

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSATAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Terdapat penelitian yang telah dilakukan adanya hubungan dengan pertanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dalam pengembangan masyarakat. Berikut ini merupakan penelitian terdahulu yang mempunyai hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini :

##### **2.1.1 Nanda Ayu Titofianti 2013**

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh saudara Nanda Ayu Titofianti adalah implementasi CSR oleh PT. BRI Tbk. Kantor Unit Porong yang berfokus pada program Bina Lingkungan berupa Program BRI Peduli Pasar Rakyat (PESAT) yang telah dilaksanakan di Pasar Porong. Hal tersebut telah dibuktikan dengan adanya pelengkapan sarana dan prasana yang dibutuhkan oleh pasar dan pengelolaan *waste management* yaitu pengelolaan sampah dengan baik. Ada juga program CSR yang diselenggarakan oleh PT BRI Unit Porong, program kemitraan yang dimana bentuk penyaluran Pinjaman Kemitraan pada masyarakat. Metode penelitian ini deskriptif kualitatif, jenis data yang digunakan adalah data primer, merupakan data yang diperoleh dari wawancara (*interview*) terhadap Kepala BRI Unit Porong.

Persamaan : Dalam penelitian ini adalah adanya metode yang dilakukan dengan cara melakukan deskripsi terhadap fenomena yang ada dan kemudian pula

juga peneliti melakukan analisis guna menjelaskan fenomena yang terjadi yang didalamnya.

Perbedaan : Penelitian terdahulu memakai objek perbankan dan peneliti memakai objek perusahaan dibidang telekomunikasi, dan penelitian ini tidak memakai data dokumentasi untuk memperkuat terhadap penerapan CSR.

### **2.1.2 Nike Agustina 2010**

Penelitian yang dilakukan oleh Nike Agustina adalah peran CSR PT. Pertamina Hulu Energy WMO dalam pengembangan masyarakat tidak hanya sebagai pihak perusahaan yang melakukan pembiayaan atau permodalan terhadap usaha kecil menengah tetapi sebagai suatu pemberdayaan potensi guna menunjang peningkatan produktifitas dan kesejahteraan ekonomi. Metode deskriptif kualitatif dipilih sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah *interview* (wawancara), dan *observasi* (pengamatan, *participant observer technique*). *Interview* (wawancara) teknik analisis data penelitian ini adalah mendeskripsikan kebijakan CSR dari PT. Pertamina Hulu Energy WMO di Kecamatan Gresik, mendeskripsikan perkembangan masyarakat yang mendapatkan bantuan dari PT. Pertamina Hulu Energy WMO kemudian menganalisis kebijakan CSR PT. Pertamina Hulu Energy WMO terhadap kesejahteraan masyarakat yang menerima bantuan dari program tersebut.

Persamaan : Dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat metode penelitian yang sama-sama menggunakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan metode kualitatif deskriptif.

Perbedaan : Penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, pada penelitian ini peneliti menggunakan kebijakan pengembangan masyarakat dalam PT Telkom Indonesia Tbk Surabaya dan penelitian terdahulu menggunakan peran CSR PT Pertamina Hulu Energy WMO dalam pengembangan masyarakat di Kecamatan Gresik.

### **2.1.3 Andi Mapisangka (2009)**

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Andi Mapisangka adalah Implementasi program CSR diarahkan pada tercapainya peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat. Sejak awal berdiri, komitmen PT. BIC Batam dalam menjaga keseimbangan dan keharmonisan hubungan dengan masyarakat sangat kuat. Hal ini dibuktikan dengan serangkaian kegiatan sosial ke masyarakatan yang dicanangkan perusahaan mendapatkan apresiasi yang positif dari masyarakat. Berdasarkan analisis statistik yang dilakukan dapat diketahui seberapa besar pengaruh CSR PT. BIC dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hasil dari peneliti saudara Andi ini berhasil menerapkan program-program CSR PT. BIC yang sudah tersebar berbagai aktivitas utamanya seperti : kesehatan, pendidikan, kemiskinan, sosial, agama, infrastruktur, dan lingkungan hidup.

