

# CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: KONSEP, REGULASI DAN IMPLEMENTASI

Oleh :

Tim Universitas Katolik Parahyangan

## Pengantar

Demi terciptanya *good governance* dan sebagai upaya pemberantasan kemiskinan, diperlukan kerjasama dari berbagai elemen masyarakat. Bukan hanya pemerintah yang harus berandil besar, melainkan juga sektor privat dan masyarakat sendiri mempunyai kewajiban yang sama. Dengan pola pembangunan yang berasal dari bawah (*grass root*), setidaknya beban pembangunan yang ada di pemerintah dikurangi. Bagan di bawah ini akan menyajikan peran dari masing-masing aktor pembangunan.

## Tabel

**Bagan peran tiga aktor dalam Pembangunan Dari Bawah**

<b>Aktor</b>	<b>Peran dalam pemberdayaan</b>	<b>Bentuk output peran</b>	<b>Fasilitasi</b>
Pemerintah	Formulasi dan penetapan policy, implementasi monitoring dan evaluasi mediasi	Kebijakan: politik, umum, khusus/departemental/sektoral penganggaran, juknis dan juklak, penetapan indikator keberhasilan peraturan hukum, penyelesaian sengketa	Dana, jaminan, alat, teknologi, network, sistem manajemen informasi, edukasi
Swasta	Kontribusi pada formulasi, implementasi, monitoring dan evaluasi	Konsultasi & rekomendasi kebijakan, tindakan dan langkah/policy action implementasi, donatur, private investment pemeliharaan	Dana, alat, teknologi, tenaga ahli dan sangat terampil
Masyarakat	Partisipasi dalam formulasi, implementasi, monitoring dan evaluasi	Saran, input, kritik, rekomendasi, keberatan, dukungan dalam formulasi kebijakan. Policy action, dana swadaya menjadi obyek, partisipan, pelaku utama/subyek menghidupkan fungsi social	Tenaga terdidik, tenaga terlatih, setengah terdidik dan setengah terlatih

		control	
--	--	---------	--

Tabel di atas telah memberitahu bahwa salah satu aktor yang berperan penting adalah sektor privat atau bisnis. Hal ini dikarenakan praktek bisnis dapat dilihat dari aspek dan sudut pandang apapun baik dari produksi di hilir hingga hulu, baik dari perlakuan kepada *internal resource* seperti buruh, keluarga buruh maupun *external resource* yang membentang dari mulai masyarakat sekitar industri, konsumen, pemerintah dan yang paling penting terhadap lingkungan sekitar dapat membawa dampak negatif.

Banyak rentetan data kasus mengenai dampak negatif praktek bisnis yang berdampak pada tatanan sosial dan lingkungan di antaranya, kebocoran reaktor nuklir Chernobyl, Ukraina (1986); eksekusi mati Ken Saro-Wiwa (1995) diikuti gerakan separatis MOSOP (Movement for the Survival of the Ogoni People) sebagai representasi kekecewaan masyarakat sipil terhadap ketidakadilan pemerintah Nigeria dan Shell; blokade aktivis Greenpeace terhadap aksi penenggelaman bekas rig milik Shell di Laut Atlantik Utara dalam peristiwa Brent Spar (1995); sampai pada peristiwa dehumanisasi dan penghancuran lingkungan yang terjadi di Indonesia. Penculikan dan eksekusi terhadap Marsinah (1994), konflik tidak berkesudahan antara masyarakat adat Papua dengan PT Freeport Indonesia dan Pemerintah serta peristiwa semburan lumpur panas dari ladang eksplorasi Lapindo Brantas di Sidoarjo lebih dari satu tahun belakangan ini adalah segilintir contoh dampak negatif keberadaan industri di Indonesia.

Oleh karena itu, Pemerintah meminta komitmen swasta secara khusus sebagai wujud pertanggungjawabab atas dampak negatif yang ditimbulkan. CSR merupakan suatu bentuk komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama *stakeholder* terkait, terutama adalah masyarakat disekeliling dimana perusahaan tersebut berada. Peran CSR semakin penting dalam mendorong semakin luasnya tanggung jawab sosial korporat bagi terciptanya keseimbangan pembangunan baik ekonomi, sosial maupun lingkungan. Hal ini juga berangkat dari kenyataan bahwa selain sebagai institusi ekonomi, perusahaan juga

merupakan institusi sosial, dengan demikian diharapkan perusahaan dapat maju dan berkembang secara harmonis bersama masyarakat sekitar perusahaan.

