

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat penelitian yang telah dilakukan yang berhubungan dengan implementasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam kebijakan pengembangan masyarakat. Berikut ini merupakan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti saat ini :

2.1.1 Nike Agustina (2008)

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 peneliti adalah metode penelitian 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.Bank Mandiri (PERSERO) Kanwil VIII Tbk Surabaya.

2.1.2 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 kemasyarakatan 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.

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 *cross sectional*. Penggunaan desain ini bertujuan untuk menggambarkan pengaruh di antara berbagai variabel *corporate social responsibility goal*, *corporate social issues*, dan *corporate relation program* terhadap kesejahteraan masyarakat. Sedangkan penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif deskriptif wawancara dalam kebijakan pengembangan masyarakat.

2.1.3 Maimunah Ismail (2009)

Penelitian yang dilakukan oleh Maimunah Ismail (2009) memiliki tujuan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam mengacu strategi perusahaan atau perusahaan melakukan bisnis mereka dengan cara yang etis, masyarakat yang ramah dan bermanfaat bagi masyarakat dalam hal pengembangan. Penelitian ini menganalisis makna CSR didasarkan pada beberapa teori yang tersedia dalam literatur. Dikatakan bahwa ada tiga teori yaitu utilitarian, manajerial dan relasional dari CSR yang didukung oleh karya-karya sarjana lain di daerah-daerah yang dapat digunakan untuk menunjukkan bahwa CSR menjadi perhatian internasional karena sifat global bisnis yang mengetahui perbatasannya. CSR berkembang dalam makna dan praktik. Penelitian ini membahas peran CSR dalam pengembangan masyarakat karena logika CSR adalah menuju melihat dampaknya di masyarakat secara sosial, lingkungan dan ekonomi.

Persamaan : Penelitian Maimunah Ismail dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang *corporate social responsibility*.

Perbedaan : Penelitian Maimunah Ismail dengan penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* dan perannya dalam pengembangan masyarakat; sebuah perspektif Internasional, sedangkan penelitian ini *Corporate Social Responsibility* dalam kebijakan pengembangan masyarakat. Selain itu metode penelitian Maimunah Ismail lebih memfokuskan teori *CSR* , sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian pengumpulan data dan wawancara.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Beberapa teori berikut ini menjelaskan mengenai pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk dilaksanakan dalam suatu organisasi atau perusahaan diantaranya adalah sebagai berikut (Lako, 2010, pp. 5-6)

a. Teori *Stakeholder*

Teori ini menyatakan bahwa kesuksesan dan hidup matinya suatu perusahaan sangat bergantung pada kemampuannya menyeimbangkan beragam kepentingan dari para *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Jika mampu, perusahaan bakal meraih dukungan yang berkelanjutan dan menikmati pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, serta laba. Prespektif teori *stakeholder* menyatakan bahwa masyarakat dan lingkungan merupakan *stakeholder* inti perusahaan yang harus diperhatikan.

Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholdernya* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholdernya*, 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 Ghozali, 2007).

b. Teori Legitimasi

Prespektif teori legitimasi mengemukakan bahwa perusahaan dan komunitas sekitarnya memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terkait dalam suatu "*social contract*".

Menurut Sofyan Syafri (2007:390) *Ilmu Social Economic Accounting* (SEA) ini merupakan bidang ilmu akuntansi yang berfungsi dan mencoba mengidentifikasi, mengukur, menilai, melaporkan aspek-aspek *social benefit* dan *social cost* yang ditimbulkan oleh lembaga. Pengukuran ini akan diupayakan sebagai informasi yang dijadikan dasar dalam proses pengambilan keputusan untuk meningkatkan peran lembaga, baik perusahaan atau yang lain untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan secara keseluruhan.

SEA sangat diperlukan dalam suatu sistem ekonomi yang bercirikan sintese, dari sistem ekonomi antara *Social Economy* dan *Institutional Economy*. *Social Economy* mempunyai komitmen yang dalam terhadap kesejahteraan manusia dan keadilan, sedangkan *institutional* mempunyai komitmen yang dalam terhadap pragmatism dalam menganalisis sosial ekonomi masyarakat. Negara kita adalah Negara yang memperjuangkan kesejahteraan rakyatnya karena SEA

penting diterapkan bahkan diharuskan untuk diterapkan oleh perusahaan dan lembaga dinegara kita.