Persamaan : Dalam penelitian ini adalah metode ini dilakukan dengan cara melakukan deskripsi terhadap fenomena yang ada dan kemudian melakukan analisis guna menjelaskan fenomena yang terjadi yang didalamnya.

Perbedaan : Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Mandi Mapisangka adalah Metode penelitian yang akan digunakan adalah deskriptif dan analitik dengan pendekatan *crosssectional*. Penggunaan desain bertujuan untuk menggambarkan pengaruh di antara berbagai variabel *corporatesocial responsibility goal, corporate socialissues, dan corporate relation program* terhadap kesejahteraan masyarakat. Sedangkan penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif deskriptif wawancara dalam kebijakan pengembangan masyarakat.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Pentingnya Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Beberapa macam teori yang telah menerapkan atau menjelaskan pentingnya penerapan CSR (*corporate social responsibility*) bertujuan untuk melaksanakan suatu organisasi atau perusahaan yang diantaranya adalah sebagai berikut :

#### **a. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)**

Stakeholder adalah semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. *Stakeholder is a group oran individual who can affect, or be affected by, the success orfailure of an organization* (Luk, Yau, Tse, Alan, Sin, Leo, dan Raymond, dalam Nor Hadi. 2011 : 93). Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti :

pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga diluar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. Hal pertama mengenai teori *stakeholder* adalah bahwa *stakeholder* adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui dari sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. Hal ini berlaku untuk kedua varian teori stakeholder, varian pertama berhubungan langsung dengan model akuntabilitas.

*Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk responsibilitas dan akuntabilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap stakeholdernya. Sifat dari akuntabilitas itu ditentukan dengan hubungan antara *stakeholder* dan organisasi. Varian dari kedua teori *stakeholder* berhubungan dengan pandangan Trekers (1983) dalam Achmad (2007) mengenai *empirical accountability*. Teori *stakeholder* mungkin digunakan dengan ketat dalam suatu organisasi arah terpusat (*centered-wayorganization*). Robert (1992) menyatakan bahwa adanya pengungkapan sosial perusahaan merupakan sarana yang sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan *stakeholder-nya*. Perusahaan harus lebih bisa menjaga hubungan dengan *stakeholder-nya* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan stakeholder-nya, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas

operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghazali, 2007).

**b. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi. 2011:87). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Teori legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*) (O'Donovan, dalam Nor Hadi. 2011:87).

Nor Hadi (2011:88) berpendapat bahwa legitimasi merupakan “...a system-oriented view of organization and society ...permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organisation, the state, individuals and group”. Definisi tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat.

Achmad (2007) menyatakan bahwa adanya organisasi yang menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi. Hal tersebut untuk menghadapi kegagalan kinerja perusahaan (seperti kecelakaan yang serius atau skandal keuangan organisasi mungkin:

- 1) Mencoba untuk mendidik stakeholdernya tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerjanya.
- 2) Mencoba untuk merubah persepsi stakeholder terhadap suatu kejadian(tetapi tidak merubah kinerja aktual organisasi).
- 3) Mengalihkan (memanipulasi) perhatian dari masalah yang menjadi perhatian (mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif yang tidak berhubungan dengan kegagalan-kegagalan).
- 4) Mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerjanya.

Teori legitisasi dalam bentuk umumnya memberikan pandangan penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan. Kebanyakan inisiatif utama pengungkapan sosial perusahaan bisa ditelusuri pada satu atau lebih strategi legitisasi yang disarankan oleh Lindblom. Sebagai misal, kecenderungan umum bagi pengungkapan sosial perusahaan untuk menekankan pada poin positif bagi perilaku organisasi dibandingkan dengan elemen yang negatif.

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

Definisi CSR menurut “*International Finance Corporation*“ Komitmen dunia bisnis usaha untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan. CSR (*Program Corporate*

*Social Responsibility*) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang baru. Undang-undang ini disahkan dalam sidang paripurna DPR. Dengan adanya Undang-undang ini, industri atau korporasi-korporasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan merupakan suatu beban yang memberatkan. Perlu diingat pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Industri dan korporasi berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup. Kini dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi keuangan, sosial, dan aspek lingkungan biasa disebut (*Triple bottom line*) sinergi tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan.