Komitmen tersebut tercermin dalam Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 316/KMK 016/1994 tentang Program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi oleh Badan Usaha Milik Negara. Melalui kebijakan ini BUMN diwajibkan untuk turut serta dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitarnya melalui program PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) dengan cara menyisihkan sebagian laba dari perusahaan<sup>1</sup> Kebijakan tersebut kemudian diperbaharui dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara no. Kep-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, yang sebelumnya dituangkan dalam Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 316/KMK 016/1994 juga tentang Program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi oleh Badan Usaha Milik Negara.<sup>2</sup>

Faktanya, tidak semua perusahaan melaksanakan kewajiban CSR-nya. Perusahaan tersebut menganggap CSR sebagai sebuah pemborosan, karena anggaran perusahaan terserap untuk kegiatan yang tidak mendatangkan keuntungan. Jika dilaksanakan, praktek CSR yang terjadi sekarang ini berindikasi pada praktek *public relation* belaka sehingga terkesan *imagesentris* dan mendahulukan program-program yang bisa dilihat oleh publik (sebagai strategi komunikasi) dibandingkan melihat ke dalam perusahaan yang pada dasarnya memiliki posisi yang sama di dalam stakeholder CSR, yaitu buruh. Di satu sisi mengklaim telah meningkatkan standar sosial dan lingkungan pada proses operasi atau di perusahaan intinya, akan tetapi secara bersamaan menutup mata pada pelanggaran standar perburuhan atau lingkungan yang dilakukan subsidiary atau perusahaan-perusahaan dalam supply-chain mereka.

Implikasi negatif lain muncul manakala program CSR itu sendiri tidak dimanfaatkan oleh masyarakat dengan baik. Bantuan finansial yang didapat oleh masyarakat, justru tidak dipergunakan untuk kepentingan modal usaha, melainkan untuk memenuhi dan membeli kebutuhan lain. Hal ini berujung pada tidak meningkatnya kualitas kehidupan masyarakat, indikasinya terlihat pada belum menurunnya angka kemiskinan.

---

<sup>1</sup> Laporan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Tahun 2007 PT. Bio farma (PERSERO)

<sup>2</sup> Laporan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Tahun 2007 PT. Bio farma (PERSERO)

Dengan berbagai indikasi negative tersebut kemudian timbul pertanyaan, bagaimana setiap perusahaan seharusnya melaksanakan program CSR? Apakah diperlukan kebijakan khusus untuk mengatur pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh setiap perusahaan? Diakhir *paper* ini akan disajikan rekomendasi pelaksanaan program CSR yang dapat dijadikan acuan bagi setiap perusahaan untuk melaksanakan CSR.

### **CSR Dalam Kerangka Konseptual**

Dalam konteks global, istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. Mengembangkan tiga komponen penting sustainable development, yakni *economic growth, environmental protection, dan social equity*, yang digagas the World Commission on Environment and Development (WCED) dalam Brundtland Report (1987), Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P, singkatan dari profit, planet dan people. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (profit) melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (planet) dan kesejahteraan masyarakat (people)<sup>3</sup>.

Seiring dengan pesatnya perkembangan sektor dunia usaha sebagai akibat liberalisasi ekonomi, berbagai kalangan swasta, organisasi masyarakat, dan dunia pendidikan berupaya merumuskan dan mempromosikan tanggung jawab sosial sektor usaha dalam hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan.<sup>4</sup> Tanggung jawab sosial sektor dunia usaha yang dikenal dengan nama *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan wujud kesadaran perusahaan sebagai upaya meningkatkan hubungannya dengan masyarakat dan lingkungannya. Oleh karena itu keduanya bukanlah dua entitas yang harus saling menegaskan atau dua entitas yang saling mengeksploitasi. Di tengah situasi masyarakat Indonesia yang pada umumnya masih jauh dari sejahtera, maka perusahaan tidak boleh hanya memikirkan keuntungan finansial mereka semata. Perusahaan dituntut untuk memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap kesejahteraan publik.

**Trinidad and Tobacco Bureau of Standards (TTBS)** mendefinisikan pertanggungjawaban sosial perusahaan sebagai sebuah “komitmen usaha untuk bertindak secara

---

<sup>3</sup> Global Compact Initiative, 2002

<sup>4</sup> [www.aniunpad.files.wordpress.com](http://www.aniunpad.files.wordpress.com) mengenai *Latar Belakang Terjadinya CSR* (diakses pada tanggal 16 Februari 2010 pukul 16.48 WIB).

etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersama dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Sankat, Clement K, 2002 dalam ICSD 2004). Dimana ada 5 komponen pokok dari berbagai definisi CSR yang ada, yaitu: ekonomi, sosial, lingkungan, pemangku kepentingan dan voluntarisme.<sup>5</sup>

CSR menawarkan konsep pembangunan yang lebih kepada “*doing with the community*” dibandingkan dengan “*doing for the community*”,. Metode kerja *doing for*, akan menjadikan masyarakat menjadi pasif, kurang kreatif dan tidak berdaya, bahkan mendidik masyarakat untuk bergantung pada bantuan pemerintah atau organisasi-organisasi sukarela pemberi bantuan. Sebaliknya, metode kerja *doing with*, merangsang masyarakat menjadi aktif dan dinamis serta mampu mengidentifikasi mana kebutuhan yang sifatnya – *real needs, felt needs* dan *expected need*. Metode kerja *doing with*, sangat sesuai dengan gagasan besar KI Hajar Dewantara tentang kepemimpinan pendidikan di Indonesia – *ing ngarso sung tulodo, ing madyo mangun karso, dan tut wuri handayani* – yang berfokus akan perlunya kemandirian yang partisipatif di dalam proses pembangunan.<sup>6</sup>

Di Indonesia regulasi mengenai CSR telah di atur oleh pemerintah sejak tahun 1994 dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 316/KMK 016/1994 tentang Program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi oleh Badan Usaha Milik Negara, yang kemudian dikukuhkan lagi dengan Keputusan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara no. Kep-236/MBU/2003 menetapkan bahwa setiap perusahaan diwajibkan menyisihkan laba setelah pajak sebesar 1% (satu persen) sampai dengan 3% (tiga persen), untuk menjalankan CSR. Program PKBL ini (Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan) terdiri dari dua kegiatan yaitu program perkuatan usaha kecil melalui pemberian pinjaman dana bergulir dan pendampingan (disebut Program Kemitraan) serta program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat sekitar (disebut Program Bina Lingkungan). Program PKBL merupakan formulasi pelaksanaan CSR untuk bagi BUMN atau perusahaan yang operasionalnya tidak berhubungan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam seperti perbankan, telekomunikasi dan sebagainya.

