

**PERUSAHAAN “ANTARA PRAKTEK BISNIS  
DAN PRAKTEK SOSIAL”  
(Studi Penerapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia)**

**Oleh: Nuryadi Kadir**

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Alauddin Makassar

nuryadikadir@gmail.com

**Abstract:**

Companies are no longer seen as economic actors who are only concerned itself with the purpose of profit (profit) only in their business activities. Participation and social care company into an integrated strategy on economic and social practice, specialized in lifting the value and image of the company. Problems that occur between companies and communities in the Indonesian context is the conflict of ownership disputes over resource use, such as land conflicts. Corporate Social Responsibility is a commitment of the company or the business world to contribute to the sustainable economic development that is basically how to create a climate of ethical business practices. In realizing the people's welfare, required participation by all elements, including government, private (companies) and the community itself. As stated in the Limited Liability Company Act which requires the private sector to establish good relationships with stakeholders. CSR, community conditions will experience enhancing the quality of life, teranganinya social problems that become life-threatening. Furthermore, the quality of the environment remains the case, because of corporate governance by pushing the level of pollution resulting from the operation of the company.

**Keyword:**

**Companies, Businesses, Sosial, Corporate Social Responsibility**

**PENDAHULUAN**

Keberadaan sektor swasta (perusahaan) di Indonesia sudah menampakkan keterlibatannya dalam penanganan masalah kesejahteraan sosial, walaupun secara filosofis perusahaan selalu identik dengan organisasi yang berorientasi keuntungan (*profit*). Perusahaan terlibat langsung karena adanya komitmen bersama dalam mendukung mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*)<sup>1</sup>. Partisipasinya terdiri dari kegiatan derma (sumbangan), beasiswa, kegiatan penghijauan (lingkungan) dan kegiatan pemberdayaan serta perbaikan infrastruktur masyarakat.

Perusahaan tidak lagi dipandang sebagai pelaku ekonomi yang hanya mementingkan dirinya dengan tujuan keuntungan (*profit*) semata dalam aktivitas bisnisnya. Bentuk partisipasi dan kepedulian sosial perusahaan menjadi strategi yang terintegrasi pada praktek ekonomi dan sosial, khusus dalam mengangkat nilai dan citra

perusahaan. Perusahaan gencar memerhatikan kondisi dan nasib konsumennya (masyarakat) agar kepercayaan (*trust*) antara kedua belah tetap terpelihara. Hal seperti ini menjadi modal utama dalam mengembangkan usaha di abad ini<sup>2</sup>.

Sebelumnya, peran serta perusahaan dalam memerhatikan masalah sosial dan mengangkat kesejahteraan masyarakat dinilai kurang, bahkan perusahaan terkadang dinilai menjadi penyebab (pelaku) kesenjangan sosial secara tidak langsung. Apabila ditinjau dari sisikemajuan dan perkembangan suatu perusahaan, banyak dipengaruhi oleh kontribusi atau andil dari konsumen yang notabene masyarakat itu sendiri, karena itu, sebagai perusahaan yang banyak memperoleh keuntungan (*profit*) dari masyarakat, seyogyanya memberikan *feedback* kepada masyarakat dalam bentuk program-program yang mendukung agenda kesejahteraan di masyarakat.

Masih sehubungan dengan penjelasan diatas, tidak dapat dipungkiri juga bahwa selama ini masih banyak perusahaan menyimpan masalah sosial yang dampaknya merugikan masyarakat. Permasalahan yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat dalam konteks Indonesia yaitu konflik sengketa kepemilikan atas pemanfaatan sumberdaya, semisal konflik lahan. Data yang dilansir oleh WALHI (2014), bahwa konflik lahan (agraria) yang terjadi di Indonesia sebanyak 472 kasus yang merupakan konflik antar lahan antara perusahaan dan masyarakat, bahkan konflik yang terjadi rawan menimbulkan korban.

