

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Nilam Sari (EM 22102570), Putri Juliana (EW 22100061)
Universitas Pandanaran

ABSTRAKSI

Dalam kegiatan usaha perusahaan, sebagai pelaku bisnis perusahaan memiliki tanggung jawab untuk membangun hubungan yang harmonis terhadap masyarakat yang berada disekitar lingkungan operasi perusahaan itu. Perusahaan dikatakan memiliki etika dalam bisnis apabila dalam menjalankan usahanya memiliki tanggung jawab moral terhadap masyarakat yang ada di lingkungan perusahaan khususnya dan masyarakat luas pada umumnya. Bahkan perusahaan memiliki tanggung jawab untuk ikut mengatasi permasalahan yang timbul di masyarakat yang terdampak karena aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Perusahaan yang melaksanakan CSR/Corporate Soscial Responsibility akan lebih terpandang di mata masyarakat dibandingkan dengan perusahaan yang sama sekali tidak memiliki kepedulian padahal perusahaan tersebut memperoleh laba dari pembelian produk atau jasa yang dilakukan oleh masyarakat.

Kata kunci : corporate, social, responsibility

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Secara historis, tanggung jawab sosial ini telah ada sejak jaman dahulu. Dalam Kode Hammurabi terdapat 282 hukum yang berisi sanksi terhadap pengusaha yang lalai dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya. Salah satu contoh adalah pengusaha harus menjaga kenyamanan dalam menjalankan bisnis usahanya. Jika terjadi ketidaknyamanan bahkan menyebabkan kematian, pengusaha tersebut bisa dikenai sanksi berat.

Penggunaan istilah *Corporate Social Responsibility* dimulai sejak tahun 1970an setelah John Elkington mengemukakan tiga komponen penting untuk *Sustainable Development* yaitu, *economic growth, environmental protection, dan social equity*, yang digagas juga oleh *The World Commission on Environment and Development (WCED)* dalam Brundtland Report. Yang selanjutnya ditegaskan kembali menjadi 3 (tiga) fokus yaitu *profit, people and planet*. Yang selanjutnya

dideskripsikan bahwa perusahaan yang baik adalah perusahaan yang tidak hanya mengejar keuntungan/profit bagi dirinya akan tetapi sekaligus perusahaan juga peduli terhadap keberlangsungan lingkungan /planet dan kemaslahatan masyarakat/people. (hestanto personal website, 2020).

Tanggung jawab sosial ini merupakan strategi bisnis jangka panjang perusahaan untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi yang bersamaan dalam peningkatan kualitas hidup, pelestarian lingkungan dan kesejahteraan rakyat secara lebih luas. Tanggung jawab sosial merupakan proses untuk mengevaluasi stakeholder dan tuntutan lingkungan serta mengimplementasikan dalam bentuk program sosial.

PEMBAHASAN

Corporate Social Responsibility

Menurut Carroll dalam (Unang,2011) CSR, adalah bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar, meliputi beberapa aspek yaitu aspek ekonomi, hukum, etika serta kontribusi pada isu sosial. Dari konsep Carroll dalam (Unang,1979) menunjukkan bahwa setiap perusahaan dalam bentuk kegiatannya CSR, harus melihat beberapa aspek karena dari beberapa aspek yang dikemukakan oleh Carroll itu bersifat memberikan kontribusi dalam kepedulian dan pengembangan terhadap beberapa aspek yang telah dijelaskan oleh Carroll.

Menurut Bowem, CSR adalah kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan, yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat. CSR menurut World Business Council For Sustainable Development (WBCSD) maka CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi pada komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup karyawan beserta seluruh keluarganya.

Pada hakekatnya CSR, merupakan tanggung jawab yang wajib dimiliki perusahaan terhadap komunitas yang berkaitan dengan operasional bisnis sehingga perusahaan harus mengidentifikasi kelompok-kelompok stakeholder

dan menggabungkan kebutuhan serta kepentingan mereka dalam proses pembuatan keputusan operasional dan strategis. Secara umum CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan (stakeholders) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan serta bagaimana memberikan pengaruh terhadap bidang ekonomi, sosial maupun lingkungan (Widenta,2011).

Sejarah *Corporate Social Responsibility*/CSR

Sejarah Tanggung jawab Sosial dunia terbagi atas beberapa fase. Untuk fase pertama pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada masyarakat bermula di Amerika Serikat sekitar tahun 1900 atau lebih dikenal sebagai permulaan abad ke-19. Pada waktu itu Amerika sedang dalam pertumbuhan yang begitu pesat, ditandai dengan banyaknya perusahaan-perusahaan raksasa yang muncul dan hidup berdampingan dengan masyarakat. Pada saat itu, banyak perusahaan besar menyalahgunakan kuasa mereka dalam hal diskriminasi harga, menahan buruh dan perilaku lainnya yang menyalahi moral kemanusiaan. Dengan kata lain, banyak perusahaan yang berbuat semena-mena terhadap masyarakat.

