

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang telah meneliti mengenai corporate social responsibility yaitu :

1. Menurut Azhar Maksum (2003) penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menguji konsep stakeholder dengan isu utama tanggungjawab sosial perusahaan. Hasil dari penelitian ini adalah menerima keseluruhan Hipotesis alternatif yang diajukan yaitu variabel Regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan dan tekanan media massa baik secara individu maupun bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu terdapat hubungan yang positif antara tanggungjawab sosial dengan pentingnya akuntansi sosial perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa temuan empiris menunjukkan sikap perusahaan saat ini lebih adaptif terhadap lingkungan sosialnya.

Persamaan :

Pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang sama – sama meneliti tentang adanya isu penting mengenai penerapan CSR pada perusahaan.

Perbedaan :

Pada penelitian sekarang peneliti ingin mengetahui tentang CSR yang diterapkan pada perusahaan, serta ingin mengetahui bagaimana pelaporannya,

sedangkan pada penelitian terdahulu, peneliti ingin mengetahui pentingnya pengungkapan CSR pada perusahaan.

2. Eddy Rismanda Sembiring (2005) memiliki penelitian yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggungjawab sosial pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, berdasarkan data perusahaan yang tercantum dalam ICMD tahun 2002. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah ditemukan bahwa size perusahaan, profil, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Persamaan :

Pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang sama – sama meneliti tentang pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan.

Perbedaan :

Pada penelitian terdahulu peneliti ingin mengetahui karakteristik dari perusahaan yang tercatat pada BEI yang telah mengungkapkan CSR, sedangkan pada penelitian kali ini, peneliti ingin mengetahui penerapan dan pelaporan CSR dari satu perusahaan saja yaitu pada PT.Semen Indonesia (Persero),Tbk.

3. Mirfazli dan Nurdiono (2007) menyatakan unsur tanggung jawab sosial belum dijalankan oleh perusahaan dengan baik dan wajar dalam proses penilaian dampak sosial maupun dalam pelaporan. Ini dibuktikan dengan begitu banyak timbul berbagai konflik dan masalah pada industrial seperti demonstrasi dan protes yang menyiratkan ketidakpuasan beberapa elemen stakeholders pada manajemen perusahaan. Oleh sebab itu penelitian ini

menilai praktik tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan dampak sosial perusahaan yang bergantung pada karakteristik operasi perusahaan. Karakteristik operasi perusahaan yang menghasilkan dampak sosial yang tinggi akan menuntut pemenuhan tanggung jawab sosial yang lebih tinggi pula. Pelaksanaan tanggungjawab sosial akan disosialisasikan kepada publik melalui pengungkapan sosial dalam laporan tahunan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada perbedaan jumlah penyajian pengungkapan informasi CSR antara perusahaan dalam kelompok aneka industry dasar yang tergolong industry *High-Profile* dan *Low Profile*. Sehingga dapat diketahui apakah semakin besar perusahaan tersebut maka semakin besar pula tanggung jawab sosial dalam pelaksanaan dan pelaporannya.

Persamaan :

Pada penelitian terdahulu dan sekarang sama – sama membahas tentang CSR.

Perbedaan :

Pada penelitian terdahulu peneliti ingin mengetahui perbedaan jumlah penyajian pengungkapan informasi CSR antara perusahaan dalam kelompok aneka industry dasar yang tergolong industry *High-Profile* dan *Low Profile*, *sedangkan pada* penelitian ini peneliti ingin mengetahui CSR apa yang diterapkan pada perusahaan dan bagaimana pelaporan CSR tersebut.

4. Mardiyah dan Widyastuti (2007) memposisikan penelitian ini pada penjelasan tentang variable –variabel yang mempengaruhi menerapkan CSR

berdasarkan persepsi manajer perusahaan, kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dilaporkan kepada *stakeholders*. Dan *stakeholders* perusahaan terdiri dari berbagai macam pihak. Ada pemegang saham, pemerintah, dan masyarakat umum. Pemerintah berkeinginan agar perusahaan mengikuti aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah, sementara masyarakat mengharapkan perusahaan mampu menjadi tempat pencari nafkah, selain itu perusahaan dituntut untuk memproduksi barang yang ramah lingkungan. Sehingga penelitian ini akan merumuskan permasalahan apakah regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan, tekanan media massa, serta tekanan investor dan kreditor berpengaruh terhadap penerapan CSR.

