
IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
(Studi Kasus di PT. Tambak Seribu Teluk Pandan Pesawaran)

Muhammad Rudi Wijaya & Oriza Agustin

1. STIS Darul Ulum Lampung Timur,
2. Institut Agaama Islam Agus Salim Metro
rudijaya68@gmail.com, orizaagustin@yahoo.com

Abstract

Corporate Social Responsibility is one form of social responsibility firm by means running a business that meet the expectations of ethical and legal, set by the government and force in the community. *Corporate Social Responsibility* (CSR) it is showing concern it to the interests of the group wider (stakeholders) than just a concerned. own company interests here how the researchers want to know (CSR) *Corporate Social Responsibility* in PT. Tambak Seribu. The study aimed to identify the *Corporate Social Responsibility* (CSR). conducted by PT. Tambak Seribu Teluk Pandan Pesawaran. The research is expected to produce an aspiration to increase knowledge of the *Corporate Social Responsibility* (CSR) As well as expected to benefit managers and employees P.T. Tambak Seribu in fishponds apply the program *Corporate Social Responsibility* (CSR) so that it conforms to The problems faced by the community. The kind of research is field research is descriptive. qualitative for the data collection techniques used, interview documentation and. observation than data-data collected analysis using inductive way of thinking. The result showed that the *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Tambak Seribu Teluk Pandan Pesawaran performed in some form covering, holiday assistance, health assistance, scholarships development assistance of, facilities and public facilities handling waste held, the preservation of, clean water and mangrove planting.PT. Tambak Seribu set a budget for CSR thousand farms of 2 % of its profit the year 2014. But realization *Corporate Social Responsibility* (CSR) by PT. Tambak Seribu technically farms has not yet seen the achievements in the field of, because its achievements CSR more cash for, community assistance the program is not economic partnership with the community and no openness company pertaining to. funds provided to the public CSR, utilizing the momentum of the feast and filing, a proposal by the community so the company seem less proactive in choosing information about the needs of the people who have helped with CSR.

Keywords: *Implementation, Corporate Social Responsibility, PT. Tambak Seribu*

Abstrak

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dengan cara menjalankan sebuah bisnis yang memenuhi harapan etis dan legal, yang ditetapkan oleh pemerintah dan berlaku di masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) ini lebih menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak secara lebih luas

(*stakeholders*) dari pada hanya sekedar mementingkan kepentingan perusahaan sendiri. Disini peneliti ingin mengetahui bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Tambak Seribu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT. Tambak Seribu Teluk Pandan Pesawaran. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih untuk menambah khasanah keilmuan tentang implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Serta diharapkan dapat bermanfaat bagi manajer dan karyawan P.T. Tambak Seribu dalam mewujudkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga sesuai dengan permasalahan yang dihadapi masyarakat. Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*). Dan bersifat deskriptif kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, dokumentasi, dan observasi. Kemudian data-data yang terkumpul dianalisa dengan menggunakan cara berfikir induktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT. Tambak Seribu Teluk Pandan Pesawaran, dilakukan dalam beberapa bentuk, meliputi bantuan hari raya, bantuan kesehatan, beasiswa pendidikan, bantuan pembangunan sarana ibadah dan fasilitas umum, penanganan limbah, pelestarian air bersih, dan penanaman bakau. PT. Tambak Seribu menetapkan anggaran untuk CSR sebesar 2% dari laba bersih perusahaan tahun 2014. Namun realisasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT. Tambak seribu secara teknis belum terlihat dari capaian program di lapangan, karena realisasi CSR lebih banyak berupa bantuan tunai kepada masyarakat, bukan program kemitraan ekonomi dengan masyarakat dan belum ada keterbukaan perusahaan berkaitan dengan dana yang diberikan kepada masyarakat. Pemberian CSR memanfaatkan momentum hari raya, dan pengajuan proposal dari masyarakat, sehingga perusahaan terlihat kurang proaktif dalam menjaring informasi tentang kebutuhan masyarakat yang perlu dibantu dengan program CSR.

Kata Kunci: *Implementasi, Corporate Social Responsibility, PT. Tambak Seribu*

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan ekonomi dewasa ini ditandai dengan laju perkembangan industri di berbagai sektor, di antaranya industri di sektor pengolahan bahan-bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi dan barang jadi menjadi barang yang bernilai tinggi.

Perkembangan industri telah memberi dampak positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat, terbukanya kesempatan kerja yang lebih luas, memudahkan masyarakat dalam menjual komoditas pertanian, dan perikanan, serta meningkatkan pendapatan pemerintah dari hasil pajak industri. Namun di sisi lain, perkembangan industri juga

membawa perubahan yang berdampak negatif, seperti pencemaran terhadap lingkungan sekitar industri, polusi air bersih, polusi kebisingan suara, dan polusi udara.

Berdasarkan hal tersebut lah, industri memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan terhadap masyarakat. Yang berdasarkan dalam Peraturan Pemerintah No 47 Th 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 2.¹

Dalam Penjelasan Peraturan Pemerintah No 47 Th 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 2 disebutkan sebagai berikut:

Setiap Perseroan sebagai wujud kegiatan manusia dalam bidang usaha, secara moral mempunyai komitmen untuk bertanggung jawab atas tetap terciptanya hubungan Perseroan yang serasi dan seimbang dengan lingkungan dan masyarakat setempat sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat tersebut.² Berdasarkan ketentuan pada Pasal di atas, maka setiap perseroan memiliki tanggung jawab moral untuk menjalankan operasional perusahaan dengan memperhatikan nilai-nilai dan normamasyarakat di sekitarnya. Orientasi perusahaan memang terhadap laba, tetapi hendaknya diimbangi dengan kepedulian sosial dan kontribusi perusahaan dalam membangun dan memberdayakan masyarakat.

Salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* yaitu dengan cara menjalankan sebuah bisnis yang memenuhi harapan etis dan legal, yang ditetapkan oleh pemerintah dan berlaku di masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) ini menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak secara lebih luas (*stakeholders*) daripada hanya sekedar mementingkan kepentingan perusahaan sendiri. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) ini berkaitan dengan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan, karyawan, pemasok, investor, komunitas masyarakat, pemerintah, dan juga kompetitornya.

Awal mula lahan produksi PT. Tambak Seribu adalah sebuah rawa yang dikelilingi oleh gunung.. PT Tambak Seribu berdiri pada tanggal tanggal 21 April

¹Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 2

²Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 2

2004 dengan memulai proyek pembuatan tondon, rumah genset, kantor umum dan kantin. Pada tanggal 7 juli 2004 PT Tambak Seribu baru mulai beroperasi dengan 8 kolam, dengan luas lahan produksi 2.400 m³, seiring berjalannya proyek pada tanggal 3 Februari 2014 hingga kini Tambak Seribusudah beroprasi 127 kolam dengan luas lahan produksi 333,189 m³.³

PT. Tambak Seribu merupakan devisa budi daya udang dari PT. Indokom Samudra Persada, yang bergerak di bidang produksi perikanan beku, dengan produk utamanya adalah udang beku. Ada dua macam produk udang beku yang dihasilkan PT. Indokom Samudra Persada, berupa produk mentah dan value added product (produk olahan udang). Jenis produk mentah yang dihasilkan seperti jenis udang black tiger, white, dan vannamei. Sedangkan produk olahan seperti baso, udang, tempura, nuget, lumpia, dan breaded. PT. Indokom Samudra Persada memiliki pasar produk yang relatif luas mencakup kawasan Uni Eropa, Amerika, dan Jepang. Ketiga kawasan tersebut diidentifikasi memiliki potensi yang besar untuk pengembangan, volume, intensitas, dan kontinuitas ekspor PT. Indokom Samudra Persada.⁴

Dalam upaya memenuhi ketersediaan udang yang akan diolah, PT. Indokom Samudra Persada kemudian mendirikan tambak udang di Pesawaran tepatnya di Desa Seribu, yang kemudian diberi nama PT. Tambak Seribu Teluk Pandan Pesawaran, yang dikhususkan untuk budidaya udang, sedangkan pusat pengelolaan udang setelah siap panen yaitu di PT. Indokom Samudra Persada dimana nantinya udang akan dijual dan sebagian akan diolah menjadi produk olahan seperti Baso, Udang, Tempura, Nuget, Lumpia, dan Breaded.⁵

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Mustofa selaku kepala desa seribu, kehidupan ekonomi masyarakat di sekitar perusahaan masih minim, masih banyak calon tenaga kerja produktif yang kurang terserap oleh lapangan kerja atau menganggur, sedangkan PT. Tambak Seribu adalah perusahaan yang dapat menyerap tenaga kerja dan dapat berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi masyarakat disekitar perusahaan.

Melihat fenomena di atas peneliti ingin meneliti lebih lanjut kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT. Tambak Seribu terhadap masyarakat disekitar PT. Tambak Seribu.

³Dokumentasi Profil PT. Tambak Seribu, diperoleh tanggal 10 November 2015

⁴Dokumentasi Profil PT. Tambak Seribu, diperoleh tanggal 10 November 2015

⁵*Ibid.*

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan oleh penulis termasuk jenis penelitian kualitatif lapangan (*field research*), yaitu: penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan statistik atau cara kuantifikasi lainnya.⁶ Lokasi penelitian adalah PT. Tambak Seribu Teluk Pandan, Pesawaran. Adapun yang menjadi objek penelitian adalah implementasi program *corporate social responsibility* (CSR) oleh PT. Tambak Seribu Teluk Pandan Pesawaran.

Penelitian yang penulis lakukan ini bersifat deskriptif kualitatif. Sumberdata primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁷ Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu: Bapak Agus Salim, sebagai Manajer PT. Tambak Seribu; Bapak Jarwanto, staf bagian keuangan; Bapak Andi Sasono, Bapak Nurdin, Bapak Ridwan sebagai Staf Bidang Humas dan *Corporate Social responsibility* di PT Tambak seribu. Berkaitan sumber data primer dari pihak masyarakat adalah Bapak Mustofa, sebagai Kepala Desa, Bapak Hikmah, sebagai tokoh agama dan masyarakat yang berdomisili terdekat dengan PT. Tambak Seribu.

Sumber data dari masyarakat dipilih berdasarkan teknik *purposive sampling*, yaitu peneliti memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan, selanjutnya berdasarkan data atau informasi yang diperoleh dari sampel sebelumnya itu, peneliti dapat menetapkan sampel lainnya yang dipertimbangkan akan memberikan data lebih lengkap.⁸ Sesuai dengan *purposive sampling* dalam penelitian ini, sampel yang peneliti gunakan berdasarkan pertimbangan masyarakat yang lebih mengetahui dalam implementasi *Corporate Sosial Responsibility* di PT. Tambak Seribu, yaitu tokoh masyarakat, tokoh agama dan masyarakat yang berdomisili terdekat dengan PT. Tambak Seribu.

