



JURNAL EKONOMI PEMBANGUNAN

Volume 1 No 1 Nopember 2012

JEP

Analisis Konvergensi Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)
Per Kapita Antar kabupaten/kota di Propinsi Lampung
Zulfa Emalia

Dasar Filosofi Ekonomi Bagi Hasil di Masyarakat
(Sebuah Kajian Eksploratif)
Heru Wahyudi

*Factors Affecting Rupiah's Exchange Rate After Implementation
of Floating Rate System*
Nurbetty Herlina Sitorus

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inflasi Dari Sisi Permintaan,
Sisi Penawaran Dan Sisi Eksternal Pendekatan Jangka Panjang
Dan Jangka Pendek (Periode 2000 – 2010)
Thomas Andrian

Pola Konsumsi Rumah Tangga Di Provinsi Lampung
Tahun 2000-2009
Lies Maria Hamzah

Identifikasi Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
(Corporate Social Responsibility/ Csr)
Di Kabupaten Lampung Tengah
Muhammad Husaini

**JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNILA**

Gedung B Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unila
Jl. Soemantri Brojonegoro No 1 Gedongmeneng
Bandar Lampung 35145

Identifikasi Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility/ Csr) Di Kabupaten Lampung Tengah

Oleh: Muhammad Husaini

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah (a) mengidentifikasi program atau kegiatan yang dilaksanakan dunia usaha dalam kaitannya dengan CSR; (b) melakukan analisis terhadap program/kegiatan yang dilaksanakan dunia usaha dalam kaitannya dengan pelaksanaan CSR; serta (c) membuat formulasi dan menyusun rekomendasi kebijakan yang berkaitan dengan pelaksanaan CSR di Kabupaten Lampung Tengah.

Metode yang digunakan adalah dengan melakukan studi literatur dan selanjutnya untuk mengidentifikasi pelaksanaan CSR oleh perusahaan di Kabupaten Lampung Tengah, dilakukan wawancara ke beberapa perusahaan. Untuk melakukan identifikasi persepsi instansi Pemerintah Daerah Kabupaten Lampung Tengah terhadap CSR dilakukan wawancara terhadap beberapa SKPD. Selanjutnya, untuk mengidentifikasi persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan CSR dilakukan wawancara terhadap masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR di Kabupaten Lampung Tengah belum berjalan sebagaimana yang diharapkan. Hal ini diindikasikan oleh berbagai kenyataan berikut:

- CSR baru dilakukan oleh beberapa perusahaan saja,
- Perusahaan masih menganggap CSR adalah sebagai suatu aktifitas pemberian bantuan amal dan kemanusiaan kepada masyarakat;
- Sasaran kegiatannya masih terbatas pada masyarakat di sekitar lokasi perusahaan dan terkadang masih ada hubungan kekeluargaan dengan karyawan/perusahaan;
- Dalam penentuan program/kegiatan dan sasaran, perusahaan tidak melakukan koordinasi dengan Pemerintah Daerah serta tidak berdasarkan pada kebutuhan dan aspirasi masyarakat penerima;
- Belum adanya transparansi yang tercermin dari belum adanya audit eksternal dan pelaporan yang akuntabel terhadap pelaksanaan kegiatan;
- Secara umum masih kurangnya pemahaman SKPD terhadap konsepsi, fungsi dan esensi CSR, juga berimplikasi terhadap kurang variatifnya program/kegiatan yang ditawarkan kepada perusahaan;

Kata kunci: Tanggung jawab Sosial Perusahaan, identifikasi Pelaksasnaannya

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu tujuan pembangunan pada setiap wilayah adalah untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang stabil dan merata bagi seluruh masyarakatnya. Namun demikian, adanya keterbatasan sumberdaya dan sumber dana yang dimiliki, memerlukan keterlibatan berbagai elemen dalam masyarakat agar dapat terwujud tujuan pembangunan yang telah di gariskan. Bukan hanya pemerintah yang harus berandil dalam memajukan masyarakat, tapi sektor privat dan masyarakat itu sendiri mempunyai kewajiban yang sama. Dengan pola pembangunan dari bawah (*buttom up*), setidaknya beban pembangunan yang ada di pemerintah dapat dikurangi.

Salah satu aktor yang berperan penting adalah sektor privat atau bisnis. Hal ini karena praktek bisnis dapat dilihat dari sudut pandang apapun baik dari produksi di hilir hingga hulu, atau dari perlakuan kepada *internal resource* seperti buruh, keluarga buruh maupun *external resource* yang membentang mulai dari masyarakat sekitar industri, konsumen, pemerintah sampai dengan lingkungan, khususnya adanya potensi dampak negatif.

Kabupaten Lampung Tengah sebagai bagian dari wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia tanpa kecuali harus melakukan hal serupa dengan kabupaten-kabupaten lain guna mewujudkan tujuan pembangunan nasional sebagaimana yang telah digariskan di dalam undang-undang. Dalam upaya memotivasi pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan rakyat, Pemerintah Daerah Kabupaten Lampung Tengah seperti halnya daerah-daerah lain, berupaya untuk melakukan investasi di berbagai bidang, baik fisik maupun nonfisik. Untuk mewujudkan tujuan pembangunan tersebut selain melakukan investasi di bidang infrastruktur, Pemerintah Daerah masih mempunyai kewajiban untuk menyelenggarakan pelayan-an dasar seperti pelayanan bidang kesehatan, pendidikan dan kesejahteraan sosial.

Dalam upaya tersebut, Pemerintah Daerah terus mendorong peranan pemangku kepentingan pembangunan untuk memperluas potensi sumber maupun skema pendanaan non-APBD. Sumber pendanaan yang berasal dari non-APBD terutama berasal dari dunia usaha, baik dari dalam maupun luar

negeri. Adalah kenyataan bahwa sumber pendanaan dari dunia usaha tersebut relatif belum banyak dimanfaatkan dalam kegiatan investasi dan belum dikelola secara optimal.

Untuk mengoptimalkan dan memanfaatkan sumber pendanaan yang ada, Pemerintah Daerah terus berupaya dalam meningkatkan koordinasi dan kerjasama dengan dunia usaha secara lebih sistematis, terintegrasi, terarah dan berkesinambungan melalui skema *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan.

Di dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, disebutkan bahwa Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah kewajiban/komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Di Indonesia, pelaksanaan CSR masih belum optimal dan terkoordinasi dengan baik. Hal ini karena persepsi yang keliru dari perusahaan yang menganggap bahwa CSR adalah kegiatan perusahaan dalam memberikan “sumbangan” insidental ke masyarakat, seperti membagikan sembako atau melakukan sunatan massal setahun sekali. Tidak sedikit pula perusahaan yang menjalankan CSR berdasarkan “*copy-paste design*” atau sekedar “menghabiskan” anggaran dan kurang memperhatikan aspirasi serta kebutuhan masyarakat. Akibatnya, beberapa program CSR di satu wilayah menjadi seragam dan seringkali tumpang tindih.