Persamaan :

Pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang sama – sama meneliti tentang pengungkapan pelaporan mengenai CSR pada suatu perusahaan.

Perbedaan :

Pada penelitian sekarang peneliti ingin mengetahui penerapan dan pelaporan CSR oleh perusahaan, sedangkan penelitian terdahulu peneliti ingin merumuskan permasalahan regulasi pemerintah, tekanan masyarakat, tekanan organisasi lingkungan, tekanan media massa, serta tekanan investor dan kreditor berpengaruh terhadap penerapan CSR.

5. Tantra Nepti Atut Winanta (2011) penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui penerapan dan pelaporan CSR yang dilakukan di PT.

Perkebunan Nusantara X. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa PT. Perkebunan Nusantara X telah menerapkan CSR belum sepenuhnya menerapkan standart GRI dalam melaksanakan CSR, pada prinsip pelaporanya PT. Perkebunan Nusantara X (persero) sudah menerapkan sesuai dengan standart GRI.

Persamaan :

Pada penelitian terdahulu dan penelitian yang sekarang sama-sama meneliti tentang penerapan dan pelaporan mengenai CSR pada suatu perusahaan. Metode yang digunakan sama-sama metode kualitatif dengan metode pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Perbedaan :

Pada penelitian terdahulu penelitian mengambil sampel di PT. Perkebunan Nusantara X, sedangkan penelitian ini peneliti ingin mengambil sampel di PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk.

2.2 Landasan Teori

Landasan teori ini memaparkan beberapa teori yang diharapkan sebagai pegangan dan dasar bagi penulis untuk mengadakan penelitian dan evaluasi dalam pemecahan masalah. Teori – teori yang diuraikan ini berasal dari beberapa literatur yang ada pada umumnya merupakan buku pegangan kuliah.

2.2.1 Sejarah Corporate Social Responsibility

Matias Siagian & Agus Suriadi, *Op. Cit.* hal. 22-23. Banyak perusahaan beroperasi pada lahan yang bersentuhan langsung dengan hajat hidup orang banyak. Kerusakan lingkungan yang diakibatkan eksploitasi yang berlebihan terhadap sumber daya alam tanpa memperhatikan dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan ternyata bertentangan dengan budaya masyarakat setempat. Secara khusus budaya masyarakat lokal ini oleh pakar antropologi dipopulerkan dengan konsep kearifan lokal atau kearifan tradisional. Keberadaan kearifan lokal menunjukkan masyarakat Indonesia di semua lingkungan atau daerah memiliki sikap yang cukup arif dalam rangka melestarikan lingkungan.

Kesadaran akan keadaan tersebut menimbulkan dorongan pada pelaku usaha untuk lebih memperhatikan tujuan dan kepentingan yang berkaitan dengan pemeliharaan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat setempat. Perhatian ini dimaksudkan untuk menggantikan peluang dan kebebasan melakukan aktivitas ekonomi yang hilang akibat kehadiran perusahaan. Oleh karena itu, masyarakat setempat senantiasa melakukan respon atau umpan balik berupa protes atas kerusakan lingkungan yang terjadi akibat perilaku pelaku usaha. Mereka menuntut perusahaan agar memberikan perhatian yang baik dan berkesinambungan atas pemeliharaan lingkungan. Menghadapi protes masyarakat atas kerusakan lingkungan sebagai dampak aktivitas ekonomi pelaku usaha, maka pada proses selanjutnya antara masyarakat setempat dan pelaku usaha terlibat musyawarah. Kadangkala musyawarah itu melibatkan pemerintah lokal dalam suatu masalah yang ada. Dalam pertemuan yang terjadi ada kalanya pelaku usaha menyadari bahwa selain telah mengakibatkan kerusakan atas lingkungan, praktik ekonomi

mereka ternyata juga telah menghilangkan peluang masyarakat setempat dalam melakukan aktivitas pelaku usaha. Padahal selama ini mereka dengan bebas melakukan aktivitas ekonomi tanpa gangguan dan pembatasan dari pihak manapun.