Selain daripada itu, pencemaran lingkungan akibat operasi perusahaan juga termasuk berpotensi atau memicu konflik. Salah satu kasus yang timbul akibat kurangnya tata kelola perusahaan dalam operasinya sehingga terjadi pencemaran pencemaran lingkungan (tercemar logam berat limbah pertambangan) yang terjadi di teluk buyat pada 2004-2005. Dalam kasus tersebut, terdapat 66 kepala keluarga atau kurang lebih 300 anggota masyarakat pindahkan dari kampung halamannya<sup>3</sup>. Selanjutnya, potret kehidupan di wilayah perusahaan dan pemukiman masyarakat menunjukkan adanya kesenjangan sosial dan ekonomi<sup>4</sup>, dimana wilayah (kawasan) perusahaan yang fasilitasi sarana infrastruktur dan pelayanan yang memadai, seperti transportasi, pendidikan dan kesehatan dan lingkungan yang asri, sedangkan pemukiman masyarakat sekitar wilayah perusahaan minim sarana.

Sebagian perusahaan membatasi, bahkan menutup akses masyarakat untuk menggunakan sarana yang dimiliki perusahaan, padahal dalam setiap pembangunan kawasan perusahaan atau setiap ada operasi perusahaan, UU Perseroan Terbatas dan UU Penanaman Modal mengamankan adanya tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Kondisi demikian memicu konflik yang berkepanjangan antara perusahaan dan masyarakat, karena semakin memperbesar kesenjangan dan pihak perusahaan tetap membiarkan hal itu terjadi.

Operasi perusahaan tidak hanya dilihat dari modal (ekonomi), sistem produksi (teknologi dan tenaga kerja) dan pasar, akan tetapi legitimasi sosial<sup>5</sup>, yakni dukungan (izin) masyarakat terhadap keberadaan suatu perusahaan diwilayahnya. Konsekuensi dari operasi akan membawa dampak bagi masyarakat, sehingga kontrak sosial menjadi salah satu mekanisme yang menjamin terselenggaranya operasi perusahaan yang

kondusif dan tetap memerhatikan aspek sosial ekonomi masyarakat. Upaya kontrak sosial yang dilakukan oleh masyarakat terhadap perusahaan, tetap menghadirkan pemerintah selaku pihak yang bertanggung jawab atas seluruh kondisi yang ada.

Keberadaan pemerintah pusat maupun daerah sebagai pemangku kebijakan, sudah memperhatikan keterlibatan perusahaan sebagai *stakeholder* dalam agenda pembangunan, akan tetapi pelibatan atau partisipasi perusahaan dalam agenda pembangunan masih bersifat parsial. Pemerintah disini hanya fokus pada aspek regulasi yang sifatnya administratif seperti izin operasi (perusahaan) dan pajak sebagai pemasukan negara. Partisipasi perusahaan di sini masih bersifat pasif, sedangkan yang diharapkan adanya partisipasi aktif perusahaan. Kondisi demikiandibutuhkan peran pemerintah secara penuh dalam membangun hubungan kerjasama dengan perusahaan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan menjadi langkah dan strategi pemerintah dalam mendukung pembangunan partisipatif yang sesuai dengan prinsip *Good Governance*.

## **PEMBAHASAN**

### *Fakta dan Paradoksnya Perkembangan Perusahaan di Abad 21.*

Perusahaan saat ini bermetamorfosis menjadi institusi yang berkuasa dibidang ekonomi. Jika menelisik lebih jauh, beberapa fakta yang menarik dan menjadi opini sehubungan dengan perkembangan dan kemajuan suatu perusahaan. Keberadaan perusahaan menjadi fenomena yang menarik di tengah gejolak ekonomi dan sosial semakin meningkat. Adapun fakta perkembangan perusahaan yang fenomenal dan menjadi perhatian banyak kalangan, antara lain, *Pertama* yaitu pertumbuhan ekonomi suatu perusahaan lebih cepat dari beberapa negara dalam hal ini pendapatan atau keuntungan (*profit*) bisnis suatu perusahaan transnasional cukup fantastis, melebihi *Gross Domestic Product* (GDP) beberapa negara, misalnya penjualan perusahaan General Motor sebanding dengan GDP Negara Denmark, atau omzet perusahaan Exxon Mobil melebihi gabungan GDP 180 negara miskin dan berkembang<sup>6</sup>.