Ini dapat dipahami karena UU yang mengatur CSR di Indonesia belum diikuti oleh petunjuk pelaksanaan yang lebih terperinci dan implementatif. Standar operasional mengenai bagaimana mengevaluasi kegiatan CSR juga masih diperdebatkan. Akibatnya, bukan saja CSR menjadi sulit diaudit, melainkan pula menjadi program sosial yang kompleks. Walhasil, alih-alih memberdayakan masyarakat, CSR malah berubah menjadi *Candu* (menimbulkan ketergantungan pada masyarakat), *Sandera* (menjadi alat masyarakat memeras perusahaan) dan *Racun* (merusak perusahaan dan masyarakat).

Mengacu pada fenomena-fenomena di atas, tulisan ini akan mencoba mengkaji ulang implementasi CSR yang telah dan akan dilakukan oleh dunia usaha di wilayah Kabupaten Lampung Tengah. Diharapkan dengan kajian ini akan dihasilkan suatu rumusan yang dapat menyamakan persepsi dunia usaha/perusahaan dengan Pemerintah Daerah yang sesuai dengan amanat undang-undang.

B. Permasalahan

Di kabupaten Lampung Tengah terdapat beberapa perusahaan menengah dan besar. Perusahaan-perusahaan tersebut telah melaksanakan kegiatan seperti yang diamanatkan oleh undang-undang, yaitu membantu pembangunan di masyarakat. Wujud nyata kegiatan perusahaan tersebut tertuang dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR). Namun demikian pelaksanaan CSR oleh perusahaan-perusahaan tersebut masih berjalan sendiri-sendiri. Melihat kenyataan ini muncul pertanyaan: Apakah pelaksanaan CSR oleh perusahaan di kabupaten Lampung Tengah sudah sejalan dengan rencana pembangunan kabupaten Lampung Tengah baik jangka pendek, menengah, dan panjang ?.

C. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi program atau kegiatan yang dilaksanakan dunia usaha dalam kaitannya dengan CSR.
- b. Melakukan analisis terhadap program/kegiatan yang dilaksanakan dunia usaha dalam kaitannya dengan pelaksanaan CSR.
- c. Membuat formulasi dan menyusun rekomendasi kebijakan yang berkaitan dengan pelaksanaan CSR di Kabupaten Lampung Tengah.

Landasan Teori

A. Konsep, Pengertian, dan Model CSR

Menurut Murray dan Vogel (1997), CSR adalah kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat luas dan lingkungan. Hal ini berarti bahwa usaha sosial

perusahaan atau performa sosial perusahaan dikonsepsikan lebih luas sebagai tugas manajerial untuk mengambil tindakan, melindungi dan mengembangkan kesejahteraan sosial serta sekaligus mendapatkan keuntungan bagi perusahaan. Jadi kegiatan CSR ini pada dasarnya merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat sekaligus sebagai sarana untuk membangun reputasi dan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan.

Menurut Moir (2001), perusahaan mempunyai tanggung jawab tidak hanya terbatas pada pemangku kepentingannya tetapi juga pada cakupan yang lebih luas yang meliputi tenaga kerja, konsumen dan pemasok, lingkungan hidup, masyarakat, etika bisnis dan hak asasi manusia.

Sen dan Bhattacharya (2001) mengidentifikasi enam hal pokok berikut yang termasuk kegiatan CSR:

- a. Dukungan perusahaan pada program pendidikan, kesehatan, kesenian dan sebagainya.
- b. Keanekaragaman: kebijakan perusahaan untuk tidak membedakan konsumen dan calon pekerja dalam hal jender, fisik (cacat), atau kedalam ras-ras tertentu.
- c. Kebijaksanaan perusahaan yang berupa perlindungan kepada tenaga kerja, insentif dan penghargaan serta jaminan keselamatan kerja.
- d. Kebijaksanaan dalam menciptakan lingkungan yang sehat dan aman, mengelola limbah dengan baik, menciptakan produk-produk yang ramah lingkungan dan lain-lain.
- e. Perusahaan bertanggung jawab untuk memberikan hak yang sama bagi masyarakat dunia untuk mendapat kesempatan bekerja antara lain dengan membuka pabrik di luar negeri.
- f. Perusahaan berkewajiban untuk membuat produk-produk yang aman bagi kesehatan, tidak menipu, melakukan riset dan pengembangan produk secara kontinyu dan menggunakan kemasan yang bisa didaur ulang.

Sebuah perusahaan dapat menerapkan salah satu atau seluruh tipe kegiatan CSR tersebut di atas. Persaingan yang ketat membuat perusahaan berharap bahwa kegiatan CSR ini akan membantu perusahaan untuk memberikan nilai lebih bagi pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka pada produk-produk perusahaan.

Sebuah perusahaan dapat menerapkan salah satu atau seluruh bentuk kegiatan CSR tersebut di atas. Persaingan yang ketat membuat perusahaan berharap bahwa kegiatan CSR ini akan membantu perusahaan untuk memberikan nilai lebih bagi pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka pada produk-produk perusahaan.

World Business Council for Sustainable Development on Corporate Social Responsibility (WCBSD) menyatakan bahwa sebagian besar perusahaan menjalankan aktifitas CSR karena mereka percaya bahwa kegiatan CSR akan menciptakan banyak keuntungan, antara lain meningkatkan volume penjualan, meningkatkan reputasi perusahaan, menciptakan loyalitas karyawan dan pelanggan, serta mendapatkan pengakuan dan dukungan dari masyarakat atas isu-isu yang mungkin bisa merugikan perusahaan.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *United States-based Business for Social Responsibility (BSR)*, keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan yang telah mempraktekkan CSR antara lain sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kinerja keuangan.
- b. Mengurangi biaya operasional.
- c. Meningkatkan brand image dan reputasi perusahaan.
- d. Meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan.

International Organization for Standardization (ISO) mengeluarkan draft konsep CSR pada 2010 yang disebut ISO26000 tentang *Guidance on Social Responsibility*. Menurut ISO26000, *Social Responsibility (SR)* atau tanggung jawab sosial berlaku untuk seluruh organisasi.. Menurut ISO26000, SR adalah tanggungjawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang:

- (a) mendukung pembangunan yang berkelanjutan, termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat;
- (b) mempertimbangkan harapan-harapan pemangku kepentingan;
- (c) mematuhi hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta
- (d) terintegrasi secara menyeluruh dalam organisasi dan terkait dengan hal-hal yang mempengaruhinya, seperti pengaruh politik dan ekonomi.

Selanjutnya, prinsip-prinsip pelaksanaan SR oleh sebuah organisasi menurut ISO26000 yaitu (a) akuntabilitas, (b) transparan, (c) perilaku etis, (d) penghormatan terhadap kepentingan-kepentingan pemangku kepentingan, (e) kepatuhan terhadap hukum, (f) ketaatan terhadap norma perilaku internasional dan (d) penghormatan terhadap hak azasi manusia (HAM)..

