

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. *Stakeholder Theory*

Seiring berkembangnya tantangan dunia industri maupun bisnis, organisasi termasuk perusahaan terus berupaya dalam mencapai tujuannya secara efektif dan efisien demi keberlanjutan operasional usaha yang dijalankan. Upaya yang dilakukan adalah dengan cara mengoptimalkan fungsi sumber daya organisasi yang meliputi administrasi, manajemen dan organisasi. Dimana diantaranya memiliki peran yang sangat penting untuk berjalannya roda operasional perusahaan. Bentuk implementasi dari administrasi, manajemen dan organisasi adalah dibentuknya program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sebab program CSR tersebut dapat berjalan karena proses dari administrasi, manajemen dan organisasi. Implementasi program CSR dijalankan berdasarkan kebijakan regulasi, adanya pihak-pihak yang terlibat di dalamnya serta banyaknya lembaga atau organisasi yang menerapkan program tersebut. Oleh karena itu proses implementasi CSR berkaitan erat bahkan tidak lepas dari peranan pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dimana *stakeholders* sendiri merupakan bagian dari organisasi.¹

Teori *stakeholder* merupakan landasan yang menghubungkan antara perusahaan dengan *stakeholder*. *Stakeholder* merupakan pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap kegiatan operasional perusahaan tersebut, baik pihak *intern* maupun *ekstern*, serta keberadaannya sangat berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap operasional maupun tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu keberadaan *stakeholder* harus sangat diperhatikan demi menjaga legitimasi perusahaan di mata *stakeholder*. Dalam teori *stakeholder* berasumsi bahwa perusahaan tidak dapat melepaskan dirinya terkait

¹ Herman, "Manfaat *Corporate Social Responsibility* Oleh Stakeholder Primer Dan Sekunder Studi Kasus Pada PT. Asia Sawit Makmur Jaya Provinsi Riau," *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik Dan Kebijakan Sosial* 2, no. 2 (2018): 265–66.

operasionalnya dengan lingkungan sosial di sekitarnya. Sehingga demi menjaga legitimasi, perusahaan perlu mencari pembenaran terhadap *stakeholder*.

Berdasarkan tinjauan teori *stakeholder* terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR yaitu ketersebaran kepemilikan saham, dimana kepemilikan saham yang semakin tersebar berarti menunjukkan otoritas pemegang saham terhadap investor semakin menurun. Oleh sebab itu untuk menghindari hal tersebut perlu diterapkannya CSR guna sebagai bentuk komunikasi antar pemegang saham. Faktor selanjutnya adalah kepemilikan saham terhadap pemerintah, dimana pengungkapan CSR pada perusahaan ini dituntut untuk lebih besar daripada perusahaan swasta.² Dengan demikian dalam teori *stakeholder* dapat dikatakan bahwa keberadaan perusahaan dengan *stakeholder* memiliki hubungan timbal balik yang diantaranya saling mempengaruhi satu sama lain dan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholder* juga dikatakan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).³

2. *Legitimacy Theory*

Legitimacy Theory merupakan acuan dasar perusahaan dalam hal pentingnya legitimasi *stakeholder* terhadap perusahaan terkait upaya menjaga *going concern* perusahaan. Legitimasi merupakan kesadaran individu atau kelompok terhadap keadaan lingkungan sekitar perusahaan baik fisik maupun non fisik. Oleh karena itu teori *stakeholder* maupun teori legitimasi sejalan dengan tanggung jawab perusahaan terhadap seluruh *stakeholder*.⁴ Konsep legitimasi berhubungan erat dengan hal mengenai peran legitimasi dalam kehidupan sosial kemasyarakatan, khususnya terkait dibentuk dan bertahannya suatu wewenang.

² Meirna Puspita Permatasari and N L Setyastrini, "Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Ditinjau Dari Teori Legitimasi Dan Teori Stakeholder," *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan* 5, no. 1 (2019): 32.

³ Yusi Mandaika and Hasan Salim, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, Tipe Industri, Dan Financial Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013," *Jurnal Akuntansi* 8, no. 2 (2015): 182.

⁴ Nor Hadi, "Social Responsibility: Kajian Theoretical Framework, Dan Perannya Dalam Riset Dibidang Akuntansi," *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 4, no. 8 (2009): 96–98.

Proses suatu organisasi atau perusahaan untuk dipandang baik merupakan sebuah bentuk legitimasi dimana perusahaan berupaya menjalankan operasionalnya sesuai dengan norma-norma masyarakat dan berada dalam batas-batas yang telah ditentukan. Jika terjadi sebuah batas atau norma-norma yang tidak statis maka perusahaan diharuskan untuk melakukan tindakan responsive yang mengandalkan pada kontrak sosial. Tanda perusahaan telah dilegitimasi oleh masyarakat adalah program yang dilaksanakan sesuai dengan kerangka rasional dan dinilai legal dalam masyarakat terkait.⁵

Program CSR diterapkan oleh perusahaan guna menunjukkan bahwa sistem nilai oleh perusahaan sebanding dengan sistem sosial masyarakat sekitar perusahaan. Sesuai dengan teori legitimasi, pengungkapan program CSR ditujukan untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat sekitar perusahaan, sehingga perusahaan dapat terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan serta dapat meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri.⁶ Menurut teori legitimasi, terdapat beberapa factor dalam mendorong penerapan CSR, yaitu ukuran perusahaan. Hal ini dipandang bahwa perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar akan berpotensi tinggi berdampak terhadap lingkungan dan masyarakat atau sosial sehingga akan lebih dituntut untuk menerapkan CSR. faktor selanjutnya adalah jenis perusahaan dimana perusahaan yang lebih sensitif terhadap isu lingkungan akan lebih dituntut untuk mengungkapkan CSR disbanding dengan perusahaan di industri lain. Faktor lain adalah eksposur media dan kinerja lingkungan perusahaan.⁷

3. Teori Agensi

Jensen dan Meckling menyatakan bahwa teori agensi menggambarkan bahwa perusahaan berperan sebagai titik temu antara pemilik perusahaan dengan manajemen. Konflik terkait

⁵ Ponny Harsanti, "Corporate Social Responsibility Dan Teori Legitimasi," *Mawas* 24, no. 1 (2011): 206–207.

⁶ Dwi Ratmono dan Winarti Monika Sagala, "Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Sarana Legitimasi: Dampaknya Terhadap Tingkat Agresivitas Pajak," *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 4, no. 2 (2015): 18.