---

<sup>5</sup> Corporate Responsibility Economic Development Course, MsM, the Netherlands, 2005

<sup>6</sup> Artikel: Definisi Community Development diakses di <http://mahmudisiwi.net/definisi-community-development/> pada 2 Mei 2010

Kewajiban melaksanakan CSR oleh pemerintah, sekarang ini bukan hanya dibebankan pada BUMN. Melalui Undang-Undang No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) dan Undang-Undang No. 25 tahun 2007 pasal 15(b) dan pasal 16 (d) tentang Penanaman Modal (UU PM), maka setiap perseroan atau penanam modal diwajibkan untuk melakukan sebuah upaya pelaksanaan tanggung jawab perusahaan yang telah dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan. Kebijakan ini juga mengatur sanksi bagi perusahaan yang tidak menjalankan kewajiban tersebut.

### **Tataran Praktis CSR**

Dalam menjalankan tanggungjawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yaitu (*profit*), masyarakat (*people*), dan lingkungan (*planet*). Perusahaan harus memiliki tingkat profitabilitas yang memadai sebab laba merupakan fondasi bagi perusahaan untuk dapat berkembang dan mempertahankan eksistensinya. Perhatian terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan cara perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup dan kompetensi masyarakat diberbagai bidang. Dengan memperhatikan lingkungan, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas hidup umat manusia dalam jangka panjang.

Tabel

Motivasi CSR

	Karitatif	Filantropis	Kewargaan
Semangat/prinsip	Agama, tradisi, adat	Norma, etika dan hukum universal: redistribusi kekayaan	Pencerahan diri dan rekonsiliasi dengan ketertiban sosial
Misi	Mengatasi masalah sesaat/saat itu	Menolong sesama;	Mencari dan mengatasi akar masalah;memberikan kontribusi kepada masyarakat
Pengelolaan	Jangka pendek dan parsial	Terencana, terorganisasi, terprogram	Terinternalisasi dalam kebijakan perusahaan
Pengorganisasian	Kepanitiaan	Yayasan/Dana Abadi	Profesional: keterlibatan tenaga-tenaga ahli di bidangnya
Penerima Manfaat	Orang miskin	Masyarakat luas	Masyarakat luas dan perusahaan
Kontribusi	Hibah sosial	Hibah pembangunan	Hibah sosial maupun pembangunan dan keterlibatan sosial
Inspirasi	Kewajiban	Kemanusiaan	Kepentingan bersama

Sumber: *Saidi dan Abidin (2004 ) dalam Edi Suharto PhD. Pekerjaan Sosial, CSR dan ComDev*

Pada tataran praktis CSR biasanya berupa program yang memiliki tujuan mengembangkan masyarakat. Konsep pengembangan masyarakat sendiri memiliki tujuan pemberdayaan. Proses pengembangan masyarakat mengajak masyarakat agar turut serta dalam berkembang, bukan hanya mendapat bantuan. Konsep Community Development mengajak dan merangkul seluruh masyarakat untuk dapat bekerja sama dan berpartisipasi penuh dalam pengembangan dan pembangunan masyarakat. Sehingga setelah adanya bentuk kegiatan pengembangan masyarakat ini, mereka dapat lebih mandiri dan berdaya dari sebelumnya. Setelah dipetakan ada beberapa motivasi yang melandasi sebuah perusahaan untuk melakukan CSR, dari mulai menjalankan kewajiban hingga demi membantu sesama, dan beramal kepada sesama menjadi memberdayakan dan membangun masyarakat.<sup>7</sup>

Hasil penelitian di tahun 2004 menunjukkan bahwa lebih dari 115 miliar rupiah atau sekitar 11,5 juta dollar AS dari 180 perusahaan yang dibelanjakan untuk 279 kegiatan sosial yang terekam oleh media massa. Angka rata-rata perusahaan yang menyumbangkan dana bagi kegiatan CSR adalah sekitar 640 juta rupiah atau sekitar 413 juta rupiah per kegiatan. Sebagai

<sup>7</sup> Edi Suharto PhD. Pekerjaan Sosial, CSR dan ComDev. Tersedia di [www.pkbl.bumn.go.id](http://www.pkbl.bumn.go.id)

perbandingan, di AS porsi sumbangan dana CSR pada tahun 1998 mencapai 21,51 miliar dollar dan tahun 2000 mencapai 203 miliar dollar atau sekitar 2.030 triliun rupiah (**Saidi dan Abidin, 2004**) penerapan CSR di Indonesia tertera pada di bawah ini.<sup>8</sup>