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁹ Sumber sekunder yang berasal dari dokumen dan literatur antara lain Al-Quran dan Hadis, Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang

⁶Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009), cet-1. hlm. 6

⁷Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 62

⁸Sugiyono, *Memahami Penelitian....*, hlm. 62

⁹Sugiyono, *Memahami Penelitian....*, hlm. 62

Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas, Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility) Tanggung Jawab Sosial Korporasi*, Asmadi dan Suharno, *Dasar-dasar Teknologi Pengolahan Air Limbah*, Daryanto dan Agung Suprihatin, *Pengantar Pendidikan Lingkungan Hidup*, dan buku-buku lainnya yang relevan dengan penelitian ini, dan Dokumen *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Tambak Seribu.

Wawancara dalam penelitian ini merupakan alat pengumpul data utama. Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara *semi structure interview*. Wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in dept interview*. Dalam penelitian ini dokumentasi digunakan untuk mencari data antara lain jumlah karyawan, manajer, struktur organisasi PT. Tambak Seribu, standar operasional (SOP) CSR di PT. Tambak Seribu, dan dokumentasi yang berkaitan dengan program CSR di PT. Tambak Seribu. Observasi digunakan untuk mengetahui P.T. Tambak Seribu Teluk Pandan. dalam mengimplementasikan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa data kualitatif berdasarkan teori Miles and Huberman sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono.

Setelah data terkumpul, dipilih dan disajikan, maka langkah selanjutnya adalah menarik kesimpulan dengan menggunakan metode induktif, yaitu penarikan kesimpulan dari hal-hal yang khusus menuju kepada hal-hal umum. Metode tersebut penulis gunakan untuk menganalisa implementasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* oleh PT. Tambak Seribu Teluk Pandan Pesawaran

DEKRIPSI TEORITIS

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate social responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan dalam operasi bisnis, terhadap tanggung jawab sosial yang diimplementasikan bentuk kepedulian sosial terhadap karyawan, nasabah, maupun kepada masyarakat secara luas. Ada beberapa pengertian tentang *Corporate social responsibility (CSR)*, yaitu sebagai berikut:

- a. Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) adalah kewajiban kepada masyarakat yang ditanggung oleh perusahaan.

Perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial memaksimalkan dampak positif pada masyarakat dan meminimalkan dampak negatif.¹⁰

- b. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan, dan keluarganya, sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.¹¹
- c. Menurut Organisasi *Business For Social Responsibility* sebagaimana dikutip oleh Patricia J. Parsons, definisi tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) diartikan sebagai upaya memastikan keberhasilan komersial dalam cara-cara yang menghormati nilai-nilai etis dan menghormati masyarakat dan lingkungan.¹²
- d. Adapun menurut Irham Fahim, *Corporate Social Responsibility* (CSR) diartikan sebagai kewajiban manajemen untuk membuat pilihan dan mengambil tindakan yang berperan dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Kewajiban tersebut dan pada bentuk perhatian perusahaan pada masyarakat sekeliling maupun tanggung jawab pada pemerintah dalam bentuk membayar pajak secara jujur dan tepat waktu.¹³

Memahami pendapat di atas, dapat dikemukakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat yang berkelanjutan, dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara aspek ekonomi dan aspek sosial. Dalam hal ini, pihak perusahaan melihat *corporate social responsibility* bukan program pemaksaan, tetapi bentuk rasa kepedulian terhadap masyarakat, yaitu membantu melepaskan pihak-pihak dari berbagai kesulitan yang dialami.

Dasar *Corporate Social Responsibility* (CSR)

¹⁰Thomas S. Bateman dan Scott A, Snell, *Management Leading & Collaborating in a Competitive World*, alih bahasa Chriswan Sungono dan Ali Akbar Yulianto, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm. 206

¹¹Bukhari Alma dan Doni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 180

¹²Patricia J Parsons, *Etika Public Relations*, Alih Bahasa Sigit Purwanto, (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2007), hlm. 143

¹³Irham Fahim, *Etika Bisnis Teori Kasus Dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 81

Landasan *corporate social responsibility* (CSR) dapat dipahami dari berbagai ketentuan, baik Undang-Undang, maupun Peraturan Perundang-Undangan sebagai berikut:

- a. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal Pasal 15.

Pada UU No 25 th 2007 tersebut, menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban untuk:

- 1) Menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik.
- 2) Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.
- 3) Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal.
- 4) Menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal.
- 5) Mematuhi semua ketentuan Peraturan Perundang-Undangan.¹⁴

Mengacu kepada ketentuan di atas, kegiatan penanaman modal yang berkaitan dengan kepentingan publik, terikat dengan kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial (*social responsibility*) dan harus memperhatikan budaya dan sistem nilai yang berkembang di masyarakat. Dalam konteks tersebut, kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha, harus memperhatikan norma agama yang berkembang di masyarakat, sehingga eksplorasi ekonomi perusahaan tidak bertentangan dengan kepercayaan dan norma agama yang dianut oleh masyarakat di sekitarnya.

- b. Peraturan Pemerintah No 47 Th 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 2.