⁷ Meirna Puspita Permatasari dan N L Setyastrini, "Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Ditinjau Dari Teori Legitimasi Dan Teori Stakeholder," *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan* 5, no. 1 (2019): 31–32.

kepentingan dalam hubungan keagenan kemungkinan besar dapat sering terjadi perbedaan tujuan dari masing-masing pihak. Karena bebrapa konflik yang terjadi, perusahaan menyelenggarakan kegiatan CSR guna mengurangi potensi terjadinya konflik antara manajer dengan *stakeholder* yang pada intinya mampu meningkatkan nilai perusahaan.

4. *Corporate Social Responsibility*

a. *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* merupakan komitmen perusahaan atau badan usaha dalam berkontribusi ikut serta mengembangkan ekonomi berkelanjutan dengan lebih menekankan pada tanggung jawab sosial perusahaan dan lebih mengutamakan perhatian kepada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Secara sederhana tanggung jawab sosial mengakui eratnya hubungan antara perusahaan dengan masyarakat dan harus lebih menyadari bahwa hubungan tersebut harus selalu terjaga keintimannya oleh manajer puncak perusahaan maupun kelompok kelompok lain yang berkaitan demi tercapainya tujuan masing-masing. Manajer dalam sebuah perusahaan berkedudukan sebagai *principal* (pemegang utama perusahaan dalam perusahaan). Program, CSR dijalankan oleh manajer dan dibiayai oleh pemegang saham.⁸

Tingkat kualitas kehidupan masyarakat, harmonisasi sosial dan lingkungan yang terus meningkat sangat mempengaruhi dunia bisnis oleh karena itu dibentuk sebuah peraturan kepada perusahaan untuk lebih menerapkan tanggung jawab sosial. Dalam prosesnya, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab untuk mendapatkan keuntungan sesuai dengan tujuan didirikannya perusahaan, namun juga harus memperhatikan tanggung jawabnya dalam hal sosial dan lingkungan.

Jika masyarakat umum atau lebih khususnya masyarakat sekitar perusahaan merasa tidak merasakan manfaat atau kontribusi dari perusahaan secara langsung, atau bahkan masyarakat lebih merasakan dampak negatif yang ditimbulkan dari operasional perusahaan maka hal

⁸ Jumadiyah, *Penerapan Corporate Social Responsibility Di Aceh* (Sulawesi: UNIMAL PRESS, 2018): 7-9.

tersebut mengakibatkan terjadinya resistensi masyarakat atau gejolak sosial. Komitmen perusahaan dalam keikutsertaan terkait memberikan kontribusi untuk pembangunan bangsa dengan lebih menekankan perhatian kepada aspek finansial, sosial dan lingkungan, itu adalah sebuah tujuan dari diberlakukannya corporate social responsibility.⁹

Undang-undang No. 32 Tahun 2009 menjelaskan tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup Pasal 22 Ayat 1 berisi tentang setiap usaha atau kegiatan yang bersinggungan atau memiliki keterkaitan dengan lingkungan hidup wajib memiliki AMDAL. Secara tidak langsung peraturan tersebut menekankan untuk setiap perusahaan wajib menerapkan tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungannya. Ada berbagai cara untuk perusahaan untuk dapat mewujudkan tanggung jawab sosial lingkungannya, diantaranya yaitu dengan melakukan investasi kepada sektor ramah lingkungan, pengelolaan limbah dan lebih meningkatkan pengeluaran-pengeluaran sosial yang tujuannya adalah untuk menjaga eksistensi terjaganya hubungan baik Antara perusahaan dengan lingkungan sosial.¹⁰

Menurut hasil praktik di lapangan konsep CSR dilihat dari 2 sudut pandang yaitu yang *pertama* dalam pengertian luas *Corporate Social Responsibility* berkaitan dengan tujuan diterapkannya untuk mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economic activity*). Maksud dari keberlanjutan ekonomi disini tidak hanya menyangkut tentang tanggung jawab sosial namun juga menyangkut tentang akuntabilitas perusahaan yang menerapkan terhadap masyarakat umum, Negara serta dunia internasional. Konsep yang kedua yaitu dalam pengertian sempit *corporate social responsibility*

⁹ Marthen B. Akim Marthin, Salinding Inggit, "Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (CSR) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas," *J. Priv. & Com. L.* 1, no. 1 (2017): 112–13.

¹⁰ Naning Fatmawatie, "Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Akuntansi Sosial Ekonomi Di Tinjau Dari Syariah," *EQUILIBRIUM, Jurnal Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2015): 221–37.

berkaitan dengan tanggung jawab sosial dan perusahaan terhadap pihak internal maupun eksternal perusahaan.¹¹

b. Motif yang Melatarbelakangi Ketersediaan Perusahaan Melakukan *Corporate Social Responsibility*

Secara umum bentuk pengeluaran yang dibebakan oleh perusahaan lebih ditekankan untuk mendukung keberlangsungan operasional perusahaan dan mengesampingkan bentuk kepedulian atau pemenuhan kebutuhan *stakeholder*. Hal tersebut dapat berpotensi menjadikan tanggung jawab sosial perusahaan kurang efektif dilakukan dan menciptakan empati masyarakat. Sehingga konsep *community development* dalam penerapan CSR belum terealisasi dengan baik meskipun beberapa program yang dibentuk dalam pengungkapan CSR telah didasarkan pada kaidah tersebut.

Terdapat alasan penting terkait masih banyaknya perusahaan yang belum menerapkan CSR yaitu karena belum adanya standar dalam pelaksanaan yang jelas dan padu serta komprehensif pada setiap perusahaan. Selain itu juga belum adanya kesepakatan mengenai batasan-batasan dan aturan terkait dimensi tanggung jawab sosial yang bersifat *volunteer*. Sehingga muncul sebuah stigma bahwa penerapan tanggung jawab sosial hanya sebuah polesan atau sekedar memenuhi aturan yang berlaku.

Pelaksanaan CSR oleh perusahaan berdasarkan biaya yang telah diterapkan diharapkan dapat memenuhi motif berupa:

- 1) Motif sosial, dimaksudkan untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat (*Phylanthropy Activity*).
- 2) Menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat.
- 3) Sebagai bentuk implementasi filosofi perusahaan (*System Approach*)
- 4) Sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap pemegang saham (*Economic Motive*)
- 5) Meningkatkan *Image* perusahaan (*Economic Motive*)

¹¹ T Romy Marnelly, "Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori Dan Praktek Di Indonesia," *Jurnal Aplikasi Bisnis* 2, no. 2 (2012): 49–59.

