

# PERMASALAHAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* DALAM RANGKA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

## *The Problem on Corporate Social Responsibility (CSR) for Community Empowerment*

**Hartini Retnaningsih**

*Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi (P3DI)  
Sekretariat Jenderal DPR RI*

Naskah diterima: 12 September 2015

Naskah dikoreksi: 20 November 2015

Naskah diterbitkan: 23 Desember 2015

**Abstract:** *The background of this paper is the ineffectiveness of implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) in many companies. This paper analysis about problems in CSR implementation. The methodology of this paper is literature study. CSR that is regulated in Law No. 40 Year 2007 on Limited Liability Companies and Law No. 25 of 2007 on Investment, is company commitment to build a better quality of life together with the parties (inside or outside the company) to contribute to a sustainable economy. In this case the empowerment of the community is a part of the commitment. The result of analysis showed that the concept of CSR is good, but unfortunately that until now so many companies do not implement CSR properly. Therefore, it is necessary to evaluate the implementation of programs related to CSR, so the program can be implemented on an ongoing basis and can empower communities.*

**Keywords:** *CSR, companies, empowerment, welfare, evaluation.*

**Abstrak:** Latar belakang tulisan ini adalah masih belum efektifnya implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* di berbagai perusahaan. Tulisan ini mengkaji tentang berbagai masalah dalam implementasi CSR. Metodologi yang digunakan adalah studi kepustakaan. CSR yang diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, merupakan komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama dengan para pihak (di dalam maupun di luar perusahaan) untuk berkontribusi dalam ekonomi berkelanjutan. Dalam hal ini pemberdayaan masyarakat merupakan bagian dari komitmen tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa konsep CSR memang bagus, namun sayangnya hingga saat ini masih banyak perusahaan yang belum melaksanakannya dengan baik. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi terkait pelaksanaan Program CSR agar program tersebut dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dan dapat memberdayakan masyarakat.

**Kata kunci:** CSR, perusahaan, pemberdayaan, kesejahteraan, evaluasi.

### **Pendahuluan**

*Corporate Social Responsibility* (selanjutnya disingkat CSR) telah muncul sejak awal abad 19 di Amerika Serikat, dan kemudian berkembang di negara-negara lain termasuk Indonesia. Di Indonesia sendiri CSR mulai berkembang sejak tahun 1980-an. CSR merupakan program sosial perusahaan untuk memberikan bantuan dan memberdayakan masyarakat di sekitar perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial atau kompensasi atas berbagai hal yang hilang dari masyarakat karena beroperasinya perusahaan.

Berdasarkan berbagai sumber, CSR merupakan bagian dari kegiatan perusahaan, yaitu program perusahaan untuk menjaga kelangsungan usahanya dengan memperhatikan hubungan internal dan eksternal perusahaan. Program CSR yang

dilakukan dengan baik akan berdampak positif bagi kelangsungan hidup perusahaan, namun sebaliknya jika CSR tidak dilakukan dengan baik maka bukan tidak mungkin akan muncul berbagai kendala yang dapat mengganggu keberlangsungan perusahaan.

Di Indonesia, CSR telah menjadi kewajiban bagi setiap perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan menggunakan sumber daya alam dalam operasinya. Hal ini diatur dalam Pasal 74 UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Pasal 15, Pasal 17, dan Pasal 34 UU No.25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, yang di dalamnya mengatur kewajiban bagi perusahaan untuk menyelenggarakan program CSR.

Meskipun secara yuridis Pemerintah telah membuat regulasi terkait CSR, namun dalam implementasinya hingga sekarang masih terdapat

banyak CSR yang tidak tepat sasaran atau tidak optimal dalam memberikan bantuan bagi pemberdayaan masyarakat. Sebagai contoh, berikut adalah beberapa kasus yang penulis himpun dari berbagai sumber (lihat tabel 1)

Dari tabel 1 dapat diketahui bahwa banyak permasalahan yang dihadapi perusahaan karena perusahaan tidak melakukan CSR dengan baik.

Tulisan ini mengkaji tentang berbagai permasalahan yang menjadi kendala dalam implementasi CSR, dalam rangka melakukan

evaluasi agar ke depan dapat dilakukan perbaikan penyelenggaraan CSR demi pemberdayaan masyarakat. Tulisan ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi DPR RI dalam rangka menjalankan tugasnya di bidang legislasi, pengawasan, dan anggaran terkait CSR dan pemberdayaan masyarakat. Selain itu, tulisan ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi Pemerintah dalam rangka menjalankan program pembangunan nasional khususnya pemberdayaan masyarakat untuk menuju kesejahteraan.

**Tabel 1. Permasalahan dalam Implementasi CSR di Indonesia**

No	Permasalahan CSR
1	Beberapa konflik sosial perusahaan terkait CSR yang pernah terjadi di Indonesia: PT Freeport di Jaya Pura; PT Inti Indorayon di Porsea Sumatera Utara; PT Samsung di Pasuruan; PT Exxon Mobil di Lhokseumawe Aceh; PT Newmont di Sulawesi Utara. <sup>1</sup>
2	PT. Freeport Indonesia yang beroperasi sejak tahun 1969, sampai kini tidak lepas dari konflik berkepanjangan dengan masyarakat lokal, baik terkait dengan tanah ulayat, pelanggaran adat, maupun kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi. <sup>2</sup> Kasus Pencemaran Teluk Buyat (pembuangan tailing ke dasar laut) akibat operasional PT Newmont Minahasa Raya (NMR) tidak hanya menjadi masalah nasional, namun internasional. <sup>3</sup> Konflik akibat pencemaran lingkungan dan masalah sosial terkait operasional PT Caltex Pacific Indonesia (CPI) di wilayah Duri Provinsi Riau, masyarakat menuntut kompensasi hingga tingkat DPR. <sup>4</sup>
3	Kasus lumpur panas Porong menjadi <i>trigger</i> untuk kembali menyerukan tanggung jawab kalangan pebisnis terhadap lingkungan sekitarnya. Kendala CSR terletak pada komitmen, perusahaan. Jika perusahaan tidak memiliki komitmen terhadap lingkungan sekitar, maka tanggung jawab dan kepedulian sosial itu pun juga tidak ada. Selain itu, masalah program juga menjadi kendala perusahaan dalam menjalankan kepedulian sosial. Banyak perusahaan memiliki komitmen tinggi terhadap masalah-masalah sosial, namun program yang dilaksanakan tidak berdasarkan pada ketulusan, namun hanya untuk popularitas semata. CSR merupakan keharusan bagi perusahaan yang ingin terus berkembang. Komitmen yang diimplementasikan dalam bentuk program CSR dapat mencegah munculnya gesekan sosial yang dapat merugikan perusahaan maupun masyarakat. Bila CSR dilaksanakan dengan baik, akan berdampak positif terhadap keberlangsungan usaha. Selain itu, CSR pun dapat menjadi bagian dari pembangunan citra perusahaan. Di negara-negara maju, CSR merupakan salah satu prasyarat bagi sebuah perusahaan untuk mendapatkan pinjaman dari bank. Saat ini masih banyak perusahaan yang melakukan CSR hanya sebagai peredam gejala, dan ini mempunyai banyak risiko seperti menciptakan ketergantungan, psikologi 'tak pernah cukup', dan tidak mendidik, tidak terprogram, dan tidak akan berkelanjutan. Perencanaan program CSR memerlukan pemahaman yang benar atas kondisi masyarakat, serta tujuan yang ingin dicapai perusahaan. Salah pendekatan akan menyebabkan ketentraman dan keamanan perusahaan. Beberapa temuan tentang penyebab kurang berhasilnya CSR: 1) Rendahnya komitmen perusahaan; 2) Kekeliruan perancangan program dan miskonsepsi; 3) Penempatan personel yang kurang tepat; 4) Penempatan fungsi dalam struktur organisasi perusahaan (dijabat rangkap), sehingga menjadi marjinal dan pengambilan keputusan sangat lambat. <sup>5</sup>
4	Johanes Simatupang Menyatakan isu CSR masih lebih sebatas kabar baik, akan tetapi pelaksanaannya masih langka. <sup>6</sup> Robin (2008) melaporkan ada tiga kondisi yang dihadapi dalam penerapan CSR yaitu 1) biaya yang ditimbulkan oleh CSR bisa saja tidak dikenal; 2) keputusan yang berkaitan dengan kompetensi yang tidak dipunyai perusahaan; dan 3) CSR mungkin akan berkaitan dengan lingkup sosial yang lebih luas, pemerintah dan masyarakat. Hal ini membuat perusahaan akan berfikir ulang. Pradjoto (2007) menyatakan bahwa perusahaan melihat CSR sebagai biaya yang kemudian menjadikan biaya operasional perusahaan meningkat. Pandangan demikian tentunya berbeda dengan makna CSR yang lebih menekankan tanggung jawab perusahaan ketimbang sekedar perbuatan baik.

