

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia bisa jadi adalah nama lain dari surga dunia jika dilihat dari melimpahnya kekayaan alam dan kesuburan buminya. Negeri katulistiwa ini tercatat sebagai pemilik hutan alam khas tropika terluas ketiga setelah Brasil dan Zaire. Sepuluh persen hutan tropika dunia berada di sepanjang garis katulistiwa Indonesia. Hutan tipe ini sangat kaya sumber-sumber biologik, dan juga lebih dari 250 bahasa lokal dan kelompok etnik yang menghuni kawasan yang penting bagi kesehatan dan kenyamanan bumi. Simon menyatakan bahwa perusahaan dan masyarakat yang bermukim di sekitarnya merupakan dua komponen yang saling mempengaruhi. Aktifitas perusahaan tidak dapat dipungkiri memiliki dampak terhadap masyarakat sekitarnya. Dampak tersebut dapat berupa dampak positif antara lain penciptaan lapangan pekerjaan dan peningkatan ekonomi, sedangkan dampak negatif antara lain penurunan kualitas lingkungan dan kesehatan masyarakat.¹

Kegiatan usaha pertambangan adalah suatu kegiatan besar yang berada ditengah masyarakat, dimana tentunya kegiatan ini akan berinteraksi dengan masyarakat setempat dimana lokasi pertambangan itu berada. Keterlibatan masyarakat sangat penting oleh karena banyak aspek yang perlu dipertimbangkan dalam kegiatan pertambangan, mulai dari pemerataan ekonomi hingga mempertimbangan kelestarian lingkungan serta dampak yang mungkin akan dirasakan oleh masyarakat.

Manusia pada dasarnya merupakan makhluk individu. Dalam melihat suatu masalah setiap manusia memiliki pandangan yang berbeda sesuai dengan tingkat pengetahuan dan pemahamannya. Hal ini juga menyebabkan persepsi setiap individu memiliki perbedaan, tidak terkecuali persepsi masyarakat desa. Persepsi secara etimologi diartikan sebagai daya

¹ Facruddin Fahmy Siregar. Persepsi Masyarakat Terhadap Pembukaan Pertambangan Emas Di Hutan Batang Toru. Departemen Kehutanan. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara.,2009. Hal. 1-2.

untuk mengamati, yang menghasilkan tanggapan, kesan atau penglihatan. Sumarto mengartikan persepsi sebagai bayangan yang menjadi kesan yang dihasilkan dari pengamatan. Definisi ini menekankan bahwa persepsi merupakan hasil yang ditangkap dari mengamati suatu objek. Hal ini berarti dalam membentuk persepsi harus jelas yang dituju.

Soerjono Soekanto di dalam kamus sosiologi menyatakan bahwa persepsi adalah kesadaran yang tidak dapat ditafsirkan yang timbul dari stimuli. Dalam hal ini persepsi itu lahir karena adanya rangsangan sehingga menimbulkan rangsangan yang tidak dapat ditafsirkan. Jadi yang merupakan faktor penyebab adanya persepsi adalah rangsangan.

Dalam ensiklopedia Indonesia dikemukakan bahwa persepsi merupakan proses mental yang menghasilkan bayangan pada diri individu sehingga dapat mengenal suatu objek dengan jalan mengasosiasikan pada suatu ingatan tertentu, baik secara indera penglihatan, indera peraba dan sebagainya. Akhirnya bayangan itu dapat disadari. Kata lain dari definisi ini adalah persepsi merupakan segala sesuatu yang dialami manusia.

Kimball Young menyatakan persepsi merupakan suatu yang menunjukkan aktivitas, merasakan, menginterpretasikan dan memahami objek baik fisik maupun bendanya. Hal ini menekankan bahwa persepsi akan timbul setelah seseorang atau sekelompok orang terlebih dahulu merasakan kehadiran suatu objek. Setelah dirasakan kemudian objek tersebut diinterpretasikan.

Willian James menyebutkan ada tiga macam bentuk persepsi yakni:

- 1) Persepsi masa lampau disebut dengan persepsi ingatan (Tanggapan).
- 2) Persepsi masa sekarang disebut dengan persepsi tanggapan imajinasi.
- 3) Persepsi masa mendatang disebut sebagai tanggapan antisipasi.