Dalam pelaksanaan CSR, untuk memenuhi tanggung jawab lingkungan maupun sosial, menurut Saidi dan Abidin (2004), terdapat empat model yaitu:

1. **Langsung:** Perusahaan menjalankan suatu program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara.
2. **Yayasan atau organisasi sosial perusahaan:** Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. Pada umumnya perusahaan atau grupnya menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.
3. **Kemitraan dengan lembaga lain:** Perusahaan dalam menyelenggarakan CSR bermitra dengan lembaga sosial, organisasi non-pemerintah (ornop), instansi pemerintah, universitas, ataupun media massa. Kemitraan ini dilakukan baik dalam mengelola dana maupun melaksanakan kegiatan sosialnya.
4. **Konsorsium:** Berbagai perusahaan mendirikan dan sekaligus menjadi anggota suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Konsorsium atau lembaga sejenisnya dipercayai oleh perusahaan-perusahaan anggotanya untuk melaksanakan kegiatan CSR.

B. Pengaruh CSR Terhadap Keragaan Perusahaan

Sen dan Bhattacharya (2001) melakukan penelitian tentang Reaksi konsumen terhadap CSR. Penelitian ini menggunakan kecocokan, motivasi, koherensi dan pembedaan sebagai variabel input dan sikap, kesadaran, atribut, penyebab pembelian selain harga, harga premium, loyalitas dan ketahanan variabel output. Analisis dilakukan melalui ANOVA dan ANACOVA. Hasil penelitian menunjukkan hal-hal berikut:

- (a) Efek CSR terhadap evaluasi perusahaan: Dengan menggunakan informasi tentang CSR dan produk perusahaan didapatkan hasil bahwa evaluasi total terhadap perusahaan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen terhadap atribut

produk perusahaan secara keseluruhan, akan tetapi aktifitas CSR memberikan nilai tambah pada penilaian masyarakat terhadap perusahaan.

- (b) Efek CSR terhadap perilaku pembelian produk perusahaan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh CSR pada keinginan masyarakat untuk membeli produk perusahaan lebih kompleks daripada pengaruh langsung pada evaluasi perusahaan. Aktifitas CSR perusahaan dapat mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk perusahaan secara langsung dan tidak langsung. Apabila harga dan kualitas produk dianggap relatif sama, konsumen lebih memilih produk dari perusahaan yang menerapkan CSR. Penelitian juga menunjukkan bahwa inisiatif CSR memberikan pengaruh lebih besar secara internal (kesadaran, atribut, sikap dan ketertarikan) daripada secara eksternal (pembelian, loyalitas, ketahanan dan penyebaran berita).

C. Audit dan Pelaporan

Pelaksanaan CSR perlu dilakukan audit, baik audit internal maupun eksternal. Auditor internal adalah mereka yang menjadi pegawai sebuah perusahaan yang bertugas mengaudit sistem kontrol internal perusahaan tersebut, sedangkan auditor eksternal merupakan staf lembaga independen. Walaupun UU No. 40, 2007 menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dilakukan oleh PT, namun demikian sampai saat ini belum ada peraturan pemerintah tentang sistem audit eksternal terhadap kegiatan CSR.

Suharto (2008) menawarkan kerangka audit program CSR yang mengharuskan perusahaan menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur yang tepat dan profesional.

Khusus mengenai aspek lingkungan, audit dan pelaporan pengelolaan lingkungan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia dilaksanakan melalui Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan (PROPER). PROPER dilakukan berdasarkan data dan hasil pemantauan yang telah dilakukan oleh Tim Teknis PROPER Kementerian Negara Lingkungan Hidup, Pemerintah Provinsi, dan Pemerintah Kabupaten/Kota, serta masukan dari berbagai pihak termasuk Dewan Pertimbangan PROPER. Untuk menjamin kualitas dan kredibilitas hasil penilaian

PROPER, proses penilaian kinerja dilakukan melalui berbagai proses, antara lain verifikasi data lapangan, *review* berjenjang, klarifikasi, serta sanggahan dari pihak perusahaan. Dengan berbagai tahapan ini, hasil PROPER dapat dipertanggungjawabkan.

Berbeda dengan aspek tanggung jawab lingkungan, aspek tanggung jawab sosial perusahaan agak sulit untuk dievaluasi. Walaupun demikian, dengan semakin besar tuntutan masyarakat global terhadap CSR, sudah disusun berbagai standard pelaporan CSR yang pada intinya laporan pelaksanaan CSR yang berdasarkan pada konsep *Triple Bottom Line* (P3: *People, Planet* dan *Profit*). Salah satunya adalah Petunjuk Pelaporan Berkelanjutan versi yang ketiga (G3) yang telah dibuat oleh organisasi Global Reporting Initiative (GRI). Prinsip-prinsip dalam menyusun G3 adalah sebagai berikut:

- (a) *Keseimbangan*: Laporan harus mencerminkan aspek-aspek positif dan negatif dari keragaan perusahaan sehingga memungkinkan untuk dilakukan penilaian secara menyeluruh.
- (b) *Perbandingan*: Berbagai isu dan informasi harus diseleksi, dikumpulkan, dan dilaporkan secara konsisten. Laporan harus ditampilkan dalam suatu bentuk yang memungkinkan para pemangku kepentingan dapat menganalisis berbagai perubahan keragaan perusahaan dari waktu ke waktu, serta dapat melakukan perbandingan dengan perusahaan lainnya.
- (c) *Ketepatan*: Informasi yang dilaporkan harus cukup tepat dan terinci sehingga para pemangku kepentingan dapat menilai keragaan perusahaan.
- (d) *Ketepatan waktu*: Laporan dibuat secara reguler dan informasinya tepat waktu sehingga para pemangku kepentingan dapat membuat keputusan yang tepat waktu juga.
- (e) *Kejelasan*: Informasi mudah dipahami dan bisa diakses oleh pemangku kepentingan.
- (f) *Keandalan*: Informasi dan berbagai tahapan dalam penyiapan laporan harus dikumpulkan, direkam, dianalisis dan disajikan pada suatu bentuk yang memungkinkan dilakukan berbagai pengujian dan digunakan untuk peningkatan mutu dan materi laporan.

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Identifikasi Pelaksanaan CSR oleh Perusahaan di Kabupaten Lampung Tengah.
- b. Identifikasi persepsi Instansi Pemerintah Daerah Kabupaten Lampung Tengah terhadap CSR.
- c. Identifikasi persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan CSR.
- d. Analisis perumusan kebijakan yang berkaitan dengan pelaksanaan CSR yang optimal dan berkesinambungan.

B. Metode analisis

Untuk melakukan identifikasi pelaksanaan CSR oleh perusahaan di Kabupaten Lampung Tengah dilakukan wawancara dengan menggunakan kuesioner ke beberapa perusahaan, baik perusahaan yang berlokasi di dalam maupun di luar Lampung Tengah. Perusahaan yang berlokasi di Lampung Tengah yang dipilih yaitu PTPN VII, GGPC, GMP, GPM dan PT Budi Acid Jaya.