ISO 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility* , mendefinisikan CSR sebagai berikut : “tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (draft 3. 2007).

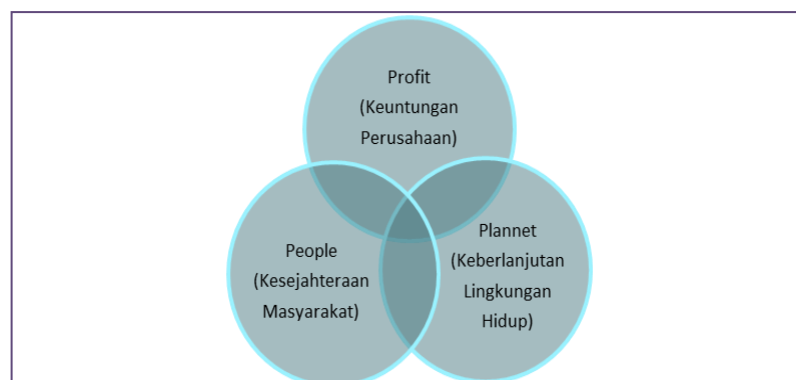


### 2.2.3 Prinsip Dasar Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Suharto (2006) mengemukakan tiga prinsip dasar CSR yang disebut konsep 3P atau *triple bottom line*, yaitu:

1. *Profit*. Perusahaan harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus berkembang.
2. *People*. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.
3. *Plannet*. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, pengembangan pariwisata (*ekotourism*), dan lain-lain.

Untuk lebih jelas memahami konsep *triple bottom line* CSR, lihat Gambar 2.1



Gambar 2.1 *Triple bottom lines* dalam CSR.

#### 2.2.4 Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan

Menurut Achmad (2007) laporan tanggung jawab sosial merupakan sebuah aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun di lingkungan. Laporan tersebut menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan (*annual report*) yang dipertanggung jawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program sosial dan lingkungan perseroan yang dilaksanakan selama tahun buku berakhir (Nor Hadi, 2011:206). Sedangkan menurut Darwin dalam Fr. Reni (2006), pertanggung jawaban sosial perusahaan adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders* yang melebihi tanggung jawab organisasi dibidang hukum.

Darwin dalam Fr. Reni (2006) mengatakan bahwa *Corporate Sustainability Reporting* terbagi menjadi tiga kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan Zhegal dan Ahmed dalam Fr. Reni (2006) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu:

- 1) Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
- 2) Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi.

- 3) Praktik bisnis yang wajar, meliputi pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.
- 4) Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
- 5) Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi.

Grey et al. (1995) dalam Fr.Reni (2006) mengatakan bahwasifat dan volume pelaporan mengenai pertanggung jawaban sosial perusahaan bervariasi antar waktu dan antar negara, hal ini disebabkan isu-isu yang dipandang penting oleh satu negara mungkin akan menjadi kurang penting bagi negara lain. Lewis & Unerman (1999) dalam Fr.Reni (2006) mengatakan bahwa variasi pelaporan tersebut disebabkan oleh budaya atau norma yang berlaku pada masing-masing negara.

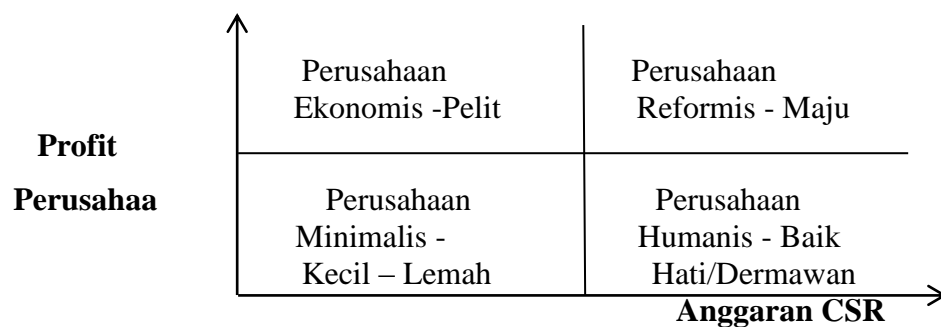
Pertanggung jawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya didalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004 dalam Anggraini, 2006). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya. Dengan begitu telah digunakan dua pendekatan untuk