<sup>1</sup> "Hambatan dalam Penerapan CSR," 25 Agustus 2008, <http://info-csr.blogspot.com/2008/08/hambatan-dalam-penerapan-csr.html>, diakses 20 Januari 2015.

<sup>2</sup> Wibisono, 2007 dalam Rahmatullah, Rahmat. 2010. "Masalah Pengelolaan Program CSR pada Sektor Pertambangan," <http://www.rahmatullah.net/2010/05/masalah-pengelolaan-program-coorporate.html>, diakses 12 November 2015.

<sup>3</sup> Leimona, 2008, *Ibid*.

<sup>4</sup> Mulyadi, 2003, *Ibid*.

<sup>5</sup> "Corporate Social Responsibility," <http://ekoteguh23.blogspot.com/2010/10/corporate-social-responsibility-csr.html>, diakses 20 Januari 2015.

<sup>6</sup> Dalam Emanuel, Victor. 2011. "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Antara Ada dan Tiada," 07 Agustus 2011, <http://www.kalimantan-news.com/berita.php?idb=8778>, diakses 20 Januari 2015.

No	Permasalahan CSR
5	<p>Banyak perusahaan menggunakan CSR hanya sebagai <i>marketing gimmick</i> untuk melakukan <i>corporate greenwash</i> atau pengelabuan citra perusahaan belaka. Beberapa permasalahan dalam pelaksanaan CSR di Indonesia dalam mewujudkan pelaksanaan GCG “<i>Good Corporate Governance</i>” di antaranya permasalahan transparansi perusahaan dalam mengelola dan memberikan <i>cost</i> sosialnya kepada masyarakat. Tidak adanya aturan-aturan yang mengatur secara terperinci bagaimana pengelolaan CSR. Ada bentuk penyimpangan yang dilakukan perusahaan dalam melaksanakan CSR-nya, jika dilihat pada program-program bantuan bencana alam, banyak perusahaan khususnya media elektronik yang membuka rekening bantuan untuk menghimpun dana dari masyarakat namun dalam pemberian bantuan mengatasnamakan perusahaan, ini merupakan suatu bentuk penipuan bagi masyarakat.</p> <p>Pelaksanaan CSR di Indonesia berbagai permasalahan muncul baik dari masyarakat, pemerintah maupun perusahaan. Kadang masyarakat belum siap mengimplementasikan CSR terutama bila sifatnya partisipatif, masyarakat tidak mau diajak berubah dan hanya ingin mendapatkan bantuan dana saja (filantropi) serta <i>cultur</i> dan terkadang <i>capacity building</i> ketika masyarakat tidak bisa menyerap keinginan perusahaan. Sedangkan dari perusahaan masih banyak perusahaan yang menjalankan CSR-nya hanya untuk meningkatkan <i>image</i> perusahaan, bahkan ada beberapa perusahaan yang sama kali tidak mau menjalankan CSR.<sup>7</sup></p>
6	<p>Jangkauan program CSR di Indonesia belum merata, belum dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. CSR dilakukan hanya untuk tujuan pihak-pihak tertentu saja dan tidak bersifat berkelanjutan.</p> <p>Pelaksanaan CSR berpola kemitraan tidak dilakukan secara baik sejak awal. Akibatnya, pengambilan keputusan-keputusan penting dalam rangka pelaksanaan program sering dilakukan secara sepihak oleh perusahaan.<sup>8</sup></p>

Metode yang digunakan sebagai *tool analysis* dalam tulisan ini adalah studi literatur, yaitu studi terhadap berbagai permasalahan dalam implementasi CSR di lapangan serta ketentuan-ketentuan hukum yang terkait. Bahan-bahan literatur didapatkan dari perpustakaan maupun *searching website*, dan kemudian didalami dan dianalisa berdasarkan teori dan konsep yang ditetapkan.

### **Corporate Social Responsibility (CSR)**

CSR menyangkut hubungan antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya. Ada sejumlah definisi tentang CSR yang layak menjadi rujukan. Menurut Untung (2014:1-2):

“CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya bagi kepedulian sosial maupun tanggung jawab lingkungan dengan tidak mengabaikan kemampuan dari perusahaan. Pelaksanaan kewajiban ini harus memperhatikan dan menghormati tradisi budaya masyarakat di sekitar lokasi kegiatan usaha tersebut.”

CSR terkait dengan upaya pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan. Menurut ISO 26000 yang dikutip Putra (2015:1):

“*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak keputusan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan

pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat. Tanggung jawab tersebut harus mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.”

CSR mengandung nilai etis dan filantropis dalam rangka kesejahteraan masyarakat. Menurut Suharto (2007:102), sebuah perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomis, melainkan juga tanggung jawab legal, etis, dan filantropis: 1) Tanggung jawab ekonomis. Kata kuncinya adalah *make a profit*. Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba, perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup dan berkembang; 2) Tanggung jawab legal. Kata kuncinya adalah *obey the law*. Perusahaan harus taat hukum. Dalam proses mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang ditetapkan Pemerintah; 3) Tanggung jawab etis. Kata kuncinya adalah *be ethical*. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik benar, adil, dan *fair*. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi pelaku organisasi perusahaan; 4) Tanggung jawab filantropis. Kata kuncinya adalah *be a good citizen*. Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum, dan berperilaku etis, perusahaan juga dituntut untuk dapat memberi kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan bersama.