Dengan demikian tanggung jawab sosial perusahaan sesungguhnya telah dilaksanakan pelaku usaha di Indonesia sejak lama. Banyak istilah yang digunakan untuk menanamkan aktivitas sosial tersebut, seperti bakti sosial perusahaan, kontribusi sosial perusahaan, atau pengembangan masyarakat oleh perusahaan. Semua aktivitas yang menggunakan berbagai istilah tersebut dilaksanakan sebagai perwujudan kemurahan hati sosial perusahaan bagi masyarakat setempat.

2.2.2 Pengertian CSR

Menurut Ati Harmoni dan Ade Andriyani (2008), CSR mengandung makna bahwa, seperti halnya individu, perusahaan memiliki tugas moral untuk berlaku jujur, mematuhi hukum, menjunjung integritas, dan tidak korup. CSR menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan praktik bisnis yang etis dan berkesinambungan (*sustainable*) secara ekonomi, sosial dan lingkungan.

Perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk konteks Indonesia (terutama yang berkaitan dengan pelaksanaan CSR untuk kategori *discretionary responsibilities*) dapat dilihat dari dua perspektif yang berbeda. *Pertama*, pelaksanaan CSR memang merupakan praktik bisnis secara sukarela (*discretionary business practice*) artinya pelaksanaan CSR lebih banyak berasal

dari inisiatif perusahaan dan bukan merupakan aktivitas yang dituntut untuk dilakukan perusahaan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku di negara Republik Indonesia. *Kedua*, pelaksanaan CSR bukan lagi merupakan *discretionary businesspractice*, melainkan pelaksanaannya sudah diatur oleh undang-undang (bersifat *mandatory*). Sebagai contoh, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) memiliki kewajiban untuk menyisihkan sebagian laba yang diperoleh perusahaan untuk menunjang kegiatan sosial seperti pemberian modal bergulir untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM). (Ismail Solihin, 2008 : 161)

Wibisono (2007) dalam Maulana menjelaskan bahwa penerapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat dibagi menjadi empat tahapan, yaitu perencanaan, implementasi, evaluasi dan pelaporan. CSR yang diterapkan oleh perusahaan akan mendatangkan bermacam manfaat bagi perusahaan dan masyarakat yang terlibat dan menjalankan program tersebut. Menurut Wibisono (2007) dalam manfaat CSR bagi perusahaan yang berupaya menerapkan program CSR, yaitu dapat mempertahankan serta mengokupkan reputasi dan *brand image* perusahaan, perusahaan layak mendapatkan *social licence to operate*, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumberdaya, membentangkan akses menuju pasar yang baik, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*, memperbaiki hubungan dengan regulator, meningkatkan semangat produktivitas karyawan serta berpeluang mendapatkan penghargaan. Ada tigamodel yang dapat menggambarkan tentang keterlibatan perusahaan dalam berbagai kegiatan sosial. Wibisono (2007) :

1. Model Klasik

Perusahaan bertujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya. Kriteria keberhasilan perusahaan dapat diukur dengan daya guna dan pertumbuhan. Diambil dari kesimpulan bahwa usaha yang dilakukan oleh perusahaan semata-mata hanya untuk memenuhi permintaan pasar dan juga untuk mencari keuntungan yang akan diberikan kepada pemilik modal.

2. Model manajemen

Banyak tantangan baru yang muncul dari perusahaan yang memiliki sifat berbeda-beda dan sebelumnya juga memiliki pemikiran model klasik. Manajer sebagai pihak yang dipercayai oleh pemilik modal dalam menjalankan perusahaan untuk kepentingan yang bukan saja bagi pemilik modal, tetapi pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam menjalankan perusahaan yang berkaitan dengan perusahaan yang tidak semata-mata didasarkan atas adanya kontrak seperti karyawan, pelanggan, *supplier*, dan pihak lain yang juga terlibat.