sedikitnya ada delapan kategori perusahaan. Perusahaan ideal memiliki kategori reformis dan progresif. Tentu saja dalam kenyataannya, kategori tersebut telah bisa saling bertautan dengan sendirinya.

1. Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR:
  - a. Perusahaan Minimalis. Perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR yang rendah. Perusahaan kecil dan lemah biasanya termasuk kategori ini.
  - b. Perusahaan Ekonomis. Perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi, namun anggaran CSR-nya rendah. Perusahaan yang termasuk kategori ini adalah perusahaan besar, namun pelit.
  - c. Perusahaan Humanis. Meskipun profit perusahaan rendah, proporsi anggaran CSRnya relatif tinggi. Perusahaan pada kategori ini disebut perusahaan dermawan atau baik hati.
  - d. Perusahaan Reformis. Perusahaan ini memiliki profit dan anggaran CSR tinggi. Perusahaan seperti ini memandang CSR bukan sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk lebih maju (Gambar 2.2).

**Gambar 2.2**

**Kategori Perusahaan Berdasarkan Profit Perusahaan dan Anggaran CSR**



Sumber : Suharto (2007)

2. Berdasarkan tujuan CSR: apakah untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat:
- Perusahaan Pasif. Perusahaan yang menerapkan CSR tanpa tujuan jelas, bukan untuk promosi, bukan pula untuk pemberdayaan, sekadar melakukan kegiatan karitatif. Perusahaan seperti ini melihat promosi dan CSR sebagai hal yang kurang bermanfaat bagi perusahaan.
  - Perusahaan Impresif. CSR lebih diutamakan untuk promosi daripada untuk pemberdayaan. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan "tebar pesona" daripada "tebar karya".
  - Perusahaan Agresif. CSR lebih ditujukan untuk pemberdayaan daripada promosi. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan karya nyata daripada tebar pesona.
  - Perusahaan Progresif. Perusahaan menerapkan CSR bertujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan. Promosi dan CSR dipandang sebagai kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu-sama lain bagi kemajuan perusahaan (Gambar 2.3).



Sumber : Suharto (2007)

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

Kemauan baik perusahaan untuk melaksanakan atau menjalankan beberapa program atau kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan memberdayakan masyarakat dari sisi perusahaan jelas agar operasional berjalan lancar tanpa gangguan. Jika hubungan antara perusahaan dan masyarakat tidak mesra, bisa dipastikan ada masalah dari pelaksanaan program CSR belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat (Hendrik Budi Untung, 2008, pp. 6-7). Hal ini disebabkan oleh minimnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaan CSR. Dari uraian tersebut beberapa manfaat CSR bagi perusahaan antara lain:

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
- g. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
- j. Peluang mendapatkan penghargaan

## **2.2.6 Bentuk Tanggung Jawab Sosial**

Menurut Rudito (2007:210-212) membagi kegiatan program yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam konteks tanggung jawab sosialnya ke dalam tiga bentuk, yaitu:

### **2.2.6.1 Public Relation**

Bentuk ini lebih menekankan pada penanaman persepsi tentang perusahaan kepada komunitas, dengan cara membuat suatu kegiatan sosial sehingga menanamkan image bahwa perusahaan yang bersangkutan telah menyisihkan sebagian dari keuntungannya untuk kegiatan sosial. Pada dasarnya kegiatan atau usaha ini menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan komunitas, khususnya menanamkan sebuah persepsi yang baik mengenai perusahaan terhadap komunitas.

### **2.2.6.2 Strategi Defensif**

Bentuk ini biasanya dijalankan oleh perusahaan guna menangkis anggapan negatif komunitas luas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan terhadap karyawannya dan biasanya untuk melawan serangan negatif dari anggapan komunitas yang sudah terlanjur berkembang.