Selanjutnya Suharto (2007:103-104) mengemukakan bahwa munculnya konsep CSR didorong oleh kecenderungan pada masyarakat industri yang kurang memedulikan masyarakat sekitar, yang mencakup: 1) dehumanisasi

<sup>7</sup> “Permasalahan Dalam Pelaksanaan CSR di Indonesia, Manajemen Kebijakan,” Jumat, 06 Desember 2013. <http://w4nm4p.blogspot.co.id/2013/12/permasalahan-dalam-pelaksanaan-csr-di.html>, diakses 12 November 2015.

<sup>8</sup> “Kegiatan CSR di Indonesia Menghadapi Beragam Kendala,” <http://www.amerta.or.id/2014/05/21/kegiatan-csr-di-indonesia-meng-hadapi-beragam-kendala/>, diakses 20 Januari 2015.

industri. Efisiensi dan mekanisasi yang semakin menguat di dunia industri telah menciptakan persoalan-persoalan kemanusiaan baik di kalangan buruh maupun masyarakat sekitar perusahaan. Perampangan perusahaan telah menimbulkan gelombang pemutusan hubungan kerja (PHK) dan pengangguran. Ekspansi dan eksploitasi dunia industri telah melahirkan polusi dan kerusakan lingkungan yang hebat; 2) equalisasi hak-hak publik. Masyarakat semakin sadar akan haknya untuk meminta pertanggungjawaban perusahaan atas berbagai masalah sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan. Kesadaran ini semakin menuntut akuntabilitas perusahaan bukan saja terkait dengan proses produksi, melainkan juga berbagai masalah sosial yang ditimbulkan; 3) Aquariumisasi dunia industri. Dunia kerja semakin transparan, sehingga perusahaan yang hanya memburu rente ekonomi dan cenderung mengabaikan hukum, prinsip etis, dan filantropis tidak akan mendapat dukungan publik. Bahkan dalam banyak kasus, masyarakat menuntut agar perusahaan ditutup; 4) Feminisasi dunia kerja. Semakin banyaknya wanita bekerja semakin menuntut penyesuaian perusahaan, bukan saja terhadap lingkungan internal organisasi seperti pemberian cuti hamil dan melahirkan, keselamatan dan kesehatan kerja, namun juga timbulnya biaya-biaya sosial seperti penelantaran anak dan kenakalan remaja akibat berkurang atau hilangnya ibu-ibu di rumah dan lingkungan masyarakat.

CSR terkait dengan hubungan antara perusahaan dan masyarakat di sekitarnya dalam rangka mendapatkan kehidupan yang berkualitas, di mana perusahaan dapat hidup dan berkembang dan masyarakat dapat menerima benefit dari perusahaan. Menurut *World Bank* yang dikutip Azheri (2012:20), definisi CSR adalah:

*“The commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.”*

CSR membutuhkan landasan yang kuat untuk implementasinya, karena tanpa landasan yang kuat maka akan sulit diharapkan membawa dampak positif bagi masyarakat. CSR memiliki pilar-pilar yang mendasari pelaksanaannya. Menurut *Prince of Wales International Business Forum* yang dikutip Azheri (2012:28-29), ada lima pilar aktivitas CSR, yaitu: 1) *Building human capital*, ini berkaitan dengan internal perusahaan untuk menciptakan sumber daya manusia yang handal, sedangkan secara eksternal perusahaan dituntut melakukan pemberdayaan masyarakat; 2) *Strengthening*

*economies*, perusahaan dituntut untuk tidak menjadi kaya sendiri sementara komunitas di lingkungannya miskin. Perusahaan harus memberdayakan ekonomi sekitarnya; 3) *Assesing social chesion*, upaya untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitarnya agar tidak menimbulkan konflik; 4) *Encouraging good governance*, perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, harus mengacu pada *Good Corporate Governance (GCG)*; 5) *Protecting the environment*, perusahaan harus berupaya menjaga kelestarian lingkungan.

Berdasarkan konsep di atas, maka penyelenggaraan CSR haruslah didasarkan pada tujuan untuk membangun sumber daya manusia yang handal, menambah kekayaan atau mengentaskan masyarakat dari kemiskinan, menjaga hubungan perusahaan dengan masyarakat sekitar, mendukung tata kelola perusahaan yang bersih, dan melestarikan lingkungan. Semua itu perlu dilakukan untuk kesejahteraan masyarakat.

Kegiatan CSR terkait dengan industrialisasi yang umumnya terjadi di negara-negara berkembang. Sebagaimana dikemukakan Strahm (1999:183) bahwa negara berkembang mempunyai kedudukan yang penting di mata negara industri Barat, terutama karena alasan sebagai berikut: 1) Negara berkembang merupakan pasar untuk menampung produk industri dan pertanian yang melimpah. Hal ini menjadi tambah penting ketika angka pengangguran di negara industri meningkat; 2) Negara berkembang merupakan halaman belakang industri Barat, terutama dengan memanfaatkan upah buruh yang rendah bagi produksi yang memerlukan banyak tenaga kerja; 3) Beberapa negara berkembang merupakan pengekspor bahan baku yang sangat diperlukan; 4) Dengan keindahan dan kekayaan alamnya, negara berkembang cocok dijadikan suaka alam, sebagai obyek wisata, dan pemasok kayu; 5) Negara berkembang sebagai pasar dan tempat uji coba persenjataan, yakni dengan memicu pecahnya ‘perang boneka’.

Berdasarkan Strahm, banyak program CSR dilakukan perusahaan yang terlihat sebagai suatu program pemberdayaan masyarakat yang bermanfaat bagi masyarakat, namun sesungguhnya ada maksud lain dari perusahaan asing yang beroperasi di Indonesia. Untuk hal seperti ini, perlu dilakukan pengawasan dan analisis yang tajam demi merancang strategi ke depan untuk kepentingan masyarakat. Prinsip profesional perusahaan dan prinsip CSR untuk pemberdayaan masyarakat perlu dibuat seimbang sehingga terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat sekitar. Hubungan yang bersifat mutualis perlu dibangun,

demikian kelangsungan perusahaan dan keberlanjutan kehidupan masyarakat.

Ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan melalui program CSR. Menurut Kanarisna, ada 6 hal yang dapat dipilih perusahaan untuk menyelenggarakan program CSR: 1) Promosi kegiatan sosial (*cause promotions*); 2) Pemasaran terkait kegiatan sosial (*cause related marketing*); 3) Pemasaran kemasyarakatan korporat (*corporate societal marketing*); 4) Kegiatan filantropi perusahaan (*corporate philanthropy*); 5) Pekerja sosial kemasyarakatan secara sukarela (*community volunteering*); 6) Praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab sosial (*socially responsible business practice*).<sup>9</sup>

Berdasarkan Kanarisna (2013), perusahaan perlu senantiasa menjalin kerja sama dengan masyarakat sekitar untuk melakukan apa yang terbaik terkait program CSR. Dengan komunikasi yang baik maka masyarakat bisa mengemukakan apa yang sebaiknya dilakukan terkait CSR, dan perusahaan juga dapat memahami permasalahan yang dihadapi masyarakat serta bagaimana cara mengatasinya. Dengan demikian, perusahaan akan dapat memilih salah satu atau lebih cara dan bentuk kegiatan untuk kepentingan masyarakat.