Untuk melakukan identifikasi persepsi instansi Pemerintah Daerah Kabupaten Lampung Tengah dilakukan wawancara dengan menggunakan kuesioner terhadap beberapa SKPD berikut:

1. Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura
2. Dinas Pariwisata, Pemuda, Olah Raga serta Seni dan Budaya
3. Kantor Arsip dan Perpustakaan
4. Dinas Penanggulangan Bencana Darurat
5. Dinas Peternakan dan Perikanan
6. Dinas Perindustrian, Promosi, dan Investasi
7. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah
8. Dinas Sosial, Tenaga Kerja dan Transmigrasi
9. Dinas Pertambangan dan Lingkungan Hidup
10. Dinas Kesehatan
11. Dinas Kehutanan dan Perkebunan
12. Dinas Pendidikan
13. Dinas Bina Marga

14. Dinas Cipta Karya

15. Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana

Untuk mengidentifikasi persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan CSR dilakukan wawancara terhadap masyarakat yang berada di sekitar lokasi perusahaan. Selain itu, wawancara juga dilakukan terhadap masyarakat di Kabupaten Lampung Tengah lainnya yang lokasinya tidak berada di dekat lokasi perusahaan. Pertimbangannya adalah golongan masyarakat ini juga berpotensi untuk menjadi sasaran kegiatan pelaksanaan CSR, khususnya bagi perusahaan-perusahaan yang bisnis utamanya adalah *consumer goods*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Keragaan CSR oleh Perusahaan

Berdasarkan hasil survey, secara umum perusahaan menganggap bahwa CSR adalah sebagai aktifitas perusahaan dalam memberikan bantuan amal dan kemanusiaan kepada masyarakat. Manfaat yang dihasilkan dari kegiatan CSR-nya berupa terbinanya hubungan baik dengan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengumpulan berbagai dokumen pelaksanaan CSR oleh berbagai perusahaan di Lampung Tengah terlihat bahwa berbagai jenis kegiatan CSR masih bersifat insidental, kecuali beberapa perusahaan yang melakukan kegiatan yang berhubungan dengan ekonomi produktif, antara lain seperti:

- (a) pemberian order jahitan disertai pelatihan cara menjahit yang dilakukan oleh GGPC,
- (b) bantuan modal kepada pedagang kecil yang dilakukan oleh PT GMP, dan
- (c) bantuan saprodi untuk pengembangan perkebunan klengkeng yang dilakukan oleh PTPN VII.

Tabel 1. Kegiatan CSR yang Dilakukan oleh Beberapa Perusahaan di Kabupaten Lampung Tengah

No	Perusahaan	Janis bantuan	Penerima
1	GGPC	-Pembuatan sumur bor	Desa sekitar perusahaan
		-Pelatihan pembuatan kue, Pelatihan menjahit, Bea siswa	Desa sekitar Perusahaan
		-Hewan Qurban, pembagian sembako, sunatan massal	Desa sekitar perusahaan
		-Memberi order menjahit	Desa sekitar perusahaan
		-Penyediaan air bersih, pengobatan gratis	Desa sekitar perusahaan
		-Pembangunan fasilitas olah raga)	Desa sekitar perusahaan
2	GMP	-Pembangunan fasilitas olah raga	Desa sekitar perusahaan
		-Program bea siswa pendidikan menengah, Wajar Dikdas 9 tahun	Desa sekitar perusahaan
		-Restorasi bantaran sungai Way Pengubuan	Desa sekitar perusahaan
		-Perbaikan prasaran jalan	Desa sekitar perusahaan
		-Pemberian sembako	Desa sekitar perusahaan
		-Pengobatan gratis	Desa sekitar perusahaan
		-Bantuan modal kepada pedagang kecil	Desa sekitar perusahaan
3	PTPN VII	-Pembangunan fasilitas olah raga	Desa sekitar perusahaan
		-Restorasi bantaran sungai Way Pengubuan	Desa sekitar perusahaan
		-Bantuan pengembangan klengkeng	Desa sekitar perusahaan
		-Pemberian bea siswa	Desa sekitar perusahaan
		-Pengobatan gratis oleh dokter perusahaan	Desa sekitar perusahaan
4	GPM	-Restorasi bantaran sungai Way Pengubuan	Desa sekitar perusahaan
		-Pemberian bea siswa, bantuan buku pelajaran, bantuan seragam sekolah	Desa sekitar perusahaan
		-Pemberian sembako, pembagian mainan anak-anak, sumbangan 17 Agustus	Desa sekitar perusahaan
		-Kunjungan ke desa-desa	Desa sekitar perusahaan
		-Pembangunan/rehabilitasi Gedung sekolah	Desa sekitar perusahaan
		-Merujuk pasien ke RS Bandar Lampung dan Jakarta	Desa sekitar perusahaan
5	Budi Acid Jaya	-Bantuan hewan Qurban, sumbangan 17 Agustus	Desa sekitar perusahaan

Sumber: Hasil wawancara dan berbagai dokumen perusahaan

Tabel 1 menunjukkan bahwa, kecuali Budi Acid Jaya, sebagian besar perusahaan telah melakukan kegiatan yang variatif, meliputi (a) bidang infrastruktur berupa pembangunan jalan dan jembatan; (b) bidang pendidikan

dan olah raga berupa pemberian beasiswa kepada murid dan guru, tambahan gaji guru honor, bantuan buku dan seragam sekolah, pembangunan dan rehabilitasi sekolah, serta pembangunan stadion olah raga; (c) bidang kesehatan, kegiatan yang dilakukan berupa pengobatan gratis oleh dokter perusahaan di *Medical Center* perusahaan, pemberian rujukan ke RS di Bandar Lampung dan Jakarta; z(d) bidang lingkungan hidup, kegiatan yang dilakukan berupa restorasi bantaran sungai dan pembangunan sumur bor; (e) bidang sosial, kegiatan yang dilakukan berupa pemberian sumbangan bencana, bantuan hewan kurban, pembagian sembako, sumbangan untuk kegiatan 17 Agustus, pasar murah menjelang Idul Fitri dan sunatan massal.

Berdasarkan aspek sasaran kegiatan, pada umumnya masih terbatas kepada masyarakat di sekitar lokasi perusahaan. Selain itu, umumnya kelompok sasaran kegiatan ini masih ada hubungan keluarga dengan para pekerja perusahaan, atau terkesan hanya untuk orang dalam. Di samping itu, bila dilihat dari skala kegiatan yang dilakukan, umumnya masih relatif kecil.

Pengorganisasian kegiatan CSR pada umumnya telah dilakukan dengan baik di PT GGPC, PT GMP dan PT GPM karena sudah masuk dalam manajemen perusahaan, yakni dilakukan oleh divisi Hubungan Masyarakat (*Public Relation*). Pada PT Budi Acid Jaya, kegiatan CSR ditentukan oleh groupnya, yaitu PT Sungai Budi yang berlokasi di Bandar Lampung.