2.2.2 Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Bank Dunia mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai: *“Commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development”*. *Corporate Social Responsibility* adalah suatu pengaruh yang lebih luas dari perusahaan kepada masyarakat untuk keuntungan perusahaan dan masyarakat secara keseluruhan Wibisono (2007): *“CSR adalah suatu konsep dimana perusahaan mengintegrasikan fungsi sosialnya dengan cara memberi perhatian pada lingkungan dalam operasi bisnis dan di dalam interaksi mereka dengan para stakeholders atas dasar sukarela”*.

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.

Kewajiban pengungkapan CSR di Indonesia telah diatur dalam beberapa regulasi, antara lain adalah pernyataan Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) yang menyarankan kepada perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab mengenai sosial dan lingkungan, sebagaimana dituangkan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (Revisi 1998) Paragraf kesembilan: “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industry dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industry yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”

2.2.3 Prinsip Dasar Penerapan *corporate Social Responsibility* (CSR)

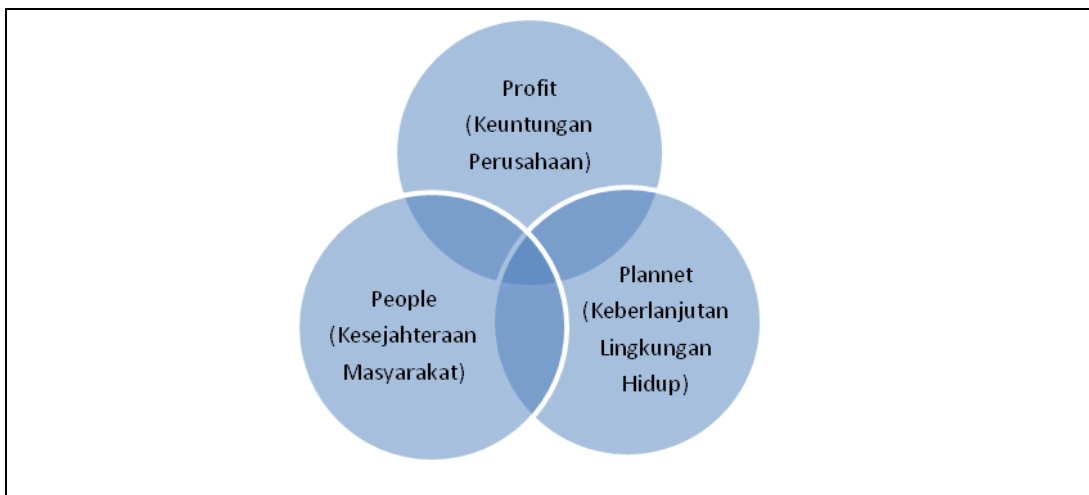
Suharto (2006) mengemukakan tiga prinsip dasar CSR yang disebut konsep 3P atau *triple bottom line*, yaitu:

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 dalam memahami konsep *triple bottom line* CSR, dapat dilihat melalui Gambar 2.



Gambar 2.2.3 Triple bottom lines dalam CSR

2.2.4 Model Pelaksanaan CSR di Indonesia

Menurut Saidi dan Abidin (2004:64-65) mengatakan pada umumnya ada empat model atau pola CSR yang diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu:

1. Keterlibatan Langsung.

Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair* manager atau menjadi bagian dari tugas pejabat *public relation*.

2. Melalui Yayasan atau Organisasi Sosial Perusahaan.

Perusahaan mendirikan yayasan sendiri dibawah perusahaan atau groupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan diperusahaan-perusahaan di negara maju. Biasanya perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.

3. Bermitra dengan Pihak Lain.

Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/organisasi non pemerintah, instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan CSR.