Perusahaan perlu melakukan hal terbaik dalam rangka pemberdayaan masyarakat. Berdasarkan Info Komunitas CSR, ada 8 komponen utama yang dapat digunakan untuk penerapan CSR yang baik, yaitu: 1) Tingkah laku bisnis etis, meliputi: sifat adil dan jujur, standar kerja tinggi, melatih etis para pimpinan dan eksekutif; 2) Komitmen tinggi pada *stakeholders*, meliputi: keuntungan untuk semua *stakeholders*, adanya inisiatif dan mewujudkan dialog; 3) Peduli masyarakat, meliputi: membangun hubungan timbal balik, dan melibatkan masyarakat dalam operasi perusahaan; 4) Terhadap konsumen, melindungi hak-haknya, kualitas layanan, dan memberi informasi jujur; 5) Terhadap pekerja, meliputi: membangun lingkungan kekeluargaan, tanggung jawab (*accountable*), upah yang wajar, komunikasi yang luwes, dan mengembangkan pekerja; 6) investasi secara kompetitif; 7) Untuk pemasar: berbisnis secara adil; 8) Komitmen terhadap lingkungan, meliputi: menjaga kualitas lingkungan, dan komitmen terhadap pembangunan berkelanjutan.

Perusahaan perlu memahami 8 komponen tersebut dan menggunakannya untuk memberikan CSR terbaik bagi masyarakat. Komponen-komponen

tersebut sekaligus juga dapat menjadi pedoman untuk melakukan evaluasi apakah selama ini perusahaan telah melakukan hal-hal yang benar dan tepat terkait CSR. Komponen-komponen tersebut perlu dilihat kembali apakah sudah dilakukan sesuai prosedur dan memenuhi kriteria dalam pemberdayaan masyarakat.

CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kepedulian yang selayaknya dilakukan oleh perusahaan untuk masyarakat, agar mereka mendapat *benefit* dari keberadaan perusahaan di wilayahnya, dan bukan merugi akibat kehilangan lahan serta sebagian ritual kehidupannya. Di Indonesia CSR diatur dalam Pasal 74 UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Pasal 15, Pasal 17, dan Pasal 34 UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman.

Terkait kewajiban CSR bagi perusahaan, Pasal 74 Ayat (1) UU PT No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Terkait anggaran CSR, Ayat (2) UU PT menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan & diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memerhatikan kepatutan & kewajaran. Sedangkan terkait ancaman pidana, Ayat (3) UU PT menyatakan bahwa perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut dapat dipidana

Perusahaan harus memerhatikan masyarakat dan lingkungan di mana mereka beroperasi. Hal ini diatur dalam UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 UU tersebut menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban: a) menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik; b) melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan; c) membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal; d) menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal; e) mematuhi semua ketentuan peraturan perundangundangan.

Terkait dengan kelestarian lingkungan, Pasal 17 UU Pasar Modal menyatakan bahwa penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup, yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sedangkan terkait ancaman pidana, Pasal 34 UU Pasar Modal Ayat

<sup>9</sup> Kanarisna, "Contoh Praktek Inisiatif CSR di Indonesia", <https://kanarisma20.wordpress.com/2013/06/22/6-contoh-praktek-inisiatif-csr-di-indonesia/>, diakses 20 Januari 2015.

(1) menyatakan bahwa badan usaha atau usaha perseorangan yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif dan sanksi pidana lainnya sesuai ketentuan perundang-undangan.

Banyak hal yang menjadi persoalan dan tidak teratasi karena tidak adanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat di sekitarnya. Berdasarkan Tabel 1 tentang Permasalahan dalam Implementasi CSR di Indonesia ada beberapa hal yang layak dicatat dalam hal ini yaitu:

- 1) Perusahaan kurang memerhatikan kondisi masyarakat di mana perusahaan beroperasi. Seperti kasus Freeport, Indo Rayon, dan sebagainya mencerminkan kekakuan hubungan antara perusahaan dan lingkungannya, di mana masyarakat seolah justru menjadi objek atau pelengkap penderita bagi perusahaan. Masyarakat pun merasa dikesampingkan keberadaannya, sehingga muncul konflik yang kemudian mengganggu proses operasional perusahaan;
- 2) Perusahaan melakukan bisnis tanpa memerhatikan kerusakan lingkungan alam di wilayah yang ditematinya, padahal wilayah tersebut juga menjadi tempat bergantungnya kehidupan masyarakat. Pencemaran yang terjadi di Teluk Buyat adalah contoh dari pengabaian itu, yang mengakibatkan penderitaan masyarakat karena harus tercemar limbah tailing;
- 3) Perusahaan melakukan eksploitasi alam hingga merusaknya dan merugikan kehidupan masyarakat yang luas, tanpa memperhitungkan ganti rugi masyarakat secara adil. Kasus lumpur Lapindo adalah contoh konkret kejamnya perusahaan terhadap masyarakat sekitar, dan bahkan hingga kini permasalahan belum teratasi secara tuntas;
- 4) Perusahaan masih memandang sebelah mata pada pentingnya program CSR bagi kelangsungan perusahaan, dan bahkan ada perusahaan yang menganggap CSR sebagai kendala dalam upaya mereka meraih keuntungan yang maksimal;
- 5) Perusahaan masih setengah hati dalam mengimplementasikan CSR, sehingga masyarakat tidak dapat merasakan sepenuhnya manfaat program yang diberikan. Hal ini terlihat pada sejumlah kasus di mana masyarakat hanya diperlakukan seperti objek, dan perusahaanlah yang banyak menentukan kegiatan program, padahal dalam upaya pemberdayaan dibutuhkan partisipasi yang baik dari masyarakat;

6) Perusahaan mengimplementasikan CSR hanya untuk dalih pencitraan perusahaan. Implementasi dengan model seperti ini pada umumnya kurang banyak manfaatnya bagi masyarakat karena biasanya program-program yang dilakukan bersifat instan, sehingga benefitnya tidak berkelanjutan bagi masyarakat.

### **CSR dan Kesejahteraan Sosial**

CSR merupakan bagian dari permasalahan kesejahteraan sosial. Kesejahteraan sosial pada umumnya terkait dengan masalah kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhannya terutama kebutuhan-kebutuhan yang bersifat dasar. Jika seseorang atau sekelompok orang tidak mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasarnya, maka orang tersebut dapat dikatakan sebagai orang yang miskin atau dengan kata lain tidak sejahtera. Jadi kesejahteraan sosial terkait dengan tingkat kemiskinan yang ada dalam masyarakat. Kemiskinan sendiri mempunyai banyak rentetan persoalan yang perlu dicermati jika negara ingin berhasil dalam penanggulangan kemiskinan. Menurut Haughton dan Khandker (2010:3):

“Kemiskinan terkait dengan, tetapi berbeda dengan, ketimpangan dan kerentanan. Ketimpangan berfokus pada distribusi atribut, seperti pendapatan atau konsumsi, di seluruh masyarakat. Dalam konteks analisis kemiskinan, ketimpangan perlu diperiksa apabila seseorang yakin bahwa kesejahteraan individu bergantung pada kondisi ekonomi mereka yang saling terkait dalam masyarakat. Kerentanan didefinisikan sebagai risiko untuk terperosok ke dalam kemiskinan di masa yang akan datang, bahkan apabila orang tersebut pada saat ini tidak miskin; hal ini sering kali dikaitkan dengan pengaruh ‘goncangan’ seperti kekeringan, penurunan harga usaha pertanian, atau krisis finansial. Kerentanan merupakan sebuah dimensi pokok kesejahteraan karena hal tersebut memengaruhi tingkah laku setiap individu dalam hal investasi, pola produksi, dan strategi yang sesuai, serta persepsi tentang situasi masing-masing.”