Terkait dengan model pelaksanaan kegiatan CSR, pada umumnya perusahaan-perusahaan melaksanakannya secara langsung ke sasaran kegiatan dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Lain halnya dengan PTPN VII, kegiatan CSR dilaksanakan melalui yayasan yang dibentuknya.

Dalam penentuan program/kegiatan, pada umumnya perusahaan tidak melakukan koordinasi dengan Pemerintah Daerah. Begitu juga dengan kegiatan audit dan pelaporan, mereka belum melaporkan realisasi pelaksanaan program kegiatan CSR yang dilakukan kepada publik ataupun Pemerintah Daerah, sehingga pertanggungjawaban keuangannya menjadi tidak jelas dan transparan.

Terhadap pelaksanaan CSR ke depan, sebagian perusahaan berharap bahwa Pemerintah Daerah tidak perlu campur tangan, terutama dalam hal pengelolaan dana. Khusus terhadap berbagai kegiatan yang memerlukan

pengetahuan dan keahlian tertentu, mereka berharap Pemerintah Daerah dapat menyediakan tenaga ahli yang diperlukan. Selanjutnya ditambahkan bahwa Pemerintah Daerah dapat menjadi fasilitator bagi pembentukan Organisasi Pengelolaan CSR yang independen agar pelaksanaan CSR ke depan menjadi lebih terarah dan transparan serta jumlah perusahaan yang berpartisipasi dalam pelaksanaan CSR menjadi lebih banyak.

Dari hasil survey dan wawancara tersebut di atas, beberapa hal dapat dijadikan pokok bahasan. Terkait dengan motivasi perusahaan dalam melakukan aktivitas CSR, diharapkan tidak hanya karena alasan sosial, namun lebih ditingkatkan lagi dengan alasan ekonomi dan alasan hukum. Dengan alasan ekonomi, motivasi perusahaan dalam melakukan CSR tetap berujung pada keuntungan. Perusahaan melakukan program CSR untuk menarik simpati masyarakat dengan membangun image positif bagi perusahaan yang tujuan akhirnya tetap pada peningkatan profit.

Untuk alasan hukum, perusahaan harus melaksanakan program CSR sesuai yang diamanatkan dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Pasal 74) dan Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal (Pasal 15 dan 34). Implikasi dari undang-undang ini adalah bahwa CSR menjadi suatu kewajiban perusahaan apabila perusahaan tidak melaksanakan program CSR, maka konsekuensinya akan dikenakan sanksi sesuai peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Selanjutnya mengacu pada ISO26000, perusahaan-perusahaan dalam mengimple-mentasikan CSR sebaiknya melakukan berbagai kegiatan yang berupa pengejawantahan tanggung jawab mereka pada berbagai dampak yang diakibatkan dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan. Walaupun kegiatan sumbangan (*philanthropy*) yang banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan berdampak positif terhadap masyarakat, namun perlu diingat bahwa kegiatan ini jangan digunakan oleh perusahaan sebagai pengganti dalam melibatkan para pemangku kepentingannya atau menangani dampak negatif dari berbagai keputusan dan kegiatannya.

Salah satu komponen utama *Social Responsibility* (SR), menurut ISO26000, adalah aspek lingkungan. Berbagai isu utama dalam menangani aspek lingkungan adalah pencegahan polusi, penggunaan sumberdaya yang berkelanjutan, mitigasi dan adaptasi perubahan iklim, serta pelestarian lingkungan dan restorasi habitat alami.

Komponen utama CSR lainnya adalah keterlibatan dan pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat ini pada dasarnya merupakan kegiatan terencana dan kolektif dalam memperbaiki kehidupan masyarakat yang dilakukan melalui program peningkatan kapasitas orang, terutama kelompok lemah atau kurang beruntung agar mereka memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dasarnya; mengemukakan gagasan; melakukan pilihan-pilihan hidup; melaksanakan kegiatan ekonomi; menjangkau dan memobilisasi sumber; serta berpartisipasi dalam kegiatan sosial.

Meskipun pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan terhadap semua kelompok atau kelas masyarakat, namun pada umumnya pemberdayaan dilakukan terhadap kelompok masyarakat yang dianggap lemah atau kurang berdaya yang memiliki karakteristik lemah atau rentan dalam hal atau aspek (Suharto, 2006):

- (a) Fisik orang dengan kecacatan atau kemampuan khusus.
- (b) Orang yang mengalami masalah personal dan penyesuaian diri.
- (c) Orang yang tidak memiliki pekerjaan, pendapatan, modal dan aset yang mampu menopang kehidupannya.
- (d) Orang yang mengalami diskriminasi dikarenakan status sosial, gender, etnis, orientasi seksual dan pilihan politiknya.

Pemberdayaan dapat dilakukan antara lain melalui program-program pelatihan, pemberian modal usaha, perluasan akses terhadap pelayanan sosial dan peningkatan kemandirian. Proses pemberdayaan diarahkan agar kelompok lemah tersebut memiliki kemampuan atau keberdayaan. Keberdayaan disini bukan saja dalam arti fisik dan ekonomi, melainkan pula dalam arti psikologis dan sosial seperti (Suharto, 2006):

- (a) memiliki sumber pendapatan yang dapat menopang kebutuhan diri dan keluarganya,

- (b) mampu mengemukakan gagasan di dalam keluarga maupun di depan umum,
- (c) memiliki mobilitas yang cukup luas, pergi keluar rumah atau wilayah tempat tinggalnya,
- (d) berpartisipasi dalam kehidupan sosial, serta
- (e) mampu membuat keputusan dan menentukan pilihan-pilihan hidupnya.

Proses pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan melalui beberapa tahapan mulai dari menentukan populasi atau kelompok sasaran; mengidentifikasi masalah dan kebutuhan kelompok sasaran; merancang program kegiatan dan cara-cara pelaksanaan-nya; menentukan sumber pendanaan; menentukan dan mengajak pihak-pihak yang akan dilibatkan; melaksanakan kegiatan atau mengimplementasi-kan program; hingga memonitor dan mengevaluasi kegiatan.