Tabel 1.  
CSR Berdasarkan Jumlah Kegiatan dan Dana Untuk Seluruh Indonesia

No	Model	Jumlah Kegiatan	Jumlah Dana (Rp)
1	Langsung	113 (40,5%)	14,2 miliar (12,2%)
2	Yayasan Perusahaan	20 (7,2%)	20,7 miliar (18%)
3	Bermitra dengan Lembaga Sosial	144 (51,6%)	79,0 miliar (68,5%)
4	Konsorsium	2 (0,7%)	1,5 miliar (1,3%)
	Jumlah	279 kegiatan	115,3 miliar

Sumber: Saidi dan Abidin (2004) dalam Edi Suharto PhD. *Pekerjaan Sosial, CSR dan ComDev*

Kegiatan program CSR pun beragam, tidak hanya terbatas pada program sosial maupun secara ekonomi. Ada beberapa bidang lain yang dapat dijadikan sasaran pertanggungjawaban sosial perusahaan seperti, sosial, pendidikan, dan lingkungan. Upaya tersebut kemudian diperkuat dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) dan Undang-Undang No. 25 tahun 2007. Sesuai dengan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 pasal 74 dan Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM). Kedua undang-undang tersebut mengatur bahwa setiap perseroan atau penanam modal diwajibkan untuk melakukan sebuah upaya pelaksanaan tanggung jawab perusahaan (CSR). Sangat banyak data yang mencatat usaha perusahaan yang berkontribusi dalam pembangunan fisik maupun sosial melalui program CSR nya, berikut diantaranya:<sup>9</sup>

Tabel  
Kegiatan CSR Di Beberapa Perusahaan

<sup>8</sup> Edi Suharto PhD. *ibid*

<sup>9</sup> Rahmat; Ginanjar. 2009. Corporate Social Responsibility. Tersedia di [www.ginooo.wordpress.com](http://www.ginooo.wordpress.com)

No	Jenis/Sektor Kegiatan	Jumlah Kegiatan	Jumlah Dana (rupiah)
1	Pelayanan Sosial	95 kegiatan (34,1%)	38 miliar (33,0%)
2	Pendidikan dan Penelitian	71 kegiatan (25,4%)	66,8 miliar (57,9%)
3	Kesehatan	46 kegiatan (16,4%)	4,4 miliar (3,8%)
4	Kedaruratan ( <i>emergency</i> )	30 kegiatan (10,8%)	2,9 miliar (2,5%)
5	Lingkungan	15 kegiatan (5,4%)	395 juta (0,3%)
6	Ekonomi Produktif	10 kegiatan (3,6%)	640 juta (0,6%)
7	Seni, Olah Raga dan Pariwisata	7 kegiatan (2,5%)	1,0 miliar (0,9%)
8	Pembangunan Prasarana dan Perumahan	5 kegiatan (1,8%)	1,3 miliar (1,0%)
9	Hukum, Advokasi dan Politik	0	0
	Jumlah total	279 kegiatan	115,3 miliar

Sumber: Saidi dan Abidin (2004) dalam Edi Suharto PhD. *Pekerjaan Sosial, CSR dan ComDev*<sup>10</sup>

Dalam bidang ekonomi, model kegiatannya yang dapat dilakukan dalam membangun hubungan antara perusahaan dan masyarakat sekitar yang lebih berkualitas adalah melalui pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Peran perusahaan dalam pengembangan UMKM dapat dilakukan dengan memberikan bantuan kepada UMKM sehingga UMKM tersebut dapat membentuk *capacity building*, *financial support* dan jalur pemasaran yang kuat. CSR sebagai salah satu solusi kemitraan dapat memperkuat daya saing UMKM.

Dalam kaitan ini, kepedulian perusahaan besar akan memberi manfaat kepada kedua belah pihak, khususnya dalam rangka pengurangan dampak gejolak sosial sebagai akibat adanya kecemburuan sosial – si kaya semakin kaya dan si miskin semakin miskin. Secara spesifik menyebutkan bahwa CSR bisa diarahkan bantuan permodalan, atau dalam bentuk peningkatan kapasitas seperti inovasi *packaging*, inovasi *branding*, inovasi produk, serta penampilan produk. Selain hal-hal tersebut, bentuk program CSR lainnya yang juga bisa dilakukan adalah pengembangan lembaga layanan bisnis dan yayasan lain yang intinya diarahkan untuk pengembangan UMKM. Tabel di bawah ini akan menjelaskan pelaksanaan CSR kemitraan di tiga perusahaan yaitu PT. Bio Farma, PT. Jasa Marga, dan PT. Unilever.