Kesejahteraan terkait dengan tantangan-tantangan yang dihadapi manusia pada jamannya, dan oleh karenanya upaya peningkatan kesejahteraan harus disesuaikan dengan tantangan-tantangan yang dihadapi. Apa yang terjadi saat ini tentu berbeda dengan apa yang terjadi 20 tahun lalu, di mana saat ini bangsa Indonesia telah memasuki era global. Menurut Tilaar (1997:16-17):

“Proses globalisasi bergerak sejalan dalam tiga arena kehidupan manusia: arena ekonomi, politik, dan budaya. Di dalam arena ekonomi proses tersebut

memengaruhi pengaturan-pengaturan sosial dalam produksi, pertukaran barang, distribusi, dan konsumsi baik barang maupun pelayanan (*service*). Dalam arena politik proses globalisasi menyatakan diri di dalam pengaturan sosial dalam kaitannya dengan konsentrasi serta aplikasi kekuasaan. Dalam arena budaya proses globalisasi menyatakan diri di dalam pengaturan sosial dalam kaitannya dengan pertukaran dan ekspresi simbol mengenai fakta, pengertian, kepercayaan, selera, dan nilai-nilai.”

Berdasarkan Tilaar, maka upaya pemberdayaan masyarakat di era globalisasi perlu dilakukan di tiga ranah besar yaitu ekonomi, politik, dan budaya. Dalam hal ini penyelenggaraan CSR harus mampu menangkap apa yang sesungguhnya menjadi kebutuhan masyarakat di sekitar perusahaan agar dapat disusun formulasi yang tepat untuk memberdayakan mereka.

Upaya perwujudan kesejahteraan sosial perlu dilakukan bukan saja melalui perencanaan jangka pendek, namun juga perencanaan jangka panjang. Terkait dengan ini, Bappenas telah menyusun perencanaan yang komprehensif untuk pembangunan Indonesia. Menurut Mustopadidjaja AR, dkk (2012:345):

“Berdasarkan kondisi bangsa Indonesia saat ini, tantangan yang dihadapi selama kurun waktu 20 tahun mendatang dengan mempertimbangkan modal dasar yang dimiliki bangsa Indonesia dan amanat perjuangan yang termaktub dalam Pembukaan UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945, maka visi pembangunan nasional 2005-2025 adalah “Indonesia yang mandiri, maju, adil, dan makmur.” Bangsa yang mandiri adalah bangsa yang mampu mewujudkan kehidupan sejajar dan sederajat dengan bangsa lain yang telah maju dengan mengandalkan kemampuan dan kekuatan sendiri. Suatu bangsa dikatakan maju apabila memiliki sumber daya manusia yang berkualitas, berkepribadian, berakhlak mulia, dan berpendidikan tinggi.”

Visi pembangunan nasional sebagaimana dicanangkan Bappenas tersebut sangat inspiratif bagi penyelenggaraan program CSR yang dilakukan perusahaan. Untuk mencapai Indonesia yang mandiri, maju, adil, dan makmur perlu dilakukan upaya serentak di berbagai sektor, dan perusahaan dapat menjadi bagian penting di dalamnya.

Memang perusahaan merupakan salah satu unsur yang dapat dimanfaatkan dalam pendanaan pembangunan, dan ini juga yang kemudian memunculkan istilah *kedermawanan sosial perusahaan*. Menurut Achwan yang dikutip Prasentyantoko, dkk. (2012:150):

“Setidaknya ada tiga ideologi yang mewarnai motivasi dan pendekatan *kedermawanan perusahaan*, yaitu *the business of business is business*, *corporate*

*voluntarism*, dan *corporate involuntarism*.”

Selanjutnya Prasentyantoko, dkk. (2012:150-151) mengemukakan bahwa ideologi pertama, ‘*business is business*’ mirip dengan keinginan Milton Friedman, bahwa perusahaan harus fokus pada *business*, karena pada hakekatnya ia merupakan institusi yang dapat “menciptakan” kesejahteraan masyarakat. Ideologi kedua, ‘*corporate voluntarism*’ berpandangan bahwa setiap perusahaan secara sukarela – tanpa campur tangan negara – dapat mengembangkan dan menjalankan *kedermawanan*. Ideologi ketiga, ‘*corporate involuntarism*’, mengandaikan bahwa setiap perusahaan memiliki kewajiban menjalankan tanggung jawab sosial sebagaimana diatur dalam aturan perundang-undangan.

Berdasarkan Prasentyantoko, dkk., ideologi ketiga telah memberi inspirasi bagi keberadaan program CSR di perusahaan-perusahaan. Bahkan pemerintah telah menetapkan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang mengatur tentang kewajiban perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial bagi masyarakat di sekitar perusahaan. Namun demikian, implementasi program CSR belum sepenuhnya memuaskan. Terkait dengan implementasi *kedermawanan sosial perusahaan*, Prasetyantoko, dkk. (2012:152) mengemukakan:

“*Kedermawanan sosial perusahaan* sekilas tampak sebagai sebuah moda yang cukup operasional bagi pembiayaan pembangunan. Namun, dalam praktik di lapangan, kedalamannya sangat terbatas. Banyak kegiatan atas nama CSR menjadi sekedar kegiatan publisitas dan amal tanpa memiliki kaitan dengan optimalisasi potensi dalam menjawab kebutuhan masyarakat sekitar. Upaya memperdalam praktik CSR sebenarnya merupakan diskusi cukup menarik. Banyak pihak optimistis bahwa praktik CSR dapat terlaksana dengan baik bila dibekali dua kunci utama berupa peraturan yang tepat sasaran dan kapasitas sumber daya manusia yang memadai.”

Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa penyelenggaraan CSR selama ini belum optimal sehingga manfaat CSR sebagai sarana untuk pemberdayaan masyarakat masih jauh dari harapan. Jika demikian halnya, maka *kedermawanan sosial* dapat dikatakan belum mampu berperan dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat.

### **CSR dan Pemberdayaan Masyarakat**

CSR merupakan bagian dari upaya pemberdayaan masyarakat di sekitar perusahaan. Menurut Carlzon yang dikutip Kadarisman (2012:235):

“Pemberdayaan adalah membebaskan seseorang dari kendali yang kaku dan memberi orang tersebut kebebasan untuk bertanggung jawab terhadap ide-idenya, dan keputusan-keputusannya, serta tindakan-tindakannya.”