2.2.6.3 Keinginan tulus untuk melakukan kegiatan yang baik, yang benar-benar berasal dari visi perusahaan itu. Bentuk ini merupakan bentuk keinginan tulus dari suatu perusahaan dalam kegiatan tanggung jawab sosialnya, yang didorong dan berkaitan erat dengan kebudayaan

perusahaan yang berlaku sehingga kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan sudah tersirat dalam etika yang ada pada perusahaan tersebut.

### **2.2.7 Implementasi pola Corporate Social Responsibility**

Dalam menjalankan aktivitas CSR tidak ada standar atau praktik-praktik tertentu yang dianggap terbaik. Setiap perusahaan memiliki karakteristik dan situasi yang unik yang berpengaruh terhadap bagaimana mereka memandang tanggung jawab sosial. Dan setiap perusahaan memiliki kondisi yang beragam dalam hal kesadaran akan isu berkaitan dengan CSR serta beberapa banyak hal yang telah dilakukan dalam hal mengimplementasikan pendekatan CSR. Implementasi CSR yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan sangat bergantung kepada misi, budaya, lingkungan dan profil risiko, serta kondisi operasional masing masing perusahaan. Pelaksanaan CSR dapat dilaksanakan menurut prioritas yang didasarkan pada ketersediaan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Meskipun tidak terdapat standar atau praktik-praktik tertentu yang dianggap terbaik dalam pelaksanaan CSR, namun kerangka kerja (*framework*) yang luas dalam pengimplemantasian CSR masih dapat dirumuskan, yang didasarkan pada pengalaman dan juga pengetahuan dalam bidang seperti manajemen lingkungan. Kerangka kerja yang disodorkan oleh industri Kanada dapat dijadikan panduan. Kerangka kerja ini mengikuti model "*plan, do, check, improve*" dan bersifat fleksibel, artinya dapat disesuaikan dengan kondisi yang dihadapi oleh masing-masing perusahaan. (A.B. Susanto, 2007).



### **2.2.8 Konsep Pengembangan Masyarakat (*Community Development*)**

Mengatasi tragedi pengembangan masyarakat tidak bisa dilakukan melalui perbaikan-perbaikan Pengembangan masyarakat secara parsial. Melainkan, memerlukan perumusan dan pengembangan *flatform* kebijakan dalam tataran yang lebih luas dan holistik. Perumusan Kebijakan Sosial yang tepat merupakan strateginya. Kebijakan Sosial adalah salah satu bentuk dari kebijakan publik. Kebijakan Sosial merupakan ketetapan pemerintah yang dibuat untuk merespon isu-isu yang bersifat publik, yakni mengatasi masalah sosial atau memenuhi kebutuhan masyarakat banyak.

Kebijakan Sosial diwujudkan dalam tiga kategori, yakni perundang-undangan, program pelayanan sosial, dan sistem perpajakan Suharto (2008). Berdasarkan kategori ini, maka dapat dinyatakan bahwa setiap perundang-undangan, hukum atau peraturan daerah yang menyangkut masalah dan kehidupan sosial adalah wujud dari Kebijakan Sosial. Namun, tidak semua Kebijakan Sosial berbentuk perundang-undangan. Dalam perspektif yang lain, hukum bisa juga dipisahkan dari kebijakan. Hukum dipandang sebagai fondasi atau landasan konstitusional bagi Kebijakan Sosial. Dalam konteks ini, kebijakan dirumuskan berdasarkan amanat konstitusi. Di Indonesia, sebagai ilustrasi, Kebijakan Sosial yang berkaitan dengan program-program pembangunan kesejahteraan, seperti rehabilitasi sosial, jaminan sosial, perlindungan sosial dan pemberdayaan sosial dirumuskan dengan merujuk pada UU No. 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial.