3. Model lingkungan sosial

Pada model ini lebih ditekankan bahwa perusahaan yang meyakini kekuasaan ekonomi dan politik yang memiliki hubungan dengan kepentingan dari lingkungan sosial yang sesuai dengan teori atau model klasik. Konsekuensinya perusahaan harus berpartisipasi aktif dalam menyelesaikan penyakit sosial yang berada di lingkungannya seperti contohnya sistem pendidikan yang kurang bermutu, pengangguran, polusi, perumahan kumuh, transportasi yang tidak beraturan, keamanan dan banyak komponen elemen lingkungan yang harus di perbaiki.

2.2.3 Komponen CSR

Standard on Social Responsibility ISO 2006 menyebutkan bahwa tanggung jawab sosial mencakup 7 isu pokok yaitu: pengembangan masyarakat, konsumen, praktek kegiatan institusi yang sehat, lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, dan *governance* organisasi (Daniri dalam Rongiyati 2009).

Meskipun belum ada standar baku tanggung jawab sosial, unsur-unsur tanggung jawab sosial perusahaan terus mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan masyarakat, globalisasi, dan pasar bebas. *The World Bank Institute* menjabarkan komponen tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR (Tanaya dalam Rongiyati, 2009) sebagai berikut :

1. Proteksi Lingkungan

Tanggung jawab lingkungan ditekankan pada menemukan cara penggunaan sumber daya alam secara berkelanjutan untuk mengurangi dampak operasionalisasi perusahaan terhadap lingkungan.

2. Jaminan Kerja

Terkait dengan kebebasan berserikat bagi pekerja dan pengenalan secara efektif terhadap hak dan kewajiban pekerja, khususnya hak untuk berunding.

3. Hak Asasi Manusia

Pengembangan tempat kerja yang bebas dari diskriminasi dengan mengedepankan etika professional yang memperhatikan kreativitas dan pembelajaran, dan keseimbangan antara pekerjaan aspek lain di luar pekerjaan.

4. Keterlibatan dalam komunitas

Merupakan tindakan perusahaan untuk mengoptimalkan dampak dari donasi uang, waktu, produk, jasa, pengaruh, pengetahuan manajemen dan sumber daya lainnya pada masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi.

5. Standar bisnis

Standar ini meliputi aktifitas perusahaan secara luas seperti etika, imbalan keuangan, perlindungan lingkungan, standar kerja, dan HAM.

6. Pasar

Mencakup aktivitas bisnis secara luas yang menggambarkan hubungan antara perusahaan dengan konsumen, yang antara lain meliputi etika pemasaran, penetapan harga, pengenalan produk, kualitas dan keamanan produk.

7. Pengembangan ekonomi dan badan usaha

Dalam menjalankan usahanya, perusahaan harus memperhatikan daya saing, pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) lokal, kewiraswastaan, pemberdayaan ekonomi masyarakat, dan keuangan mikro.\

8. Proteksi Kesehatan

Di banyak negara industri, tempat kerja dikenal sebagai tempat penting untuk melakukan promosi kesehatan, sehingga perusahaan dapat berperan sebagai mitra pemerintah dalam pengembangan kesehatan.

9. Pengembangan kepemimpinan dan pendidikan

Perusahaan dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat sekitar dengan memberikan akses pendidikan, sehingga perusahaan dapat memberikan dampak positif pada proses pemberdayaan melalui standar pengembangan kepemimpinan dan pendidikan dalam perusahaan dan menularkan praktek-praktek terbaik kepada mitra perusahaan yang masih berada dalam tingkat perekonomian berkembang atau transional.

10. Bantuan bencana kemanusiaan

Perusahaan bekerjasama dengan pemerintah, masyarakat dan LSM memegang peran penting dalam mendukung operasi bencana kemanusiaan. Perusahaan diharapkan dapat menerapkan konsep “respon proaktif” dan memusatkan pada tindakan pencegahan melalui upaya pemberdayaan.

2.2.4 Implementasi CSR

Agung Nurmansyah (2008) menyatakan bahwa bermacam-macam CSR yang telah mengakibatkan munculnya beragam pendekatan implementasi CSR maupun cara pengukurannya. Umumnya, implementasi CSR membutuhkan komunikasi aktif antara badan publik, bisnis dan komunitas. Tipe topik yang didiskusikan antar pendekatan adalah pada tipe informasi apa yang harus diungkapkan, format pelaporan harus digunakan secara konsisten oleh semua pihak, pihak ketiga yang otonom untuk melakukan verifikasi informasi tersebut.