<sup>10</sup> Edi Suharto PhD. *ibid*

**Tabel**  
**Model CSR Bidang Ekonomi**

<b>Perusahaan</b>	<b>Pelaksanaan</b>	<b>Kelemahan</b>
PT. Bio Farma	Program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL) diluncurkan pada tahun 1992 PT. Bio Farma telah membina sebanyak 2300 usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dan sudah merealisasikan bantuan berupa dana dan material senilai Rp 9,26 miliar.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. penerima dana program kemitraan (pengusaha kecil) sebagian tidak tepat sasaran, yaitu tidak termasuk kategori pengusaha kecil, karena omzet setahun sudah melebihi Rp 1 miliar. Selain itu masih banyak pengusaha yang sudah mendapatkan pinjaman dari pihak perbankan (bankable) atau telah mendapatkan dana program kemitraan dari perusahaan lain.</li> <li>2. tingkat kemacetan kredit (dana bergulir) yang diberikan kepada usaha kecil ternyata masih cukup tinggi.</li> <li>3. dana yang bergulir ternyata tidak digunakan untuk mengembangkan usaha, namun sebagian untuk keperluan konsumtif atau investasi, misalnya beli kendaraan dan tanah.</li> <li>4. Adanya anggapan dari pihak penerima dana bergulir (para pengusaha kecil) bahwa dana bergulir tersebut merupakan hibah, sehingga tidak perlu dikembalikan.</li> </ol>
PT jasa Marga	Dana pelaksanaan program kemitraan berasal dari laba bersih perseroan, yang disisihkan sebesar maksimal 2%. Jasa Marga menyelenggarakan program pendampingan yang bertujuan untuk meningkatkan akselerasi kinerja dan produktifitas UKM, dan program ini difasilitasi oleh Jasa Marga. Program ini mencakup penyelenggaraan pendidikan dan latihan dibidang manajemen usaha kecil, serta melibatkan mitra binaan dalam ajang pameran dan promosi di dalam dan luar negeri.	
PT. Unilever	Program Pengembangan Petani Kedelai Hitam : Mengajak kelompok tani kedelai hitam menjadi pemasok pabrik Kecap Bango. Dengan cara mendampingi dan memberikan bibit kedelai hitam terbaik, pengarahan mengenai penanaman, dan pinjaman tanpa bunga	

Dalam praktiknya, perusahaan tidak hanya memfokuskan pada pemberian bantuan secara financial. Sangat banyak data yang mencatat usaha perusahaan yang berkontribusi dalam pembangunan fisik maupun sosial melalui program CSR nya, berikut diantaranya: <sup>11</sup>

- **PT Freeport Indonesia** mengklaim telah menyediakan layanan medis bagi masyarakat Papua melalui klinik-klinik kesehatan dan rumah sakit modern di Banti dan Timika. Di bidang pendidikan, PT Freeport menyediakan bantuan dana pendidikan untuk pelajar Papua, dan bekerja sama dengan pihak pemerintah Mimika melakukan peremajaan gedung-gedung dan sarana sekolah. Selain itu, perusahaan ini juga melakukan program pengembangan wirausaha seperti di Komoro dan Timika.
- **Pertamina** terlibat dalam aktivitas pemberdayaan ekonomi dan sosial masyarakat, terutama di bidang pendidikan, kesehatan dan lingkungan. Pada aspek pendidikan BUMN ini menyediakan beasiswa pelajar mulai dari tingkatan sekolah dasar hingga S2, maupun program pembangunan rumah baca, bantuan peralatan atau fasilitas belajar. Sementara di bidang kesehatan Pertamina menyelenggarakan program pembinaan posyandu, peningkatan gizi anak dan ibu, pembuatan buku panduan untuk ibu hamil dan menyusui dan berbagai pelatihan guna menunjang kesehatan masyarakat. Sedangkan yang terkait dengan persoalan lingkungan, Pertamina melakukan program kali bersih dan penghijauan seperti pada DAS Ciliwung dan konservasi hutan di Sangatta.
- **PT HM Sampoerna**, salah satu perusahaan rokok besar di negeri ini juga menyediakan beasiswa bagi pelajar SD, SMP, SMA maupun mahasiswa. Selain kepada anak-anak pekerja PT HM Sampoerna, beasiswa tersebut juga diberikan kepada masyarakat umum. Selain itu, melalui program bimbingan anak Sampoerna, perusahaan ini terlibat sebagai sponsor kegiatan-kegiatan konservasi dan pendidikan lingkungan.
- **PT Coca Cola Bottling Indonesia** melalui Coca Cola Foundation – didirikan pada Agustus 2000 - melakukan serangkaian aktivitas yang terfokus pada bidang-bidang: pendidikan, lingkungan, bantuan infrastruktur masyarakat, kebudayaan, kepemudaan, kesehatan, pengembangan UKM, juga pemberian bantuan bagi korban bencana alam.

---

<sup>11</sup> Rahmat; Ginanjar. 2009. Corporate Social Responsibility. Tersedia di [www.ginooo.wordpress.com](http://www.ginooo.wordpress.com)