Peraturan Pemerintah No 47 Th 2012 ini menyatakan bahwa: Setiap Perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan.¹⁵

Selanjutnya dalam Penjelasan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 2 disebutkan bahwa:

Setiap Perseroan sebagai wujud kegiatan manusia dalam bidang usaha, secara moral mempunyai komitmen untuk bertanggung jawab atas tetap

¹⁴Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal Pasal 15

¹⁵Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 2

terciptanya hubungan Perseroan yang serasi dan seimbang dengan lingkungan dan masyarakat setempat sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat tersebut.¹⁶

Berdasarkan ketentuan dalam Pasal di atas, setiap perseroan memiliki tanggung jawab moral untuk menjalankan operasional perusahaan dengan memperhatikan nilai-nilai dan normamasyarakat di sekitarnya. Orientasi perusahaan terhadap laba, hendaknya diimbangi dengan kepedulian sosial dan kontribusi perusahaan dalam membangun masyarakat.

Tujuan dan Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Implementasi *corporate social responsibility* (CSR) memiliki tujuan dan manfaat yang akan diterima bagi perusahaan sebagai berikut:

- a) Mempertahankan dan merenungkan reputasi serta citra perusahaan mereka.
- b) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- c) Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
- d) Melebarkan aksesoris berdaya bagi operasional usaha.
- e) Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- f) Mereduksi biaya misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- g) Memperbaiki hubungan dengan stakeholder.
- h) Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- i) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- j) Peluang mendapatkan penghargaan.¹⁷

Memahami hal tersebut di atas, maka *corporate social responsibility* (CSR) mempunyai tujuan dan manfaat sebagai berikut:

a. Tujuan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Mencermati kutian di atas, salah satu tujuan dari *corporate social responsibility* (CSR) adalah membangun reputasi dan citra positif perusahaan dalam pandangan masyarakat. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan keberlanjutan, dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya melainkan sebagai sarana meraih keuntungan.

Tujuan *corporate social responsibility* (CSR) mengacu kepada kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan demi suatu tujuan sosial, dengan tidak

¹⁶Penjelasan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 2

¹⁷Irham Fahmi, *Etika Bisnis*..., hlm. 83

memperhitungkan untung atau rugi ekonomis.¹⁸Perusahaan tidak hanya mempunyai kinerja ekonomis, tetapi juga kinerja sosial. Perusahaan sebagai badan usaha yang memperoleh keuntungan dari masyarakat harus memperhatikan hubungan baik dengan masyarakat di sekitarnya, dan masyarakat umum lainnya.

Di sisi lain masyarakat mengharapkan perusahaan yang berorientasi pada perolehan laba, memiliki komitmen moral untuk mendistribusi keuntungan-keuntungannya dalam membangun masyarakat lokal, hal itu penting sekali menjadi tujuan perusahaan dalam mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk masyarakat.

b. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility dapat bermanfaat dalam meningkatkan reputasi dan citra perusahaan kepada masyarakat. Perusahaan juga dapat memperoleh manfaat dengan mereduksi berbagai gejolak sosial yang mungkin timbul dari operasionalisasi perusahaan, khususnya dengan masyarakat di sekitarnya. *Corporate Social Responsibility* juga bermanfaat dalam meningkatkan kualitas hubungan perusahaan dengan masyarakat sehingga perusahaan mendapat lisensi dari masyarakat untuk terus berkembang yang tentunya akan menguntungkan perusahaan dalam meningkatkan kualitas perusahaan.

Bentuk-bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR)

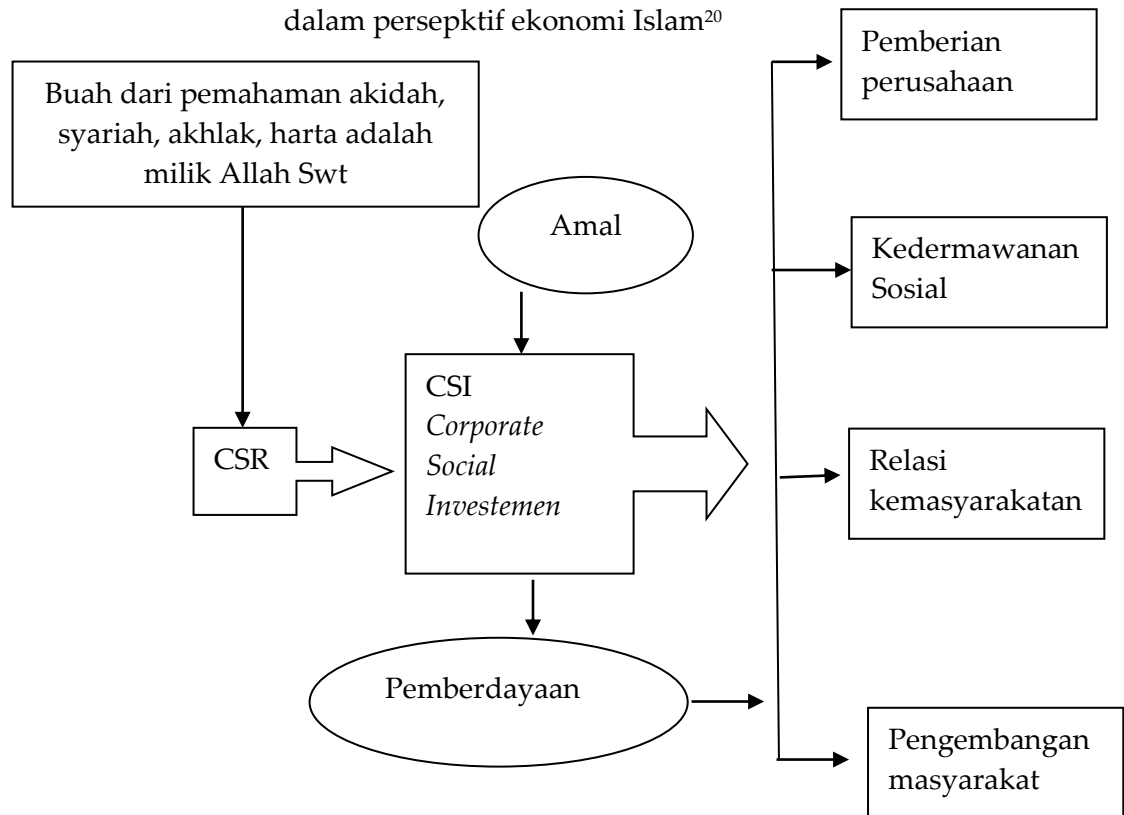
Pelaksanaan kegiatan bisnis yang dilakukan oleh lembaga keuangan berdampak pada munculnya persepsi masyarakat terhadap citra lembaga keuangan. Hal tersebut mendorong pentingnya membangun citra dan persepsi positif masyarakat, sebagai salah satu strategi dalam memasarkan produk kepada konsumen. Dalam Islam *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah: Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan untuk mendorong pertumbuhan berkelanjutan. CSR bukan lagi dilihat sebagai sentra biaya, melainkan sebagai sentra laba (*profit center*) di masa yang akan datang. Dalam pandangan Islam, CSR merupakan kewajiban pengusaha yang dikeluarkan dari pendapatan yang jatuh pada kewajiban zakat, infak ataupun shodaqoh.¹⁹