- 6) Sebagai bentuk komitmen serta cita-cita perusahaan (*System Approach*)
- 7) Sebagai pendukung investasi jangka panjang (*Economic Motive*)

c. Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

Menurut pakar CSR Alyson Warhurst dari University of Bath Inggris pada tahun 1998 menyebutkan bahwa terdapat 16 prinsip yang harus diterapkan ketika mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility*, diantaranya:

1) Prioritas Perusahaan

Perusahaan dalam menjalankan operasionalnya harus menjadikan tanggung jawab sosial sebagai prioritas dan penentu utama dalam pembangunan berkelanjutan karena secara tidak langsung peran *stakeholder* dalam proses operasional perusahaan adalah hal utama yang menjamin eksistensi perusahaan.

2) Manajemen Terpadu

Manajer harus dapat menyesuaikan kebijakan dan program dalam setiap aktivitas bisnis yang dijalankannya, sesuai dengan tugas utamanya yaitu mengendalikan dan mengambil keputusan terkait operasional perusahaan demi masa depan perusahaan.

3) Proses Perbaikan

Evaluasi harus dilakukan setiap berlangsungnya program, kebijakan atau kinerja sosial berdasarkan riset yang mutakhir dan dapat menerapkannya secara global.

4) Pendidikan Karyawan

Terkait hal ini perusahaan harus berupaya memotivasi karyawan sebagai *stakeholder* primer dan sumber daya manusia pada perusahaan yang harus ditingkatkan kemampuannya dengan cara memberikan program pendidikan maupun pelatihan sebagai fasilitas dari perusahaan.

5) Pengkajian

Pengkajian perlu dilakukan oleh perusahaan sebelum maupun sesudah dilakukannya suatu kegiatan baik program kecil maupun program besar. Hal itu dilakukan untuk mengkaji dampak sosial yang ditimbulkan atas dilaksanakannya program tersebut.

6) Produk dan Jasa

Selain menciptakan produk yang baik dan bermanfaat untuk masyarakat atau konsumen, perusahaan harus selalu mengembangkan produk maupun jasa yang dinilai tidak memberikan efek negatif kepada masyarakat ataupun lingkungan sosial.

7) Informasi Publik

Memberikan informasi yang jelas kepada konsumen atau masyarakat mengenai produk yang telah dipasarkan, dan akan lebih baik lagi jika perusahaan memberikan sebuah wawasan atau sosialisasi terhadap konsumen, distributor maupun masyarakat umum mengenai penggunaan, penyimpanan sampai pada pembuangan produk.

8) Fasilitas dan Operasi

Mengembangkan dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan suatu kegiatan atau program berdasarkan pertimbangan dari temuan terkait hal yang tidak akan merugikan masyarakat.

9) Penelitian

Melakukan riset atas dampak sosial yang dihasilkan dari produk yang telah dihasilkan mulai dari penggunaan bahan baku, proses produksi, emisi dan limbah yang dihasilkan dari operasional perusahaan. Tujuannya adalah untuk meminimalisir atau menghindari terjadinya dampak negatif yang dihasilkan.

10) Prinsip Pencegahan

Sebagai bentuk pencegahan dampak sosial dari operasional perusahaan, maka dilakukan pengaturan ulang atau diadakan variasi manufaktur dan proses produksi atas produk yang dihasilkan sejalan dengan hasil penelitian yang mutakhir.

11) Kontraktor dan Pemasok

Mendorong kontraktor maupun pemasok untuk menerapkan prinsip tanggung jawab sosial perusahaan.

12) Siaga Menghadapi Darurat

13) Transfer Best Practice

Berkontribusi pada pengembangan dan transfer bisnis selama bertanggungjawab dalam hal sosial kepada seluruh industry dan sektor public.

- 14) Memberikan Sumbangan
Memberikan sumbangan dengan tujuan pengembangan usaha bersama, kebijakan public dan bisnis serta lembaga yang ikut membantu meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial.
- 15) Keterbukaan (*Disclosure*)
Meningkatkan budaya keterbukaan dalam lingkungan perusahaan.
- 16) Pencapaian dan Pelaporan
Menyampaikan hasil dari seluruh prinsip CSR yang telah diterapkan kepada dewan direksi, pemegang saham, pekerja dan publik.¹²

d. Dilema Etik dalam *Social Responsibility*

Standar nilai operasional perusahaan harus diterapkan bersama dengan konsistensi etika bisnis yang dimiliki oleh pelaku bisnis dengan tujuan tidak adanya hal yang melanggar nilai dan tetap berperilaku etis. Dalam hal ini permasalahan terkait pengungkapan *Corporate Social Responsibility* juga mengalami dilema etik yang disebabkan oleh:

- 1) Anggapan akan kehilangan *Opportunity*
- 2) Memakan biaya yang diperkirakan akan mengganggu profitabilitas
- 3) Perusahaan merupakan pihak yang rasional yang artinya *trade of cost and benefit* merupakan satu filosofi yang cukup sulit dihindari.
- 4) Orientasi perusahaan lebih ditekankan pada profitabilitas atau *economic motive*.
- 5) Keterbatasan perusahaan terkait penyediaan tenaga ahli dalam hal keterlibatan sosial yang cakupannya cukup luas.

Berdasarkan uraian tersebut dan menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Nor Hadi (2009), mengungkapkan bahwa pelaksanaan CSR oleh perusahaan tidak dilakukan dengan sepenuh hati dan meskipun terdapat beberapa perusahaan yang mengimplementasikan CSR sesuai dengan aturan, namun berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi dilakukan berdasarkan

¹² Jumadiyah, *Penerapan Corporate Social Responsibility Di Aceh*, 25-27.

motive approach, terutama motif ekonomi atau profitabilitas.¹³

e. Manfaat Penerapan *Corporate Social Responsibility*

Implementasi *corporate social responsibility* terbilang sangat bermanfaat untuk berbagai pihak terutama perusahaan. Manfaat tersebut antara lain dengan memberikan pekerjaan kepada masyarakat lokal tentu akan sangat membantu dalam membenahi perekonomian masyarakat. Selain itu keuntungan tersendiri untuk perusahaan adalah dengan memperkerjakan masyarakat lokal maka perusahaan merasakan adanya dukungan dari masyarakat yaitu dengan ikut serta mempromosikan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Selain itu keharmonisan hubungan antara perusahaan, masyarakat dan lingkungan akan semakin terbentuk.¹⁴

Manfaat penerapan CSR secara spesifik untuk masyarakat yaitu selain membuka lahan pekerjaan untuk masyarakat diterapkannya CSR mampu membuat perusahaan lebih memperhatikan masyarakat, salah satu caranya yaitu dengan melakukan kegiatan atau kebijakan-kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu perusahaan juga akan lebih memperhatikan lingkungan sekitar yaitu dengan ikut serta melestarikan lingkungan. Tujuannya adalah mencegah terjadinya bencana sekaligus meminimalisir dampak yang ditimbulkan jika datang bencana. Selain untuk masyarakat CSR juga bermanfaat untuk pemerintah. Manfaatnya yaitu menciptakan hubungan baik antara perusahaan dengan pemerintah dalam hal mengatasi masalah sosial. Kemudian dalam hal ini pemerintah akan lebih merasa terbantu terkait tugasnya dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat.¹⁵

¹³ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 77-80.