- **PT Bank Central Asia**, Tbk berkolaborasi dengan PT Microsoft Indonesia menyelenggarakan pelatihan IT bagi para guru SMP dan SMA negeri di Tanggamus, Lampung. Pelatihan ini sebagai pelengkap dari pemberian bantuan pendirian laboratorium komputer untuk beberapa SMP dan SMA di Gading Rejo, Tanggamus yang merupakan bagian dari kegiatan dalam program Bakti BCA.
- **Nokia Mobile Phone Indonesia** telah memulai program pengembangan masyarakat yang terfokus pada lingkungan dan pendidikan anak-anak perihal konservasi alam. Perusahaan ini berupaya meningkatkan kesadaran sekaligus melibatkan kaum muda dalam proyek perlindungan orangutan, salah satu fauna asli Indonesia yang dewasa ini terancam punah.
- **PT Timah**, dalam rangka melaksanakan tanggung jawab sosialnya menyebutkan bahwa ia telah menyelenggarakan program-program yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Perusahaan ini menyatakan bahwa banyak dari program tersebut yang terbilang sukses dalam menjawab aspirasi masyarakat diantaranya berupa pembiakan ikan air tawar, budidaya rumput laut dan pendampingan bagi produsen garmen.
- **Astra Group**, melalui Yayasan Dharma Bhakti Astra menyebutkan bahwa mereka telah melakukan program pemberdayaan UKM melalui peningkatan kompetensi dan kapasitas produsen. Termasuk di dalam program ini adalah pelatihan manajemen, studi banding, magang, dan bantuan teknis. Di luar itu, grup Astra juga mendirikan yayasan Toyota dan Astra yang memberikan bantuan pendidikan. Yayasan ini kemudian mengembangkan beberapa program seperti: pemberian beasiswa, dana riset, mensponsori kegiatan ilmiah universitas, penerjemahan dan donasi buku-buku teknik, program magang dan pelatihan kewirausahaan di bidang otomotif.
- **Unilever** Program Sekolah Pepsodent Kampanye yang berkelanjutan ke sekolah-sekolah dasar dalam memahami pentingnya kesehatan mulut, serta menankam pengertian pada anak-anak mengenai pentingnya mengunjungi dokter gigi secara teratur. Dalam pelestarian lingkungan hidup Unilever membuat program pelestarian sumber air di Kali Brantas. Tujuannya yaitu untuk mengubah cara pandang dan perilaku masyarakat di sepanjang Sungai Brantas dalam menyikapi sungai.

Dari rentetan contoh kecil data yang menggambarkan aktifitas sosial lingkungan perusahaan di atas dapat kita lihat perkembangan yang menggembirakan dari penerapan CSR di Indonesia baik dari segi kuantitas maupun kualitas program. Namun, Masih banyak perusahaan tidak mau menjalankan program-program CSR karena melihat hal tersebut hanya sebagai pengeluaran biaya (*cost center*). Bagi perusahaan, CSR memang tidak memberikan hasil keuntungan dalam jangka pendek, justru CSR dapat dianggap sebagai pemborosan anggaran perusahaan.

Ditambah dengan ditemukannya berbagai kelemahan dari skema CSR yang selama ini diimplementasikan oleh banyak perusahaan. Banyak kalangan berpendapat terdapat kelemahan yang sangat mendasar dari konsep tersebut. Pertama, ketidakjelasan perusahaan mana dan seperti apa yang wajib melakukan CSR. Apakah semua perusahaan mempunyai kewajiban yang sama untuk melaksanakan CSR? Jika, CSR dijadikan kewajiban setiap perusahaan, maka nilai dasar CSR yang bersifat sukarela akan hilang. Pada akhirnya, hal ini berpulang pada komitmen dan kesadaran perusahaan masing-masing, karena dasar dari pelaksanaan CSR ini secara teoritis lebih bersifat sukarela<sup>12</sup>.

Kepatuhan terhadap hukum adalah kewajiban 'standar' yang harus dipenuhi. Namun melakukan sesuatu yang *beyond the law* adalah lebih baik lagi. Saat ini salah satu kriteria penilaian masyarakat dan *stake holder* (termasuk *share holder*) terhadap suatu perusahaan adalah bagaimana komitmen perusahaan tersebut pada masyarakat dan lingkungan. Yang mendapat kepercayaan dan yang memiliki reputasi baik adalah perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan.

Kedua, selain itu, kegiatan seperti apakah yang dapat dinamakan sebagai CSR? Bagaimana kita bisa menilai bahwa suatu Perusahaan telah melakukan CSR? Jika menilik pada konsep asalnya maka sebenarnya perusahaan yang telah memperhatikan kepentingan dan mengusahakan kesejahteraan tenaga kerja dan keluarganya melalui pemberian upah dan tunjangan-tunjangan kesehatan dan lain-lain serta yang telah menjaga serta melestarikan lingkungan hidup dalam kegiatan-kegiatan operasional perusahaan sebenarnya telah melakukan

---

<sup>12</sup> Psl 74 UU 40/2008 tentang Perseroan Terbatas menyebutkan tanggung jawab sosial dan lingkungan hanya bersifat wajib bagi perusahaan yang bergerak di bidang atau berkaitan dengan SDA

CSR. Begitu juga dengan perusahaan-perusahaan yang memperhatikan dan mengutamakan kepentingan konsumen dengan memberikan produk yang terbaik dan aman telah juga melakukan CSR. Hal-hal tersebut di atas sebenarnya dapat dikategorikan sebagai pelaksanaan CSR dalam arti sempit atau dalam arti pelaksanaan CSR secara ‘minimum’ mengingat kegiatan-kegiatan tersebut adalah berhubungan langsung dengan pelaksanaan bisnisnya. Meski merupakan pelaksanaan CSR secara ‘minimum’.