¹⁸K. Bertens Pengantar, *Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2009), hlm. 297

¹⁹Buchari Alma dan Doni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah.*, hlm. 179

Memahami pendapat di atas, program CSR bagi pengusaha muslim dapat diimplementasikan dalam bentuk zakat, infak dan shodaqoh. Pemberian zakat, infak, dan shodaqoh dalam konteks CSR, tidak lagi dipandang sebagai pengeluaran saja, melainkan berorientasi pada perolehan laba di masa mendatang. Bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Islam adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1: Hubungan CSR dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat dalam perspektif ekonomi Islam²⁰



Mencermati skema di atas, CSR dapat diimplementasikan dalam bentuk kedermawanan sosial, pemberdayaan dan pngmbangan masyarakat. Dalam perspektif ekonomi Islam, CRS bukan hanya dilihat dari kepedulian perusahaan atas keuntungan yang diperoleh dari eksploitasi lingkungan, tetapi juga kepedulian yang didasarkan pada tanggung jawab dalam pengelolaan harta, dan distribusi kuntungan kepada masyarakat, khususnya yang tinggal di sekitar perusahaan.

²⁰PatriciaJ. Parsons, *Etika Public Relations*, hlm. 181

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dimensi Tanggung Jawab *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki tiga dimensi, yaitu: dimensi ekonomi, dimensi sosial, dan dimensi lingkungan.²¹ Dimensi tanggung jawab *Corporate Social Responsibility* tersebut diuraikan dibawah ini yaitu sebagai berikut:

a. Dimensi Ekonomi

Tujuan utama pendirian perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan dan keberlanjutan usaha. Dalam *Corporate social responsibility* komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi disertai dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Pemahaman terhadap dimensi ekonomi CSR meliputi: tata kelola perusahaan, perlindungan konsumen, dan etika investasi.²² Perusahaan harus dikelola dengan baik untuk memberikan keuntungan ekonomi kepada investor, dan karyawan. Di sisi lain perusahaan juga memiliki kewajiban kepada konsumen agar produk atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen, dan sesuai dengan regulasi yang ditetapkan pemerintah.

Dimensi ekonomi dalam konteks CSR merupakan tanggung jawab ekonomi perusahaan (*economic responsibility*), yaitu memproduksi barang dan jasa yang diinginkan oleh masyarakat pada suatu tingkat harga yang dapat membuat bisnisnya berjalan dan memenuhi kewajibannya kepada investor.²³

Keberhasilan dunia bisnis ditentukan oleh bagaimana kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat umum, bukan semata untuk warga bisnis itu sendiri. Tanggung jawab bisnis lebih luas dari sekedar terhadap pemilik atau investor. Walaupun sikap pemilik menginginkan agar pihak manajemen perusahaan bekerja untuk memberikan kepuasan yang maksimal kepada para pemegang saham. Namun kondisi realitas saat ini posisi perusahaan dan masyarakat telah terbangun kontrak sosial kontrol sosial sebagai kesepakatan

²¹Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility) Tanggung Jawab Sosial Korporasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 142

²² Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility).....*, hlm. 142

²³Thomas S. Bateman dan Scott A, Snell, *Management Leading & Collaborating in a Competitive World*, hlm. 205

implisit yang memberikan legitimasi sosial oleh masyarakat atas kehadiran korporasi, dan sebaliknya manfaat ekonomi yang dihasilkan bisnis harus berdistribusi pulang kepada masyarakat.

b. Dimensi Lingkungan

Dimensi lingkungan perusahaan yang bertanggung jawab sosial didefinisikan sebagai kewajiban perusahaan terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasi dan produksi, menghilangkan emisi dan limbah.²⁴

Perusahaan dalam operasionalnya tidak dapat dipisahkan dari lingkungan, baik dalam konteks lingkungan sebagai sumber daya penyedia bahan baku, maupun dalam konteks lingkungan sebagai objek yang terkena dampak dari kegiatan ekonomi perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan memiliki kewajiban untuk menjaga dan melestarikan lingkungan, melalui program yang berkaitan langsung dengan masalah yang dihadapi masyarakat sekitar perusahaan.

