

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

Indonesia terdapat berbagai perusahaan dengan beragam sektor dan tujuan yang sesuai dengan visi dan misi dari masing-masing perusahaan. Dalam operasionalnya, perusahaan memiliki beberapa macam bentuk dalam hal pencatatan saham. Dimana terdapat beberapa perusahaan yang sahamnya telah dicatat di Bursa Efek Indonesia berdasarkan pemenuhan persyaratan oleh BEI. Persyaratan terkait pencatatan saham para Bursa Efek Indonesia yang dimaksud yaitu dilihat dari tata kelola perusahaan yang baik, sektor keuangan dan akuntansi perusahaan dan struktur penawaran umum dari berbagai perusahaan dengan berbagai sektor tersebut, ciri paling umum untuk perusahaan yang telah mencatatkan sahamnya pada Bursa Efek Indonesia adalah dengan diikuti “Tbk” di akhir nama perusahaan.

Sementara itu perusahaan dalam beroperasi pasti memiliki dampak yang ditimbulkan akibat operasional perusahaan tersebut. Baik dampak terhadap masyarakat maupun lingkungan. Namun terkait keduanya, perusahaan memiliki kewajiban terkait melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Pengungkapan tanggung jawab terhadap lingkungan oleh perusahaan seharusnya dapat dilakukan sesuai dengan peraturan pemerintah terkait menjaga kualitas lingkungan yang diakibatkan oleh aktifitas perusahaan. Dalam kementerian lingkungan hidup, terdapat penilaian terkait kinerja perusahaan dalam pengelolaan terhadap lingkungan. Hal itu dapat diukur dengan seberapa besar upaya perusahaan dalam menjaga dan mengelola lingkungan melalui program-program yang dilakukan. Sementara itu penilaian tersebut menghasilkan sertifikasi PROPER yang diantaranya memiliki tingkatan sesuai dengan peringkat yang dihasilkan dari masing-masing perusahaan berdasarkan penilaian dengan beberapa persyaratan yang berlaku.

Terkait penilaian dalam kementerian lingkungan hidup mengenai kinerja perusahaan dalam mengelola lingkungan, sertifikasi PROPER memiliki 5 tingkatan yang diantaranya memiliki kualifikasi masing-masing. 5 proper tersebut adalah PROPER Gold, PROPER Hijau, PROPER Biru, PROPER Merah, dan PROPER Hitam. Dalam hal ini PROPER Biru merupakan PROPER dengan kualifikasi atau peringkat tengah dari seluruh tngkatan PROPER. Karena dalam kualifikasinya, perusahaan yang telah melaukan tanggung jawabnya dalam mengelola dan menjaga lingkungan termasuk dalam kategori PROPER Biru.

Sementara itu, perusahaan dalam melakukan aktifitas bisnisnya memiliki kewajiban untuk melakukan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) akibat dampak yang ditimbulkan dari berlangsungnya operasional perusahaan. Tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh perusahaan adalah terkait dengan masyarakat maupun lingkungan sekitar perusahaan.

Sesuai dengan peraturan perundang-undangan No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN, UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas sementara itu juga terdapat beberapa Peraturan Pemerintah terkait pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang diatur dalam peraturan Menteri BUMN No. PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan serta Peraturan Menteri Sosial RI No. 13 Tahun 2012 tentang Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha dalam Penyelenggaraan kesejahteraan Sosial.¹

Dasar obyek penelitian yang diambil dari penelitian ini adalah perusahaan *go public* yang telah terdaftar di kementerian lingkungan hidup dan perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang telah berhasil mendapatkan prestasi berupa sertifikasi PROPER Biru untuk dijadikan sebagai objek dalam penelitian. Dimana peringkat PROPER Biru dari kementerian lingkungan hidup tersebut telah dimiliki oleh 8 perusahaan terpilih dalam rencana penelitian ini.

¹ Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR* (Gresik: Fascho Publishing, 2007), 6.

2. Deskripsi Data Penelitian

a. Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan *Go Public* yang Terdaftar pada PROPER Kementerian Lingkungan Hidup

1) Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada Aspek Sosial

Berdasarkan data implementasi CSR oleh 8 perusahaan di Indonesia yaitu PT. Surya Toto Indonesia, Tbk., PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk., PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk., PT. Kimia Farma (Persero), Tbk., PT. Salim Ivomas Pratama, Tbk., PT. Lippo Cikarang, Tbk., PT. Solusi Bangun Indonesia, Tbk. dan PT. Akasha Wira, Tbk. yang bergerak pada bidang yang berbeda-beda. Implementasi CSR yang dilaksanakan pada aspek sosial diterapkan dengan beberapa program atau kebijakan yang dilaksanakan. Berikut merupakan data presentase pelaksanaan program CSR pada aspek sosial yang diambil dari seluruh pelaksanaan CSR terkait aspek sosial pada 8 perusahaan tersebut.