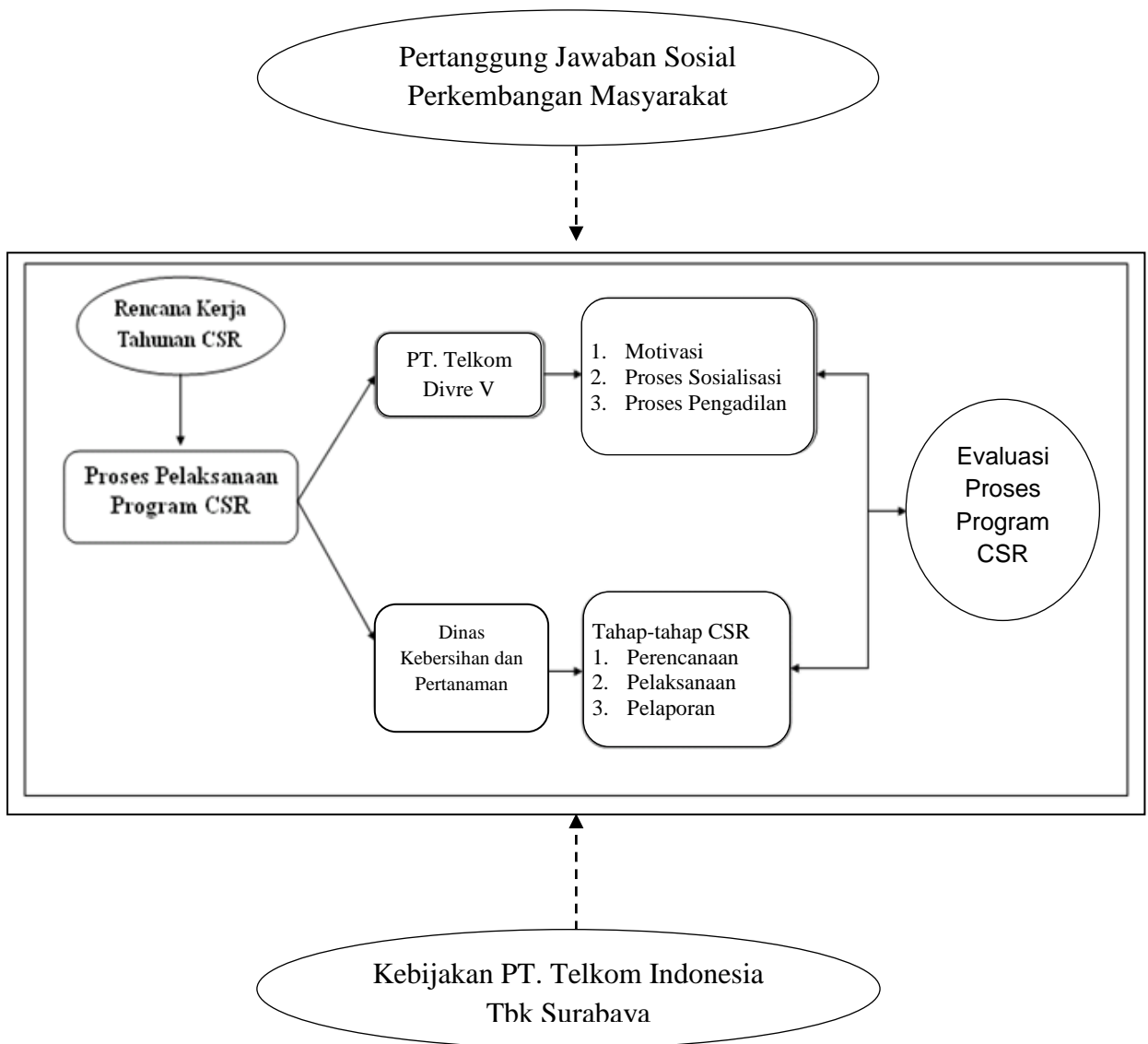
Menurut Suharto (2009) Kebijakan Sosial memiliki peran yang sangat menentukan keberhasilan program Pengembangan Masyarakat sangat perlu memperhatikan pentingnya partisipasi publik yang kuat. Dalam konteks ini, peranan perumus atau pembuat kebijakan seringkali diwujudkan bukan sebagai pendamping yang berfungsi sebagai penyembuh atau pemecah masalah (*problem solver*) secara langsung. Melainkan, sebagai aktor yang memungkinkan terciptanya lingkungan kondusif, sistem yang adil, dan program-program sosial yang holistik, termasuk memungkinkan terjadinya penguatan partisipasi rakyat dalam proses perencanaan, implementasi, maupun monitoring serta evaluasi program pengembangan masyarakat