Dimensi lingkungan dalam CSR sejalan dengan perspektif Al-Quran yang menyebutkan kerusakan lingkungan akibat perbuatan manusia, sebagaimana disebutkan dalam Al-Quran sebagai berikut:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا
لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ﴿٤١﴾

“Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar)” (Q.S. Ar-Ruum; 41)²⁵

Dalam Q.S. Ar-ruum ayat 41 dijelaskan dalam Al-Quran dan Tafsirnya ayat ini diterangkan bahwa telah terjadi *Al-Fasaddi* daratan dan lautan. *Al-Fasad* adalah segala bentuk pelanggaran atas sistem atau hukum yang dibuat Allah, yang diterjemahkan dengan “perusakan”. Perusakan itu bisa berupa pencemaran alam sehingga tidak layak lagi didiami, atau bahkan penghancuran alam sehingga tidak bisa lagi dimanfaatkan. Di daratan, misalnya, hancurnya flora dan fauna, dan dilaut seperti rusaknya biodata laut. Juga termasuk *Al-Fasad* adalah perampokan, pembunuhan, pemberontakan dan sebagainya. Perusakan itu

²⁴Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility) Tanggung Jawab Sosial Korporasi*, hlm. 149

²⁵Q.S. Ar-Ruum, ayat 41

terjadi akibat perilaku manusia, misalnya eksploitasi alam yang berlebihan, peperangan, percobaan senjata, dan sebagainya. Perilaku itu tidak mungkin dilakukan orang yang beriman dengan keimanan yang sesungguhnya karena ia tahu bahwa semua perbuatannya akan dipertanggung jawabkan nanti didepan Allah.²⁶

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka perusahaan secara etis bertanggung jawab dalam pemeliharaan lingkungan, menjaga ketersediaan sumber daya alam bagi generasi berikutnya. Peran perusahaan dalam konteks tanggung jawab terhadap lingkungan dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Mengurangi emisi. Kegiatan operasi pelayanan yang diberikan oleh perusahaan menghasilkan emisi langsung dan tidak langsung di atmosfer, dan emisi tersebut dihasilkan dari penggunaan produk perusahaan atau dari kebiasaan pembelian dan konsumsi listrik. Emisi tersebut dapat mencakup berbagai polutan seperti timbal, merkuri, senyawa organik berubah sulfur dioksida, nitrat oksida, dan bahan lain yang dapat menyebabkan kerusakan lingkungan dan efek pada kesehatan manusia
- 2) Mengurangi limbah. Perusahaan yang kegiatan usahanya menghasilkan limbah cair dan padat harus tergantung pada program- program untuk mengurangi limbah tersebut. Program-program ini harus didasarkan pada pengurangan sumber pemanfaatan kembali daur ulang pengolahan limbah dan pembuangan.
- 3) Efektif menggunakan energi. Perusahaan listrik mengkonsumsi dalam menjalankan operasi mereka dan jasa. Program yang fokus pada konsumsi daya yang efektif dapat mengurangi permintaan atau listrik di gedung-gedung di daerah, seperti pemanasan, pendinginan, keringanan penggunaan bahan bakar yang efektif dan ketergantungan pada sumber bahan bakar alternatif
- 4) Pelestarian air bersih yang seringkali dianggap sebagai kekayaan global. Menyediakan air minum murni dianggap sebagai kebutuhan dasar kemanusiaan dan terdaftar sebagai salah satu dari hak-hak utama individu.²⁷

Memahami pendapat di atas, dapat dikemukakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan di bidang lingkungan dapat diwujudkan dalam bentuk

²⁶Depertemen Agama RI, *Al-Quran dan Tafsirnya*, (Jakarta, 2008), hlm.514-515

²⁷Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility) Tanggung Jawab Sosial Korporasi*, hlm. 151

mengurangi emisi hasil operasional perusahaan, mengurangi dampak limbah yang berbahaya bagi masyarakat, menggunakan energi secara efektif, dan pelestarian air bersih.

Tanggung jawab perusahaan terhadap pelestarian lingkungan merupakan tanggung jawab mendasar perusahaan, mengingat perusahaan adalah lembaga yang mendapat izin untuk memanfaatkan dan mengeksploitasi lingkungan untuk kepentingan ekonomi. Dengan demikian, dilihat dari aspek etika, hukum, dan sosial, maka perusahaan memiliki tanggung jawab moral, hukum, dan sosial dalam menangani dampak operasional perusahaan terhadap lingkungan.

c. Dimensi Sosial

Perusahaan bukan hanya bertanggung jawab dalam memperoleh dan mempertahankan keuntungan, tetapi bertanggung jawab pula terhadap tertib hukum dan etika di masyarakat. Tanggung jawab sosial berarti menjalankan sebuah bisnis yang memenuhi atau melampaui harapan etis dan legal yang dimiliki masyarakat terhadap bisnis itu.²⁸

