



SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM BUDAYA MAKACUA NELAYAN BUGIS

Lukman Dahlan

***SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM BUDAYA
MAKACUA NELAYAN BUGIS**

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-undang Nomor 28 2014
Tentang Hak Cipta

Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf l untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan atau dipidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

Setiap orang yang dengan tanpa hak dan atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan atau huruf h, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Setiap orang yang dengan tanpa hak dan atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana di dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan atau huruf g, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat 3 yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

***SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM BUDAYA
MAKACUA NELAYAN BUGIS**

LUKMAN DAHLAN



***Social Responsibility* dalam Budaya *Makacua* Nelayan Bugis**

© Lukman Dahlan

ISBN: 978-623-94959-2-3

Cetakan Pertama, Oktober, 2020

15,5x23 cm; xii+82 hal

Sampul dan Tata Letak:

Aditya Khairulsani

Diterbitkan oleh:

Penerbit FA

Jl. Tunjungtirto No. 30, Singosari, Malang, Jawa Timur 65153

www.faindonesia.co.id

Hak cipta dilindungi undang-undang.

*Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, atas berkat rahmat dan karunia Allah Swt. Penulisan buku yang berjudul “*Social Responsibility* dalam Budaya *Makacua* Nelayan Bugis” ini dapat diselesaikan dengan hikmat, meskipun tidak dapat dipungkiri masih memiliki kekurangan. Buku ini terdiri dari 8 bab yang direduksi dari hasil penelitian (Tesis) penulis mengenai makna dan hal-hal yang terkait dengan *Social Responsibility* atau tindakan *makacua* yang dilakukan oleh entitas bisnis nelayan tradisional. Untuk itu, Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Prof. Iwan Triuwono, SE., M.Ec., Ak., Ph.D dan Bapak Ali Djamhuri, SE., M.Com., Ph.D., CPA., CA, selaku Komisi Pembimbing, yang banyak memberikan arahan, dukungan dan masukan selama proses penelitian.

Penulisan buku ini berawal dari ketidakpuasan penulis atas pemahaman umum yang menganggap bahwa praktik tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) hanya terjadi pada tatanan entitas bisnis besar atau korporasi yang lebih dikenal dengan sebutan CSR. Padahal praktik yang serupa CSR tersebut sudah dilakukan juga dalam entitas bisnis yang lebih kecil, bahkan sudah dipraktikkan oleh entitas bisnis yang lebih kecil tersebut jauh sebelum dunia korporasi mengenal istilah CSR. Karenanya, penulis berupaya mengisi kekosongan pemahaman sekaligus mengeksplorasi persamaan dan perbedaan dalam *Social Responsibility* yang dilakukan oleh entitas bisnis berskala besar dengan entitas yang lebih kecil.

Melalui buku ini, para pembaca juga dapat memahami motif dan makna dibalik praktik *Social Responsibility* (*makacua*) yang dilakukan pada lini bisnis UMKM, khususnya entitas bisnis nelayan tradisional. Penulis sendiri memandang bahwa pada hakikatnya motif dan makna dari *Social Responsibility* nelayan tradisional sudah menjadi rahasia umum

atau nilai intrinsik yang sebenarnya dimiliki setiap manusia. Hanya saja kebanyakan dari kita memilih bersikap bias dari nilai-nilai luhur sebagai manusia dengan beribu alasan atau argumentasi duniawi masing-masing. Karena itu, penulis berharap para pembaca dapat menjadi lebih bijaksana dalam berpikir setelah membaca buku ini serta mengetuk pintu nurani diri masing-masing untuk bersama-sama menghidupkan jiwa *Social Responsibility* dalam aktivitas kesehariannya.

Untuk penjelasan yang lebih detail pembaca dapat meneruskan ke Bab 1 dan seterusnya. Namun, penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan berharap para pembaca dapat memberikan saran dan kritik yang membangun agar lebih baik dalam menyusun buku di masa yang akan datang.