Berdasarkan Carlzon, CSR berupaya membebaskan masyarakat sekitar perusahaan untuk keluar dari permasalahan sosial yang dihadapinya. Melalui program CSR, perusahaan berupaya memberi kesempatan agar masyarakat dapat mengembangkan dirinya menjadi lebih mandiri dan mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Dengan demikian, dalam jangka panjang kesejahteraan masyarakat akan meningkat.

Pemberdayaan masyarakat terkait dengan upaya mengangkat kehidupan orang miskin untuk menjadi orang yang lebih mandiri dan mampu menghidupi diri sendiri dan keluarganya. Dalam pemberdayaan masyarakat perlu pemahaman akan penyebab kemiskinan masyarakat, agar dapat diputuskan jenis program yang relevan untuk diterapkan. Ada berbagai penyebab kemiskinan. Menurut Chamsyah (2006:125):

“Tapi yang paling utama, faktor kemiskinan adalah produk dari sistem ekonomi yang kapitalistik yang melahirkan pola distribusi kekayaan secara tidak adil. Fakta empirik menunjukkan bahwa bukan karena tidak ada makanan yang membuat rakyat menderita kelaparan, atau tidak ada rumah sehingga banyak rakyat tinggal di bantaran sungai atau di emperan toko, melainkan buruknya distribusi makanan, rumah dan sebayanya.”

Berdasarkan Chamsyah, maka pemahaman kondisi masyarakat sekitar perusahaan perlu menjadi fokus perhatian dalam penyelenggaraan CSR. Pada umumnya perusahaan yang berorientasi profit terlihat sebagai kapitalis yang dapat berdampak pada tidak meratanya distribusi sumber-sumber yang ada di sekitar perusahaan yang mengakibatkan potensi konflik dalam masyarakat. Dalam hal seperti ini, diperlukan kecermatan perusahaan untuk memahami persoalan yang dihadapi masyarakat, dan perusahaan perlu memutuskan pilihan terbaik untuk pemberdayaan masyarakat.

Menurut Chambers yang dikutip Soetrisno (2001:26-27), ada banyak faktor yang menyebabkan terjadinya proses kemiskinan, di mana satu sama lainnya terjalin dalam satu kerangka yang disebut ‘perangkap kemiskinan’ atau ‘*deprivation trap*’ yang terdiri dari 5 unsur yaitu: 1) Kemiskinan itu sendiri; 2) Kelemahan fisik; 3) Keterasingan atau kadar isolasi; 4) Kerentanan; dan 5) Ketidakberdayaan. Berdasarkan Chambers, perangkap kemiskinan harus dicegah dan diatasi, karena perangkap kemiskinan bisa membawa manusia ke dalam

jurang terdalam penderitaan, yang mengakibatkan semakin jauhnya kesejahteraan. Program CSR seharusnya melihat masalah perangkap kemiskinan yang dialami masyarakat, sehingga program CSR dapat memilih jenis program yang paling tepat dengan kondisi masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat harus didukung oleh penguatan institusi. Sebagaimana dikemukakan oleh Stamboel (2012:168-169):

“Melihat pentingnya peran negara dalam upaya pengentasan kemiskinan, membuat para ekonom sepakat bahwa birokrasi yang efektif adalah syarat dasar bagi *competitiveness* sebuah bangsa. Bank Dunia dalam laporannya mengenai *Global Competitiveness*, bahkan menempatkan institusi sebagai *basic requirement* bagi kemajuan sebuah bangsa.”

Berdasarkan Stamboel, negara perlu mendukung upaya pemberdayaan yang dilakukan perusahaan melalui program CSR. Meskipun telah ada UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang mewajibkan perusahaan untuk melakukan CSR bagi masyarakat sekitar, namun Pemerintah perlu terus mendorong dan melakukan pembinaan terkait CSR. Pengawasan dan pembinaan perlu dilakukan pada kedua belah pihak, baik kepada perusahaan maupun masyarakat, agar program CSR dapat dilakukan dengan sebaik-baiknya oleh setiap perusahaan untuk masyarakat di sekitarnya.

Ada berbagai jenis kegiatan program CSR yang bisa dipilih oleh perusahaan, dan salah satunya adalah pemberdayaan masyarakat. Menurut Untung (2014:117-118), sebenarnya tidak salah jika CSR digunakan untuk kegiatan filantropi, namun jika CSR digunakan untuk pemberdayaan masyarakat maka akan memberikan manfaat langsung dan berdampak ganda yang lebih besar serta mampu secara bertahap mengembangkan kemandirian masyarakat. Hal ini dikarenakan, melalui pemberdayaan masyarakat, sekurang-kurangnya masyarakat disiapkan untuk:

- a. “Menyadari kesalahannya, masalah yang dihadapi, peluang-peluang yang dapat dilakukan, serta memilih kegiatan perbaikan kehidupan yang sesuai dan terbaik dengan daya nalar serta kemampuannya.
- b. Melalui proses belajar bersama, berlatih untuk membuat perencanaan bagi perbaikan kehidupannya.
- c. Melakukan kegiatan mereka secara partisipatif dengan atau tanpa fasilitas pihak luar.
- d. Melakukan pemantauan dan evaluasi secara partisipatif terhadap semua kegiatan yang telah mereka lakukan.

- e. Memanfaatkan hasil-hasil kegiatan secara partisipatif.”

Berdasarkan Untung, jika perusahaan dapat melakukan pemberdayaan masyarakat melalui program CSR-nya maka itu merupakan pilihan terbaik bagi keberlanjutan hidup masyarakat sekitar perusahaan. Hal ini tentu berbeda jika cara filantropi yang dipilih, di mana bantuan akan terhenti pada titik tertentu tanpa memerhatikan kelangsungan hidup selanjutnya dari masyarakat.

Program CSR hendaknya menjadi bagian penting dari proses pembangunan Indonesia. Sebagaimana dikemukakan Saleh (2013:236):

“Proses pembangunan idealnya haruslah mengarah pada pemberdayaan dan peningkatan kesejahteraan segenap rakyat. Hal itu akan tercermin dalam penurunan angka kemiskinan, perbaikan ketimpangan pendapatan, dan penciptaan lapangan kerja dengan pendapatan yang berkepastian untuk peningkatan taraf hidup. Untuk mewujudkan langkah ke arah itu, setahap demi setahap perlu diupayakan peningkatan taraf pendidikan dan kemampuan kerja penduduk usia produktif, yang terus disesuaikan dengan kebutuhan pembangunan dan iklim persaingan di pasar tenaga kerja lokal maupun global.”

Berdasarkan Saleh, CSR selayaknya dilakukan perusahaan dengan maksud memberdayakan masyarakat, sehingga mereka dapat bangkit dari kemiskinan atau keterpurukan lainnya. Dengan keberhasilan program CSR yang dilakukannya, maka perusahaan dapat dikatakan telah ikut andil dalam pembangunan nasional, khususnya mengentaskan masyarakat dari kekurangan dan penderitaan.

