*); serta syarat manfaat (*benefit*) bila dipergunakan. Oleh karena itu, produsen, yang dalam hal ini dunia usaha, harus dapat menjamin bahwa produk/jasa yang ditawarkan dan/dijual kepada masyarakat benar-benar sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat.

Perhatian terhadap karyawan, dapat berupa pemberian imbaljasa (*gaji/upah; tunjangan; insentif*) yang layak, yang bukan hanya dikarenakan adanya peraturan pemerintah yang mengatur tingkat upah minimum regional, serta penyediaan lingkungan kerja yang aman dan sehat sehingga memungkinkan mereka bekerja dengan tenang.

Keadaan dilapangan sungguh masih sangat memprihatinkan, karena eksistensi pekerja masih dipandang sebagai faktor produksi dan bukan sebagai 'partner' dalam produksi, sehingga martabat pekerja sebagai manusia masih kurang dihargai. Begitu pula masih rendahnya perhatian dunia bisnis terhadap keberadaan angkatan kerja yang mengalami *handicap* fisik.

Tidak kalah pentingnya adalah perhatian terhadap lingkungan fisik dan kelestarian alam. Pembuangan limbah, baik limbah padat, gas maupun cair, jelas sangat mengganggu kelestarian lingkungan. Maka jikalau hal tersebut tidak di cegah secara dini, kota Bandung yang konon dahulu sangat indah dengan sebutan "*Paris van Java*" akan berubah menjadi kota yang tidak nyaman bagi mahluk yang hidup di situ. Untuk itu, mau tidak mau, dunia usaha yang masih ingin melakukan kegiatan usahanya di wilayah kota Bandung dan sekitarnya, harus mengusahakan sekuat tenaga peralatan teknologi yang ramah terhadap lingkungan, meski diakui untuk itu akan menelan investasi yang cukup besar.

Perhatian terhadap masyarakat, dapat dilakukan dengan memberikan perhatian pada bidang pendidikan, seni, kesehatan masyarakat maupun berbagai program pengembangan masyarakat (*community development*). Sampai saat ini masih terkesan bahwa hubungan antara dunia usaha dan bidang-bidang seperti tersebut diatas masih sangat lemah, dan bahkan untuk sementara orang, tidak mampu memandang adanya kaitan antara keduanya.

Akhirnya, jika diperhatikan uraian di atas, nampak bahwa sesungguhnya sektor dunia usaha di masa depan, dituntut berbuat lebih banyak daripada apa yang telah dilakukan selama ini. Tuntutan tersebut tidaklah mengada-ada, melainkan merupakan suatu konsekuensi yang logis dari adanya perubahan sosial yang terjadi didalam masyarakat. Dengan begitu, dunia usaha yang *tidak mau atau pun tidak mampu* memenuhi tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat, pada akhirnya nanti akan ditinggalkan oleh masyarakat sendiri. Untuk itu, tidak ada pilihan lain bagi dunia usaha di masa depan untuk memperhatikan aspek sosial masyarakat yang selama ini masih kurang mendapat perhatian yang memadai. ***

Daftar Pustaka

- Koontz, H. dan Weihrich, H., 1993. *Management: a Global Perspective*, 10th ed., McGraw-Hill.
- Certo, S.C. dan Peter, J.P., 1997. *Strategic Management: Concepts and Applications*, 2nd edition, McGraw-Hill.
- Robbins, S.P., 1996. *Management*, 4th ed., Prentice Hall International.