Ketiga, Aspek lain yang patut diperhatikan adalah aspek keberlanjutan atau ‘*sustainability*’ dari setiap kegiatan CSR. Sebagai contoh, banyak perusahaan yang melakukan kegiatan-kegiatan ‘*charity*’ seperti sumbangan sembako atau bantuan lainnya kepada masyarakat yang terkena musibah banjir dan meng-klaim-nya sebagai salah satu bentuk CSR Perusahaan. Padahal dalam konsep CSR sangat erat kaitannya dengan aspek ini (lihat juga definisi CSR dalam pasal 1 (3) UU PT). Sehingga, kegiatan-kegiatan CSR Perusahaan haruslah dibuat dalam rencana jangka panjang dan yang memiliki efek jangka panjang bagi masyarakat atau lingkungan.

Ditambah dengan, praktek CSR yang selama ini terjadi belum mengedepankan pembangunan yang lebih terintegrasi. Sebagai contoh, ketika sebuah perusahaan menitikberatkan pada program yang bersifat ekonomi seperti pemberian modal kepada UKM, perusahaan tersebut belum memperhatikan aspek-aspek lain seperti lingkungan dan kapasitas masyarakat tersebut. Secara financial masyarakat terbantu dengan bantuan modal yang diberikan, namun disisi lain ada dampak yang harus diwaspadai yaitu apakah masyarakat mempunyai kapasitas untuk mengelola uang yang telah didapat. Setelah itu apakah jika terjadi peningkatan usaha, perlu diperhatikan juga lingkungan tempat usaha masyarakat apakah mengalami pencemaran atau tidak. Sebenarnya, UKM sendiri (baik yang menerima skema bantuan CSR dari perusahaan atau tidak) tanda adanya unsur kesengajaan sudah melakukan praktek yang mirip dengan penerapan konsep CSR (memiliki unsur 3P yaitu people, profit dan planet) dalam menjalankan usaha bisnisnya. Berikut hasil penelitian kecil Implementasi CSR oleh UKM<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Septina; Nina dan Widyarini; Maria. CSR pada UKM. Proceeding Seminar Nasional. Universitas Kristen Maranatha, 2007.

No	Pengusaha	Kegiatan yang terkait CSR
1	Pakaian (kerudung)	Karyawan berasal dari lingkungan sekitar; limbah produksi langsung dibuang dan bersifat aman bagi lingkungan (pengolahan limbah mendapatkan bantuan pengolahan dari mengubah limbah beracun menjadi aman bagi lingkungan dari peneliti PT)
2	Perikanan (lele)	Tetangga yang tidak mampu tiap awal bulan diberi gratis 2 kg lele; penjaga kolam direkrut dari anak putus sekolah yang tinggal disekitar kolam
3	Pakaian (kaos)	Ruang produksi berventilasi dengan baik; limbah dirapikan langsung setelah 1 sesi produksi selesai dan dibuang ke TPA terdekat; makan siang karyawan disediakan oleh perusahaan dari katering dekat lokasi perusahaan

Sumber : data diolah, 2007<sup>14</sup>

## Rekomendasi CSR

Dalam rangka menciptakan *Good CSR* harus memadukan empat prinsip good corporate governance, yakni fairness, transparency, accountability dan responsibility, secara harmonis. Ditambah dengan harus menggabungkan kepentingan shareholders dan stakeholders. Karenanya, CSR tidak hanya fokus pada hasil yang ingin dicapai. Melainkan pula pada proses untuk mencapai hasil tersebut. Lima langkah di bawah ini bisa dijadikan panduan dalam merumuskan program CSR, termasuk ComDev.

1. **Engagement.** Pendekatan awal kepada masyarakat agar terjalin komunikasi dan relasi yang baik. Tahap ini juga bisa berupa sosialisasi mengenai rencana pengembangan program CSR. Tujuan utama langkah ini adalah terbangunnya pemahaman, penerimaan dan trust masyarakat yang akan dijadikan sasaran CSR. Modal sosial bisa dijadikan dasar untuk membangun "kontrak sosial" antara masyarakat dengan perusahaan dan pihak-pihak yang terlibat.
2. **Assessment.** Identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat yang akan dijadikan dasar dalam merumuskan program. Tahapan ini bisa dilakukan bukan hanya berdasarkan *needs-based approach* (aspirasi masyarakat), melainkan pula berpijak pada *rights-based approach* (konvensi internasional atau standar normatif hak-hak sosial masyarakat).

---

<sup>14</sup> Tabel yang disajikan dalam paper ini hanya menampilkan sebagian dari hasil pengolahan data penelitian

3. **Plan of action.** Merumuskan rencana aksi. Program yang akan diterapkan sebaiknya memerhatikan aspirasi masyarakat (stakeholders) di satu pihak dan misi perusahaan termasuk shareholders di lain pihak.
4. **Action and Facilitation.** Menerapkan program yang telah disepakati bersama. Program bisa dilakukan secara mandiri oleh masyarakat atau organisasi lokal. Namun, bisa pula difasilitasi oleh LSM dan pihak perusahaan. Monitoring, supervisi dan pendampingan merupakan kunci keberhasilan implementasi program.
5. **Evaluation and Termination or Reformation.** Menilai sejauh mana keberhasilan pelaksanaan program CSR di lapangan. Bila berdasarkan evaluasi, program akan diakhiri (termination) maka perlu adanya semacam pengakhiran kontrak dan exit strategy antara pihak-pihak yang terlibat. Misalnya, melaksanakan TOT CSR melalui capacity building terhadap masyarakat (stakeholders) yang akan melanjutkan program CSR secara mandiri. Bila ternyata program CSR akan dilanjutkan (reformation), maka perlu dirumuskan lessons learned bagi pengembangan program CSR berikutnya. Kesepakatan baru bisa dirumuskan sepanjang diperlukan.