Hasil presentase diperoleh dari banyaknya pengungkapan pada setiap program oleh 8 perusahaan yang kemudian dibagi dengan jumlah banyaknya pengungkapan program dari 8 perusahaan tersebut hingga pada dilakukannya presentase untuk mengetahui seberapa besar pengungkapan pada setiap program oleh 8 perusahaan tersebut. Berikut merupakan tabel dari hasil presentase:

Tabel 4.1
Presentase Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* pada Aspek Sosial menurut 8 Perusahaan

No.	Program CSR	Banyaknya Pengungkapan Program oleh 8 Perusahaan	Presentase
1.	Bantuan berupa produk perusahaan	1	3,9%
2.	Bantuan dalam rangka peduli Covid 19	5	19,2%

3.	Sumbangan berupa dana	2	7,6%
4.	Pelaksanaan program pendidikan dan pelatihan	5	19,2%
5.	Pelaksanaan program kesehatan	2	7,6%
6.	Bantuan berupa bencana alam	2	7,6%
7.	Pelaksanaan program donor darah	1	3,9%
8.	Sumbangan dalam rangka program keagamaan	3	11,6%
9.	Bantuan berupa pembangunan dan perbaikan infrastruktur	3	11,6%
10.	Bantuan untuk sarana olahraga	1	3,9%
11.	Penyelenggaraan program Lembaga Swadaya Masyarakat	1	3,9%
Jumlah		26	100%

Sumber : Hasil Analisis Data (2021)

Menurut tabel, terdapat beberapa program dalam pelaksanaan CSR oleh delapan perusahaan, diantaranya bantuan berupa produk perusahaan yang dimaksud adalah mayoritas oleh 8 perusahaan terkait, program CSR yang banyak diterapkan dengan sukarela dalam pelaksanaan program CSR yaitu dengan memberikan bantuan dalam rangka peduli covid 19 yang pada tahun 2020 sendiri mengalami kenaikan atau tingkat keparahan yang cukup tinggi. Artinya, perusahaan secara langsung ikut merasakan imbas dari adanya penyebaran covid 19 yang berdampak terhadap operasional perusahaan dan secara ekonomi pendapatan dari perusahaan sendiri mayoritas mengalami penurunan hingga berimbas pada karyawan.

Selama 2020 perusahaan ikut serta dalam berupaya memerangi covid 19 dengan cara memberikan bantuan yang diberikan sesuai dengan kebijakan masing-masing perusahaan. Misalnya seperti

pemberian bantuan berupa penyaluran bahan makanan atau barang-barang yang dibutuhkan seperti alat pelindung diri dan obat-obatan. Sumbangan berupa dana yang dimaksud adalah perusahaan dengan sukarela memberikan bantuan dalam bentuk nominal untuk masyarakat yang membutuhkan sesuai dengan persyaratan yang diberlakukan.

Pelaksanaan program pendidikan juga diterapkan oleh mayoritas perusahaan dengan meningkatkan kualitas masyarakat atau generasi yang akan datang. Contoh pelaksanaan program dalam hal ini adalah dengan diselenggarakannya program beasiswa atau pendidikan gratis untuk masyarakat sekitar yang kurang mampu atau berprestasi serta untuk pihak keluarga dari pegawai perusahaan dengan syarat tertentu. Salah satu program sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan di Indonesia selanjutnya adalah kepedulian perusahaan terhadap gizi masyarakat dengan menyelenggarakan program perbaikan gizi. Program tersebut dilaksanakan melalui Gerakan SUN, Pos Pelayanan Terpadu, Pelayanan Gizi bagi karyawan maupun masyarakat serta ruang laktasi guna menjaga dan memperbaiki gizi masyarakat.

2) Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada Aspek Ekonomi

Bentuk implementasi CSR terhadap aspek ekonomi yang ditujukan kepada *stakeholder* eksternal memiliki beberapa pengungkapan yang diantaranya telah dilakukan oleh sebagian besar perusahaan atau hanya salah satu perusahaan. Sebab proses pengungkapan CSR dilakukan berdasarkan kebijakan dari masing-masing perusahaan. Berdasarkan data delapan perusahaan yang telah mengimplementasikan CSR dapat diketahui presentase pengungkapan program terkait aspek Ekonomi yang telah dilaksanakan sepanjang tahun 2020. Hasil presentase berasal dari banyaknya pengungkapan pada setiap program oleh delapan perusahaan yang kemudian dibagi dengan jumlah banyaknya pengungkapan program dari delapan perusahaan tersebut hingga pada dilakukannya presentase untuk mengetahui seberapa besar

pengungkapan pada setiap program oleh delapan perusahaan tersebut. Berikut merupakan tabel dari hasil presentase:

Tabel 4.2
Presentase Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility pada Aspek Ekonomi menurut 8 Perusahaan

No.	Program CSR	Banyaknya Pengungkapan Program oleh 8 Perusahaan	Presentase
1.	Pelaksanaan program pelatihan kemitraan	3	18,7%
2.	Melakukan program kemitraan dengan masyarakat	4	25%
3.	Mengadakan program enterpreneurship atau santri preneurship	1	6,2%
4.	Melakukan upaya pengembangan sektor pertanian	1	6,2%
5.	Pengadaan program bank sampah	1	6,2%
6.	Meningkatkan sektor pariwisata	1	6,2%
7.	Pemberian bantuan berupa modal	1	6,2%
8.	Meningkatkan UMKM melalui pelatihan dan penyuluhan	2	12,5%
9.	Pemberian bantuan berupa pinjaman	1	6,2%
10.	Pemberian layanan promosi	1	6,2%
Jumlah		16	100%

Sumber : Hasil Analisis Data (2021)

Berdasarkan tabel dijelaskan bahwa terdapat beberapa program dalam pelaksanaan CSR oleh delapan perusahaan dengan mayoritas program yang dilaksanakan oleh 8 perusahaan tersebut adalah program kemitraan. Dimana program kemitraan

tersebut dilakukan mulai dari tahap pelatihan sampai pada pelaksanaan kemitraan secara langsung oleh perusahaan dengan masyarakat. Sebanyak tiga perusahaan telah melangsungkan program pelatihan kemitraan dengan tujuan menjadikan masyarakat sebagai mitra bagi perusahaan dengan kemampuan dan kualitas yang terbaik yang sebagian akan dijadikan sebagai pemasok bahan baku utama perusahaan atau bahkan mampu diikutsertakan dalam pameran lokal maupun internasional.