¹⁴ Ni Ketut Sri Ardani dan Luh Putu Mahyuni, "Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Bagi Perusahaan," *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 1 (2020): 13.

¹⁵ Jumadiah, *Penerapan Corporate Social Responsibility Di Aceh*, 30-31.

5. *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR)*

a. *Perencanaan Corporate Social Responsibility*

Tahap awal dalam proses implementasi CSR adalah perencanaan dan perumusan yang jelas serta detail mengenai materi, strategi, sasaran, penelitian *stakeholder* serta anggaran yang dibutuhkan. Perlu dilakukan secara mendalam karena kualitas implementasi tergantung bagaimana kualitas perencanaan. Secara umum terdapat 9 tahap perencanaan dalam penerapan CSR, diantaranya adalah merumuskan visi, misi, tujuan, kebijakan, merancang struktur organisasi, menyiapkan SDM, pembagian wilayah, mengelola dana dan merancang implementasi, evaluasi serta pelaporan.¹⁶

b. *Pelaksanaan Corporate Social Responsibility*

Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan merupakan tahap pengaplikasian terkait rencana yang telah dibuat sebelumnya. Secara umum hingga saat ini belum terdapat formula sebagai acuan untuk perusahaan dalam mengimplementasikan CSR. Manajemen implementasi CSR dilakukan berdasarkan 3 pola diantaranya:

1) *Charity Philanthropy*

Pola implementasi CSR berbasis *charity philanthropy* merupakan kegiatan yang bersifat karitatif, jangka pendek insidental. Dalam hal ini perusahaan berperan sebagai pihak dermawan yang memberikan bantuan terhadap masyarakat.

2) *Social Activity*

Pola implementasi CSR berbasis *social activity* merupakan bentuk pengungkapan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dengan mengandalkan bantuan jasa.

3) *Community Development*

Pola implementasi CSR bernasis *community development* merupakan bentuk simbiosis mutualisme dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dimana dalam hal ini *stakeholder* berkedudukan sebagai paradigm *common interest*. *Stakeholder* dalam hal ini diberikan kesempatan untuk

¹⁶ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility (Edisi 2)*, (Yogyakarta: Expert, 2018), 233.

ikut serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program pemberdayaan yang dikelola bersama berupa kegiatan yang bersifat profuktif. Strategi implementasi CSR terbagi menjadi 2 yaitu *self managing* yang artinya perusahaan langsung turun tangan ke lapangan terkait penerapan program CSR. Selanjutnya adalah *outsourcing* yang yaitu proses implementasi CSR dilakukan oleh pihak ketiga, artinya perusahaan tidak secara langsung ikut serta dalam melaksanakan program CSR.¹⁷

c. Evaluasi *Corporate Social Responsibility*

Evaluasi dalam program penerapan CSR dilakukan guna melihat dan menentukan pencapaian kinerja aktivitas sosial yang telah berlangsung sekaligus sebagai bahan perbaikan di masa depan. Tujuan utamanya adalah untuk mengetahui sejauh mana implementasi CSR dilaksanakan serta untuk melihat apakah terdapat penyimpangan yang terjadi sehingga membutuhkan koreksi, khususnya pengungkapan tanggung jawab sosial yang bersifat *multy years*. Proses evaluasi dirumuskan berdasarkan ukuran keberhasilan program yang sedang dilaksanakan, antara lain melalui:

1) Indikator Internal

Terdapat 2 ukuran dalam indikator internal, yaitu Ukuran Primer/ Kualitatif, dimana perusahaan berupaya meminimalisir potensi konflik dengan masyarakat sehingga dapat terwujud hubungan yang harmonis antar keduanya. Terjaga dan terpeliharanya asset perusahaan yang berupa pemilik, karyawan, pabrik maupun fasilitas perusahaan, serta berjalannya operasional perusahaan dengan baik dan aman. Ukuran selanjutnya adalah sekunder, dimana di dalamnya terdapat pengukuran terkait tingkat penyakuran dan kolektabilitas serta tingkat compliance terhadap aturan-aturan yang berlaku di dalamnya.

2) Indikator Eksternal

Bedasarkan pengukuran dengan indikator eksternal, terdapat 2 indikator untuk mengukur keberhasilan/evaluasi program, diantaranya adalah

¹⁷ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 142-146.

indikator ekonomi dan indikator sosial. Prngukuran berdasarkan indikator ekonomi dilihat berdasarkan tingkat pembangunan sarana dan prasarana umum yang terus diupayakan untuk ditambah, tingkat kemandirian masyarakat terkait perekonomiannya dan tingkat kemajuan kualitas hidup masyarakat secara berkelanjutan. Sedangkan Indikator Sosial dilihat berdasarkan keberhasilan perusahaan terkait tingkat terjadinya konflik atau masalah sosial, peningkatan kualitas hubungan sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat serta melihat tingkat kepuasan masyarakat.¹⁸

6. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perspektif Islam

a. Konsep Tanggung Jawab Sosial Perspektif Islam

Tanggung jawab sosial menurut pandangan Islam merupakan suatu bentuk pengungkapan dari konsep ajaran ihsan sebagai tujuan dari ajaran yang baik dan mulia. Maksud dari ihsan sendiri adalah mengerjakan hal baik dan bermanfaat untuk orang lain atau masyarakat demi mencapai ridho Allah SWT. *Corporate Social Responsibility* juga berkaitan dengan pandangan Islam mengenai manusia berkaitan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosial, dan dapat dikiaskan dengan 4 aksioma yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*).¹⁹

b. Etika Bisnis dalam Islam

Etika bisnis Islam merupakan perilaku yang dalam menjalankan suatu bisnis harus sesuai dengan ajaran Islam, sehingga dalam melakukan bisnis tidak ada rasa khawatir karena telah yakin bahwa bisnis yang dilakukan merupakan hal yang baik dan benar. Dalam berbisnis etika yang dilakukan sangat dianjurkan sesuai dengan ajaran al-Qur'an dan hadis sebagai sumber pedoman dalam kehidupan manusia.²⁰

¹⁸ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility (Edisi 2)*, 260-261.