*Kedua* pertumbuhan jumlah dan aset perusahaan semakin meningkat dari waktu ke waktu, skenario pengembangan usaha melintas wilayah negara. Ekspansi pasar yang dilakukan perusahaan multinasional tidak lagi dibatasi oleh wilayah negara, seiring dengan berjalannya agenda ekonomi *liberal* dengan sistem perdagangan bebas (*free trade*) secara global. Perusahaan multinasional bersama afiliasinya membangun perusahaannya di setiap negara dalam mengembang dan memperluas jangkauan konsumen (masyarakat). Di tengah tumbuh pesatnya perusahaan multinasional, persoalan yang timbul adalah tidak sejalan dengan dengan perbaikan kesejahteraan khususnya karyawan dan masyarakat (komunitas) sekitar perusahaan.

*Ketiga* wujud ekonomi yang umumnya menganut paham ekonomi *liberal* berdampak pada kerusakan lingkungan dengan melakukan eksplotasi lingkungan untuk melipatgandakan hasil produksi dan memperoleh keuntungan (*profit*) sebesar-besarnya. Praktek demikian, beresiko terhadap lingkungan dan generasi ke depan, sehingga dianggap bertentangan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan (*sustainable*

*development*). Kerusakan lingkungan akibat pencemaran dari operasi perusahaan masih marak terjadi, misalnya dalam kasus Indonesia, masalah kerusakan lingkungan seperti pencemaran udara, air dan hutan menjadi masalah utama akibat operasi perusahaan. Seperti yang dijelaskan sebelumnya mengenai pencemaran yang terjadi di teluk buyat, kelangkaan air yang terjadi di beberapa kawasan operasi (pertambangan) perusahaan. Walaupun pada aspek analisis dampak lingkungan dan sosial telah memenuhi standar, akan tetapi pada sisi prakteknya, masih terdapat perusahaan mengabaikan aspek tersebut.

*Keempat* persaingan usaha yang tidak sehat, membuat pelaku usaha ditingkat lokal tidak dapat bersaing, masih ada kecenderungan praktek monopoli pasar oleh perusahaan yang didukung dengan permodalan dan jaringan yang besar. Tuntutan perubahan perusahaan dengan tata kelola yang lebih baik menjadi evaluasi beberapa kalangan baik dari akademisi dan praktisi ekonomi. Jika melihat secara faktual, di satu sisi perusahaan menjadi sumber berbagai masalah, seperti terjadinya kesenjangan atau ketimpangan sosial, akan tetapi di sisi lain, perusahaan menjadi sumber pemecahan masalah pembangunan seperti pemasukan pajak, penyerapan tenaga kerja. Maka dari itu *Corporate Social Responsibility (CSR)* menjadi instrumen kebijakan perusahaan yang berkomitmen untuk memerhatikan kondisi sosial dan lingkungan.

*Konsep Corporate Sosial Responsibility (CSR).*

*Corporate Social Responsibility* adalah merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan yang pada dasarnya bagaimana menciptakan iklim praktek bisnis yang beretika. *Corporate Social Responsibility* atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan<sup>7</sup>. Perusahaan di sini tidak hanya sibuk dengan aspek ekonomi dengan target keuntungan (*profit*), tapi juga sudah harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Konsep dasar dari CSR ialah memerhatikan prinsip “3P” (*Profit, People, Planet*).

Pada tahun 1997, *John Elkington*, mengemukakan gagasannya melalui karyanya: *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* yang menjelaskan prinsip dasar dalam etika bisnis<sup>8</sup>. *Profit, People* dan *Planet* atau dengan istilah “3 P” merupakan bagian dari Konsep *Triple Bottom Line*, konsep inilah menjadi unsur penting dalam melihat CSR. Dalam hal ini perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak hanya pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang di refleksikan dalam bentuk keuntungan (*profit*) semata, namun memerhatikan beberapa aspek seperti aspek sosial dan lingkungan.

Konsep *Triple Bottom Line* yang pertama yaitu *profit* dimana keuntungan merupakan unsur terpenting dalam perusahaan dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha, selanjutnya, merupakan fokus utama dari seluruh kegiatan perusahaan. Pada dasarnya keuntungan (*profit*) merupakan pendapatan yang di gunakan sebagai jaminan keberlangsungan hidup perusahaan dan menjadi motivasi utama setiap perusahaan. *Profit* (keuntungan) hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan<sup>9</sup>. Sehubungan dengan CSR,

menjadi pertimbangan bahwa *profit* yang diperoleh tidak terlepas dari peran dan partisipasi masyarakat (konsumen) secara aktif maupun secara pasif dalam mendongkrak *profit* dan citra perusahaan.