Dalam prakteknya, upaya CSR dapat ditelaah dan dilakukan dengan mengacu pada tiga sisi yaitu <sup>15</sup>:

### ***1. Enabling***

Adalah menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Di sini titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat, memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Artinya, tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa daya, karena, kalau demikian akan sudah punah. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya itu, dengan mendorong memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya.

### ***2. Empowering***

---

<sup>15</sup> Kartasmita, Ginanjar. 1996. Pembangunan Untuk Rakyat: Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan. Penerbit PT.Pustaka CIDESINDO, Jakarta. Hlm 159-160

Adalah memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*). Dalam rangka ini diperlukan langkah-langkah lebih positif, selain dari hanya menciptakan iklim dan suasana. Perkuatan ini meliputi langkah-langkah nyata, dan menyangkut penyediaan berbagai masukan (*input*), serta pembukaan akses ke dalam berbagai peluang (*opportunities*) yang akan membuat masyarakat menjadi makin berdaya. Untuk itu, perlu ada program khusus bagi masyarakat yang kurang berdaya, karena program-program umum yang berlaku untuk semua, tidak selalu dapat menyentuh lapisan masyarakat ini.

### **3. *Protecting***

memberdayakan mengandung pula arti melindungi. Dalam proses pemberdayaan, harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah, oleh karena kekurangberdayaan dalam menghadapi yang kuat. Oleh karena itu, perlindungan dan pemihakan kepada yang lemah amat mendasar sifatnya dalam konsep pemberdayaan masyarakat. Melindungi tidak berarti mengisolasi atau menutupi dari interaksi. Melindungi harus dilihat sebagai upaya untuk mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta eksploitasi yang kuat atas yang lemah.

Ketiga kerangka pemikiran tersebut harus ditambah dengan konsep *sustainability* dan *integrated development*. Seperti yang telah dikatakan sebelumnya, salah satu aspek mendasar dari CSR adalah *sustainability* atau berkelanjutan. Dimana setiap program dan kegiatan CSR tidak hanya dilaksanakan untuk jangka waktu pendek. Melainkan dapat diterapkan dalam kurun waktu tertentu dengan membuat serangkaian kegiatan, dengan memperhatikan faktor-faktor lain

seperti lingkungan, sosial, religi. Sebagai contoh setelah masyarakat mendapatkan bantuan modal usaha, perusahaan membuat pelatihan dan pengusaha kecil dan mikro ini juga diajarkan cara untuk menjaga kelestarian lingkungan. Setelah usaha cukup maju masyarakat juga diajarkan bagaimana caranya untuk mengembangkan usaha tersebut, sehingga sumber daya lokal dapat terserap. Dengan pola pembangunan yang berkelanjutan dan terintegrasi diharapkan dapat memberikan alternatif terobosan baru untuk memberdayakan masyarakat dalam mengatasi permasalahan sosial dan lingkungan yang semakin kompleks dan rumit dalam dekade terakhir.

**Assesment**  
**Program Kemitraan**

**Tujuan Program kemitraan**

usaha kecil menjadi usaha yang tangguh dan mandiri,  
serta menjadi usaha menengah yang bankable

**Action/Plan**

**Kegiatan**

1. Business plan: Perusahaan membuat business plan, sebagai aturan main dalam program kemitraan yang disesuaikan dengan aturan yang telah ada.
2. Sosialisasi: Perusahaan melakukan sosialisasi kepada kelompok sasaran
3. Pengajuan proposal
4. Penyeleksian: kegiatannya meliputi menetapkan criteria penyeleksian, penilaian
5. Pencairan pinjaman modal
6. Pemanfaatan pinjaman: didalam kegiatan pemanfaatan ini perusahaan harus tetap melakukan monitoring untuk mengetahui apakah dana tersebut dipakai sesuai peruntukannya
7. Pelatihan: manajemen keuangan, manajemen resiko, manajemen lingkungan hidup.
8. Pengembalian pinjaman: pembayaran dilakukan perbulan, sesuai dengan tanggal yg telah disepakati bersama

**Pemberdayaan Masyarakat yang dilakukan :**

- **Enabling:**  
Memberikan akses dengan memfasilitasi para UKM serta mengembangkannya.
- **Empowering:**  
Mempunyai fungsi yang berkaitan dengan pendidikan dan pelatihan guna memperkuat kapasitas masyarakat. Membangkitkan kesadaran masyarakat dalam menjalankan pelatihan merupakan tugas yang berkaitan dengan fungsi penguatan.
- **Protecting:**  
memberikan perlindungan kepada para UKM dalam mencapai hasil usahanya.
- **Sustainability**
- **Integrated Development**  
Kegiatan tidak hanya di bidang ekonomi tetapi harus memperhatikan aspek lain seperti sosial, politik, budaya, lingkungan, dan spiritual. (*integrated development*)

**Menjadikan UKM yang Mandiri**