Malang, September 2020

Lukman Dahlan, S.E., M.Ak.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR ISTILAH.....	ix
DAFTAR INFORMAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
<i>Social Responsibility</i>	2
<i>Makacua</i>	8
Muatan Darwinisme Sosial pada <i>Social Responsibility</i>	10
Konsep Budaya.....	11
BAB 2 KAMPUNG NELAYAN LAREA-REA.....	15
Karakteristik Nelayan Larea-rea.....	16
BAB 3 MENGGALI MAKNA TINDAKAN MAKACUA	19
Tema Budaya.....	24
BAB 4 MOTIF TINDAKAN MAKACUA NELAYAN	
TRADISIONAL.....	27
<i>Mappideceng</i> : Itikad Baik Nelayan	28
<i>Maringerrang</i> : Hidupnya Spiritualitas Bisnis Nelayan.....	31
BAB 5 ORIENTASI TINDAKAN MAKACUA NELAYAN	
TRADISIONAL.....	34
Tindakan <i>Makacua</i> dalam Keluarga.....	35
Tindakan <i>Makacua</i> Antar Sesama Nelayan	36
Tindakan <i>Makacua</i> dalam Masyarakat.....	38
Tindakan <i>Makacua</i> terhadap Lingkungan Laut.....	39

Tindakan <i>Makacua</i> kepada Tuhan.....	42
BAB 6 MAKNA SOCIAL RESPONSIBILITY PERSPEKTIF NELAYAN TRADISIONAL SUKU BUGIS	45
Tindakan <i>Makacua</i> Dimaknai sebagai <i>Akkatuoneng</i>	45
Tindakan <i>Makacua</i> Dimaknai sebagai <i>Siri</i> '	46
Tindakan <i>Makacua</i> Dimaknai Sebagai <i>Ininnawa</i>	48
Tindakan <i>Makacua</i> Dimaknai sebagai <i>Barakka</i>	50
Rumusan Konsep <i>Social Responsibility</i> Perspektif Nelayan Tradisional.....	52
BAB 7 TINDAKAN MAKACUA DAN CSR : SERUPA TAPI TAK SAMA	56
Sifat dan Landasan Tindakan <i>Makacua</i>	57
Cara Kerja Tindakan <i>Makacua</i>	58
Proyeksi Biaya <i>Makacua</i>	61
Dasar Pembebanan Biaya <i>Makacua</i>	65
Pengungkapan Terselubung	66
Efek Samping Tindakan <i>Makacua</i>	68
BAB 8 PENUTUP.....	72
DAFTAR PUSTAKA	75
TENTANG PENULIS.....	82

DAFTAR ISTILAH

NO	Istilah	Terjemahan
1	<i>Akkatuoneng</i>	Penghidupan
2	<i>Apoleneng</i>	Sifat dasar
3	<i>Appalang</i>	Pahala
4	<i>Asse nyaha</i>	Belas kasih
5	<i>Ateppereng</i>	Keyakinan
6	<i>Barakka</i>	Berkah
7	<i>Calo-calo</i>	Sungai-sungai kecil
8	<i>Dalle'</i>	Rejeki
9	<i>Ininnawa</i>	Hati nurani (Tulus)
10	<i>Joloro</i>	Salah satu jenis perahu
11	<i>Makacua</i>	Dermawan
12	<i>Masempo</i>	Nihil
13	<i>Matennang</i>	Merasa tenang
14	<i>Ma'tonda lopi</i>	Menarik perahu
15	<i>Ma'panre-panre</i>	Syukuran atas rezeki (dalle')
16	<i>Mappideceng</i>	Beritikad baik
17	<i>Maringerrang</i>	Mengingat Tuhan
18	<i>Ma'teppe</i>	Percaya
19	<i>Materru</i>	Berani
20	<i>Malempu</i>	Jujur
21	<i>Masabbara</i>	Sabar
22	<i>Makacua</i>	Dermawan
23	<i>Minreng doi ato pa'kakkasa</i>	Meminjam uang atau peralatan tetangga
24	<i>Ma'paraka masina</i>	Mengecek mesin
25	<i>Ma'sire lanra</i>	Memperbaiki jaring
26	<i>Minreng pa'kakkasa</i>	Meminjam perkakas
27	<i>Ma'pacakka lopi</i>	Mencuci perahu