Dimensi sosial diartikan sebagai perusahaan yang harus berpartisipasi dalam mencapai kesejahteraan masyarakat, dan dalam memperbaiki serta merawat urusan karyawannya ini harus positif, merefleksikan peningkatan produktivitas mereka, mengembangkan kemampuan teknis mereka, dan memberi mereka keamanan profesional dan pekerjaan selain kesehatan dan sosial.²⁹

Memahami pendapat di atas, keberadaan perusahaan harus berdampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Bagi karyawan keberadaan perusahaan menjadi tumpuan dalam mencari nafkah bagi dirinya dan keluarganya, oleh karena itu perusahaan harus memberikan hak-hak yang harus diterima karyawan, baik hak finansial seperti gaji, maupun hak non finansial, seperti keamanan dan kesehatan.

Dimensi sosial dapat diwujudkan dalam bentuk konkrit dengan membuka lapangan kerja bagi masyarakat. Hal ini merupakan komitmen perusahaan dalam mewujudkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Tanggung jawab sosial merujuk pada upaya perusahaan dalam menyeimbangkan komitmennya pada pihak-pihak berkepentingan, organisasi kelompok individu

²⁸Patricia J. Parsons, *Etika Public Relations*....., hlm.143

²⁹Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility) Tanggung Jawab Sosial Korporasi*, hlm. 149

dan organisasi yang secara langsung dipengaruhi oleh praktek organisasi itu dan oleh karenanya dipengaruhi kinerja perusahaan.³⁰

Menurut Suharyadi dan Arisetyanto Nugroho, beberapa bentuk pertanggungjawaban sosial dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Tanggung jawab terhadap lingkungan, di mana wirausaha- hawan harus selalu menjaga kelestarian lingkungan.
2. Tanggung jawab terhadap karyawan dengan selalu mendengarkan usulan. dan pendapat karyawan. Mereka diberikan imbalan yang sesuai dan diberikan kepercayaan yang penuh.
3. Tanggung jawab terhadap pelanggan antara lain menyediakan barang dan jasa yang berkualitas, memberikan harga yang wajar melindungi hak hak konsumen.
4. Tanggung jawab terhadap investor dengan kesanggupan mengembalikan investasi yang cukup menarik seperti memaksimalkan keuntungan. dan melaporkan kinerja keuangan yang akuntabel.
5. Tanggung jawab terhadap masyarakat sekitar seperti menyediakan atau membuka lapangan kerja dan menjaga situasi lingkungan yang sehat di sekitar perusahaan tersebut.³¹

Tanggung jawab sosial terhadap lingkungan, merupakan kepedulian suatu perusahaan dalam mengendalikan operasionalnya, agar tidak merugikan masyarakat dan lingkungan sekitar, tetapi seharusnya dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar. Tanggung jawab sosial perusahaan tersebut diwujudkan dalam bentuk kegiatan yang berdampak positif bagi masyarakat, karyawan, dan investornya.

Implementasi CSR ini berarti perusahaan memastikan keberhasilan komersial dalam cara-cara yang menghormati nilai-nilai etis dan menghormati orang masyarakat dan lingkungan. Implementasi CSR secara khusus memasukkan isu-isu yang terkait dengan etika bisnis investasi masyarakat, lingkungan, pemerintahan hak-hak manusia, aktivitas ekonomi, dan tempat kerja.

Level Corporate Sosial Responsibility (CSR)

³⁰Ricky W. Griffin dan Ronald J Ebert, *Bisnis* Edisi Kedelapan, Alih Bahasa Siti Wardani (Jakarta: Gelora aksara Pratama, 2006), hlm. 85

³¹Suharyadi dan Arisetyanto Nugroho *Kewirausahaan Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda* (Jakarta: Salemba, 2007), hlm. 219

Secara umum *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dapat digambarkan dalam tiga level, sebagai berikut:

1. Level pertama adalah ketaatann minimal pada peraturan (*minimal legal compliance*)
2. Level kedua adalah *enlightened self-interest*. Pada titik inilah biasanya publik relation mulai berperan. Kebaikan organisasi sering kali dijadikan alat. Hal ini merupakan bagian dari strategi publik relation untuk menunjukkan posisi organisasi di mata pasar dan untuk menunjukkan keunggulannya dibandingkan kompetitor.
3. Level tertinggi yang bisa dikatakan sebagai level etika organisasi melakukan hal-hal yang baik karena keyakinan mereka dalam berkontribusi pada masyarakat terlepas dari tanggung jawab organisasi untuk berkiprah di masyarakat.³²

Berdasarkan tanggung jawab di atas, implementasi CSR memiliki tiga level, yaitu ketataan minimal pada peraturan, menunjukkan kepedulian perusahaan dibandingkan kompetitorrnya, dan kontribusi perusahaan pada masyarakat yang didasarkan pada keyakinan etis perusahaan. Dalam konteks CSR bisnis memang memikul tanggung jawab dalam arti negatif karena tidak boleh melakukan kegiatan yang merugikan masyarakat.