¹⁹ Darmawati, "Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Islam," *Mazahib* 13, no. 2 (2014): 134.

²⁰ Erly Juliyani, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ummul Qura* 7, no. 1 (2016): 63-74.

Prinsip etika bisnis menurut al-Qur'an yaitu *pertama*, tidak diperbolehkannya berbisnis dengan proses secara batil. *Kedua*, bisnis yang dijalankan tidak mengandung unsur riba. *Ketiga*, bisnis yang berjalan harus diiringi dengan fungsi sosial baik itu melalui zakat dan sedekah. *Keempat*, tidak diperbolehkan mengurangi hak atas suatu barang atau komoditas yang diproses melalui timbangan karena merupakan perbuatan yang zalim. *Kelima*, mengutamakan kesetaraan baik dalam hal ekonomi maupun sosial dan melarang adanya ketidakadilan dan kerusakan. *Keenam*, pebisnis sangat dilarang melakukan perbuatan zalim, baik untuk dirinya sendiri atau lawan bisnis.²¹

c. Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dalam Islam

Menurut Islam agar dapat dibedakan Antara CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal implementasi CSR harus memenuhi beberapa unsur, diantaranya:

1) *Al-Adl*

Bentuk keadilan dalam berbisnis adalah ketika perusahaan mampu memposisikan sesuatu sesuai pada tempatnya. Islam sendiri mengajarkan bahwa dalam menjalankan suatu bisnis atau usaha sangat diharamkan melakukan kezaliman dan wajib berlaku adil terkait hubungan usaha dan segala bentuk kontrak serta perjanjian bisnis. Perlakuan adil terhadap suatu hal telah tercatat dalam Firman Allah SWT dalam surah An-Nahl ayat 90 yaitu:²²

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي

الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ

يُعْظُمُ لِعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

²¹ Sri Nawatmi, "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam," *Fokus Ekonomi* 9, no. 1 (2010) : 55.

²² Kementerian Agama Republik Indonesia, Jakarta, 1987. Al-Qur;’an dan Terjemahannya, Hud [11] ayat 85.

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

2) *Al-Ihsan*

Ihsan merupakan perbuatan baik yang dilakukan bukan karena suatu keharusan ia melakukannya. Maksud dari berbisnis dengan menerapkan sikap *ihsan* dimulai dari niat yang baik, *attitude* yang baik, proses transaksi juga baik serta mengusahakan memberi keuntungan lebih untuk *stakeholder*. Pelaksanaan CSR dengan menerapkan sikap *ihsan* terlihat ketika perusahaan melakukan program tersebut atau kontribusi dengan berlandaskan kepada semangat beribadah untuk meraih ridho Allah SWT sesuai dengan firman Allah SWT pada surah Al- Baqarah ayat 195 dan surah Al-Ma’un ayat 1-7 yaitu:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ

اللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”²³

²³ Kementerian Agama Republik Indonesia, Jakarta, 1987. Al-Qur;’an dan Terjemahannya, Al-Baqarah [2] ayat 195.

أَرَأَيْتَ الَّذِي يُكَذِّبُ بِالْإِيمَانِ ﴿١﴾ فَذَلِكَ الَّذِي يَدْعُ الْيَتِيمَ
 ﴿٢﴾ وَلَا تَحْضُ عَلَىٰ طَعَامِ الْمَسْكِينِ ﴿٣﴾ فَوَيْلٌ لِلْمُصَلِّينَ ﴿٤﴾
 الَّذِينَ هُمْ عَنْ صَلَاتِهِمْ سَاهُونَ ﴿٥﴾ الَّذِينَ هُمْ يُرَاءُونَ ﴿٦﴾
 وَيَمْنَعُونَ الْمَاعُونَ ﴿٧﴾

Artinya: 1. tahukah kamu (orang) yang mendustakan agama?
 2. Itulah orang yang menghardik anak yatim,
 3. dan tidak menganjurkan memberi Makan orang miskin.
 4. Maka kecelakaanlah bagi orang-orang yang shalat,
 5. (yaitu) orang-orang yang lalai dari shalatnya,
 6. orang-orang yang berbuat riya,
 7. dan enggan (menolong dengan) barang berguna.

3) Manfaat

Konsep manfaat dalam penerapan *corporate social responsibility* tidak hanya mencakup terkait hal ekonomi. Dalam hal ini perusahaan wajib memberikan manfaat berupa kebaikan kepada masyarakat yang lebih besar dan tidak statis seperti halnya terkait bentuk filantropis dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, pemberdayaan masyarakat yang membutuhkan serta pelestarian lingkungan. Hal tersebut terkandung dalam Q.S Al Baqarah Ayat 195

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ
 اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾

Artinya: “dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan

dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”²⁴

4) Amanah

Konsep amanah dalam dunia bisnis merupakan niat yang harus diperhatikan ketika mengelola sumber daya alam maupun sumber daya manusia secara makro maupun dalam mengoperasikan perusahaan. Perusahaan yang sudah menerapkan program CSR sudah seharusnya memahami dan menjaga amanah dari masyarakat misalnya memberikan produk yang berkualitas dan tidak melakukan hal yang tidak benar dalam proses produksi.²⁵ Penerapan sikap amanah terhadap implementasi CSR terkandung dalam surah An-Hud ayat 85 yaitu:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Artinya: Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.²⁶

²⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia, Jakarta, 1987. Al-Qur;’an dan Terjemahannya, Al-Baqarah [2] ayat 195.

²⁵ Darmawati, “Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Islam”, 134-135.