28	<i>Ma 'cet lopi</i>	Mengecat perahu
29	<i>Mappa 'sadia lise lopi</i>	Menyiapkan keperluan melaut
30	<i>Ma 'rakka masina, minya, es</i>	Mengangkat mesin, solar dan es
31	<i>Ma 'sorong lopi</i>	Mendorong perahu
32	<i>Ma 'bere laleng lopi</i>	Membuka jalan untuk perahu
33	<i>Ma 'tajeng silong</i>	Menunggu nelayan yang lain
34	<i>Ma 'sappa onrong bale</i>	Mencari lokasi ikan
35	<i>Ma 'bage onrong</i>	Berbagi area tangkapan ikan
36	<i>Ma 'teppang lanra</i>	Menurunkan jaring
37	<i>Ma 'tanga-tanga silong</i>	Memperhatikan keadaan perahu yang lain
38	<i>Ma 'rui lanra</i>	Mengangkat jaring
39	<i>Ma 'rampe silong</i>	Memanggil nelayan yang lain untuk kembali
40	<i>Ma 'leppesang dodo bale</i>	Melepaskan ikan yang masih kecil
41	<i>Ma 'pano tihi</i>	Menurunkan barang atau hasil tangkapan
42	<i>Ma 'pile bale</i>	Memisahkan ikan-ikan sejenis
43	<i>Ma 'biccang bale</i>	Mengangkat ikan
44	<i>Ma 'balu bale</i>	Menjual ikan
45	<i>Ma 'laporo</i>	Melaporkan kepada petugas kejanggalan yang ditemukan
46	<i>Ma 'tulung pa 'lopi</i>	Menolong nelayan yang perahunya bermasalah atau tenggelam
47	<i>Ma 'balu lopi, lanra, masina</i>	Menjual perahu, alat tangkap, mesin
48	<i>Ma 'bere bale</i>	Memberikan ikan ke orang-orang
49	<i>Ma 'tonda lopi</i>	Menarik perahu
50	<i>Ma 'domeng</i>	Bermain domino sambil berbagi informasi
51	<i>Ma 'pasyakka roppo</i>	Membersihkan limbah atau sampah di laut
52	<i>Ma 'sekke</i>	Mengeluarkan zakat aset
53	<i>Ma 'pangaja sibawa ma 'sempajang</i>	Memberikan nasehat untuk bersabar dan shalat
54	<i>Ma 'panre-panre</i>	Syukuran atas rezeki (<i>dalle '</i>)
55	<i>Lao di tana maraja 'e</i>	Naik haji dan umrah
56	<i>Ongkoso</i>	Biaya
57	<i>Pammase</i>	Rahmat
58	<i>Pajang puleng</i>	Bulan purnama

59	<i>Pa'palele</i>	Penjual ikan
60	<i>Pato</i>	Tunduk
61	<i>Saro</i>	Hasil penjualan ikan
62	<i>Siri'</i>	Rasa malu
63	<i>Siammasei</i>	Saling mengasihi
64	<i>Situlung</i>	Saling menolong
65	<i>Sipakatau</i>	Saling memanusiakan
66	<i>Sipakainge</i>	Saling mengingatkan
67	<i>Sipakalebbi</i>	Saling memuliakan
68	<i>To lotang</i>	Salah satu bentuk kepercayaan agama
69	<i>To'makacua</i>	Orang yang dermawan
70	<i>Teppe'</i>	Percaya

DAFTAR INFORMAN

NO	Nama Informan Kunci	Profesi
1	Petta H. Andi Amir	Tokoh (Tetua) masyarakat Nelayan
2	Marsuki	Ketua Forum Nelayan
3	Ansar	Pemasok kebutuhan bisnis Nelayan

BAB 1

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu, masyarakat semakin menyadari adanya dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari aktivitas bisnis yang berlangsung di sekitarnya. Kesadaran masyarakat mendapat respon dari para pelaku bisnis melalui tindakan *Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial). Tindakan ini mengampunayakan pentingnya nilai moralitas yang dimiliki pebisnis dalam menjalankan entitas bisnisnya. Namun, realitas dunia bisnis saat ini merefleksikan bahwa orientasi kebanyakan entitas bisnis difokuskan hanya untuk mengejar keuntungan. Karenanya, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terkesan menjadi agenda atau ritual tahunan untuk sekedar memperoleh legitimasi masyarakat atas aktivitas perusahaan bukan sebagai wujud kesadaran moral para pelaku bisnis. Terlebih lagi CSR telah disulap menjadi suplemen baru untuk meningkatkan keuntungan oleh kaum oportunis.

Selama ini, tindakan *Social Responsibility* hanya diketahui terjadi pada tingkatan perusahaan-perusahaan besar. Mereka melakukan tindakan *Social Responsibility* melalui program CSR berupa pemberian bantuan, pembangunan fasilitas umum, pengobatan gratis, beasiswa, amal, pemberdayaan, dan lain sebagainya. Sementara peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) atas tindakan *Social Responsibility* yang dilakukan masih minim apresiasi bahkan terabaikan oleh masyarakat, pemerintah, dan akademisi. Oleh karena itu, buku ini berusaha untuk mengeksplorasi makna tindakan *Social Responsibility* yang dilakukan oleh UMKM, khususnya nelayan tradisional.