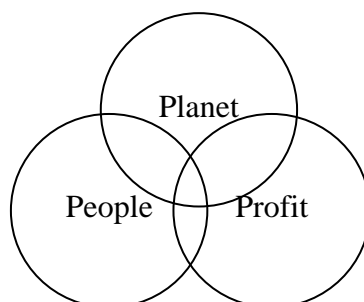
Kedua *People* (Masyarakat), menyadari bahwa masyarakat disekitar perusahaan merupakan salah satu *stakeholder* penting bagi perusahaan. Dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan dan perkembangan perusahaan, sebagai bagian yang tak terpisahkan. Perlu disadari bahwa setiap operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak, baik secara positif maupun negatif kepada masyarakat sekitar operasi perusahaan. Dalam meminimalisir dampak negatif, perusahaan harus memiliki format pendekatan terhadap masyarakat, agar keberlangsungan perusahaan dalam menjalankan aktivitas perusahaan tetap mendapatkan dukungan dan legitimasi secara langsung dari masyarakat. Komitmen tanggung jawab perusahaan menjadi investasi masa depan dan hal ini akan menciptakan hubungan yang timbal balik dan harmonis serta eksistensi perusahaan tetap terjaga.

Ketiga *planet* (Lingkungan), sebagai unsur ketiga yang harus diperhatikan, karena lingkungan merupakan sesuatu yang terkait langsung dalam kehidupan masyarakat. Lingkungan banyak memberi dampak terhadap kelangsungan hidup manusia. Perusahaan dalam menjalankan operasi (produksi) harus memerhatikan kondisi lingkungan, kalau tidak, akan memberikan dampak begitu besar seperti bencana alam, mengakibatkan degradasi alam dan menurunkan kualitas alam sehingga nantinya akan menciptakan kelangkaan sumber daya alam<sup>10</sup>.

Pada dasarnya lingkungan akan memberikan hubungan timbal yang bermanfaat bagi manusia, akan tetapi ketika sumber-sumber alam (lingkungan) terkuras atau dirusak akibat eksploitasi. Perlu dipahami, proses rehabilitasi atau peremajaan alam (lingkungan) tidak secepat dibayangkan, butuh waktu yang lama, sehingga pengelolaan sumber daya alam yang dilakukan beberapa perusahaan menjadi pengawasan beberapa pihak untuk tetap menjaga stabilitas lingkungan.

Namun kenyataannya masih terdapat perusahaan yang tidak memikirkan rehabilitasi atau peremajaan lingkungan tersebut, lebih parahnya lagi pencemaran (limbah kimia) yang merusak alam sekitarnya yang mengganggu kesehatan makhluk hidup disekitarnya. Hal tersebut, menimbulkan masalah sehubungan dengan keberlanjutan generasi. Oleh karena keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat bagaimana perusahaan memperlakukan lingkungan sebagai bagian dari aktivitasnya

#### Triple Bottom Lines dalam CSR



Sumber : Yusuf Wibisono

Dari tiga penjabaran dari Konsep *Triple bottom line* merupakan masukan perusahaan bagaimana melakukan bisnis, aktivitas produksi dengan etis, dan manusiawi. Ketiga komponen tersebut saling terkait dan apabila hanya memerhatikan satu komponen akan berakibat atau menimbulkan ketidakseimbangan dalam tata kelola perusahaan. *Triple Bottom Line* dalam tata kelola perusahaan akan menjamin kelangsungan dan keberlanjutan perusahaan.