Kegiatan-kegiatan pemberdayaan biasanya dilakukan secara berkelompok dan terorganisir dengan melibatkan beberapa strategi, seperti pendidikan dan pelatihan keterampilan hidup, ekonomi produktif, dan perawatan sosial; penyadaran dan perubahan sikap dan perilaku; advokasi: pendampingan dan pembelaan hak-hak klien; serta aksi sosial berupa sosialisasi, kampanye, demonstrasi, kolaborasi, kontes atau perubahan kebijakan publik agar lebih responsif terhadap kebutuhan kelompok sasaran. Berbeda dengan kegiatan bantuan sosial karitatif yang dicirikan oleh adanya hubungan "patron-klien" yang tidak seimbang, maka pemberdayaan masyarakat dalam program CSR didasari oleh pendekatan yang partisipatoris, humanis dan emansipatoris yang berpijak pada beberapa prinsip sebagai berikut:

- (a) Bekerja bersama berperan setara.
- (b) Membantu rakyat agar mereka bisa membantu dirinya sendiri dan orang lain.
- (c) Pemberdayaan bukan kegiatan satu malam.
- (d) Kegiatan diarahkan bukan saja untuk mencapai hasil, melainkan juga agar menguasai prosesnya.
- (e) Agar berkelanjutan, pemberdayaan jangan hanya berpusat pada komunitas lokal, melainkan pula pada sistem sosial yang lebih luas termasuk kebijakan sosial.

Terkait dengan model/pola pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan di Kabupaten Lampung Tengah yaitu secara langsung dan melalui yayasan yang dibentuk perusahaan, umumnya sudah cukup baik. Namun demikian, khusus terhadap sasaran kegiatan (masyarakat penerima), hendaknya tidak hanya kepada masyarakat sekitar perusahaan saja (zona produksi), melainkan dapat diperluas lagi ke zona-zona distribusi dan zona-zona konsumsi.

Pembentukan organisasi pengelola CSR, atau semacam konsorsium dapat dilakukan. Hal ini terutama diharapkan dapat membuat program CSR menjadi lebih terarah, terprogram dengan baik, lebih transparan, terjamin keberlanjutannya serta dapat mendorong keikutsertaan perusahaan-perusahaan lain yang selama ini belum terlibat/melaksanakan program CSR.

Keberadaan konsorsium tersebut terutama diarahkan untuk melaksanakan program-program CSR yang penting-penting saja atau program yang skala pendanaannya tergolong besar, misalnya program pembangunan fasilitas olah raga yang saat ini sedang berlangsung, atau program pemberian beasiswa kepada 1.000 siswa berprestasi dan siswa kurang mampu, serta pengembangan perekonomian masyarakat. Untuk program-program CSR yang tergolong dalam skala kecil, tidak perlu dikelola oleh konsorsium, namun cukup dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan dengan berkoordinasi dengan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) terkait.

Model konsorsium dalam pelaksanaan kegiatan CSR, khususnya dalam pengembangan perekonomian masyarakat, merupakan model alternatif yang berpotensi untuk dilaksanakan berdasarkan berbagai pertimbangan berikut:

- (a) Banyak pilihan jenis usaha pada berbagai sektor yang berpotensi dilaksanakan oleh masyarakat. Pada sektor pertanian, contohnya adalah penggemukan ternak, pengembangan berbagai jenis tanaman perkebunan yang diusahakan atau dibutuhkan oleh perusahaan. Pada sektor industri, contohnya adalah pengembangan industri kecil bahan-bahan bangunan, seperti genteng dan paving block yang salah satu kemungkinan pasarnya adalah berbagai perusahaan. Pada sektor jasa, contohnya pengembangan jasa perbengkelan, termasuk pengembangan bengkel untuk kendaraan dan alat-alat yang digunakan oleh perusahaan.

- (b) Dana yang dibutuhkan cukup besar khususnya dana untuk modal yang biasanya berupa kredit. Di pihak lain, tiap perusahaan mempunyai dana yang terbatas. Dalam hal ini konsorsium dapat membentuk modal ventura yang dananya bisa dikumpulkan dari iuran perusahaan-perusahaan anggota konsorsium.
- (c) Modal ventura (konsorsium) dapat mengefisensikan biaya pelaksanaan, khususnya efisiensi dalam berbagai jenis biaya tetap.
- (d) Perusahaan bisa menjadi penjamin bagi para peminjam. Hal ini bisa mengatasi masalah kurangnya atau bahkan tidak adanya agunan bagi para calon peminjam yang kondisi ekonominya lemah.
- (e) Modal ventura ini sebaiknya berbadan hukum, bisa berbentuk perseroan terbatas ataupun koperasi. Hal ini untuk menghindari potensi anggota konsorsium yang kemungkinan akan mengingkari komitmennya.

Untuk mengatasi lemahnya koordinasi pelaksanaan CSR selama ini, Pemerintah Daerah hendaknya juga melakukan revitalisasi terhadap Forum Pengembangan Ekonomi Daerah yang salah satu subjek bahasannya adalah pelaksanaan CSR. Forum ini hendaknya terdiri dari pemimpin-pemimpin perusahaan yang berdomisili di Kabupaten Lampung Tengah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), tokoh-tokoh masyarakat serta Pemerintah Daerah. Agar lebih efektif pertemuan hendaknya dilakukan minimal 4 (empat) bulan sekali atau tiga kali dalam setahun.

Terkait lemahnya sistem akuntabilitas pelaksanaan CSR, perusahaan dapat melakukan audit internal yang dilakukan oleh perusahaan atau audit eksternal yang dilakukan lembaga di luar perusahaan.

Adanya sistem pelaporan yang akuntabel dalam pelaksanaan CSR, mutlak dilakukan oleh perusahaan minimal satu tahun sekali, baik kepada Pemerintah Daerah terlebih lagi kepada publik melalui laporan tahunan perusahaan maupun media massa, baik cetak maupun elektronik.

Di sisi lain Pemerintah Daerah dapat menerapkan sistem *reward and punishment*. Pemberian penghargaan antara lain berupa piagam penghargaan kepada perusahaan yang telah melakukan program/kegiatan CSR, atau memasukkan pelaksanaan CSR tersebut dalam Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (Lakip) dan Laporan Keterangan Pertanggungjawaban

(LKPJ) Kepala Daerah setiap tahun. Terhadap perusahaan-perusahaan yang tidak atau belum melaksanakan program CSR, Pemerintah Daerah tidak perlu ragu-ragu memberikan teguran baik lisan maupun tertulis atau sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

B. Persepsi SKPD tentang CSR

Dalam pelaksanaan CSR Pemerintah Daerah yang diwakili oleh Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) memegang peranan yang sangat penting, terutama dalam pembinaan kepada perusahaan-perusahaan dalam bentuk pengarahan program, penentuan sasaran, serta monitoring dan evaluasi.

Hasil survey menunjukkan bahwa secara umum pemahaman SKPD terhadap CSR masih kurang. Umumnya SKPD tahu akan pengertian CSR, namun pemahaman yang mendalam terhadap konsepsi, fungsi dan esensi CSR, masih sangat terbatas, sehingga implikasinya terhadap usulan program/kegiatan yang dapat dilaksanakan melalui CSR kurang variatif dan terkesan monoton dan ragu-ragu. Kegiatan CSR yang diusulkan SKPD dari tahun ke tahun umumnya tidak mengalami perubahan yang signifikan. Terhadap kelompok sasarannya, hampir tidak ada pergiliran.