²⁶ Kementerian Agama Republik Indonesia, Jakarta, 1987. Al-Qur;’an dan Terjemahannya, Al-Baqarah [4] ayat 58

7. *Community Development*

a. *Pengertian Community Development*

Community Development diartikan juga sebagai pengembangan masyarakat. Dimana pengembangan masyarakat merupakan salah satu teknik program sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang menekankan pada prinsip partisipasi sosial melalui pendayagunaan sumber-sumber yang terdapat pada diri mereka. Program pengembangan masyarakat berisi tentang pelayanan preventif untuk melindungi anak-anak terlantar sampai dengan pelayanan kuratif dan pelayanan untuk masyarakat yang berpendapatan rendah dan tidak mampu mencukupi kebutuhan keluarganya.²⁷

Community Development mengandung 2 konsep yaitu *community* yang memiliki makna kualitas hubungan sosial dan *development* mempunyai makna menuju perubahan yang lebih maju dengan terencana dan bersifat gradual. Menurut beberapa kasus *community development* digunakan sebagai metode untuk meningkatkan pelayanan dan fasilitas publik, membentuk tanggung jawab pemerintah lokal, menumbuhkan keikutsertaan masyarakat, memperbaiki kepemimpinan, membangun sebuah lembaga baru, melakukan program pembangunan ekonomi dan fisik serta meningkatkan perencanaan fisik dan lingkungan.

Menurut beberapa pandangan, dapat disimpulkan bahwa *community development* merupakan penggabungan seluruh usaha swadaya dengan usaha pemerintah setempat dengan tujuan meningkatkan kualitas ekonomi, sosial dan kultural masyarakat serta untuk mengintegrasikan masyarakat ke dalam kehidupan berbangsa dan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk ikut serta membangun kemajuan dan kemakmuran Negara.²⁸

²⁷ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat* (Bandung: PT. Refika Aditama, 2017).

²⁸ Fredian Tonny Nasdian, *Pengembangan Masyarakat* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014).

b. Prinsip *Community Development*

Menurut Jim Ife pengembangan masyarakat memiliki 22 prinsip yang diantaranya saling berkaitan dan melengkapi. Prinsip-prinsip tersebut menjadi tolok ukur kesuksesan program pengembangan masyarakat dan dapat dianggap konsisten dengan menerapkan keadilan sosial dan sudut pandang ekologis. 22 prinsip tersebut diantaranya:

- 1) Pembangunan Menyeluruh
- 2) Melawan Kesenjangan structural
- 3) Hak Asasi Manusia
- 4) Berkelanjutan
- 5) Pemberdayaan
- 6) Personal dan Politik
- 7) Kepemilikan Masyarakat
- 8) Kemandirian
- 9) Kebebasan dari Negara
- 10) Tujuan langsung dan Visi yang Besar
- 11) Pembangunan Organik
- 12) Laju Pembangunan
- 13) Laju Eksternal
- 14) Pembentukan Masyarakat
- 15) Proses dan Hasil
- 16) Integritas Proses
- 17) Tanpa Kekerasan
- 18) *Inclusiveness* (Keterbukaan)
- 19) Consensus
- 20) Cooperative
- 21) Partisipasi
- 22) Menentukan Kebutuhan.²⁹

c. Tujuan dan Strategi *Community Development*

Tujuan *community development* adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat dari kemiskinan, kesenjangan, keterbelakangan atau ketidakberdayaan mereka dalam kehidupan. Dapat dikatakan miskin apabila kebutuhan pokok masih belum terpenuhi dengan baik. Sedangkan masalah keterbelakangan yaitu seperti petani yang memiliki masalah keterbatasan akses tanah, produktifitas yang rendah, semakin lemahnya pasar

²⁹ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat Wacana Dan Praktik* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013).

tradisional akibat lebih ditekankan untuk memenuhi kebutuhan perdagangan internasional dan sumber daya manusia yang melemah.

Strategi untuk mewujudkan *community development* yaitu, *pertama*, menciptakan iklim untuk mengembangkan potensi masyarakat, memperkuat potensi terkait bidang pendidikan, kesehatan, serta akses menuju kemajuan ekonomi masyarakat dan melindungi masyarakat agar tetap menjaga kualitas sumber daya manusianya sehingga menjadikan masyarakat mandiri dan mampu membangun kehidupan yang lebih layak ke depannya. *Keuda*, program pembangunan desa yang meliputi pembangunan pertanian, industrialisasi, membangun masyarakat desa terpadu serta strategi pusat pembangunan.³⁰

8. *Corporate Social Responsibility* dalam Perspektif *Community Development*

Konsep tanggung jawab sosial dalam perspektif *community development* didesain berdasarkan pada “*the empowerment is road to participation*”. Kebijakan tersebut dibentuk dengan tujuan memberdayakan masyarakat dan tidak hanya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat tetapi lebih ke seluruh *stakeholder*. Menurut Elkington, implementasi program CSR serta kebijakannya yang ideal adalah suatu bentuk edukasi partisipatif yang diupayakan untuk menjadi sarana dalam memberdayakan masyarakat.

Terdapat 4 studi kasus yang dapat menjelaskan sejauh mana implementasi CSR dalam pengembangan masyarakat (*Community Development*). Keempat studi kasus yang dimaksud antara lain 2 studi kasus berfokus terhadap pendapat dari masyarakat dan para *stakeholder* terhadap program-program oleh perusahaan yang bertujuan memberdayakan masyarakat dan diimplementasikan melalui program CSR. Studi kasus ketiga berfokus terhadap evaluasi mengenai tindakan-tindakan yang dilakukan dalam rangka memberdayakan masyarakat melalui program CSR. Stusi kasus

³⁰ I wayan Edi Arsawan, dkk., “Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Community Development (Studi Eksploratif Di Kawasan Wisata Sangeh),” *Jurnal Sosial Dan Humaniora* 6, no. 3 (2016): 241–43.

terakhir adalah penelitian terhadap proses pemberdayaan masyarakat terkait pengelolaan program CSR.³¹

9. Hubungan Antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *Community Development*

Masyarakat merupakan bagian terpenting dalam sebuah program atau bentuk operasional perusahaan. Artinya dalam hal ini perusahaan harus memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh masyarakat dan mengupayakan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat dalam jangka panjang sekitar perusahaan tanpa merusak atau meninggalkan tatanan sosial budaya masyarakat itu sendiri.

Implementasi program CSR terwujud karena adanya keterkaitan penuh antara perusahaan dengan masyarakat. Dalam hal ini perusahaan mengajak masyarakat untuk ikut serta mengkomunikasikan dengan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menyalurkan aspirasinya terkait harapan yang ingin dicapai serta tujuan dari masing-masing pihak. Adapun hubungan antara CSR dengan *community development* yaitu program CSR yang dijalankan oleh perusahaan dilakukan dengan campur tangan masyarakat sekitar perusahaan secara langsung dengan beberapa kegiatan yang dibentuk bertujuan pemberdayaan masyarakat, termasuk potensi yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri agar dapat memberikan manfaat dalam jangka panjang untuk kedua pihak yaitu masyarakat dan perusahaan.

