

Outline Journal of Economic Studies

Journal homepage: <http://outlinepublisher.com/index.php/OJES>

Research Article

Analysis of Corporate Social Responsibility (CSR) Implementation in PT. Saraswanti Anugerah Makmur Tbk (Fertilizer Supplier)

Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Di PT. Saraswanti Anugerah Makmur TBK (Pemasok Pupuk)

Dicky Effendi ¹, Riky Aulia Rachman Marpaung ², Rizsa Nabillah Lesmana ³, Khairani Alawiyah Matondang ⁴, Noni Rozaini ⁵

Universitas Negeri Medan, Indonesia

*Correspondence: E-mail: rikymc02@gmail.com

Abstract

Keywords:
CSR, Community
Empowerment, Company

The purpose of this study is to analyze the CSR Implementation carried out by PT. Saraswanti Anugerah Makmur Tbk (Fertilizer Supplier). Methods of research conducted using qualitative data by conducting interviews with the company and developed with literature, reading books and literature by ilmiah related to this research. The results of the research obtained that the implementation of CSR carried out by parties PT. Saraswanti Anugerah Makmur TBK is in accordance with the applicable regulations in Indonesia because of PT. already act ethically, operate legally and contribute to improve the quality of life of employees and their families, local communities, and wider community with the implementation of this CSR by the company.

Pendahuluan

Corporate Social Responsibility (CSR) mulai muncul pada awal abad 19 di Amerika Serikat, dan kemudian berkembang di negara-negara lain termasuk Indonesia. Di Indonesia CSR mulai berkembang sejak tahun 1980-an. CSR merupakan program sosial perusahaan untuk memberikan bantuan dan memberdayakan masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial atau kompensasi atas berbagai hal yang hilang dari masyarakat karena beroperasinya perusahaan.

CSR telah diatur pada UU NO. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk

perusahaan-perusahaan BUMN. Setelah itu tanggung jawab sosial perusahaan dicantumkan lagi dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

CSR merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, perusahaan, dan komunitas masyarakat setempat yang bersifat aktif dan dinamis (Marnelly, 2012). Perusahaan ketika melaksanakan program CSR maka akan memberikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan, seperti yang dikatakan Eka Tjipta Foundation, CSR akan menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merek produk (loyalitas) dan citra perusahaan (Widjaja & Pratama, 2008).

Pada penelitian ini akan mengkaji tentang implementasi CSR di PT. Saraswanti Anugerah Makmur TBK. Tulisan ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan lain terkait pentingnya CSR dan pemberdayaan masyarakat agar lebih maksimal dalam memberikan tanggung jawab sosial di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan seperti yang dilakukan oleh PT. Saraswanti Anugerah Makmur TBK.

Kajian Pustaka

Pengertian CSR menurut Steiner dan Steiner (2009) dalam Andreas Lako 2011:212) “CSR adalah tanggungjawab dari suatu korporasi untuk menghasilkan kekayaan dengan cara-cara yang tidak membahayakan, melindungi atau meningkatkan aset-aset sosial (societal assets). Sedangkan pengertian CSR menurut Anne dan James (2011:45) “Corporate social responsibility is the idea that businesses interact with the organization’s stakeholders for social good while they pursue economic goals”.

Ghana dalam Elvinaro dan Dindin (2011:37) mendefinisikan CSR sebagai berikut “CSR is about capacity building for sustainable livelihood. It respect cultural differences and finds the bussines opportunities in building the skill of employees, the community and the government”. Definisi ini memberikan penjelasan secara lebih dalam bahwa sesungguhnya CSR membangun kapasitas yang kemungkinan berkelanjutan. CSR menghargai perbedaan budaya dan menemukan peluang-peluang bisnis dalam membangun keterampilan, komunitas dan pemerintah.

Pengertian CSR menurut Johnson dan Johnson, dalam Nor Hadi. 2011:46 menyatakan bahwa: “CSR is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact to society”. Definisi ini pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya. Untuk itu perusahaan harus mampu mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif, seperti transkripsi wawancara, catatan lapangan, gambar, foto, rekaman video dan lain sebagainya (Poerwandari, 1998:29).

Penelitian ini dikatakan kualitatif karena pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mengkaji atau meneliti suatu objek pada latar alamiah tanpa ada manipulasi di dalamnya, dan hasil yang diharapkan pun bukanlah berdasarkan ukuran-ukuran kuantitas, melainkan makna atau segi kualitas dari fenomena yang diamati.