Hasil survey juga menunjukkan bahwa secara umum SKPD kurang melakukan pendekatan atau koordinasi dengan pihak perusahaan. Hal ini menyebabkan pelaksanaan CSR oleh perusahaan menjadi kurang terarah, dan tidak termonitor dengan baik, dan terkesan berjalan sendiri-sendiri. Terhadap perusahaan-perusahaan baik yang telah maupun belum melaksanakan CSR, hampir tidak ada pembinaan sama sekali.

Menganggapi kondisi masih lemahnya pemahaman SKPD terhadap konsepsi, substansi dan esensi CSR, Pemerintah Daerah hendaknya segera melaksanakan beberapa kegiatan berikut:

- (a) Melaksanakan sosialisasi kepada seluruh SKPD tentang peran dan fungsi CSR, manfaat, legalitas, program, sistem audit dan pelaporan CSR.
- (b) Mengirimkan staf SKPD terkait dalam rangka *capacity building* untuk mengikuti pelatihan, kursus, lokakarya, seminar, simposium ataupun diskusi, baik yang dilaksanakan di dalam daerah maupun di luar daerah.
- (c) Secara berkala diadakan *Focus Group Discussion* (FGD) yang dilaksanakan/ dikoordinir oleh Asisten Bidang Ekonomi dan Pembangunan dengan

melibatkan perusahaan-perusahaan pelaksana, masyarakat, dan SKPD terkait.

Terhadap masih kurangnya SKPD dalam melakukan pendekatan dan koordinasi dengan perusahaan-perusahaan, SKPD harus segera merubah sikap ini menjadi lebih proaktif. SKPD selama ini bersikap ragu-ragu dan setengah hati untuk melaksanakan koordinasi dalam bentuk mengajukan usulan program maupun pembinaan kepada perusahaan karena menganggap bahwa pelaksanaan CSR oleh perusahaan adalah suatu bentuk bantuan amal dan bantuan sosial perusahaan kepada masyarakat sekitarnya, sehingga program CSR diasumsikan akan menjadi beban perusahaan.

Pada kenyataannya tidaklah demikian. SKPD harus lebih aktif melakukan pembinaan dan pendekatan kepada perusahaan dan harus lebih berani dalam mengajukan usulan sebab program CSR merupakan kewajiban perusahaan. Hal ini didukung oleh UU No.40 tahun 2007 pasal 74 ayat 1–4 yang secara jelas menyebutkan bahwa Perseroan Terbatas yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumberdaya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (ayat 1). Selanjutnya pada ayat 2, 3, dan 4 disebutkan bahwa CSR dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Perseroan yang tidak melakukan CSR dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan,

Beberapa alasan mengapa koordinasi perlu dilaksanakan oleh SKPD antara lain: (1) agar tidak terjadi tumpang tindih kegiatan antara SKPD dan CSR perusahaan, (2) agar sasaran CSR menjadi lebih terarah, (3) agar CSR berjalan sesuai dengan aspirasi dan kebutuhan masyarakat, (4) adanya sinkronisasi program antara CSR perusahaan dengan dokumen-dokumen perencanaan Pemerintah Daerah seperti Rencana Strategis SKPD dan Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Kabupaten.

C. Persepsi Masyarakat Terhadap Keberadaan Perusahaan dan CSR

Hasil survey menunjukkan bahwa pada umumnya responden (masyarakat) berpendapat bahwa keberadaan perusahaan di lingkungan tempat tinggal mereka cukup bermanfaat. Alasannya karena perusahaan menciptakan lapangan kerja, memperlancar transportasi dan memberi bantuan. Sebagian kecil

responden menilai keberadaan perusahaan kurang bermanfaat karena merusak lingkungan, menimbulkan polusi udara, menimbulkan kebisingan, dan bahkan menciptakan kesenjangan sosial di masyarakat.

Berkaitan dengan program bantuan (CSR) yang diberikan oleh perusahaan, pada umumnya masyarakat penerima bantuan terlebih dahulu mendapatkan informasi dari kepala desa. Biasanya bantuan tersebut diberikan langsung kepada masyarakat di balai desa, setelah melalui pendataan oleh kepala desa. Adakalanya bantuan tersebut diambil langsung oleh masyarakat di perusahaan. Untuk mengambil bantuan tersebut, masyarakat harus menunjukkan bukti dari desa. Mekanisme pemberian bantuan lainnya adalah bantuan langsung melalui kepanitiaan, misalnya sumbangan 17 Agustus, sumbangan hewan Qurban, dan perayaan hari-hari besar lainnya. Jika dilihat dari waktu pelaksanaannya, bantuan yang diberikan perusahaan bersifat insidentil. Contoh kegiatan seperti pembagian sembako, pengobatan gratis, dan tunjangan hari raya.

Untuk kegiatan yang bersifat produktif, mekanisme pemberian bantuannya dilakukan melalui kelompok usaha. Sebagai contoh, bantuan modal kepada usaha jahit-menjahit disampaikan kepada kelompok penjahit. Dalam hal ini, sebelum bantuan disalurkan, masyarakat sasaran harus membentuk kelompok terlebih dahulu.

Meskipun berbagai bantuan telah diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat, namun sebagian masyarakat menganggap bantuan yang diberikan belum sesuai/tepat sasaran. Karena perusahaan dalam menentukan jenis kegiatan belum berdasarkan pada aspirasi dan kebutuhan masyarakat, melainkan hanya didasari oleh keinginan dari perusahaan sendiri. Sebagai contoh, kebutuhan masyarakat adalah bantuan modal kerja, namun perusahaan memutuskan untuk membangun prasarana jalan desa. Dalam hal ini perusahaan menilai bahwa dengan lancarnya transportasi, perekonomian masyarakat desa akan semakin berkembang.

Adanya perbedaan ini, masyarakat berharap agar perusahaan hendaknya melakukan Penjaringan Aspirasi Masyarakat (Jaring Asmara) terlebih dahulu guna mengidentifikasi kebutuhan masyarakat sehingga tersusun prioritas utama kebutuhan masyarakat.

Bila kita cermati, harapan masyarakat tersebut sesuai dengan saran ISO26000 dalam pelaksanaan CSR, di mana disebutkan bahwa salah satu prinsip dalam pelaksanaan CSR adalah penghormatan terhadap kepentingan pemangku kepentingan. Masyarakat yang terkena dampak dengan adanya keberadaan perusahaan haruslah dipandang sebagai salah satu pemangku kepentingan perusahaan. Berdasarkan prinsip ini, selanjutnya ISO26000 menyarankan bahwa salah satu praktek yang mendasari pelaksanaan kegiatan CSR adalah identifikasi dan keterlibatan pemangku kepentingan perusahaan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