Social Responsibility

Konsep *Social Responsibility* diperkenalkan pertama kali sekitar tahun 1953 oleh Howard Bowen melalui bukunya yang berjudul *Social Responsibility of Businessman*. Konsep ini dimaknai sebagai manifestasi moralitas yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, khususnya perusahaan berskala besar. Pemaknaan tersebut tidak terlepas dari asumsi bahwa perusahaan atau pelaku bisnis memiliki tanggung jawab untuk menyediakan barang dan jasa (ekonomi), mematuhi peraturan perundang-undangan (hukum), menjalankan praktik bisnis yang baik dan adil (etis), serta beritikad baik dalam berkontribusi pada komunitas masyarakat dan lingkungan sekitar (filantropis) (Carroll, 1991).

Perusahaan besar memerlukan biaya untuk menjalankan kegiatan-kegiatan *Social Responsibility*. Pembiayaan atas kegiatan ini kemudian diperlakukan oleh perusahaan sebagai biaya sosial dan lingkungan (*social and environmental cost*). Biaya sosial dan lingkungan diukur dan disajikan pada laporan keuangan perusahaan sebagai justifikasi dan legitimasi atas tindakan sosial yang telah dilakukan. Masuknya elemen biaya sosial dan lingkungan ke dalam laporan keuangan menunjukkan adanya keyakinan dari pelaku bisnis bahwa terdapat implikasi positif dari program CSR pada profit/laba perusahaan serta turunnya biaya-biaya ekonomis (*economic cost*) yang akan datang, seperti pajak, deviden, promosi, bonus, perizinan dan biaya politik lainnya.

Deegan (2002) menuturkan bahwa para pelaku bisnis terus berusaha untuk memastikan keberadaan aktivitas usaha mereka dirasakan sebagai sesuatu yang sah dan benar oleh masyarakat, dengan cara melaporkan kegiatan yang menunjukkan bahwa mereka berada dalam batas-batas dan norma-norma masyarakat. Dengan kata lain, CSR dilakukan untuk memperoleh legitimasi kegiatan operasional perusahaan kepada masyarakat atau *Stakeholders* lainnya.

Sejak awal diperkenalkan, konsep *Social Responsibility* ini telah menuai kritik dari Milton Friedman selaku profesor dari Universitas

Chicago sekaligus pemenang Nobel Ekonomi pada tahun 1976. Friedman menuangkan kritiknya atas konsep *Social Responsibility* dalam bukunya yang berjudul *Capitalism and Freedom* pada tahun 1962. Menurutny :

“There is one and only one social responsibility of business to use its resources and engage in activities designed to increase its profits so long as it stays in the rules of the game, which is to say, engages in open and free competition, without deception or fraud.” (Friedman, 1962: 133)

Dalam dunia ekonomi hanya terdapat satu dan hanya satu-satunya tanggung jawab sosial untuk bisnis yakni memanfaatkan sumber dayanya dan melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan yang bertujuan meningkatkan keuntungannya, selama hal tersebut dibatasi aturan-aturan tertentu dan kompetisi terbuka, bebas tanpa penipuan atau kecurangan. Pernyataan Friedman ini tidak terlepas dari pandangan bahwa manajer merupakan orang yang bertanggung jawab hanya pada pemegang saham selaku *stakeholder* dari perusahaan. *Social Responsibility* ditujukan untuk menyejahterakan para pemegang saham dengan mencari dan memaksimalkan keuntungan perusahaan. Hubungan manajer dan pemegang saham yang seperti itu, lebih dikenal dengan sebutan *Agency Relationship* (Jensen & Meckling, 1976).

Alasan lain atas penolakan Friedman (1962: 134) terhadap konsep CSR adalah karena Friedman menganggap bahwa tindakan CSR berpotensi disalahgunakan oleh eksekutif oportunistik yang dapat membahayakan dana pemegang saham. Lagi pula, perusahaan membayar pajak sebagai bentuk kontribusi kepada negara atau masyarakat atas aktivitas operasinya. Tindakan CSR hanya akan menciptakan konflik antara pemilik dengan manajer karena pelaksanaan CSR digunakan sebagai strategi (kedok) untuk peningkatan status sosial/reputasi para manajer di masyarakat.

Freeman & Reed (1983) memiliki pandangan lain atas tanggung jawab sosial perusahaan. Mereka tidak setuju dengan pandangan Milton Friedman yang menjadikan pemegang saham sebagai *stakeholder* satu-satunya. Freeman dan Reed memperluas definisi *Stakeholder* (sekaligus memperjelas perbedaan *Stakeholder* dengan *Stockholder*) dengan

Akhir sampel gratis

Anda membaca 16 halaman pertama.
Versi lengkap tersedia sebagai e-book PDF
di toko Penerbit FA:

faindonesia.co.id/buku/