4. Mendukung atau Bergabung dalam Suatu Konsorsium.

Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan dengan tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat “hibah pembangunan”. Pihak konsorsium atau

lembaga sejenis yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara pro-aktif mencari mitra kerja sama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

2.2.5 Bentuk Tanggung jawab Sosial

Bradshaw dalam Sofyan (2007:400-401) mengemukakan bahwa ada tiga bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yaitu sebagai berikut :

a. Corporate philanthropy

Yaitu tanggung jawab perusahaan berada sebatas kedermawanan atau kerelaan belum sampai pada tanggung jawabnya. Bentuk tanggung jawab ini bisa merupakan kegiatan amal, sumbangan atau kegiatan lain yang mungkin saja tidak langsung berhubungan dengan kegiatan perusahaan.

b. Corporate responsibility

Yaitu kegiatan pertanggungjawaban yang merupakan bagian dari tanggung jawab perusahaan baik karena ketentuan UU atau bagian dari emuan atau kesedian perusahaan.

c. Corporate policy

Yaitu tanggung jawab sosial perusahaan yang merupakan dari kebijakannya.

2.2.6 Implementasi dan Model atau Pola CSR

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 pengimplementasian 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).

2.2.7 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 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

2.2.8 Konsep Pengembangan Masyarakat (*Community Development*)

Konsep pengembangan masyarakat hingga saat ini telah dirumuskan dan dijabarkan oleh banyak pihak. Salah satu konsep yang berbicara mengenai definisi pengembangan masyarakat diungkapkan oleh Wibisono (2007) bahwa pengembangan masyarakat merupakan spesialisasi atau *setting* praktek pekerjaan sosial yang bersifat makro (*macro practice*). Maksud konsep tersebut yaitu pengembangan masyarakat tidak hanya dapat dilakukan oleh pekerja sosial saja, akan tetapi dapat pula dilakukan oleh para pekerja dalam profesi lain. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa pengembangan masyarakat memiliki pelaku dari

berbagai bidang (tidak hanya dalam bidang atau pekerjaan sosial). Definisi lain mengenai pengembangan masyarakat yaitu dalam Wibisono (2007) sebagai metode yang memungkinkan orang dapat meningkatkan kualitas hidupnya serta mampu memberbesar pengaruhnya terhadap proses-proses yang mempengaruhi kehidupannya. Konsep pengembangan masyarakat selanjutnya yaitu konsep yang dijelaskan oleh Wibisono (2007) pada suatu karyanya.

Tahapan dalam pengembangan masyarakat yang biasa dilakukan pada beberapa Organisasi Pelayanan Masyarakat, yaitu:

1. Tahap persiapan, didalamnya terdapat tahap penyiapan petugas dan penyiapan lapangan yang merupakan prasyarat.
2. Tahap *assessment*, dengan mengidentifikasi masalah (kebutuhan yang dirasakan = *felt needs*) dan juga sumber daya yang dimiliki klien.
3. Tahap perencanaan alternatif program suatu kegiatan, agen peubah (*community worker*) secara partisipatif mencoba melibatkan warga untuk berfikir tentang masalah yang mereka hadapi dan bagaimana mengatasinya.
4. Tahap pemformulasian rencana aksi, pekerja masyarakat (*community worker*) membantu masing-masing kelompok untuk memutuskan dan menentukan program dan kegiatan apa yang akan mereka lakukan untuk mengatasi permasalahan yang ada.
5. Tahap pelaksanaan, sesuatu yang sudah direncanakan akan dapat melenceng dalam pelaksanaan di lapangan bila tidak ada kerja sama antara agen perubah dengan warga masyarakat.

6. Tahap evaluasi, sebagai proses pengawasan dari warga dan petugas terhadap program yang sedang berjalan pada pengembangan masyarakat sebaiknya dilakukan dengan melibatkan warga.

2.2.9 Kebijakan Sosial dan Pengembangan Masyarakat

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.