Indikator Keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Dody Prayogo ada dalam buku Irham Fahmi tentang indikator keberhasilan CSR sebagai berikut:

- a. Secara umum keberhasilan CSR dapat dilihat dari capaian nilai etika yang dikandungnya yaitu turut menegakkan *social justice sustainability* dan *equity*.
- b. Secara sosial keberhasilan CSR dapat dinilai dari tinggi rendahnya legitimasi sosial korporasi di hadapan stakeholder sosialnya.
- c. Secara bisnis keberhasilan CSR dapat dinilai dari meningkatnya nilai saham akibat peningkatan corporatesocial image.
- d. Secara teknis keberhasilan CSR dapat dilihat dari capaian program hasil evaluasi teknis lapangan.³³

Memahami pendapat di atas, parameter keberhasilan CSR dapat dilihat dari berbagai aspek, baik dari aspek etika, sosial, bisnis, maupun dari aspek

³²Suharyadi dan Arissetyanto Nugroho *Kewirausahaan...*, hlm. 157

³³Dody Prayogo, dikutip oleh Irham Fahim, *Etika Bisnis Teori Kasus dan Solusi*. hlm. 85

teknis. Dari aspek etika CSR berdampak pada keseimbangan antara upaya memperoleh keuntungan dengan nilai-nilai etis yang berkembang di masyarakat. Eksistensi perusahaan harus mampu mendukung terwujudnya tertib hukum dan etika di masyarakat, bukan sebaliknya. Operasionalisasi perusahaan tidak mengorbankan nilai-nilai etika yang telah berkembang di masyarakat. Oleh karena itu, produk yang dihasilkan perusahaan tidak boleh berupa produk yang bertentangan dengan keyakinan agama, dan etika yang dipegang masyarakat.

Dilihat dari aspek sosial, keberhasilan CSR dinilai dari tinggi rendahnya legitimasi sosial korporasi dalam pandangan masyarakat selakustakeholder sosialnya. Masyarakat bukan hanya bertindak sebagai konsumen, tetapi dapat pula menjadi penilai sejauh mana perusahaan memiliki kepedulian terhadap permasalahan yang dihadapi, dan tindakan yang dilakukan perusahaan dalam mencegah dampak negatif dari operasionalisasi perusahaan.

Dilihat dari aspek bisnis, keberhasilan CSR terlihat dari meningkatnya harga saham perusahaan sebagai akibat peningkatan citra positif di masyarakat. CSR bukan hanya pengeluaran perusahaan dalam bentuk peran sosial saja, tetapi berdampak pada efek positif yang membangun citra terhadap kemampuan finansial. Citra tersebut diperlukan untuk membangun kepercayaan masyarakat dan menaikkan harga saham perusahaan.

PENUTUP

Implementasi *corporate social responsibility* (CSR) oleh PT. Tambak Seribu belum sesuai dengan anggaran dan realisasi dilapangan, Pada tahun 2015, PT. Tambak Seribu menetapkan anggaran untuk CSR sebesar 2% dari laba bersih perusahaan tahun 2014. Namun realisasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT. Tambak seribu secara teknis belum terlihat dari capaian program di lapangan, karena realisasi CSR lebih banyak berupa bantuan tunai kepada masyarakat, bukan program kemitraan ekonomi dengan masyarakat dan belum ada keterbukaan perusahaan berkaitan dengan dana yang diberikan kepada masyarakat. Pemberian CSR memanfaatkan momentum hari raya, dan pengajuan proposal dari masyarakat, sehingga perusahaan terlihat kurang proaktif dalam menjangring informasi tentang kebutuhan masyarakat yang perlu dibantu dengan program CSR.

Implementasi *corporate social responsibility* (CSR) oleh PT. Tambak Seribu Teluk Pandan Pesawaran, dilakukan dalam beberapa bentuk, meliputi bantuan kesehatan, beasiswa pendidikan, bantuan sosial keagamaan, seperti pembangunan sarana ibadah, fasilitas umum, penanganan limbah, pelestarian air bersih, dan penanaman bakau. Sasaran *corporate social responsibility* (CSR) oleh PT. Tambak Seribu ditujukan kepada dua sasaran, yaitu kalangan internal perusahaan, dan eksternal perusahaan, yang terdiri dari warga masyarakat di sekitar perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bukhari Alma dan Doni Juni Priansa, 2009, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta,
- Depertemen Agama RI, 2008, *Al-Quran dan Tafsirnya*, Jakarta
- Irham Fahim, 2013, *Etika Bisnis Teori Kasus Dan Solusi*, Bandung: Alfabeta,
- K. Bertens Pengantar, 2009, *Etika Bisnis*, Yogyakarta: Kanisius
- Lexy J. Moleong, 2009, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya
- Patricia J Parsons, 2007, *Etika Public Relations*, Alih Bahasa Sigit Purwanto, Jakarta: Gelora Aksara Pratama
- Penjelasan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 2
- Ricky W. Griffin dan Ronald J Ebert, 2006, *Bisnis*, Edisi Kedelapan, Alih Bahasa Siti Wardani, Jakarta: Gelora aksara Pratama
- Sugiyono, 2010, *Memahami Penelitian Kulaitatif*, Bandung: Alfabeta
- Suharyadi dan Arissetyanto Nugroho, 2007, *Kewirausahaan Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*, Jakarta: Salemba
- Thomas S. Bateman dan Scott A, Snell, 2008, *Management Leading & Collaborating in a Comptitive World*, alih bahasa Chriswan Sungono dan Ali Akbar Yulianto, Jakarta: Salemba Empat
- Totok Mardikanto, 2014, *CSR (Corporate Social Responsibility) Tanggung Jawab Sosial Korporasi*, Bandung: Alfabeta
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal Pasal 15