Fase kedua CSR tercetus pada tahun 1930-an. Dimana pada waktu ini banyak protes yang muncul dari masyarakat akibat ulah perusahaan yang tidak mempedulikan masyarakat sekitarnya. Segala sesuatu hanya diketahui oleh perusahaan. Ditambah kenyataan bahwa pada saat itu telah terjadi resesi dunia secara besar-besaran yang mengakibatkan pengangguran dan banyak perusahaan yang bangkrut. Pada masa ini dunia berhadapan dengan kekurangan modal untuk input produksinya. Buruh terpaksa berhenti bekerja, pengangguran sangat meluas dan merugikan pekerjaanya. Saat itu timbul ketidakpuasan terhadap sikap perusahaan yang tidak bertanggung jawab terhadap pekerjaanya karena perusahaan hanya diam dan tidak bisa berbuat apa-apa. Menurut masyarakat pada masa ini perusahaan sama sekali tidak memiliki tanggung jawab moral. Menyadari kemarahan masyarakat muncul beberapa perusahaan yang meminta maaf kepada

masyarakat dan memberi beberapa jaminan kepada para karyawannya yang dipecat.

Tujuan CSR

Tujuan dari CSR adalah :1) untuk meningkatkan citra perusahaan, biasanya secara implisit, asumsi bahwa perilaku perusahaan secara fundamental adalah baik, 2) untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial di antara organisasi dan masyarakat, 3) untuk memberikan informasi kepada investor (Saputri, 2011). Trevino dan Nelson mengkonsepkan CSR sebagai piramid yang terdiri dari tiga macam tanggung jawab yang harus dipertimbangkan secara berkesinambungan, yaitu hukum, etika dan berperikemanusiaan.

Bentuk Corporate Social Responsibility

Bentuk ataupun karakteristik CSR yang baik adalah sebagai berikut :

1. CSR seharusnya adalah kegiatan yang melebihi kepatuhan terhadap undang-undang yang berlaku.
2. CSR seharusnya dapat menghasilkan dampak semi permanen untuk perusahaan dan masyarakat.
3. CSR harus menghitung dan menimbang kepentingan pemangku kepentingan (stakeholders) di dalam dan di luar perusahaan.
4. CSR harus berisikan sistem goverment yang sesuai, bersamaan dengan transportasi dan tanggung jawab

Program CSR bisa saja menjadi suatu program yang sangat membantu masyarakat sekitar atau untuk perusahaan tersebut. Dimanapun dengan adanya program CSR ini bisa mempermudah permasalahan atau kesulitan yang dialami perusahaan dan masyarakat. Sedangkan untuk korporat, program CSR ini dapat memberikan citra perusahaan yang layak di mata konsumen dan masyarakat.

Berikut ini adalah beberapa perusahaan besar yang mengerti keadaan lingkungan sekitar dan melakukan program CSR, antara lain yaitu:

a. Danone (Aqua Mineral Water)

Danone menjalankan program CSR yang dinamakan dengan program *WASH* (*Water, Acces, Sanitation, Hygiene* Program) yang mempunyai arti Air, Akses, Sanitasi, Kebersihan. Yang mempunyai tujuan untuk melakukan peningkatan kesejahteraan lingkungan dan berkontribusi secara aktif dan berkelanjutan untuk penyediaan solusi pada masalah yang berhubungan dengan sistem air di Hindia Belanda. Program ini sangat baik dinamakan “1 Liter Aqua untuk 10 Liter Air Bersih”

b. PT. Pertamina

Pertamina memiliki komitmen untuk menjalankan program CSR-nya melalui peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) di Indonesia dengan cara pelaksanaan program yang aman difasilitasi pencapaian target, membangun hubungan yang sangat baik dan konstruktif dengan seluruh pemegang kepentingan (stakeholders) untuk memberikan dukungan tindakan tujuan perusahaan, utamanya dalam membangun nama perusahaan.

c. PT. Sinda Budi Sentosa (Larutan Cap Badak)

PT. Sinda Budi Sentosa menjalankan program CSR dengan melakukan pelestarian lingkungan mamalia perissodactyl di daerah Jawa di Taman Ujung Kulon. Program ini bekerja sama antara Sinda dan WWF Indonesia. Bahwa Sinda memberikan dana yang diperoleh dari hasil penjualannya untuk mendukung program konservasi mamalia perissodactyl/ badak bercula satu di Ujung Kulon. (Ganteng, S., 2020).