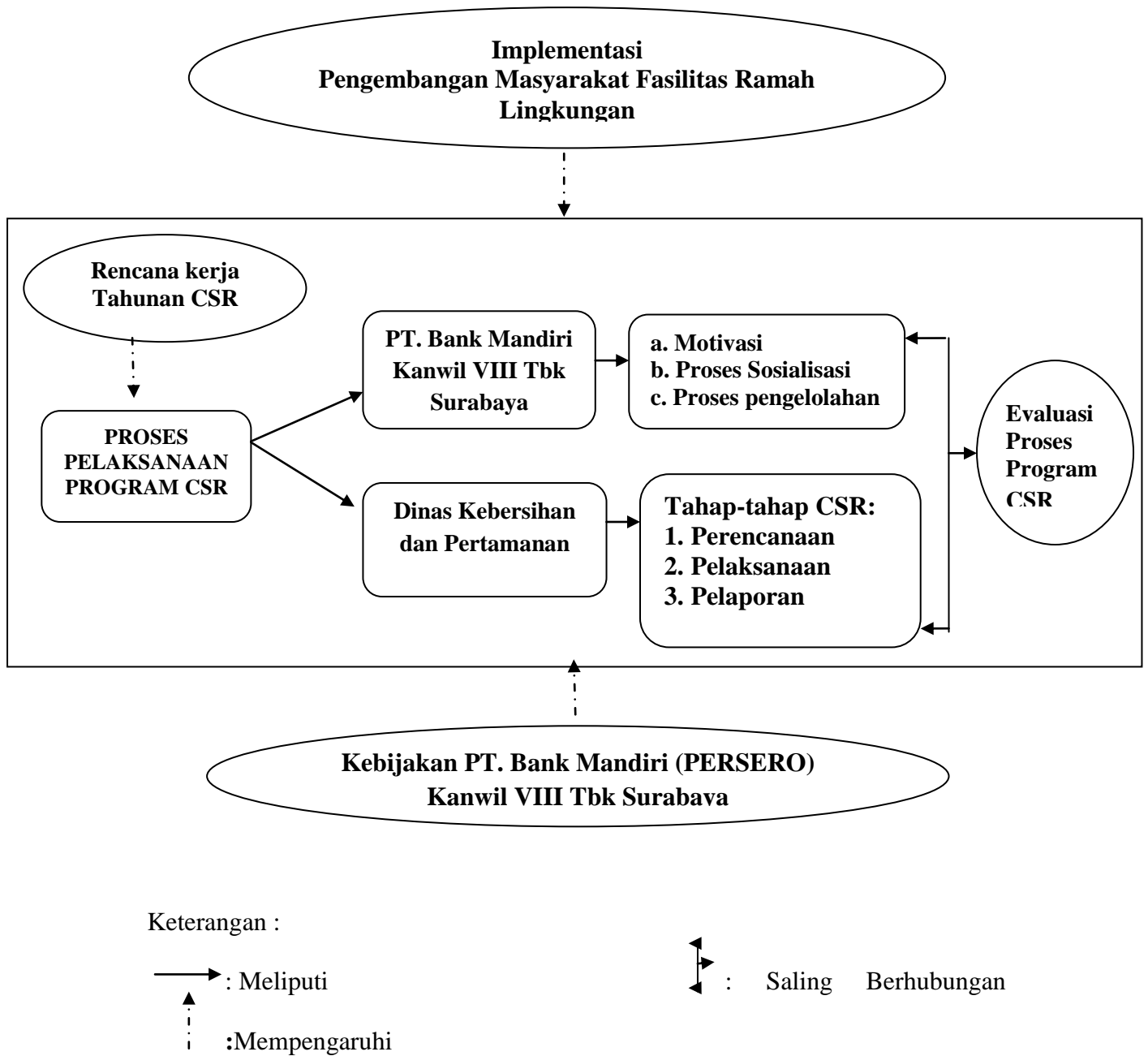
Menurut Suharto 2009 Kebijakan Sosial memiliki peran yang sangat menentukan keberhasilan program Pengembangan Masyarakat sangat perlu memperhatikan pentingnya partisipasi publik yang kuat. Dalam konteks ini, peranan perumus atau pembuat kebijakan seringkali diwujudkan bukan sebagai pendamping yang berfungsi 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.

2.2.10 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.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini akan dilakukan pada informasi yang diperoleh dari PT. Bank Mandiri (PERSERO) Kanwil VIII Tbk Surabaya yaitu Implementasi Tanggung jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam Kebijakan pengembangan masyarakat. PT. Bank Mandiri (PERSERO) Kanwil VIII Tbk Surabaya mempunyai kebijakan Tanggung jawab Sosial Perusahaan (CSR) pada visi dan misi yang mengembalikan sebagian keuntungan yang diperoleh masyarakat untuk pengembangan masyarakat disekitarnya yang membutuhkan dalam bentuk kepedulian sosial. Kebijakan Tanggung jawab Sosial Perusahaan PT. Bank Mandiri (PERSERO) Kanwil VIII 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*).