Program kemitraan yang diterapkan oleh perusahaan yaitu berhubungan dengan beberapa pihak masyarakat seperti pada sektor pertanian, peternakan, pengusaha kecil, bidang industri, jasa, perdagangan dan lain sebagainya sesuai dengan bidang yang dibutuhkan dari masing-masing perusahaan. Salah satu perusahaan yang melaksanakan program santri preneurship adalah PT. Indofood CBP Sukses Makmur yang bertujuan membangun jiwa interpreneurship terhadap para santri agar lebih berkompeten dalam hal bisnis. Program selanjutnya yakni pertanian. Dimana pertanian merupakan sektor awal dalam proses produksi suatu perusahaan di bidangnya. Oleh karena itu perusahaan berupaya memberikan pelatihan dan penyuluhan terkait sektor pertanian guna meningkatkan kualitas panen dan hasil yang dicapai serta menghindari terjadinya gagal panen.

3) Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada Aspek Lingkungan

Pelaksanaan CSR oleh delapan perusahaan terkait aspek lingkungan memiliki berbagai variasi dari beberapa perusahaan yang bergerak pada bidang yang berbeda. Namun dalam hal ini perusahaan telah melaksanakan tanggung jawabnya terkait aspek lingkungan dengan beberapa program terbaik menurut kebijakan masing-masing perusahaan yang sebagian besar perusahaan di Indonesia telah melaksanakannya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Berdasarkan delapan perusahaan tersebut, dapat diketahui terkait presentase pengungkapan program dari seluruh perusahaan terkait aspek lingkungan. Hal ini dilakukan

untuk mengetahui program apa yang selama tahun 2020 gencar dilakukan oleh mayoritas perusahaan.

Tabel 4.3
Presentase Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* pada Aspek Lingkungan menurut 8 Perusahaan

No.	Program CSR	Banyaknya Pengungkapan Program oleh 8 Perusahaan	Presentase
1	Program penanaman pohon / penghijauan	4	14,6%
2	Pengelolaan limbah	7	25%
3	Kepedulian terhadap pemanasan global	1	3,5%
4	Penerapan efisiensi penggunaan sumber daya alam	4	14,6%
5	Peduli emisi rumah kaca	1	3,5%
6	Pengelolaan daur ulang sampah	1	3,5%
7	Pelaksanaan program MERA (Pelestarian hutan bakau)	1	3,5%
8	Menerapkan efektivitas penggunaan air	3	10,7%
9	Penggunaan bahan baku ramah lingkungan	2	7,1%
10	Larangan devortasi	1	3,5%
11	Larangan terhadap segala bentuk penanaman di lahan gambut	1	3,5%
12	Larangan terhadap segala bentuk pembakaran	1	3,5%
13	Penerapan efisiensi penggunaan bahan baku kemasan produk	1	3,5%
Jumlah		28	100%

Sumber : Hasil Analisis Data (2021)

Berdasarkan tabel dijelaskan terkait presentase beberapa program pelaksanaan CSR dalam bidang lingkungan oleh delapan perusahaan yang bergerak di bidang yang bervariasi. Mayoritas program yang dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan terkait adalah program pengelolaan limbah. Dimana hampir seluruh perusahaan berhasil menerapkan program tersebut dengan metode pengolahan sesuai dengan masing-masing perusahaan. Dimana hal itu dimaksudkan untuk membunuh zat-zat beracun dan berbahaya yang dilakukan dengan prosedur terbaik menurut kebijakan dari masing-masing perusahaan. Pengelolaan tersebut dilakukan dengan mengelola sampah atau limbah menjadi bahan guna pakai yang lebih bermanfaat dengan sistem fisika, biologi maupun kimia.

b. Motif Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan *Go Public* yang Terdaftar di PROPER Kementerian Lingkungan Hidup

Jika dilihat dari spesifikasi implementasi CSR oleh delapan perusahaan terkait, terdapat beberapa perbedaan yang menjadi dasar atau motif pelaksanaan CSR. Diantara perbedaan tersebut antara lain:

Tabel 4.4
Perbandingan Pelaksanaan Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

No	Nama perusahaan	Implementasi
1.	PT. Surya Toto Indonesia, Tbk	1. Bentuk implementasi yang dilakukan berbasis bina lingkungan 2. Menggunakan pola <i>Community Development</i> dan strategi pelaksanaannya yaitu <i>Self Managing Strategi</i> 3. Motif pelaksanaan CSR adalah <i>social motive</i>
2.	PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk	1. Bentuk implementasi yang dilakukan berbasis kemitraan 2. Menggunakan pola <i>Community Development</i> dan strategi

No	Nama perusahaan	Implementasi
		pelaksanaannya yaitu <i>Self Managing Strategi</i> 3. Motif pelaksanaan CSR adalah <i>economic motive</i>
3.	PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk	1. Bentuk implementasi yang dilakukan berbasis kemitraan 2. Menggunakan pola <i>charity philanthropy</i> dan strategi pelaksanaannya yaitu <i>Self Managing Strategi</i> 3. Motif pelaksanaan CSR adalah <i>social motive</i>
4.	PT. Kimia Farma (Persero), Tbk	1. Bentuk implementasi yang dilakukan berbasis bina lingkungan 2. Menggunakan pola <i>charity phylanthropy</i> dan strategi pelaksanaannya yaitu <i>Self Managing Strategi</i> 3. Motif pelaksanaan CSR adalah <i>social motive</i>
5.	PT. Salim Ivomas Pratama, Tbk	1. Bentuk implementasi yang dilakukan berbasis kemitraan 2. Menggunakan pola <i>Community Development</i> dan strategi pelaksanaannya yaitu <i>Self Managing Strategi</i> 3. Motif pelaksanaan CSR adalah <i>economic motive</i>
5.	PT. Lippo Cikarang, Tbk	1. Bentuk implementasi yang dilakukan berbasis bina lingkungan 2. Menggunakan pola <i>Community Development</i> dan strategi pelaksanaannya yaitu <i>Self Managing Strategi</i> 3. Motif pelaksanaan CSR adalah <i>economic motive</i>