Keterkaitan antara perusahaan dengan masyarakat menjadikan tanggung jawab terwujudnya program CSR yang dibuat oleh perusahaan adalah sebuah tanggung jawab bersama. Oleh karena itu perlu dilakukan adanya sosialisasi untuk masyarakat terkait program yang akan dijalankan sehingga akan menanamkan rasa tanggung jawab dari masing-masing masyarakat demi terwujudnya program untuk kebaikan masyarakat dan juga perusahaan itu sendiri. Selain itu manfaat adanya sosialisasi ini adalah sebagai bentuk *public relations* untuk menjalin komunikasi dan relasi yang baik antara perusahaan dengan masyarakat. Karena bentuk partisipasi masyarakat dalam sebuah program perusahaan merupakan sebuah konsep sentral dan prinsip dasar *community development*.

³¹ Fredian Tonny Nasdian, *Pengembangan Masyarakat*, 227.

10. Pedoman Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia

a. ISO 26000

International Organization for Standardization (ISO) merupakan induk organisasi standarisasi internasional yang berinisiatif membentuk tim dengan mengundang beberapa pihak untuk menciptakan suatu panduan dan standarisasi tanggung jawab sosial pada bulan September 2004 dengan nama ISO 26000: *Guidance Standard on Social Responsibility*. Pedoman ini ditujukan untuk seluruh bentuk organisasi termasuk perseroan, baik swasta maupun publik. Dalam kebijakannya ISO 26000 merupakan panduan untuk penerapan tanggung jawab sosial yang bersifat sukarela. Isi dalam panduan ISO 26000 ini mencakup beberapa hal yang harus dipenuhi dalam penerapannya, diantaranya adalah (1) Pengembangan Masyarakat, (2) Konsumen, (3) Praktik Kegiatan Institusi yang Sehat, (4) Lingkungan, (5) Ketenagakerjaan, (6) Hak Asasi Manusia, (7) Organisasi Pemerintahan (*Organization Governance*).

Penggunaan panduan ISO 26000 dalam penerapan tanggung jawab sosial memberikan dampak untuk masyarakat dan lingkungan melalui kegiatan bersifat transparan yang konsisten dan berkelanjutan, memperhatikan kepentingan *stakeholder*, memenuhi hukum yang berlaku dan seluruh aktifitas organisasi telah terintegrasi.³²

b. Peraturan Menteri BUMN

Berdasarkan peraturan menteri BUMN tentang program tanggung jawab sosial dan lingkungan Badan Usaha Milik Negara mengungkapkan bahwa BUMN diwajibkan untuk menerapkan tanggung jawab sosial lingkungan berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan yakni dapat memberikan manfaat terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan serta pembangunan hukum dan tata kelola perusahaan. Menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dengan berpegang pada prinsip terintegrasi,

³² Rendi Mahendra, "ISO 26000 Sebagai Standar Global Dalam Pelaksanaan CSR," Landasanteori.com, 2016, <https://isoindonesiacenter.com/sekilas-tentang-panduan-penerapan-csr-iso-26000-2/>.

terarah dan dampaknya terukur secara akuntabel. Dapat memberikan arahan terhadap UKM untuk lebih mandiri dan tangguh dalam beroperasi.³³

B. Penelitian Terdahulu

Proses penelitian dilakukan oleh penulis dengan merujuk beberapa sumber sebagai dasar penelitian, diantaranya adalah penelitian oleh Khairunnisak Afrini Sirait yang berjudul *Implementasi Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan PT. Anglo Eastern Plantations. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif analisis. Berdasarkan hasil analisa, PT. Anglo Eastern Plantations yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan kelapa sawit dan karet berhasil mengimplementasikan CSR rutin setiap tahunnya. Dimana program yang diterapkan yaitu di bidang pendidikan, kesehatan, pembangunan sarana dan pra sarana, sosial, budaya dan agama serta pemberdayaan tenaga kerja. Keberhasilan penerapan CSR pada PT. Anglo Eastern Plantations dibuktikan dengan indikator penelitian yang mana digunakan untuk mengukur komitmen dan keberhasilan penerapan CSR. Hasil menunjukkan bahwa perusahaan benar-benar menerapkan CSR berdasarkan perencanaan dan implementasi yang jelas. Seperti hal kepemimpinan, proporsi bantuan, cakupan wilayah, perencanaan, mekanisme monitoring dan evaluasi, keterlibatan *stakeholder*, keberlanjutan dan hasil nyata.³⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Mashuri Kamidin, Sabri Hasan dan Ajmal As'ad berjudul *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil analisa, bentuk implementasi CSR yang diterapkan oleh perusahaan berfokus terhadap aspek sosial, ekonomi dan lingkungan. Namun secara khusus lebih ditekankan pada aspek sosial dan ekonomi. Dalam proses pelaksanaan program yang dibentuk oleh perusahaan, terhadap beberapa hambatan yang terjadi, diantaranya adalah

³³ Wahyu Setyawan, "Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Tentang Program Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Badan Usaha Milik Negara" (Jakarta, 2021), 5-6.

³⁴ Khairunnisak Afrini Sirait, "Implementasi Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan PT. Anglo Eastern Plantations" (Universitas Islam Negeri Sumatea Utara Medan, 2018).

kurangnya informasi atau minimnya sosialisasi sehingga menyebabkan rendahnya partisipasi masyarakat. Namun program tetap berjalan dengan dana yang telah dianggarkan oleh perusahaan.³⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Kadek Desy Aprianthiny berjudul Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi, Singaraja Bali. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses implementasi CSR sangat direspon baik oleh masyarakat sekitar dan mendukung penuh adanya penerapan CSR yang dilakukan oleh PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi sehingga implementasi CSR berjalan lancar dengan menerapkan beberapa program yaitu memberikan kontribusi berupa dana untuk masyarakat peduli lingkungan, memberikan bantuan berupa modal, membantu biaya pendidikan masyarakat, dan lain sebagainya. Selain itu penerapan CSR juga berhasil menciptakan hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat dan para *stakeholder* dan meningkatkan reputasi perusahaan serta dikategorikan sebagai modal sosial perusahaan.³⁶

Penelitian oleh Rifka Aulya, Agus Suryono dan Wima Yudo Prasetyo yang berjudul Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Dalam Rangka Mewujudkan *Sustainable Development* Di Bidang Lingkungan Studi tentang CSR *Joint Operating Body* Pertamina-Petrochina East Java Di Desa Rahayu, Kecamatan Soko Kabupaten Tuban. Menghasilkan analisis yang berupa implementasi CSR oleh perusahaan berhasil mewujudkan *sustainable development* di bidang lingkungan. Hal tersebut terbukti dengan terealisasinya program yang berorientasi pada peningkatan kualitas lingkungan di desa Rahayu. Program tersebut antara lain pemindahan lokasi SDN Rahayu 1 dan 2, membangun sumur dan tendon air bersih, pembangunan jalan dan saluran sanitas serta penghijauan dan kompensasi dampak *flare*. Keberhasilan penerapan program tersebut terbukti mampu

³⁵ Masruhi Kamidin, Sabri Hasan, dan Ajmal As' ad, "Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR)," *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi* 2, no. 2 (2019): 174.