### Evaluasi

Berdasarkan permasalahan yang menjadi kendala dalam implementasi CSR sebagaimana diuraikan di atas, maka perlu dilakukan evaluasi yang terus-menerus pada berbagai program CSR yang dilakukan perusahaan. Bukan saja perusahaan yang perlu terus memegang komitmennya untuk memberdayakan masyarakat, namun juga perlu pemahaman masyarakat akan pentingnya program CSR bagi mereka. Dengan demikian, perusahaan dan masyarakat dapat menjadi mitra yang baik dan menjalin kerja sama yang berkualitas untuk meningkatkan keberdayaan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan mereka.

Evaluasi program CSR merupakan hal yang sangat penting dan bahkan sebuah keharusan bagi perusahaan, mengingat CSR memiliki dua sisi penggambaran bagi perusahaan. Jika perusahaan sukses dalam melakukan CSR-nya, maka perusahaan tersebut akan memiliki citra atau nama baik di mata

masyarakat, sedangkan jika tidak sukses dalam menjalankan program CSR-nya maka perusahaan akan dianggap zalim kepada masyarakat.

Ada beberapa contoh kasus penyelenggaraan program CSR yang tidak berjalan lancar karena adanya konflik perusahaan dengan masyarakat, di antaranya terjadi di PT Freeport di Papua, PT Inti Indorayon di Porsea Sumatera Utara, PT Samsung di Pasuruan, PT Exxon Mobil di Lhokseumawe Aceh, dan PT Newmont di Sulawesi Utara. Konflik yang terjadi berlarut-larut sehingga kemudian menjadi kendala bukan saja bagi perusahaan yang berupaya meraih keuntungan dari bisnisnya, namun juga berakibat kegagalan bagi perusahaan untuk ikut andil dalam upaya pemberdayaan masyarakat di sekitarnya.

Jangkauan pelaksanaan program CSR di Indonesia belum merata, dan masih dilakukan hanya untuk tujuan pihak-pihak tertentu saja dan tidak bersifat berkelanjutan.<sup>10</sup> CSR yang berpola kemitraan tidak dilakukan secara baik sejak awal, sehingga pengambilan keputusan-keputusan penting dalam rangka pelaksanaan program CSR sering dilakukan secara sepihak oleh perusahaan.

Dengan demikian, apa yang terjadi dalam CSR belum sepenuhnya untuk kepentingan pemberdayaan masyarakat, sehingga ke depan penyelenggaraan CSR bisa lebih dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Perlu dibangun kesadaran pada perusahaan bahwa masyarakat bukanlah objek, melainkan subjek yang hidup yang harus dipertanggungjawabkan kondisi sosialnya oleh perusahaan. Perusahaan harus membuat masyarakat sekitar merasakan benefit dari perusahaan, melalui program pemberdayaan

Menurut Emanuel (2011) berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Business for Social Responsibility*, manfaat yang dapat diperoleh suatu perusahaan yang mengimplementasikan CSR antara lain: 1) Peningkatan penjualan dan pangsa pasar (*Increased sales and market share*); 2) Memperkuat posisi nama atau merek dagang (*strengthened brand positioning*); 3) Meningkatkan citra perusahaan (*Enhanced corporate image and clout*); 4) Meningkatkan kemampuan untuk menarik, memotivasi dan mempertahankan pegawai (*Increased ability to attract, motivate, and retain employees*); 5) Menurunkan biaya operasi (*Decreasing operating cost*); 6) Meningkatkan daya tarik bagi investor dan analisis keuangan (*Increased appeal to investors and financial analysts*).

<sup>10</sup> “Kegiatan CSR di Indonesia Menghadapi Beragam Kendala”, <http://www.amerta.or.id/2014/05/21/kegiatan-csr-di-indonesia-menghadapi-beragam-kendala/>, diakses 20 Januari 2015.

Dengan demikian, perusahaan perlu memandang positif program CSR, bukan saja karena CSR adalah perintah undang-undang, namun juga manfaat CSR bagi keberlanjutan perusahaan itu sendiri. Berdasarkan Emanuel, jika perusahaan melakukan CSR dengan baik, dengan ikhlas, dan dengan semangat pembangunan nasional, maka perusahaan akan memetik keuntungannya pada jangka panjang. Jika perusahaan melakukan program-program pemberdayaan yang positif dan bermanfaat bagi masyarakat, maka masyarakat akan melihatnya sebagai kebaikan, sehingga perusahaan akan dipercaya oleh mitra usahanya. Ketika perusahaan memberikan bantuan dan kesempatan bagi masyarakat sekitar untuk menjadi lebih maju, lebih berdaya, dan lebih sejahtera, maka kredibilitas perusahaan akan meningkat dan sebagai konsekuensinya keuntungan bisnis juga akan meningkat.

Meskipun CSR adalah tugas perusahaan, namun bukan berarti pihak negara bisa lepas tangan begitu saja. Pemerintah perlu terus melakukan pemantauan dan pembinaan serta melakukan penegakan hukum bagi perusahaan yang tidak mematuhi UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, di mana Pemerintah perlu menjaga *good will* untuk mendekatkan hubungan perusahaan dengan masyarakat di tempat mereka beroperasi. Sedangkan DPR RI juga perlu menggunakan otoritasnya sebagai legislator dan pengawas dalam rangka menjaga kelangsungan program CSR bagi kepentingan masyarakat. DPR RI perlu terus mengimbau Pemerintah agar memerhatikan masalah CSR, memastikan CSR dilakukan dengan benar oleh perusahaan, dan menindak perusahaan yang tidak mematuhi ketentuan CSR. Selain itu DPR RI juga perlu terus membuka ruang dan menampung aspirasi baik bagi perusahaan maupun masyarakat sekitar perusahaan terkait program CSR di wilayahnya.

Karena partisipasi masyarakat merupakan keharusan bagi kesuksesan penyelenggaraan CSR, maka Pemerintah perlu ikut mendorong terselenggaranya CSR yang tepat sasaran, dalam hal ini pemerintah perlu memiliki data kemasyarakatan yang akurat dan aktual, sehingga berbagai bantuan dapat diterima oleh masyarakat yang berhak. Sedangkan DPR RI perlu mendorong terwujudnya program CSR yang bermanfaat bagi masyarakat luas, sehingga DPR RI perlu mengawasi pelaksanaan pendataan dan distribusi bantuan program CSR, agar program tersebut dapat memberdayakan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan mereka.

Dengan penyelenggaraan CSR secara benar dan tepat sasaran, diharapkan perusahaan bukan saja mendapatkan citra yang baik di mata masyarakat, namun juga memiliki andil yang berarti bagi perwujudan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, perusahaan telah menyumbangkan sebagian keuntungannya bagi pemberdayaan masyarakat, yang pada akhirnya akan mengantar masyarakat pada tingkat kesejahteraan yang lebih baik. Dengan demikian, perusahaan ikut berjasa dalam pembangunan nasional khususnya pemberdayaan masyarakat.

## **Penutup**

### ***Simpulan***

Program CSR merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk kepentingan masyarakat sekitar, namun dalam kenyataan hingga kini CSR belum berjalan sebagaimana mestinya. Banyak CSR tidak tepat sasaran yang akhirnya berdampak konflik antara perusahaan dan masyarakat.