No	Nama perusahaan	Implementasi
7.	PT. Solusi Bangun Indonesia, Tbk	1. Bentuk implementasi yang dilakukan berbasis kemitraan 2. Menggunakan pola <i>social activity</i> dan strategi pelaksanaannya yaitu <i>Self Managing Strategi</i> 3. Motif pelaksanaan CSR adalah <i>economic motive</i>
8.	PT. Akasha Wira Internasional, Tbk	1. Bentuk implementasi yang dilakukan berbasis kemitraan 2. Menggunakan pola <i>Community Development</i> dan strategi pelaksanaannya yaitu <i>Self Managing Strategi</i> 3. Motif pelaksanaan CSR adalah <i>economic motive</i>

Sumber: Hasil Analisis Penulis (2021)

Berdasarkan data pelaksanaan CSR oleh beberapa perusahaan, dapat diketahui bahwa pelaksanaan *corporate social responsibility* di pada perusahaan *go public* yang terdaftar di proper kementerian lingkungan hidup telah ditunjukkan dengan cakupan yang cukup luas dimana perusahaan beranggapan bahwa dalam kelangsungan operasional perusahaan terdapat peran *stakeholder eksternal* dalam mendukung eksistensi dan *survival* perusahaan. Oleh karena itu, kesadaran perusahaan dalam penerapan CSR sudah cukup meningkat oleh beberapa perusahaan.

c. Praktik Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Go Public yang Terdaftar di Kementerian Lingkungan Hidup dalam Memberikan Kontribusi terhadap Community Development (CD)

Praktik CSR oleh perusahaan *go public* yang terdaftar pada kementerian lingkungan hidup setiap perusahaanya memiliki perbedaan kontribusi dalam *community development*. Namun tidak semua perusahaan mempublikasikan terkait peningkatan pelaksanaan

program CSR pada laporan tahunan perusahaannya. Dimana kontribusi-kontribusi tersebut antara lain:

- 1) PT. Surya Toto Indonesia, Tbk
Upaya peningkatan *community development* oleh PT. Surya Toto Indonesia adalah dengan memberikan bantuan berupa produk perusahaan, bantuan covid 19, sumbangan dana pada instansi sosial serta menyelenggarakan kegiatan swadaya masyarakat.
- 2) PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk
Pelaksanaan program sebagai upaya meningkatkan *community development* oleh PT. Indofood CBP Sukses Makmur adalah dengan diselenggarakannya pelatihan dan pendidikan untuk masyarakat sekitar perusahaan serta melakukan berbagai bentuk kemitraan dengan beberapa bidang pekerjaan yakni pertanian, peternakan serta UMKM.
- 3) PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk
Peningkatan *community development* dalam hal ini terlihat dari adanya perubahan peningkatan jumlah karyawan dari yang sebelumnya pada tahun 2019 sebesar 6,1%, pada tahun 2020 mengalami kenaikan yakni sebesar 6,7%.
- 4) PT. Kimia Farma (Persero), Tbk
Program pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh PT. Kimia Farma guna meningkatkan *community development* adalah dengan memberikan berbagai macam bantuan seperti modal, layanan promosi, melakukan penyuluhan guna meningkatkan UMKM serta bantuan pinjaman untuk masyarakat. Peningkatan *community development* terlihat dengan adanya meningkatnya jumlah mahasiswa penerima beasiswa yang mulanya 81 penerima menjadi 94 penerima beasiswa. Hal itu dibuktikan dengan meningkatnya dana CSR oleh perusahaan yang pada tahun 2019 sebesar Rp. 3.869.977.000 menjadi Rp. 4.549.635.000. secara kualitas program tercatat mencapai peningkatan sebesar 123,4% dari tahun sebelumnya.
- 5) PT. Salim Ivomas, Tbk
- 6) PT. Lippo Cikarang, Tbk
Tercatat pada tahun 2020, terkait upaya peningkatan *community development*, perusahaan berhasil

meningkatkan kawasan industry dengan ikut meningkatnya jumlah karyawan yang mulanya pada tahun 2019 adalah sebesar 471. 502 menjadi 582.307 karyawan. Selain itu perusahaan juga peduli terkait pembangunan sarana dan prasarana umum yang dibangun pada Yayasan Nurul Amal Cibatu serta beberapa bantuan lain dalam hal keagamaan maupun bantuan sosial.