³⁶ Kadek Desy Aprianthiny, "Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi Singaraja Bali," *Jurnal Pendidikan Jurusan Ekonomi* 5, no. 1 (2015): 8–9.

membawa perubahan dan peningkatan kualitas lingkungan yang cukup signifikan.³⁷

Penelitian Oleh Raendy Herlangga yang berjudul Analisis Pelaksanaan Program *Community Development* Sebagai Bentuk Tanggung Jawab PT. Arara Abadi Distrik Sorek Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Hasil analisa menunjukkan bahwa PT. Arara Abadi Distrik Sorek mengimplementasikan berhasil mengimplementasikan CSR dengan membentuk program Desa Makmur Peduli Api (DMPA) yang berada di wilayah konsesi perusahaan. Program tersebut berhasil meningkatkan perekonomian masyarakat, salah satunya dengan mereka mampu membuka usaha sendiri. Penerapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan tersebut sangat mendukung untuk dilakukan secara berkelanjutan terhadap masyarakat lain dengan tujuan memperoleh keunggulan perusahaan dan PT. Arara Abadi Distrik Sorek mampu memberikan tanggung jawab sosial kepada masyarakat sekitar perusahaan.³⁸

Penelitian Oleh Andrew Shandy Utama yang berjudul Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Riau Andalan Pulp And Paper terhadap Masyarakat di Kabupaten Pelalawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program CSR dilaksanakan berdasarkan peraturan pemerintah yang berlaku dengan tercapainya program di sektor pertanian, perkebunan dan perikanan yaitu pemberian bibit kepada masyarakat, di sektor UMKM berupa pemberian bantuan berupa dana kepada masyarakat dengan berwirausaha *online* seperti penjualan pupuk tanaman dan *offline* berupa penjualan makanan khas daerah. Kemudian program di sektor *social infrastructure* berupa pembangunan dan perbaikan fasilitas umum. Pada sektor pendidikan, berupa pemberian beasiswa kepada pelajar berprestasi dan program pelatihan kepada

³⁷ Rifka Aulya, “Implementasi Program Corporate Social Responsibility Dalam Rangka Mewujudkan Sustainable Development Di Bidang Lingkungan (Studi Tentang CSR Joint Operating Body Pertamina-Petrochina Di Desa Rahayu, Kecamatan Soko, Kabupaten Tuban),” *Jurnal Administrasi Publik* 2, no. 4 (2014): 608–12.

³⁸ Raendy Herlangga dan Nurjanah Nurjanah, “Analisis Pelaksanaan Program *Community Development* Sebagai Bentuk Tanggungjawab Sosial PT Arara Abadi Distrik Sorek Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat” 4, no. 1 (2017): 13.

generasi muda serta *employe volunteerism* yaitu bentuk sukarela karyawan dalam membantu masyarakat sekitar.³⁹

Penelitian oleh Elsa Nurlatifa, Kokom Komariah dan Aat Ruchiat Nugraha yang berjudul Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Astra Internasional Melalui Program Lingkungan Kampung Berseri dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil analisa menunjukkan bahwa program yang dilaksanakan oleh perusahaan berjalan dengan cukup baik namun terdapat beberapa hal yang menjadi hambatan dalam proses implementasi. Diantaranya adalah minim atau kurangnya pendampingan terhadap setiap wilayah sehingga program terbengkalai ketika diadakan proses monitoring. Oleh karena itu pengawasan maupun evaluasi terus dilakukan untuk menutupi kekurangan dalam program yang dilakukan. Karena hal tersebut perusahaan mendapat apresiasi yang kurang berkenan terhadap program tersebut. Sehingga perusahaan berkomitmen untuk terus melakukan evaluasi sehingga dapat dilakukan perbaikan dan pengembangan dalam program tersebut.⁴⁰

Berdasarkan penjabaran penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian terdahulu. Meskipun semua kasus penelitian terdahulu memiliki tema yang sama namun penelitian yang akan dikaji oleh peneliti ini akan lebih difokuskan kepada implementasi CSR pada beberapa perusahaan go publik yang sudah menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan dan seberapa serius atau berkomitmennya perusahaan berkontribusi dalam *community development*.

C. Kerangka Berpikir

Perseroan Terbatas dalam menerapkan *Corporate Social Responsibility* harus menyisihkan laba bersih untuk melaksanakan program terkait implementasi CSR. khususnya perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam atau lingkungan wajib menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan di Indonesia

³⁹ Utama, "Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Riau Andalan Pulp and Paper Terhadap Masyarakat Di Kabupaten Pelalawan."

⁴⁰ Elsa Nurlatifa, Kokom Komariah, dan Aat Ruchiat Nugraha, "Implementasi Corporate Social Responsibility Pt. Astra Internasional Melalui Program Lingkungan Kampung Berseri," *Jurnal Signal* 8, no. 2 (2020): 192.

fokus terhadap bentuk implementasi tanggung jawab sosialnya terkait dengan hal ekonomi, sosial dan lingkungan. Adapun proses untuk mengetahui bagaimana dan sejauh mana tanggung jawab perusahaan dalam mengimplementasikan CSR terkait komitmennya untuk berkontribusi dalam *community development* yakni melalui perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Proses penelitian berlangsung dengan dilakukannya analisis data yang dimulai dari mereduksi data, atau dengan kata lain mencari dan memilih data yang sesuai untuk dijadikan sebagai bahan penelitian dan bahan rujukan dalam proses penelitian. Selanjutnya peneliti dapat menyajikan data-data lain yang dapat berbentuk tabel atau grafik terkait permasalahan yang sedang diteliti. Kemudian tahap terakhir adalah peneliti menyusun kesimpulan mengenai implementasi CSR di perusahaan Indonesia terkait komitmennya untuk berkontribusi dalam *community development*.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber: diolah oleh penulis (2021)