- (1) Pelaksanaan CSR di Kabupaten Lampung Tengah belum berjalan sebagaimana yang diharapkan. Hal ini diindikasikan oleh berbagai kenyataan berikut:
 - CSR baru dilakukan oleh beberapa perusahaan saja.
 - Perusahaan masih menganggap CSR adalah sebagai suatu aktifitas pemberian bantuan amal dan kemanusiaan kepada masyarakat.
 - Termotivasi hanya karena alasan sosial dan bersifat insidental. .
 - Dalam penentuan program/kegiatan dan sasaran, perusahaan tidak melakukan koordinasi dengan Pemerintah Daerah serta tidak berdasarkan pada kebutuhan dan aspirasi masyarakat penerima.
 - Belum adanya transparansi yang tercermin dari belum adanya audit eksternal dan pelaporan yang akuntabel terhadap pelaksanaan kegiatan.
- (2) Secara umum Pemerintah Daerah belum melakukan pembinaan dan koordinasi secara optimal kepada perusahaan-perusahaan, yang ditunjukkan oleh kurangnya peranan SKPD dalam penentuan kegiatan, sasaran maupun arah dalam pelaksanaan CSR. Disamping itu kurangnya pemahaman SKPD terhadap konsepsi, fungsi dan esensi CSR, juga berimplikasi terhadap kurang variatifnya program/kegiatan yang ditawarkan kepada perusahaan.
- (3) Pada umumnya masyarakat di sekitar perusahaan yang menjadi sasaran kegiatan, menilai bahwa program/kegiatan CSR sangat bermanfaat,

walaupun terkadang bantuan yang diterima tidak sesuai dengan apa yang mereka butuhkan.

B. Rekomendasi

- (1) Pemerintah Kabupaten Lampung Tengah harus dapat mengoptimalkan pelaksanaan CSR oleh perusahaan-perusahaan yang berada dalam wilayah administrasinya. Hal ini karena CSR merupakan salah satu sumber pendanaan alternatif di luar APBD guna mempercepat proses pembangunan yang pada akhirnya akan bermuara pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Lampung Tengah
- (2) Komitmen perusahaan terhadap CSR harus lebih ditingkatkan lagi. CSR harus dipandang bukan hanya sekedar “kedermawanan perusahaan”, melainkan suatu kewajiban. Pembentukan organisasi pengelola CSR yang independen, yang difasilitasi Pemerintah Daerah dapat dilakukan agar pelaksanaan CSR lebih terarah, terkoordinasi dan mendorong perusahaan-perusahaan lain yang selama ini belum berpartisipasi. Selanjutnya agar manfaat CSR dapat dinikmati secara merata oleh masyarakat, hendaknya perusahaan memperluas kelompok sasaran, baik terhadap lokasi maupun sektor. Demikian juga dalam menentukan program, dan sasaran, perusahaan hendaknya meningkatkan koordinasi dengan Pemerintah Daerah melalui SKPD terkait dan atau terlebih dahulu melakukan penjangkaran Aspirasi Masyarakat.
- (3) Untuk mengoptimalkan pelaksanaan CSR oleh perusahaan, Pemerintah Daerah perlu melakukan hal-hal berikut:
 - Pemerintah Daerah agar menerapkan sistem *reward and punishment*. Pemberian penghargaan antara lain berupa piagam penghargaan kepada perusahaan yang telah melakukan kegiatan CSR, atau memasukkan realisasi pelaksanaan CSR tersebut dalam *Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (Lakip)* dan *Laporan Keterangan Pertanggungjawab-an (LKPJ)* Kepala Daerah setiap tahun. Terhadap perusahaan-perusahaan yang tidak atau belum melaksanakan program CSR, Pemerintah Daerah tidak perlu ragu-ragu memberikan teguran atau sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

- Menggerakkan SKPD agar lebih aktif dalam melakukan pembinaan dan pendekatan kepada perusahaan. Usulan program dari SKPD harus lebih berani dan variatif sebab program CSR merupakan kewajiban perusahaan
- Menanggapi kondisi masih lemahnya pemahaman SKPD terhadap konsepsi, substansi dan esensi CSR, Pemerintah Daerah hendaknya segera (a) melaksanakan sosialisasi kepada seluruh SKPD tentang peran dan fungsi CSR, manfaat, legalitas, program, sistem audit dan pelaporan CSR, (b) mengirimkan staf SKPD terkait untuk mengikuti pelatihan, kursus, lokakarya, seminar, simposium ataupun diskusi tentang CSR, (c) melakukan secara berkala *Focus Group Discussion* (FGD) yang dilaksanakan/dikoordinir oleh Asisten Bidang Ekonomi dan Pembangunan dengan melibatkan perusahaan-perusahaan pelaksana, masyarakat, dan SKPD terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Global Reporting Initiative (2006). Sustainability Reporting Guidelines Wibisono, 2007.
- Hill, Ronald Paul dan Becker–Olsen, Karen L., 2005, *The Impact of Perceived Corporate Social Responsibility on Consumer Behavior. Journal of Business Research* (2005:46).
- International Organization for Standardization. 2010. Guidance on social responsibility
- Michael E. Potter and Mark R. Kramer, 2005. Strategy and Society. The link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility
- Moir, L. (2001), "What do we mean by corporate social responsibility?", *Corporate Governance*, Vol. 1 No. 2, pp. 16-22.
- Murray, K.B. dan Vogel, C.M. (1997) 'Using a Hierarchy-of Effects Approach to Gauge the Effectiveness of Corporate Social Responsibility to Generate Goodwill Toward the Firm: Financial versus Non financial Impacts'. *Journal of Business Research*. Vol. 38, 141-159

Olsen, Karen L. Becker dan Ronald Paul Hill, 2005, *Center for Responsible Business Working Paper Series*, 2005, *The Impact of Perceived Corporate Social Responsibility on Consumer Behavior*, (Online), (<http://www.haas.berkeley.edu/responsiblebusiness/conference/documents/HillandBecker-Olsen-SocialResponsibilityMetricsConference.pdf>, diakses tanggal 4 September 2007).

Permeneq BUMN No.Per-05/MBU/2007 Tentang BUMN

Sen, Sankar dan Bhattacharya, C. B. (2001), "Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility. *Journal of Marketing Research* (2001:225).

Suharto, Edi, 2008, Mengapa CSR Penting?, Makalah Disampaikan pada Seminar Dua Hari CSR (*Corporate Social Responsibility*): *Strategy, Management and Leadership*, Intipesan, di Hotel Aryaduta Jakarta 13-14 February 2008.

Suwandi, Iman Mulyana Dwi, 2009, Citra Perusahaan: Seri Manajemen Pemasaran, diterbitkan pada WWW.e-iman.uni.cc, diakses dari www://google.com, Desember 2009.

Swa-Sembada (2005). Konsep-konsep CSR. Monday, December 19th, 2005. <http://swa.co.id/2005/12> dibuka pada 15 Oktober, 2010.

The Chritical of Philanthropy (2010). <http://philanthropy.com/section/Corporate-Giving/449/>, dibuka pada 1 Desember 2010.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 40, 2007 tentang Perseroan Terbatas.

UU No. 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Wibisono, Yusuf. 2007. ***Membedah Konsep & Aplikasi CSR***. Gresik, Indonesia: Fascho Publishing.