- 7) PT. Solusi Bangun Indonesia, Tbk
Upaya peningkatan *community development* melalui program CSR oleh perusahaan berhasil meningkatkan Angka Indeks Kepuasan Masyarakat dari 4 pabrik perusahaan yang diantaranya memiliki presentase masing-masing 86%, 92%, 90% dan 75%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengakuan dari masyarakat terkait peningkatan pertumbuhan sosial ekonomi oleh masyarakat. Selain itu perusahaan juga ikut serta dalam mengkoordinir 8 UMKM, dimana sekitar 22 warga mampu berpindah profesi dari seorang nelayan menjadi pembatik yang menghasilkan produk batik local dan mampu mendongkrak ekonomi masyarakat sekitar.
- 8) PT. Akasha Wira International, Tbk

B. Pembahasan

1. Bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia

Menurut teori *stakeholder* pelaksanaan implementasi CSR sangat berkaitan erat dengan pihak-pihak *stakeholder* karena *stakeholder* sendiri merupakan bagian dari organisasi atau perusahaan tersebut. Dalam hal ini teori *stakeholder* dapat dikatakan sebagai dasar atau landasan penghubung antara perusahaan dengan *stakeholder*.² Berdasarkan teori dan data penelitian yang telah tertulis, dapat diketahui bahwa sasaran utama pelaksanaan CSR oleh perusahaan adalah masyarakat. Dimana masyarakat merupakan bagian dari *stakeholder* eksternal perusahaan dan memiliki keterlibatan langsung terhadap operasional perusahaan baik secara langsung maupun

² Herman, "Manfaat Corporate Social Responsibility Oleh Stakeholder Primer Dan Sekunder Studi Kasus Pada PT. Asia Sawit Makmur Jaya Provinsi Riau."

tidak langsung. Dalam hal ini perusahaan telah berupaya untuk bertanggung jawab terhadap masyarakat terkait operasional perusahaan. Hal tersebut diwujudkan dengan diimplementasikannya CSR oleh perusahaan dengan peneraban berbagai program dengan tujuan yang bervariasi.

Proses pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan tidak lepas dari diterapkannya teori legitimasi sebagai acuan dasar perusahaan dalam menjaga *going concern* (Kelangsungan hidup) perusahaan. Dalam hal ini perusahaan sadar penuh terhadap kewajibannya terkait kepedulian terhadap keadaan lingkungan daerah perusahaan, baik fisik maupun non fisik dengan melaksanakannya sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku. Konsep ini sesuai dengan teori legitimasi yang digunakan dalam implementasi CSR oleh perusahaan-perusahaan yang menerapkan tanggung jawab sosial perusahaannya.³ Pedoman pelaksanaan CSR untuk perusahaan-perusahaan di Indonesia adalah dengan menggunakan dasar ISO 26000 dan peraturan menteri BUMN dengan beberapa kriteria yang telah ditentukan.

Berdasarkan data penelitian, implementasi CSR oleh beberapa perusahaan di Indonesia sebagian dari mereka telah melakukan tanggung jawab sosialnya sesuai dengan pedoman yang berlaku. Lima diantara delapan perusahaan telah melaksanakan sesuai dengan pedoman, dan sisanya ada yang telah melaksanakan namun belum memenuhi kriteria dan masih terdapat perusahaan yang hanya melaksanakan tanggung jawab sosialnya hanya sebagai formalitas untuk memenuhi tanggung jawabnya sesuai dengan aturan yang berlaku. Seperti praktik terkait pengembangan masyarakat dan praktik kegiatan institusi yang sehat, seperti peraturan dalam ISO 26000, sebagian besar perusahaan belum melaksanakannya secara maksimal dengan tidak adanya pedoman pelaksanaan yang kuat seperti yang telah disebutkan. Bahkan ada diantaranya yang tidak terdeteksi terkait praktik kegiatan yang telah dilaksanakan.

Sehingga dapat diketahui dari hasil pengamatan tersebut, pelaksanaan implementasi CSR berdasarkan peraturan yang berlaku oleh perusahaan di Indonesia terlihat bahwa sebagian besar perusahaan telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya berdasarkan peraturan yang berlaku. Meskipun masih

³ Permatasari and Setyastrini, "Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Ditinjau Dari Teori Legitimasi Dan Teori Stakeholder."

terlihat ada beberapa perusahaan yang masih belum menggunakan dasar pelaksanaan sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Berikut beberapa bentuk pengungkapan CSR oleh 8 perusahaan di Indonesia yang dilihat berdasarkan 3 aspek yakni sosial, ekonomi dan lingkungan:

Tabel 4.5
Jumlah Pengungkapan CSR oleh 8 Perusahaan

No.	Aspek Pengungkapan	Banyaknya Pengungkapan
1.	Aspek Sosial	9
2.	Aspek Ekonomi	11
3.	Aspek Lingkungan	13

Sumber : Hasil Pengamatan Penulis

Berdasarkan tabel, diketahui bahwa bentuk pengungkapan CSR oleh perusahaan di Indonesia dilihat dari 3 aspek yakni sosial, ekonomi dan lingkungan yang diamati melalui kumpulan data pelaksanaan CSR oleh 8 perusahaan, bahwa setiap perusahaan yang mengimplementasikan CSR masing-masing memiliki *point* sendiri terkait pelaksanaan CSR tersebut. Dalam hal ini pengungkapan pada aspek lingkungan terlihat lebih ditekankan dalam proses implementasi dibandingkan dengan aspek sosial maupun ekonomi karena program yang terlaksana telah sesuai dengan peraturan yang berlaku dan pergerakan yang dilakukan telah dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Hal itu juga dibuktikan dengan diperolehnya peringkat dari masing-masing perusahaan berupa sertifikasi PROPER yang mencerminkan seberapa jauh pengungkapan CSR terkait aspek lingkungan dari masing-masing perusahaan.

Sementara itu terkait aspek sosial dalam implementasi CSR di Indonesia menunjukkan bahwa selama tahun 2020 seperti yang telah dirasakan bersama dan berdasarkan data tabel yang tertulis berdasarkan hasil data perusahaan, sasaran utama perusahaan di Indonesia dalam penerapan CSR adalah pada program peduli covid 19 dan pelaksanaan program pendidikan. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya presentase tertinggi dalam program CSR yang dijalankan oleh 8 perusahaan di atas dan hal tersebut merupakan wujud kepedulian perusahaan yang diberikan untuk membantu

pemerintah atau masyarakat dalam mengatasi masalah terkait covid 19 dan upaya peningkatan kualitas hidup masyarakat melalui perbaikan kualitas sumber daya manusianya.