### **2.2.9 Corporate Social Responsibility (CSR) dalam BUMN**

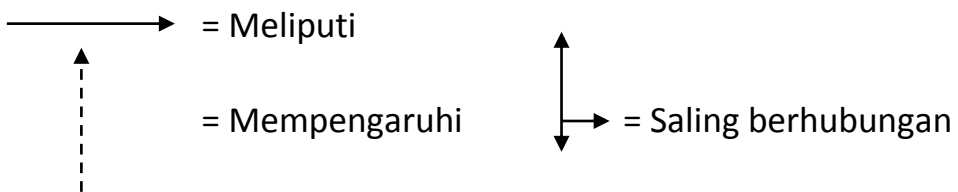
Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan salah satu pelaku ekonomi dalam perekonomian nasional Wibisono (2007). Terkait dengan hal tersebut, BUMN memiliki peran dalam menghasilkan barang dan atau jasa yang diperlukan dalam rangka mewujudkan kemakmuran bagi rakyat. Selain itu, BUMN juga memiliki peran strategis sebagai pelaksana pelayanan publik, penyeimbang kekuatan swasta besar, serta turut membantu pengembangan usaha kecil atau koperasi. Sebagai salah satu pelaku bisnis, BUMN dituntut untuk dapat menghasilkan laba seperti pada perusahaan bisnis lainnya. Akan tetapi di sisi lain BUMN juga dituntut untuk berfungsi sebagai alat pembangunan nasional dan berperan sebagai institusi sosial (Wibisono, 2007). Menurut Undang-Undang No. 19 tahun 2003 sebagai ketentuan perundangan terbaru mengenai BUMN, maka

dikenal dua bentuk badan usaha milik negara yaitu perusahaan perseroan (Persero) dan perusahaan umum (Perum). Persero merupakan bentuk BUMN yang berbentuk perseroan terbatas yang modalnya terbagi dalam saham yang seluruhnya atau paling sedikit 51% sahamnya dimiliki negara dan bertujuan utama untuk mencari keuntungan. Perum merupakan BUMN yang seluruh modalnya dimiliki negara dan tidak terbagi atas saham, yang bertujuan untuk kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan atau jasa sekaligus mengejar keuntungan. Terkait dengan tanggung jawab sosialnya, maka peran sosial BUMN antara lain dituangkan melalui keputusan Menteri BUMN Nomor: Kep-236/MBU/2003. Dalam keputusan tersebut dinyatakan bahwa dalam rangka mendorong kegiatan dan pertumbuhan ekonomi kerakyatan serta terciptanya pemerataan pembangunan melalui perluasan lapangan kerja, kesempatan berusaha dan pemberdayaan masyarakat, perlu ditingkatkan partisipasi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk memberdayakan dan mengembangkan kondisi ekonomi, kondisi sosial masyarakat dan sekitarnya, melalui Program Kemitraan BUMN dengan usaha kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL).

2.3 Kerangka Pemikiran



Keterangan :



**Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran**

Pada penelitian ini akan dilakukan pada informasi yang diperoleh oleh PT. Telkom Indonesia Tbk Surabaya yaitu pertanggung jawaban sosial dalam pengembangan masyarakat kota Surabaya. Pada perusahaan telekomunikasi di PT. Telkom Indonesia Tbk mempunyai program yang dimana mempunyai suatu tujuan atau visi dan misi yang bisa menjadi keuntungan dari masyarakat, dari pengembangan kebijakan CSR inilah masyarakat sekitar membutuhkan dalam bentuk kepedulian sosial. Pada dasarnya kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan PT. Telkom Indonesia Tbk Surabaya tidak terlepas dari komitmen perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan yang mempertimbangkan prinsip *triple bottom lines* yaitu aspek lingkungan (*planet*), sosial-masyarakat (*people*), dan ekonomi (*profit*).