Pada penelitian ini, peneliti menganalisis bagaimana Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) di PT. Saraswanti Anugerah Makmur TBK. Dalam mengumpulkan data peneliti melakukan wawancara kepada pihak perusahaan. Lalu tema dikembangkan dengan melihat literatur, buku bacaan dan jurnal-jurnal terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Perseroan berkomitmen melaksanakan penerapan CSR didasarkan pada POJK No. 30/SEOJK.04/2016 dan Surat Edaran OJK No. 30/SEOJK.04/2016. Pada tahun 2019 dan tahun-tahun sebelumnya Perseroan

telah melakukan kegiatan CSR, namun belum tertata dan terdokumentasi dengan baik, sehingga kedepan Perseroan akan lebih meningkatkan kegiatan CSR dengan lebih baik melalui kegiatan sosial guna memberikan manfaat lebih luas bagi Perseroan, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Bidang Lingkungan

Perseroan menyadari bahwa kegiatan operasional pabrik yang dilakukan memiliki dampak terhadap lingkungan sekitar, salah satunya adalah jumlah limbah yang dihasilkan, maka Perseroan telah menerapkan sistem pengolahan limbah yang memadai, mekanisme pengaduan masalah lingkungan, dan sertifikasi di bidang lingkungan. Perseroan juga mendorong efisiensi penggunaan material dan energi yang ramah lingkungan dan dapat didaur ulang pada seluruh kegiatan operasional perkantoran antara lain penggunaan energi listrik dan alat tulis kantor dengan seefisien mungkin.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Bidang Ketenagakerjaan

Perseroan menjunjung tinggi prinsip-prinsip kesetaraan gender dan kesempatan kerja dalam perekrutan karyawan dengan tanpa memandang suku, agama, ras, antar golongan, dan tingkatan sosial. Sarana dan keselamatan kerja yang memadai, hubungan industrial antara karyawan yang terjalin baik, harmonis dan kuat. Terdapat pula program pendidikan dan/atau pelatihan karyawan, fasilitas dana sosial untuk membantu karyawan dan keluarganya, seperti pembayaran uang pangkal sekolah, biaya rumah sakit, fasilitas transportasi serta Perseroan menerima siswa dan mahasiswa untuk tugas magang atau kunjungan mahasiswa dalam rangka studi lapangan.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Bidang Sosial Kemasyarakatan

Perseroan memberi perhatian khusus kepada masyarakat sekitar, yang terwujud dalam program tepat sasaran yang memberikan manfaat maksimal, diantaranya penggunaan tenaga kerja lokal, pemberdayaan masyarakat sekitar, perbaikan sarana dan prasarana sosial, donasi bantuan untuk korban bencana alam, membantu warga sekitar dalam bentuk pemberian sembako secara berkala, seperti hari ulang tahun Perseroan, hari raya Idul Fitri dan hari raya Qurban.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Konsumen

Perseroan terus memperbaiki pelayanan kepada konsumen dengan memberikan pelayanan yang ramah, sopan serta menerima, mendengar pengaduan serta saran dari setiap konsumen, agar Perseroan terus berinovasi menciptakan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Disamping itu, Perseroan juga aktif dalam berbagai pameran sehingga informasi terkait produk dan perluasan jalur distribusi semakin dipahami dan mudah dijangkau oleh konsumen.

Kesimpulan

Program CSR ini merupakan program sosial perusahaan untuk memberikan bantuan dan memberdayakan masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial atau kompensasi atas berbagai hal yang hilang dari masyarakat karena beroperasinya perusahaan. Yang telah di atur dalam undang-undang NO. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN. Setelah itu tanggung jawab sosial perusahaan dicantumkan lagi dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Penerapan CSR yang dilakukan oleh pihak PT. Saraswanti Anugerah Makmur TBK ini sudah sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia karena pihak PT. sudah bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas dengan adanya penerapan CSR ini oleh pihak perusahaan.

Perusahaan perlu kedepannya sadar akan pentingnya membuat program CSR yang tepat bagi masyarakat sekitar. Ketepatan program CSR sangat penting, karena relevansi bantuan akan menentukan keberhasilan CSR yang akhirnya akan berujung pada kesejahteraan masyarakat. Perusahaan perlu terus melakukan evaluasi terhadap program CSR, agar upaya pemberdayaan masyarakat terus meningkat dan diharapkan agar masyarakat bisa terbantu oleh adanya tanggung jawab sosial yang diberikan oleh pihak perusahaan.

Daftar Pustaka

- Marnelly, T. Romi, 2012, Corporate Social Responsibility: Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia, Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol. 2 No. 2, April 2012.
- Ardi Pratama Yeremia dan Widjaja Gunawan, 2008, Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR, Jakarta: Forum Sahabat.
- Poerwandari. (1998). Pendekatan kualitatif dalam penelitian psikologi. Jakarta: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Andreas, Lako. 2011. Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi. Jakarta. Erlangga
- Ardianto, Elvinaro & M. Machfudz, Dindin. (2011). Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Hadi, Nor. 2011. Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Nayenggita Bunga, G., Tri Raharjo, S & Resnawaty, R. (2019). Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia. Jurnal Pekerjaan Sosial. 2(1). 61-66.
- Nurmas Ruroh, I & Wahjuni Latifah S. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Risk Minimazation Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Jurnal Akademi Akuntansi. 1(1). 42.
- Michael, R., Raharjo Tri, S & Renawaty R. (2019). Program CSR Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori Triple Bottom Line. Jurnal Pekerjaan Sosial. 2(1). 23-31
- Saleh, A & Sihite, M. (2020). Strategi Komunikasi untuk Program Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat. Jurnal Ilmu Komunikasi. 4(1). 98-105