Sementara itu terkait aspek ekonomi yang ditimbulkan dari pelaksanaan CSR yang dilaksanakan di perusahaan Indonesia menunjukkan bahwa implementasi CSR di Indonesia dalam hal ini identik dengan difokuskannya terhadap pelaksanaan program pelatihan kemitraan hingga pada diterapkannya secara langsung kemitraan perusahaan dengan masyarakat. Oleh sebab itu dapat diketahui terbilang cukup besar perusahaan yang melakukan program terkait aspek ekonomi yang dilakukan secara maksimal. Hal itu dapat diketahui berdasarkan presentase pengungkapan program terhadap aspek sosial mencapai angka tertinggi dari 11 program yang dibentuk dengan tujuan meningkatkan taraf ekonomi dan kualitas hidup masyarakat sekitar perusahaan.

Sementara itu dari berhasilnya pelaksanaan program kemitraan tersebut terbukti cukup mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara ekonomi. Selain membantu masyarakat, upaya tersebut secara tidak langsung cukup membantu peran pemerintah dalam hal mengurangi pengangguran dan menekan angka kemiskinan di Indonesia.

Berdasarkan data pelaksanaan CSR oleh beberapa perusahaan, dapat diketahui bahwa pelaksanaan *corporate social responsibility* di Indonesia telah ditunjukkan dengan cakupan yang cukup luas dimana perusahaan beranggapan bahwa dalam kelangsungan operasional perusahaan terdapat peran *stakeholder eksternal* dalam mendukung eksistensi dan *survival* perusahaan. Oleh karena itu, kesadaran perusahaan dalam menerapkan CSR sudah cukup meningkat oleh beberapa perusahaan. Jika dilihat dari 3 aspek yakni sosial, ekonomi dan lingkungan, ketiganya memiliki hasil pencapaian yang berbeda. Dimana terdapat beberapa perusahaan yang lebih mementingkan salah satu aspek dan mengesampingkan aspek lain.

Secara umum model atau pola implementasi CSR yang sering digunakan oleh perusahaan di Indonesia adalah dapat dilaksanakan secara langsung oleh pihak perusahaan (*self managing strategy*), diserahkan kepada yayasan atau organisasi berbasis sosial dengan hak milik perusahaan, bermitra dengan pihak ketiga atau pihak luar serta perusahaan dapat pula

bergabung dengan konsorsium untuk bekerja sama melaukan tanggung jawab sosial secara bersama-sama. Dalam hal ini pelaksanaan implementasi CSR di Indonesia diketahui secara garis besar dapat diketahui bahwa pelaksanaannya dilakukan secara pribadi (*self managing strategy*), maksudnya tidak diserahkan pada yayasan atau pihak ketiga. Selain itu pola kemitraan menjadi mayoritas dalam pelaksanaan program yang dibuat oleh sebagian besar perusahaan dengan harapan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat secara ekonomi.

Secara garis besar pelaksanaan CSR di Indonesia secara kuantitas kesadaran, cakupannya cukup maningkat dengan banyaknya perusahaan yang secara sadar telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Disamping itu hal tersebut dinilai sangat berpengaruh terhadap dampak positif bagi perusahaan itu sendiri..Namun secara spesifik, terlihat bahwa pelaksanaannya belum dilakukan sepenuhnya berdasarkan keseriusan dalam tanggung jawab sosial yang telah diupayakan. Hal tersebut terlihat dari pola implementasi yang terlihat sebagian besar menggunakan pola kemitraan. Artinya proses pelaksanaan terdapat tujuan lain yang berfokus terhadap kepentingan perusahaan dan tidak murni dengan niat meningkatkan kesejahteraan masyarakat atau mementingkan *stakeholder* eksternal. Selain itu pola kemitraan juga dipandang bahwa perusahaan mengharapkan *feedback* berupa ekonomi terhadap kepentingan perusahaan.

2. Bagaimana Motif yang Mendasari Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia

Menurut teori *stakeholder* keberhasilan operasional perusahaan sangat dipengaruhi oleh seluruh *stakeholder* yang bersangkutan. Dimana operasional produksi yang dimaksud adalah meliputi tahap administrasi, manajemen dan organisasi. Pelaksanaan tahap-tahap operasional tersebut dilakukan sesuai dengan prosedur dan kebijakan yang telah ditetapkan guna keberlanjutan operasional usaha yang sedang dijalankan.⁴ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan CSR harus didasari sebagai bentuk tanggung jawab dan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi positif terhadap

⁴ Herman, “Manfaat Corporate Social Responsibility Oleh Stakeholder Primer Dan Sekunder Studi Kasus Pada PT. Asia Sawit Makmur Jaya Provinsi Riau.”

seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) khususnya masyarakat setempat.

Berdasarkan data pelaksanaan CSR oleh beberapa perusahaan, dapat diketahui bahwa pelaksanaan *corporate social responsibility* di Indonesia telah ditunjukkan dengan cakupan yang cukup luas dimana perusahaan beranggapan bahwa dalam kelangsungan operasional perusahaan terdapat peran *stakeholder eksternal* dalam mendukung eksistensi dan *survival* perusahaan. beberapa perusahaan juga telah melaksanakan tanggung jawab sesuai dengan peraturan yang dipersyaratkan, namun tingkat keseriusan perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya terbilang masih cukup minim dalam menggeser pola orientasi *stakeholder* menjadi bagian dari berlangsungnya strategi operasional perusahaan. keseriusan pelaksanaan baru mencapai kira-kira 40% dari keseluruhan perusahaan. Karena sebagian besar pelaksanaan CSR hanya sebatas untuk pemenuhan standar peraturan yang berlaku sebagaimana perusahaan lain melaksanakan tanggung jawab tersebut.