Manfaat CSR

Manfaat CSR terbagi menjadi 4 yakni manfaat bagi perusahaan, masyarakat, lingkungan hidup, dan pemerintah.

Manfaat CSR bagi Perusahaan :

- Membantu perusahaan untuk meningkatkan citra baik perusahaan di mata masyarakat.
- Menjadi media promosi gratis yang memperkuat *personal branding* perusahaan.
- Meningkatkan nilai perusahaan dan membedakan perusahaan dengan kompetitor.
- Berpotensi menjalin link kerja sama yang saling menguntungkan dengan berbagai pihak.

Manfaat CSR bagi Masyarakat

Untuk masyarakat, adanya program CSR bisa membantu mereka dalam meningkatkan kualitas SDM. Bahkan menciptakan lapangan kerja baru yang bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan. Bahkan beberapa perusahaan melaksanakan CSR dengan cara memberikan beasiswa kepada siswa maupun mahasiswa, membantu korban bencana alam, menjadi donatur pada lembaga sosial, dan menjadi sponsor untuk even – even yang mendukung kegiatan mahasiswa.

Manfaat CSR bagi Lingkungan Hidup

Kontribusi aktif perusahaan dalam CSR dapat membantu pelestarian lingkungan dan budaya melalui berbagai kegiatan yang positif. Misalnya, melakukan penghijauan untuk mengurangi polusi udara dengan menanam pohon sehingga dapat menghasilkan oksigen, memperbaiki saluran air, memperbaiki jalan, menyediakan air bersih, membangunkan taman untuk masyarakat sekitar perusahaan dan sebagainya.

Manfaat CSR bagi Pemerintah

Keberadaan program CSR turut membantu pemerintah dalam mengurangi masalah sosial, seperti pencemaran lingkungan, pengangguran, kemiskinan,

kurangnya fasilitas kesehatan, dan pendidikan. Dengan kata lain, program CSR turut berperan dalam memajukan bangsa dan negara.

PENUTUP

Simpulan

Corporate Social Responsibility/CSR merupakan tanggung jawab moral bagi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat yang tidak terbatas hanya pada konsumen saja, tapi semua pihak yang terkait baik langsung ataupun tidak langsung. Perusahaan perlu memperhatikan keberlangsungan hidup masyarakat yang terkait dan terdampak atas aktivitas usaha yang dijalankan. Perusahaan harus menyadari bahwa tanpa masyarakat yang mendukung aktivitas perusahaan, tanpa dukungan karyawan, tanpa dukungan pemerintah maka perusahaan tidak akan mampu menjaga kelangsungan hidupnya.

Saran

Perusahaan perlu transparan untuk mengungkapkan kepada publik tentang bentuk dan implementasi atas program tanggung jawab sosial yang akan dan telah mereka lakukan dengan tujuan agar masyarakat dapat memanfaatkannya. Kegiatan publish CSR kepada masyarakat ini akan mendukung eksistensi atau keberlangsungan hidup perusahaan sebagai perusahaan yang bercitra dan memiliki etika dalam bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

AMRI,, N. (2020). *Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. [online] Informasi Tentang Dunia Akuntansi. Available at: <https://www.e-akuntansi.com/pengungkapan-corporate-social-responsibility/> [Accessed 5 Des 2022].

Ganteng, S. (2020). *Pengertian Csr, Fungsi, Manfaat, Tujuan, Bentuk, Contoh Terlengkap*. [online] Onoini.com. Available at: https://www.onoini.com/pengertian-csr/#Bentuk_CSR [Accessed 5 Des 2022].

Hestanto personal website. (2020). *Konsep CSR (Corporate Social Responsibility)*. [online] Available at: <https://www.hestanto.web.id/konsep-csr/> [Accessed 5 Des 2022].

Zulkifli, A.(2020). *Sejarah Tanggungjawab Sosial Perusahaan atau History of Corporate Social Responsibility / DR. Arif Zulkifli Nasution*. [online] DR. Arif Zulkifli Nasution. Available at: <https://bangazul.com/sejarah-tanggungjawab-sosial-perusahaan-atau-history-of-corporate-social-responsibility/> [Accessed 5 Des 2022].

&rarr ; L. (2020). *LATAR BELAKANG CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN COMMUNITY DEVELOPMENT DI BIDANG PERTAMBANGAN*. [online] Barito Raya's Blog. Available at: <https://antoniuspationom.wordpress.com/2009/07/19/latar-belakang-corporate-social-responsibility-dan-community-development-di-bidang-pertambangan/> [Accessed 5 Des 2022].