Penerapan CSR bagi perusahaan bermanfaat dalam keberlanjutan usaha/bisnis. Kemudahan terhadap akses memperoleh pinjaman modal (*capital*) karena sudah mendapatkan *trust* dari tata kelolanya. Mempermudah pengelolaan manajemen resiko terhadap hal-hal yang kritis. Citra positif perusahaan ke masyarakat luas. Sedangkan bagi masyarakat meningkatnya kualitas hidup, teranganinya masalah sosial, persoalan ketenagakerjaan teratasi khususnya tenaga kerja local dan munculnya pelaku usaha UMKM yang *disupport* atau dibina oleh perusahaan. Bagi lingkungan, mencegah adanya eksploitasi berlebihan dan tetap menjaga kualitas lingkungan. Menekan tingkat pencemaran akibat dari operasi perusahaan dan bagi negara/pemerintah, memperoleh pendapatan dari sektor perpajakan dalam rangka peningkatan pembangunan, beban pembangunan tidak hanya ditangan pemerintah dan adanya sinergitas terhadap visi dan misi pembangunan.

Penerapan CSR tidak lepas pada aspek anggaran (*budget*). Perusahaan menerapkan CSR mengambil anggaran bukan diambil dari hasil keuntungan perusahaan akan tetapi diambil dari aspek pembiayaan perusahaan, dalam hal ini menjadi faktor produksi dalam aktivitas usaha perusahaan. Oleh karena itu, penerapan CSR merupakan kewajiban bagi setiap perusahaan, seperti yang tertuang dalam aturan Undang-Undang Pemerintah Indonesia sehubungan dengan CSR.

Bentuk penerapan CSR secara umum digolongkan menjadi 4 (empat) yaitu, *pertama*, kegiatan amal seperti sumbangan (*derma*), bentuk praktek atau kegiatan seperti ini sudah lama dilaksanakan oleh perusahaan, akan tetapi banyak yang menilai bahwa manfaat yang diterima oleh masyarakat belum terlalu dirasakan dan cenderung bersifat jangka pendek dan hanya sementara sehubungan dengan penungkatan kesejahteraan masyarakat. *Kedua*, dengan bentuk kemitraan yang biasa disebut *community development* seperti pemberdayaan sosial, pembangunan dan peningkatan infrastruktur serta penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat yang terkena dampak dari operasi perusahaan.

*Ketiga*, kegiatan pelestarian lingkungan, yang umumnya melakukan penghijauan lingkungan, merehabilitasi lahan (bekas operasi perusahaan) dan meminimalisir pencemaran akibat operasi perusahaan serta berpartisipasi dalam penghematan penggunaan energi dalam sistem produksi perusahaan seperti listrik, air, kerta dan bahan bakar. *Keempat*, penciptaan iklim kerja yang baik, perhatian terhadap keselamatan, kesehatan dan kesejahteraan karyawan dan keluarganya.

*Regulasi Corporate Sosial Responsibility (CSR) di Indonesia*

Di Indonesia, CSR sudah diatur dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan UU No 22 Tahun 2001 tentang Migas. UU tersebut mengisyaratkan bagaimana perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar. Secara filosofis prinsip CSR berkaitan langsung dengan tujuan bangsa, seperti yang terkandung dalam UUD 1945 dengan cita-cita kesejahteraan rakyat.

Dalam mewujudkan kesejahteraan rakyat, dibutuhkan peran serta oleh seluruh elemen, baik pemerintah, swasta (perusahaan) dan masyarakat itu sendiri. Seperti yang tertuang dalam UU Perseroan Terbatas yang mewajibkan pihak swasta untuk menjalin hubungan baik dengan *stakeholders*. Ketentuan yang diatur dalam UU Perseroan Terbatas terdapat pada pasal 74 yang berbunyi (1) Perseroan Terbatas yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Selanjutnya, (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagai yang dimaksud ayat (1) merupakan kewajiban perseroan terbatas yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Sedangkan dalam UU Penanaman Modal diatur secara tegas pada Pasal 15 huruf b yang berbunyi “setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Selanjutnya UU No 22 tentang Minyak dan Gas disebut pada pasal 13 ayat 3 yang menyebutkan operasional perusahaan minyak dan gas bertanggung jawab terhadap pengembangan masyarakat sekitar dan menjamin hak-hak masyarakat adat. Selain dari pada itu, CSR diatur dalam UU No. 19 tahun 2003 tentang BUMN. Badan Usaha Milik Negara yang disingkat BUMN telah melakukan CSR sesuai dengan Permen BUMN, terdapat perbedaan pengistilahan dalam CSR khusus perusahaan BUMN.