Pelaksanaan CSR dengan tujuan *community development* hingga saat ini secara kuantitas cukup banyak ditemui pada implementasi CSR perusahaan, namun di samping itu terdapat motif lain yang mendasari dari dilakukannya program *community development* tersebut. Berdasarkan data, mayoritas motif pelaksanaan CSR oleh perusahaan *go public* yang terdaftar di PROPER kementerian lingkungan hidup adalah *economic motive*, dimana dalam pelaksanaannya perusahaan terlihat mengharapkan feedback secara ekonomi untuk didapatkan setelah implementasi yang dilakukannya berhasil. Selain itu perlakuan dengan tujuan membangun *image* perusahaan, pemberian program yang bersinggungan dengan operasional produk perusahaan masih menjadi motif utama pelaksanaan CSR.

Selain *economic motive*, terdapat beberapa perusahaan yang memiliki motif sosial dalam penerapannya. Dimana motif sosial tersebut menggunakan strategi bina lingkungan yang dalam pelaksanaan programnya focus untuk meningkatkan *community development* dan berkontribusi langsung untuk masyarakat baik dalam hal sosial maupun ekonomi. Namun secara umum perusahaan yang melaksanakan CSR adalah bermotif ekonomi.

Selain itu biaya yang dikeluarkan untuk pemenuhan kebutuhan CSR, terdapat harapan untuk kemudian dapat dinikmati kembali oleh *stakeholder* internal terlihat dari beberapa program yang mengatasnamakan pendidikan atau pelatihan. Dimana ketika pelatihan atau pendidikan terhadap SDM tersebut berhasil, maka akan dilakukan perekrutan kembali SDM tersebut untuk kebutuhan perusahaan. Salah satu alasan dilaksanakannya implementasi CSR yang berbeda dari masing-masing perusahaan, baik konsep, cara maupun motif yang telah ditetapkan. Hal tersebut karena belum adanya standar konsep pelaksanaan secara terpadu dan terstruktur maupun komprehensif dari pemerintah untuk perusahaan yang berniat untuk melaksanakan CSR.

Sementara itu belum ditetapkannya batasan-batasan yang tepat terkait dimensi CSR bagi perusahaan. Sehingga pelaksanaan tanggung jawab sosial oleh beberapa perusahaan bersifat *volunter* dan menyebabkan munculnya pemikiran-pemikiran atau anggapan bahwa pelaksanaan CSR oleh perusahaan adalah sebuah polesan untuk memenuhi kewajibannya terhadap peraturan pemerintah yang berlaku. Di sisi lain hal ini juga menyebabkan terjadinya perbedaan motif antar perusahaan dalam melaksanakan CSR dan sebagian besar dari mereka menekankan pada motif ekonomi dalam pelaksanaannya. Atau dengan kata lain motif yang digunakan didominasi dengan (*motive approach*), yaitu dalam pelaksanaannya diharapkan dapat mendukung operasional perusahaan itu sendiri.

Secara umum antara motif ekonomi dan motif sosial dalam pelaksanaan CSR berjalan secara beriringan atau tidak dapat dipisahkan antar keduanya. Karena sebagai pihak yang rasional, perusahaan dalam menjalankan aktifitas tanggung jawab sosialnya juga mengharapkan *feed back* atas apa yang telah diberikan terhadap kegiatan tersebut. Sedangkan jika dilihat dari data penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR lebih didominasi oleh motif ekonomi sehingga sejauh ini motif pelaksanaan CSR di Indonesia lebih mengedepankan *motive approach* daripada *system approach*. Perusahaan akan selalu mengharapkan *feedback* kepada masyarakat terutama dalam hal ekonomi (*economic motive*). *Feedback* yang dimaksud dalam hal ini mencakup citra perusahaan atau dalam bentuk sektor ekonomi sendiri.

3. Bagaimana Praktik Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia dalam Memberikan Kontribusi terhadap *Community Development* (CD)

Menurut Susanto (2007:26) ketika perusahaan telah berkomitmen untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya, yang menjadi titik fokus pelaksanaannya adalah *profit*, lingkungan dan masyarakat. Dimana ketiga aspek tersebut merupakan satu rangkaian dalam aktivitas perusahaan yang dapat dilaksanakan secara bersamaan sesuai dengan keadaan sosio kemasyarakatan yang berkembang saat itu. Hal tersebut sesuai dengan apa yang telah ditetapkan dalam fungsi CSR perusahaan. Dengan demikian, proses operasional perusahaan yang telah menerapkan tanggung jawab sosialnya diharapkan lebih memberikan kontribusi positifnya terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat khususnya daerah sekitar perusahaan yang memiliki peran penting terhadap berlangsungnya proses produksi.⁵

Proses produksi oleh perusahaan berdasarkan teori legitimasi, perusahaan harus mempunyai kesadaran baik fisik maupun non fisik terhadap keadaan lingkungan atau masyarakat sekitar perusahaan.⁶ Konsep legitimasi lebih ditekankan terhadap hubungan perusahaan dengan kehidupan sosial kemasyarakatan daerah sekitar perusahaan. Artinya upaya perusahaan untuk dinilai baik di mata masyarakat merupakan bentuk konsep legitimasi. Dalam upaya tersebut hal-hal atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan harus sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku dan tidak mengandung kegiatan bersifat ilegal untuk masyarakat.⁷

Pratik pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dalam aktifitas bisnisnya terdapat 2 pendekatan yang menjadi dasar pengungkapan CSR perusahaan, yaitu *charity philanthropy* dan kemitraan. Dalam hal ini mayoritas perusahaan menggunakan pendekatan kemitraan. Terdapat 2 golongan jenis kemitraan yaitu kemitraan semi produktif dan kemitraan produktif (*empowering*). Mayoritas pelaksanaan

⁵ Andi Mapisangka, "Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat," *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan* 1, no. 1 (2009): 44.