Menurut Tanaya (2004) dalam Agung Nurmansyah ada enam langkah implementasi CSR, yaitu :

- 1) Komitmen Awal

Langkah krusial awal perusahaan untuk melakukan CSR adalah komitmen awal perusahaan. Komitmen dan landasan dibangun dengan mengacu pada manfaat potensial yang diperoleh perusahaan dalam menjalankan isu CSR.

2) Analisis Kondisi eksternal dan pengaruhnya terhadap bisnis

Langkah ini melibatkan suatu analisis yang terperinci mengenai lingkungan eksternal, dan mempertimbangkan sengan seksama manfaat potensial bagi bisnis yang di peroleh dari intregasi CSR ke dalam suatu strategi bisnis.

3) Mengkajiulang struktur internal, strategi, dan rencana tindakan

Struktur dan prosedur internal perusahaan harus dengan jalan mendefinisikan kewajiban dewan direktur, manajer senior, dan pekerja lainnya dalam kaitanya dengan CSR.

4) Implementasi

Implementasi merupakan suatu proses pembelajaran yang terus-menerus. Dalam tahapan ini kemampuan kreatifitas, mengambil resiko dan belajar dari kesalahan akan sangat dibutuhkan.

5) Pengukuran dan pelaporan hasil konsep

Konsep tripel bottom line digunakan dalam mengukur kinerja perusahaan dalam CSR. Hasil yang diperoleh perlu dikomunikasikan kepada publik.

6) Konsultasi dengan stakeholder

Hasil dan ukuran yang digunakan dalam aktivitas CSR dikonsultasikan dengan stakeholders, termasuk didalamnya adalah pemerintah, masyarakat sipil dan perusahaan lainnya.

2.2.5 Program CSR

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2207,405), tanggung jawab sosial dan etika perusahaan di Indonesia tak perlu diragukan lagi sebenarnya. Hal ini terbukti dari keterlibatan perusahaan, baik secara langsung maupun melalui jalur pemerintah atau badan-badan sosial dalam mengatasi penyakit sosial, seperti : menseponsori kegiatan olahraga, pembersihan polusi dan air limbah, membantu korban bencana alam, mendirikan sarana pendidikan, kesehatan, membatu/melaksanakan kegiatan keagamaan seperti pengajian, MTQ, perkabaran injil, beasiswa dan pengembangan karier. Menurut *Bradshaw* dalam Sofyan (2007:400-401) ada tiga bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yaitu :

1. *Corporate philanthropy* : merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan yang hanya sebatas kedermawanan atau keikhlasan belum sampai pada tujuan tanggung jawabnya. Bentuk tanggung jawab pada model ini bisa merupakan kegiatan amal, sumbangan atau kegiatan lain yang mungkin saja tidak memiliki hubungan langsung dengan kegiatan perusahaan.
2. *Corporate responsibility* : merupakan tanggung jawab perusahaan yang merupakan ketentuan dari UU atau bagian dari kemauan atau kesediaan perusahaan untuk melakukan program tersebut yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengejar profitabilitas.
3. *Corporate policy* : pada model ini tanggung jawab sosial merupakan bagian dari kebijakan manajemen yang harus dilaksanakan.

Program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Penyebabnya adalah minimnya perhatian perusahaan

terhadap pelaksanaan CSR. Dari uraian tersebut, tampak bahwa manfaat CSR bagi perusahaan antara lain : Hendrik (2008:6)

- a) Memperhatikan 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, misal terkait dampak pembuangan limbah
- g) Memperbaiki hubungan dengan stakeholders
- h) Meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan

2.2.6 Tujuan CSR

Program CSR sudah mulai bermunculan di Indonesia seiring telah disahkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, adapun isi Undang-Undang tersebut yang berkaitan dengan CSR, yaitu:

Pada pasal 74 di Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, berbunyi:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan

sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

2.2.7 Proporsi

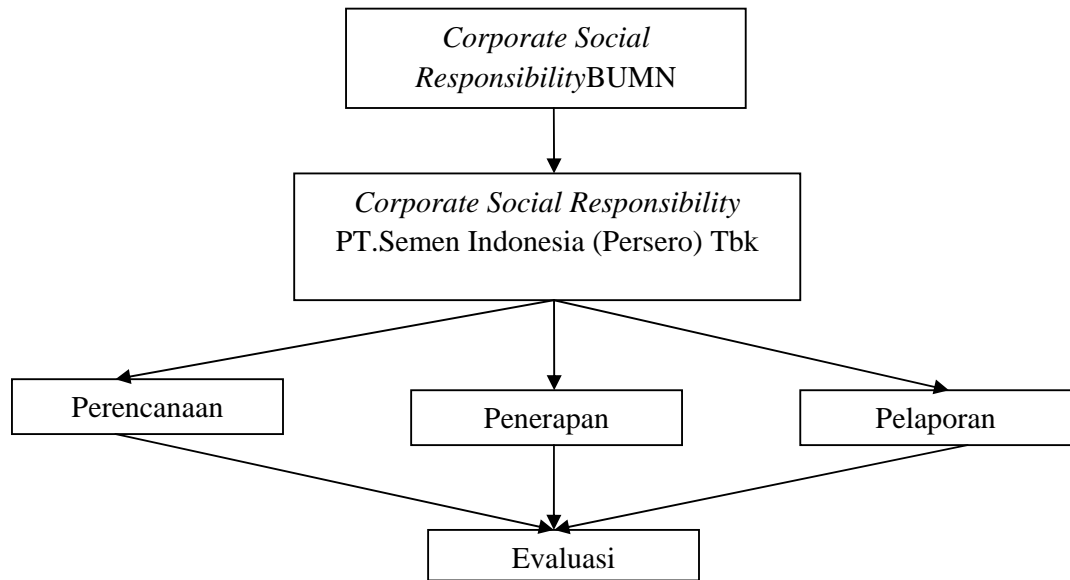
CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial yang dititik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. (Hendrik, 2008 : 01). CSR pada PT. Semen Indonesia terdiri dari empat pilar yaitu, pada bidang sosial, ekonomi, pendidikan dan lingkungan.

2.2.8 Pelaporan CSR

Beberapa negara telah menetapkan keharusan mengenai perlunya pelaporan CSR, meskipun kesepakatan mengenai alat ukur terhadap kinerja sosial dan lingkungan masih belum dicapai secara bulat. Banyak perusahaan saat ini telah menghasilkan laporan-laporan tahunan berdasarkan audit eksternal yang pada umumnya mencakup isu-isu pembangunan berkelanjutan dan CSR.

Menurut Nor Hadi, 2011 : 56-58, konsep pelaporan atau yang biasa disebut *triplr bottom line* nampaknya cukup mendapat sambutan baik dari banyak kalangan karena mengandung strategi integral dengan memadukan antara *social motive* dan *economic motive*. *Profit* , merupakan satu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai oleh sebuah perusahaan, bahkan mainstream ekonomi yang dijadikan filosofi operasional perusahaan, karena *profit* merupakan orientasi utama perusahaan. *People*, merupakan lingkungan masyarakat (*community*) dimana perusahaan itu berada. Mereka adalah pihak yang dipengaruhi dan mempengaruhi perusahaan. *Planet*, merupakan lingkungan fisik memiliki signifikansi terhadap eksistensi perusahaan. Lingkungan merupakan tempat dimana perusahaan itu beroperasi. Satu konsep yang tidak bisa diniscayakan adalah hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab-akibat. Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat attau lamabat akan menghancurkan perusahaan dan masyarakat.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan yang dapat berupa keterlibatan secara langsung maupun melalui yayasan/organisasi, bermitra dengan pihak lain, maupun membentuk atau bergabung dalam suatu organisasi.

Dari penelitian ini penulis melihat program PKBL yang diberikan kepada mitra binaan UKM apakah semua program yang dilakukan sudah sesuai dengan tahapan perencanaan, penerapan dan pelaporan CSR. Hal itu yang membuat peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang program CSR yang dilakukan oleh PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk yang berfokus pada program kemitraan PKBL.