Implementasi pengembangan masyarakat fasilitas ramah lingkungan pada dinas kebersihan dan pertanaman adalah salah satu dari kepedulian sosial Bank Mandiri kepada dinas kebersihan dan pertanaman yang membutuhkan bantuan untuk menjaga pelestarian dan perawatan lingkungan yang ada di Surabaya, maka kebijakan PT. Bank Mandiri (PERSERO) Kanwil VIII Tbk Surabaya dan implementasi pengembangan masyarakat fasilitas ramah lingkungan akan mempengaruhi dan direncanakan kerja tahunan CSR yang pada awalnya PT. Bank Mandiri mempunyai laba dari nasabah yang akan disisihkan sebagian hasil dari laba tersebut untuk program Tanggung jawab Sosial Perusahaan (CSR). Setelah direncanakan kerja tahunan Bank Mandiri akan mempengaruhi proses program pelaksanaan CSR.

Program pelaksanaan CSR meliputi PT. Bank Mandiri (PERSERO) Kanwil VIII Tbk Surabaya dan Dinas Kebersihan dan pertanaman. PT. Bank mandiri meliputi motivasi yang ingin peduli kepada lingkungan dan ingin berbagi dengan masyarakat sekitarnya dalam bentuk kepedulian sosial yang ada di Surabaya. Proses sosialisasi PT. Bank Mandiri (PERSERO) Kanwil VIII Tbk Surabaya sebelum proyek dijalankan ditanyakan terlebih dahulu kepada dinas kebersihan dan pertanaman bahwa PT. Bank Mandiri melakukan program CSR di lingkungan tersebut disetujui atau tidak disetujui dengan dinas kebersihan dan pertanaman Surabaya. Proses Pengelolaan PT. Bank Mandiri (PERSERO) Kanwil VIII Tbk Surabaya tidak semuanya ditunjuk untuk melakukan program CSR ada satu *departement* yang ditunjuk oleh pusat Jakarta dalam mengelolah atau menyalurkan PKBL atau CSR yaitu *Devalopment Officer Business*.

Didalam dinas kebersihan dan pertanaman Surabaya ada tahap-tahap CSR yang dilakukan oleh pihak PT. Bank Mandiri (PERSERO) Kanwil VIII Surabaya yang meliputi tahap perencanaan. Tahap perencanaan yang dilakukan PT. Bank Mandiri harus berkoordinasi terlebih dahulu dengan yang mengelolah dinas dan pertanaman Surabaya apakah diterima dengan baik program CSR PT. Bank Mandiri (PERSERO) Kanwil VIII Tbk Surabaya. PT. Bank Mandiri (PERSERO) Kanwil VIII Tbk Surabaya pada tahap perencanaan tidak terlepas dari anggaran yang sudah ditentukan. Setelah berkordinasi dan anggaran yang sudah di rencanakan maka dibuat tahap pelaksanaan. PT. Bank Mandiri (PERSERO) Kanwil VIII Tbk merencanakan Tanggung jawab Sosial Perusahaan (CSR) pada *departement devalopment officer business* Surabaya bertemu dengan pengelolah

dinas kebersihan dan pertanaman pada hari sabtu tanggal 24 November 2012. Tahap ke tiga yaitu pelaporan. Ada dua pelaporan PT. Bank Mandiri (Kanwil VIII) Tbk Surabaya yang pertama dari PT. Bank Mandiri (PERSERO) Kanwil VIII Tbk Surabaya sebagai pemberi Tanggung jawab Sosial Perusahaan akan dilaporkan ke PT. Bank Mandiri Pusat Jakarta yang meliputi voto-voto laporan keuangan yang disalurkan oleh PT. Bank Mandiri Pusat Jakarta . Yang kedua pelaporan dinas kebersihan dan pertanaman Surabaya kepada atasannya pemerintah kota Surabaya bahwa PT. Bank Mandiri telah menyumbangkan dalam program CSR.

Terakhir , evaluasi program CSR ini dari tahap awal rencana kerja tahunan CSR sampai dengan pelaporan akan di evaluasi setiap tahunnya agar proses program Tanggung jawab Sosial Perusahaan (CSR) atau PKBL lebih baik lagi untuk tahun berikutnya.