⁶ Hadi, "Social Responsibility: Kajian Theoretical Framework, Dan Perannya Dalam Riset Dibidang Akuntansi."

⁷ Harsanti, "Corporate Social Responsibility Dan Teori Legitimasi."

CSR di Indonesia didominasi dengan golongan kemitraan produktif, dimana dalam hal ini masyarakat dilibatkan langsung atau menjadi bagian (*partnership*) dalam sebuah perusahaan. Melalui cara ini masyarakat secara tidak langsung telah diberikan kesempatan untuk meningkatkan kualitas ekonomi dan kesejahteraan hidup mereka dengan mengikuti kemitraan perusahaan. Aktivitas kemitraan guna meningkatkan pemberdayaan masyarakat tersebut dilakukan melalui kegiatan produktif seperti *income generating*, dana bergulir atau upaya kerja sama lainnya.

Secara kualitas, setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam upaya peningkatan *community development*. Namun tidak semua perusahaan transparan dalam hal publikasi data terkait program pelaksanaan CSR untuk peningkatan CD. Hal itu terlihat dari beberapa perusahaan yang dalam laporan tahunan perusahaannya tidak mencatatkan perkembangan atau peningkatan pelaksanaan upaya peningkatan *community development* dari tahun ke tahun. Sehingga dari data yang diketahui tercatat sebagian besar perusahaan mampu meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat dengan mayoritas menggunakan strategi kemitraan.

Pelaksanaan program pelatihan dan pendidikan dapat dinilai sebagai investasi jangka panjang oleh perusahaan. Dimana selain meringankan atau membantu masyarakat dalam hal pendidikan, hal itu juga dipicu mampu meningkatkan atau menjamin kelangsungan hidup perusahaan dengan terciptanya citra baik perusahaan, menjaga kepercayaan masyarakat atau konsumen serta memiliki tabungan SDM yang berkualitas untuk nantinya direkrut ke dalam perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan uraian hasil data penelitian, hasil *content analysis* pelaksanaan CSR dengan tujuan *community development* hingga saat ini secara kuantitas sudah cukup banyak dilakukan oleh beberapa perusahaan yang menerapkan CSR. Hal tersebut beriringan dengan motif perusahaan yang identik dengan *economic motive*. Beberapa perusahaan mampu menaikkan nilai ekonomi masyarakat melalui program kemitraan yang diberlakukan dengan berbagai bentuk menurut masing-masing perusahaan.

Upaya tersebut didominasi dengan menjadikan masyarakat sebagai mitra atau pemasok utama bahan baku yang dibutuhkan oleh perusahaan. Seperti petani, peternak atau

pelaku usaha UMKM sekitar perusahaan. Dengan demikian, secara ekonomi penghasilan masyarakat dapat meningkat dan cukup bagus untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Terlebih untuk petani yang tidak perlu memikirkan laku atau tidaknya hasil panen yang telah diperoleh. Namun secara kualitas, terdapat motif tersendiri untuk kepentingan *stakeholder internal*, sehingga pelaksanaan tanggung jawab terkait *community development* belum dilaksanakan secara maksimal sesuai dengan anggaran yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Selain pada sektor pertanian, peningkatan kualitas hidup masyarakat juga meningkat pada sektor peternakan, pelaku UMKM, dan sektor lainnya, peningkatan kualitas hidup masyarakat juga diupayakan melalui bentuk bantuan yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat baik berupa nominal maupun jasa. Sehingga dalam hal ini masyarakat dituntut dan dilatih untuk meningkatkan kemandiriannya dengan berbekal bantuan yang diberikan oleh perusahaan dalam program CSR demi kelangsungan dan kesejahteraan hidup mereka.

Dalam hal kemitraan, juga bukan hanya sekedar dijadikannya masyarakat sebagai mitra perusahaan, namun terdapat pula kemitraan yang mengandung pendidikan kemandirian. Sehingga masyarakat akan lebih dibekali terkait bagaimana mereka berkembang ke depan dengan kemandirian mereka masing-masing dengan beberapa bantuan yang diberikan. Meskipun demikian dalam hal ini sering kali dijumpai bahwa motif perusahaan adalah mengharapkan *feedback* berupa SDM tersebut ikut serta dalam perusahaannya. Artinya, ketika kualitas masyarakat meningkat, maka akan diadakan perekrutan karyawan untuk perusahaan yang diambil dari masyarakat tersebut. Terlebih meningkatnya kualitas masyarakat adalah berkat dari program perusahaan yang telah terlaksana dengan baik.

Berdasarkan urian yang telah disebutkan, upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan *community development* melalui program-program yang dilaksanakan baik berupa bantuan dana maupun jasa, terlihat bahwa kemandirian dan peningkatan kualitas hidup masyarakat secara ekonomi mengalami peningkatan yang cukup membantu kesejahteraan masyarakat tersebut.