*Corporate Social Responsibility* perusahaan tersebut lebih sering disebut Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Program Kemitraan dimana adanya kemitraan antara perusahaan BUMN dan usaha kecil (UMKM) dengan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dan pinjaman dari perusahaan. Program Bina Lingkungan adalah program pemberdayaan masyarakat dengan melihat kondisi sosial, mengangkat kesejahteraan masyarakat melalui program-program social.

Regulasi CSR juga diatur dalam bentuk pedoman secara internasional salah satunya ISO 26000 yang berbicara standar kualitas tata kelola perusahaan. ISO 26000 menjadi standard penilaian dunia usaha yang tertaraf internasional.dengan berbagai indikator penilaian antara lain, manajemen dunia usaha, keterbukaan informasi publik, mekanisme produksi barang (produk) dan jasa, perhatian terhadap karyawan dan masyarakat selaku *stakeholder*, keterbukaan dan pengembangan kebijakan *Corporate*

### *Social Responsibility (CSR).*

#### *Perkembangan Praktek Corporate Sosial Responsibility (CSR) di Indonesia*

Sejak terjadinya perubahan politik dari rezim orde baru ke otonomi daerah membuka keran demokrasi, mendudukkan perusahaan untuk tanggap terhadap daerah dimana operasi perusahaan berlangsung. Kemitraan (*partnership*) menjadi wujud untuk melipatgandakan dukungan pada pembangunan. Pemerintah mendorong *partnership* untuk memanfaatkan sumber daya yang ada. Pada posisinya, keberadaan perusahaan menjadi salah satu sumber pemasukan negara, harus mencurahkan sumber dayanya tidak hanya pada sektor pajak akan tetapi pada sektor lain, yaitu perhatian kondisi sosial dan lingkungan.

Penerapan CSR di Indonesia yang diatur oleh beberapa regulasi, membuat keterlibatan perusahaan dalam pembangunan mulai terlihat seperti pada pembangunan infrastruktur kota dan desa seperti penyediaan sanitasi masyarakat, pembangunan batas kota dan desa, perbaikan fasilitas umum seperti mesjid, taman kota dll. Pelibatan perusahaan di sini, tidak hanya sekedar didasari sebagai bentuk investasi atau sumber pemasukan ekonomi negara, akan tetapi memanfaatkan sisi praktek kegiatan sosial perusahaan yang dikemas dalam bentuk kemitraan pemerintah dan swasta (perusahaan) seperti yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara, yang punya strategi jitu agar kesejahteraan rakyat meningkat tanpa harus mengutakatik APBDnya. yang dilakukan adalah mengumpulkan dana CSR perusahaan tambang yang ada didaerahnya untuk mendukung program pembangunan daerahnya<sup>11</sup>. Pemerintah Kota Makassar demikian, mengajak perusahaan untuk berpartisipasi dan mendukung kebijakan khususnya penataan kota dan beberapa kabupaten kota lainnya.

Setiap perusahaan diupayakan untuk memiliki skema (*blueprint*) kegiatan sosial melalui pemberdayaan sosial, program lingkungan melalui pelestarian dan penghematan penggunaan energi yang sinergi dengan pembangunan. Akan tetapi pada kondisi yang terjadi, masih ada perusahaan yang belum memahami sama sekali akan pentingnya CSR bagi masa depan perusahaan. Saat ini perusahaan yang terlihat gencar melakukan praktek CSR hanya perusahaan yang berskala besar seperti PT.Djarum Indonesia, Exxon Mobil Indonesia, Perusahaan Bosowa, Hadji Kalla, Panin Bank dll. Perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pun menyelenggarakan CSR, apalagi perusahaan BUMN terikat oleh UU seperti UU No. 19 tahun 2003 Tentang BUMN dan Peraturan Kementerian BUMN dalam pelaksanaan CSR yang disebut Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Program Kemitraan (PK) merupakan program CSR perusahaan BUMN yang memfokuskan peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pinjaman modal (kredit modal). Pinjaman tersebut diberikan kepada kelompok masyarakat yang sementara mengembangkan usaha. Sedangkan Bina Lingkungan (BL) merupakan program yang sasaran lebih pada aspek pemberdayaan yang biasa diistilahkan *Community Development*. Selain itu, melalui Bina Lingkungan perusahaan BUMN melakukan kegiatan-kegiatan dalam meningkatkan infrastruktur desa dan kota seperti penyediaan



sanitasi masyarakat.