Berdasarkan uraian diatas berarti tanggapan diasosiasikan sebagai suatu reaksi yang dihasilkan stimuli berupa pertumbuhan kesan pribadi yang berorientasi kepada pengamatan

masa lampau, masa kini dan masa mendatang. Fenomena yang muncul dalam kaitannya dengan persepsi adalah atensi (*Attention*). Atensi merupakan suatu proses penyelesaian input yang akan diproses dalam kaitannya dengan pengalaman ini berarti atensi banyak mendasarkan diri pada proses penyaringan informasi (*Filtering*) yang ada pada lingkungan, karena *Sensory Channels* tidak mungkin memproses semua rangsang yang berada pada lingkungan.²

Masih relatif barunya konsep CSR tersebut diperbincangkan oleh berbagai kalangan, membuat pemahaman terhadap konsep CSR tersebut juga masih berbeda-beda, dan praktiknya berbeda-beda pula. Seringkali dalam praktik, CSR ini disamakan dengan derma (*charity*), sehingga ketika ada perusahaan sudah dianggap melaksanakan tanggung jawab sosialnya pada masyarakat. Sesungguhnya, konsep CSR tidaklah sama dengan karikatif (*charity*) atau *philanthropy* (kedermawanan) yang lebih spontan pemberiannya dan kurang memiliki efek jangka panjang bagi masyarakat dalam arti pemberdayaan mereka baik secara ekonomi, sosial, dan budaya. Menurut Widiyanarti mengatakan bahwa pendekatan CSR hendaknya dilakukan secara *holistic*, artinya, pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan tidak dalam bisnis semata, melainkan juga bergerak dari sifatnya derma (*charity*) menuju ke arah CSR yang lebih menekankan pada keberlanjutan pengembangan masyarakat (*community development*). Intinya, bagaimana dengan CSR tersebut masyarakat menjadi berdaya baik secara ekonomi, sosial, dan budaya secara berkelanjutan (*sustainability*) sehingga perusahaan juga dapat terus berkembang secara berkelanjutan. Dalam konteks ini dimaknai sebagai investasi jangka panjang bagi perusahaan yang melakukannya.³

² Renova Munthe. Persepsi Masyarakat terhadap keberadaban. Sarjana penggerak pembangunan pedesaan. Departemen Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sumatera Utara Medan. 2009, Hal. 21-22.

³ Badaruddin. Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Masyarakat Melalui Pemanfaatan Potensi Modal Sosial, Alternatif Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Indonesia. Dalam Bidang Sosiologi Perkotaan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sumatera Utara Medan, 2008, Hal. 2.

Persepsi masyarakat desa Buyandi terhadap perusahaan tambang emas *Jerouces* merupakan salah satu bentuk masyarakat untuk bagaimana masyarakat memandang aktivitas-aktivitas perusahaan yang terjadi di desa Buyandi. Karena masyarakat desa Buyandi merupakan salah satu desa binaan dari desa tetangga. Perusahaan *Jerouces* merupakan perusahaan yang terbesar di Kabupaten Bolaang Monggondow Timur. Perusahaan tersebut adalah perusahaan tambang emas, perusahaan ini harus membangun hubungan harmonis dengan masyarakat desa Buyandi dengan: membantu untuk perencanaan pembangunan desa, memberikan sumbangan perbaikan mesjid, balai desa, wc umum, perbaikan jalan, dan sebagainya. Karena dengan adanya CSR yang sudah di atur oleh undang-undang maka perusahaan harus mengupayakan hal-hal tersebut untuk dilaksanakan, agar hubungan perusahaan dengan masyarakat desa Buyandi bisa terjalin dengan baik.

Sehingga dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengkaji lebih jauh tentang bagaimana Persepsi masyarakat tentang tanggung jawab sosial perusahaan tambang emas *Jerouces*. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti bertekad untuk melakukan penelitian ini dengan judul **Persepsi Masyarakat Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Tambang Emas *Jerouces*, Di desa Buyandi, Kecamatan Modayag, Kabupaten Bolaang Monggondow Timur.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat satu permasalahan maka rumusan masalah dari tulisan ini yaitu Bagaimana persepsi masyarakat tentang tanggung jawab sosial perusahaan tambang emas *jerouces*, desa Buyandi, Kecamatan Modayag, Kabupaten Bolaang Monggondow Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mempelajari:

1. Untuk mengetahui persepsi masyarakat tentang tanggung jawab sosial perusahaan tambang emas *jerouce*, desa Buyandi, Kecamatan Modayag, Kabupaten Bolaang Mongondow Timur.
2. Untuk mengetahui faktor persepsi yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial.
3. Untuk mengetahui tentang tanggung jawab sosial.
4. Untuk mengetahui tentang *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan tambang emas di desa Buyandi, Kecamatan Modayag, Bolaang Mongondow Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman penulis serta kalangan akademisi mengenai persepsi masyarakat tentang tanggung jawab sosial perusahaan tambang emas *jerouces*, di masyarakat desa Buyandi, Kecamatan Modayag, Kabupaten Bolaang Mongondow Timur. Selain itu penelitian ini diharapkan juga dapat menambah pengetahuan perusahaan mengenai peran tanggung jawab sosial perusahaan bagi desa Buyandi, dan juga bisa membina hubungan yang baik dengan masyarakat desa Buyandi.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan pertambangan emas *jerouces* dalam menjalankan kegiatannya di wilayah tersebut dan dapat menambah pengetahuan masyarakat mengenai tanggung jawab sosial perusahaan pertambangan emas *jerouces*.