Evaluasi merupakan hal penting yang harus dilakukan untuk keberlanjutan perusahaan, hubungan baik perusahaan dan masyarakat, serta peran perusahaan dalam pembangunan nasional. Dalam rangka evaluasi, diperlukan pemahaman dan pemetaan masyarakat, di mana perusahaan perlu mengenali secara baik dan cermat tentang kondisi masyarakat di sekitarnya. Dengan demikian, diharapkan perusahaan dapat memutuskan program CSR yang tepat untuk pemberdayaan.

Masyarakat merupakan subjek (dan bukan objek) dalam implementasi CSR, sehingga masyarakat harus didengar dan dilibatkan dalam berbagai langkah implementasi CSR Perusahaan.

### ***Saran***

Perusahaan perlu terus mencermati pentingnya membuat program CSR yang tepat bagi masyarakat sekitar. Ketepatan program CSR sangat penting, karena relevansi bantuan akan menentukan keberhasilan CSR yang akhirnya akan berujung pada kesejahteraan masyarakat.

Perusahaan perlu terus melakukan evaluasi terhadap program CSR, agar upaya pemberdayaan masyarakat terus meningkat kualitasnya.

Masyarakat sebagai subjek pemberdayaan perlu terus didorong untuk peduli terhadap perusahaan, dengan cara bersikap responsif dan partisipatif terhadap berbagai bantuan dan kesempatan yang diberikan melalui program CSR.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ardianto, Elvinaro & Dindin M. Machfudz. 2011. *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo-Kompas Gramedia.
- Azheri, Busyra. 2012. *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary menjadi Mandatory*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Chamsyah, Bachtiar. 2006. *Teologi Penanggulangan Kemiskinan*. Jakarta: RMBooks.
- Haughton, Jonathan & Shahidur R. Khandker. 2010. *Pedoman tentang Kemiskinan dan Ketimpangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kadarisman, M. 2012. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mustopadidjaja AR, dkk., Ed. 2012. *Bappenas dalam Sejarah Perencanaan Pembangunan Indonesia 1945-2015*. Jakarta: LP3ES.
- NN. tt. *Ketimpangan: Handbook on Poverty and Inequality*. Jakarta: Salemba Empat & The World Bank.
- NN. tt. *Visi, Misi, dan Program Aksi Pendidikan dan Pelatihan Menuju 2010*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Prajarto, Nunung. Ed. 2012. *CSR Indonesia: Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik*. Yogyakarta: Fisipol UGM.
- Prasetyantoko, dkk., Ed. 2012. *Pembangunan Inklusif: Prospek dan Tantangan Indonesia*. Jakarta: LP3ES dan Prakarsa.
- Prayitno, Ujianto Singgih. 2015. *Corporate Social Responsibility: Konsep, Strategi, dan Implementasi*. Jakarta: P3DI Setjen DPR RI dan Azza Grafika.
- Putra, Dedi Kurnia Shah. 2015. *Komunikasi CSR Politik: Membangun Reputasi, Etika, dan Estetika PR Politik*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Salch, Darwin Zahedy. 2013. *Potret Dhuafa (Perekonomian Indonesia dalam Statistik, Ide, dan Terapan)*. Jakarta: Expose.
- Soetrisno R. 2001. *Pemberdayaan Masyarakat dan Upaya Pembebasan Kemiskinan*. Yogyakarta: Philosophy Press.
- Stamboel, Kemala Aziz. 2012. *Panggilan Keberpihakan: Strategi Mengakhiri Kemiskinan di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Strahm, Rudolf H. 1999. *Kemiskinan Dunia Ketiga: Menelaah Kegagalan Pembangunan di Negara Berkembang*. Yogyakarta: Pustaka Cidesindo.
- Suharto, Edi. 2007. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Refika Aditama.
- Suharto, Edi. 2010. *CSR & Comdev: Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Tilaar, H.A.R. 1997. *Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Era Globalisasi: Visi, Misi, dan Program Aksi Pendidikan dan Pelatihan Menuju 2010*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Untung, Budi. 2014. *CSR dalam Dunia Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Urip, Sri. 2014. *Strategi CSR: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan untuk Peningkatan Daya Saing Perusahaan di Pasar Negara Berkembang*. Tangerang Selatan: Literati-Lentera Hati.
- . 2013. *Bisnis & CSR: Guide to Sustainability: Trend CSR 2013*. Jakarta: Latofi.

### Jurnal

- Anto, M.B. Hendrie & Dwi Retno Astuti. 2008. "Persepsi Stakeholder terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility: Kasus pada Bank Syariah di DIY." *Sinergi: Kajian Bisnis dan Manajemen*. Vol. 10, No. 1, Hlm. 19-30.
- Charolinda. 2006. "Pengembangan Konsep Community Development dalam Kerangka Pelaksanaan Corporate Social Responsibility." *Jurnal Hukum Pembangunan*. Vol. 36, No. 1, Hlm. 86-106.
- Lindrawati; Nita Felicia, dan T.J. Budiando, Th. 2008. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar sebagai 100 Best Corporate Citizens oleh KLD Research & Analytics." *Majalah Ekonomi*, Vol. 18, No. 1, Hlm. 66-83.
- Nasir, Mohammad & Darwin Warisi. 2008. "Penerapan Good Corporate Governance dalam Mewujudkan Corporate Social Responsibility." *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perpajakan*. Vol. 2, No. 1, Hlm. 153-161.
- . 2008. "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) dan Iklim Penanaman Modal di Indonesia." *Jurnal Legislasi Indonesia*. Vol. 5, No. 2, Hlm. 9-20.

### Internet

- "Corporate Social Responsibility", <http://ekoteguh23.blogspot.com/2010/10/corporate-social-responsibility-csr.html>, diakses 20 Januari 2015.
- "Hambatan dalam Penerapan CSR di Indonesia", <http://info-csr.blogspot.com/2008/08/hambatan-dalam-penerapan-csr.html>, diakses 20 Januari 2015.

“Kegiatan CSR di Indonesia Menghadapi Beragam Kendala”, <http://www.amerta.or.id/2014/05/21/kegiatan-csr-di-indonesia-menghadapi-beragam-kendala/>, diakses 20 Januari 2015.

“Permasalahan Dalam Pelaksanaan CSR di Indonesia”, <http://w4nm4p.blogspot.co.id/2013/12/permasalahan-dalam-pelaksanaan-csr-di.html>, Diakses 12 November 2015.

Emanuel, Victor. 2011. “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Antara Ada dan Tiada, 07 Agustus 2011, <http://www.kalimantan-news.com/berita.php?idb=8778>,” diakses 20 Januari 2015.

Kanarisna, “Contoh Praktek Inisiatif CSR di Indonesia”, <https://kanarisma20.wordpress.com/2013/06/22/6-contoh-praktek-inisiatif-csr-di-indonesia/>, diakses 20 Januari 2015.

Rahmatullah, Rahmat. 2015. “Masalah Pengelolaan Program CSR Pada Sektor Pertambangan,” <http://www.rahmatullah.net/2010/05/masalah-pengelolaan-program-corporate.html>, diakses 12 November 2015.

### **Peraturan Perundang-undangan**

UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.