Pertanggung jawaban pengembangan masyarakat yang ramah lingkungan pada dinas kebersihan dan pertanaman adalah salah satu dari kepedulian sosial perusahaan telekomunikasi kepada Dinas Kebersihan dan Pertanaman yang membutuhkan bantuan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat di bidang sarana dan prasarana ramah lingkungan yang ada di kota Surabaya, maka kebijakan pada PT. Telkom Indonesia Divre V Tbk Surabaya dan penerapan pengembangan masyarakat pada lingkungan yang mempengaruhi dan direncanakan oleh kerja tahunan CSR yang awalnya PT. Telkom Indonesia Tbk mempunyai laba dari penyisihan perusahaan bagian pemerintah. Dana tersebut dipergunakan untuk memprogram atau kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), setelah itu perencanaan kerja tahunan di perusahaan telekomunikasi ini akan mempengaruhi adanya proses program pelaksanaan CSR.

Program pelaksanaan CSR meliputi PT. Telkom Indonesia Divre V Tbk Surabaya dan Dinas kebersihan dan lingkungan. PT. Telkom meliputi motivasi yang peduli terhadap lingkungan dan ingin berbagai dengan masyarakat sekitarnya dalam bentuk kepedulian sosial yang ada di kota Surabaya. Sebelum proyek dijalankan ditanyakan terlebih dahulu kepada dinas kebersihan dan lingkungan bahwa PT. Telkom melakukan program CSR di lingkungan tersebut disetujui atau tidak disetujui dengan Dinas Kebersihan dan Pertanaman. Proses pengolahan PT. Telkom Indonesia Divre V Tbk Surabaya tidak semua ditunjuk untuk melakukan program CSR ada saat departement yang ditunjuk oleh pusat yang ada di Bandung dalam mengelolah atau menyalurkan PKBL atau CSR yaitu *Community Devalopment Center* .

Dalam Dinas Kebersihan dan Pertanaman Surabaya ada tahap-tahap CSR yang dilakukan oleh pihak PT. Telkom yang meliputi tahap perencanaan. Tahap perencana yang dilakukan PT. Telkom harus berkoordinasi terlebih dahulu dengan yang mengelolah dinas kebersihan Surabaya apakah diterima dengan baik atas program yang di program oleh PT. Telkom. PT. Telkom Indonesia Divre V Tbk Surabaya pada tahap perencanaan tidak terlepas dari anggaran yang sudah ditentukan. Setelah berkoordinasi dan anggaran yang sudah direncanakan maka dibuat tahap pelaksanaan. PT. Telkom Indonesia Divre V Tbk Surabaya merencanakan pertanggung jawaban sosial perusahaan (CSR) pada *Community Devalopment Center* Surabaya bertemu dengan petugas Dinas Kebersihan dan Pertanaman. Tahap terakhir yaitu pelaporan dimana proses ini menjelaskan bawasannya pelaksanaan program tersebut sudah di laksanakan dengan

berjalannya sesuai alur yang sudah direncanakan sebelumnya. Proses ini ada dua kemungkinan yang dilaporkan kepada pihak PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk pusat Bandung yaitu sebagai pemberi tanggung jawab sosial perusahaan akan dilaporkan ke PT. Telkom Indonesia Divre V Tbk Surabaya yang meliputi adanya dokumentasi (foto-foto) laporan keuangan yang disalurkan oleh PT. Telkom Pusat Bandung. Yang kedua pelaporan Dinas Kebersihan dan Pertanaman Surabaya kepada atasannya pemerintah kota Surabaya bahwa PT. Telkom telah menyumbangkan dalam program CSR.

Terakhir, evaluasi program CSR ini dari awal rencana kerja tahunan CSR sampai dengan pelaporan akan dievaluasi setiap tahunnya agar proses program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) atau PKBL lebih baik lagi untuk tahun berikutnya.