Penerapan CSR di Indonesia sampai saat ini semakin meningkat, baik secara kualitas dan kuantitas. Berbagai bentuk dan model penerapan CSR di setiap masing-masing perusahaan yang dilakukan agar mendapatkan penghargaan dan pengakuan dari masyarakat dan pemerintah. Kontribusi perusahaan secara finansial pun semakin meningkat. Berdasarkan survey PIRAC yang pernah dilakukan pada tahun 2001 menunjukkan dana CSR mencapai 115 miliar rupiah dari 180 perusahaan dengan 279 bentuk kegiatan di masyarakat<sup>12</sup>.

Beberapa perusahaan sudah menerapkan CSR, akan tetapi masih terdapat pula perusahaan yang masih setengah hati menerapkan CSR. Perusahaan seperti yang dimaksud melihat CSR sebagai instrumen kebijakan perusahaan yang digunakan pada saat terjadi gejolak antar masyarakat dengan perusahaan terkait. CSR yang dilakukan oleh perusahaan hanya bersifat sebagai pemadam kebakaran, CSR cenderung dijadikan alat untuk meminimalisir gejolak yang terjadi.

Beberapa model yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyelenggarakan CSR yang di Indonesia. (1) Adanya keterlibatan langsung oleh pihak perusahaan dalam menyelenggarakan program CSR tanpa melalui perantara/bermitra dengan lembaga lain seperti lembaga sosial, model seperti ini umumnya terintegrasi langsung dalam struktur perusahaan yang biasa disebut bidang *Community Development* (Comdev) . (2) Keterlibatan melalui yayasan yang dibentuk oleh perusahaan yang nantinya yayasan tersebutlah yang mengelola program CSR yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Selanjutnya, (3) Bermitra dengan pihak lembaga sosial dan kemasyarakatan atau organisasi non pemerintah dalam mengelola program CSR. (4) Keterlibatan melalui konsorsium perusahaan, dimana terdapat beberapa perusahaan yang mendirikan atau membentuk satu lembaga yang mengelola program CSR. Pada umumnya perusahaan hanya menyediakan dana untuk dikelola bersama dalam menyelenggarakan program CSR<sup>13</sup>.

## **KESIMPULAN**

Penerapan CSR sudah menjadi bagian dari aktivitas perusahaan. Permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat sudah harus menjadi bagian kehidupan perusahaan. Peran serta perusahaan dalam memerhatikan kondisi sosial menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya bertujuan sebagai pelaku usaha yang melakukan praktek ekonomi, akan tetapi melakukan praktik sosial dengan melakukan penerapan CSR. Motif demikian dianggap positif karena akan mendatangkan manfaat (*benefit*) bagi seluruh elemen yang terkait. Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dijadikan sebagai *portofolia* atau standar yang memungkinkan perusahaan mendapatkan citra yang baik dari masyarakat dan pemerintah, sehingga segala aktivitas perusahaan menjadi legitimasi dari stakeholder. Dengan CSR, kondisi masyarakat akan mengalami peningkatan kualitas hidup, teranganinya masalah sosial yang selama ini menjadi ancaman kehidupan. Selanjutnya kualitas lingkungan tetap terjadi, karena tata kelola perusahaan dengan menekan tingkat pencemaran akibat dari operasi perusahaan.

---

### **Endnotes**

<sup>1</sup> Pembangunan Berkelanjutan (*sustainable development*) adalah pembangunan yang berprinsip pada pemenuhan kebutuhan sekarang dengan tidak mengorbankan pemenuhan kebutuhan untuk generasi selanjutnya. Laporan PBB mengenai Pembangunan Berkelanjutan menjabarkan 3 (tiga) pilar utama, yaitu : ekonomi, sosial dan lingkungan. Wahyudi. 2011. *Corporate Social Responsibility : : Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Hal : 8.

<sup>2</sup> Francis Fukuyama. 2002 . *Trust Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran* Hal : 9

<sup>3</sup> Selamat Tinggal Buyatku Sayang, Buyatku Tercemar. 2005 Tambang & Pelanggaran Ham Kasus Pertambangan di Indonesia 2004-2005 Hal 130-131

<sup>4</sup> Tantangan praktik bisnis tambang dan migas, tidak hanya persoalan kompetisi ditengah semakin tipisnya sumber daya alam dan mineral, akan tetapi muncul resistensi atau perlawanan kelompok stakeholder (masyarakat dan komunitas). Prayogo .2011. *Socially Responsible Corporation*. Hal : 9-10.

<sup>5</sup> Prayogo. 2011. *Socially Responsible Corporation*. Hal : 2

<sup>6</sup> Edy Soeharto .2008. *Corporate Social Responsibility dalam Bisnis dan CSR* vol 1 No. 4 Bulan Maret. Hal : 226-227

<sup>7</sup> Untung, Hendrik Budi. 2008. *Corporate Sosial Responsibility*. Hal : 1

<sup>8</sup> Wahyudi dan Azheri. 2011. *Corporate Social Responsibility Prinsip, Pengaturan dan Implementasi* Hal :132

<sup>9</sup> Ibid

<sup>10</sup> Yusuf Wibisono. 2007 *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Hal :32-37

<sup>11</sup> Agus 2011. *PKBL* Hal :78

<sup>12</sup> Tanudjaja. *Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia*. [www.petra.ac.id](http://www.petra.ac.id) diakses pada tanggal 22 Mei 2015.

<sup>13</sup> Saidi dan Abidin

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Fajar, Mukti. 2010. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Fukuyama, Francis. 2002 . *Trust Kebajikan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Huda, Miftahul. 2009. *Pekerjaan Sosial dan Kesejahteraan Sosial. Sebuah Pengantar*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- John W.Creswell.2010. *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*.Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Kartini, Dwi.2009. *Corporate Social Responsibility*. Rafika Aditama. Bandung
- Meleong, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT.Remaja Rosda Karya. Bandung.
- Prayogo, Dody. 2011.*Socially Responsible Corporation*. UI Press. Jakarta.
- Poerwanto. 2010. *Corporate Social Responsibility, Menjinakkan Gejolak Sosial di Era Pornografi*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta

- Rahman, Reza. 2009. *Corporate Sosial Responsibility : antara Teori dan Kenyataan*. Med Press. Yogyakarta.
- Strauss, Anselm dan Corbin, Juliet. 2009. *Dasar – dasar Penelitian Kualitatif*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Sutedi, Adrian. 2011. *Good Corporate Governance*. Sinar Grafika. Jakarta.
- Selamat Tinggal Buyatku Sayang, Buyatku Tercemar. 2005 Tambang & Pelanggaran Ham Kasus Pertambangan di Indonesia 2004-2005
- Soetomo. 2009. *Pembangunan Masyarakat, Merangkai Sebuah Kerangka*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Sutupo, H B. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sebelas Maret University Press. Surakarta.
- \_\_\_\_\_ 2006. . *Metode Penelitian Kualitatif*. Sebelas Maret University Press. Surakarta.
- Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Sosial Responsibility from Charity to Sustainability*. Salemba Empat. Jakarta.
- Suharto, Edi. 2008. *Corporate Sosial Responsibility : What is and Benefit for Corporate dalam majalah Bisnis & CSR*, Volume 1, No.4, Maret 2008 \
- \_\_\_\_\_ 2009. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri, Memperkuat CSR*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_ 2005. *Membangun Masyarakat dan Memberdayakan Rakyat*. PT Rafika Aditama. Bandung.
- Untung, Hendrik Budi. 2008. *Corporate Sosial Responsibility*. Sinar Grafika. Jakarta.
- Usman, Sunyoto. 2010. *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Pusataka pelajar. Yogyakarta
- Wahyudi, Isa dan Azheri, Busyra . 2008. *Corporate Sosial Responsibility : Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. In-Trans Publishing. Malang
- Wibisono, Yusuf. 2007 *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Fascho Publishing. Gresik.

### **Jurnal**

- Jurnal A+ CSR Indonesia, 2004, Filantropi atau Tanggung Jawab Sosial?
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2009 Tentang Kesejahteraan Sosial.
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor No.19 Tahun 2003 tentang BUMN  
Peraturan Menteri Negara BUMN No: Per-05/MBU/2007