



**PELAKSANAAN PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*
PADA PT BERSAMA ESA SEJAHTERA BEKASI**

Jumiyati, Yunidyawati Azlina

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

(Naskah diterima: 1 September 2020, disetujui: 28 Oktober 2020)

Abstract

The research was conducted with the intention of seeing the extent to which the role of the company in implementing its functions and responsibilities towards the concern for the welfare of the environment where it lives. Company objectives in the situation and social environmental conditions in which the company is located. So the company as a business actor must respond to what is needed by the environment and society so that the existence of the business and social relationships can be maintained and maintained continuously. CSR aims so that companies can contribute to the development or improvement of the welfare of local communities. The benefits of CSR are able to create a brand image for the company in a competitive market so that at this time it will be able to create customer loyalty and build or maintain a business reputation. PT BESt has been carrying out CSR activities since 2017 until now, with various forms of assistance provided, either in the form of aid or assistance for goods or sacrificial animals for several reasons for choosing the place, object, or type of social assistance provided based on a survey conducted by the Team with consideration of humanity and the benefit of the people.

Keywords: Corporate Social Responsibility Program

Abstrak

Penelitian yang dilakukan bertujuan ingin mengetahui sejauhmana peran dari perusahaan dalam menerapkan fungsi dan tanggungjawabnya terhadap kepedulian kesejahteraan lingkungan tempat domisili perusahaan. Tujuan perusahaan bergantung pada situasi dan kondisi lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada. Maka perusahaan sebagai pelaku bisnis harus bisa merespon apa yang dibutuhkan oleh lingkungan dan masyarakat sosialnya, sehingga keberadaan hubungan bisnis dan sosialnya bisa terus berinteraksi dan tetap terjaga terus-menerus. CSR bertujuan agar perusahaan dapat memberi kontribusi untuk kemajuan atau peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Manfaat CSR mampu menciptakan brand image bagi perusahaan di tengah pasar yang kompetitif sehingga pada gilirannya nanti akan mampu menciptakan customer loyalty dan membangun atau mempertahankan reputasi bisnis. PT BESt telah melaksanakan kegiatan CSR sejak tahun 2017 hingga sekarang, dengan berbagai bentuk bantuan yang diberikan , baik berupa bantuan jasa maupun bantuan barang ataupun hewan Qurban.. Adapun beberapa alasan

pemilihan tempat, objek maupun jenis bantuan sosial yang diberikan berdasarkan pada survei yang dilakukan oleh Tim dengan pertimbangan kemanusiaan dan kemaslahatan umat.

Kata kunci: Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

I. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis pada masa sekarang sangat besar pengaruh sebuah perusahaan terhadap lingkungan sosial disekitar perusahaan itu berada. Perusahaan mempunyai banyak sekali peranan dalam ikut mensejahterakan lingkungan secara sosial, baik itu dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat maupun ikut serta dalam peningkatan kehidupan masyarakat pada taraf hidup yang lebih baik dengan bantuan sosial.

Tujuan perusahaan bergantung pada situasi dan kondisi lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada. Maka perusahaan sebagai pelaku bisnis harus bisa merespon apa yang dibutuhkan oleh lingkungan dan masyarakat sosialnya, sehingga keberadaan hubungan bisnis dan sosialnya bisa terus berinteraksi dan tetap terjaga terus-menerus.

Pada umumnya, perusahaan masih berfokus pada aspek keuangan (*financial*) untuk menunjukkan keberhasilannya terutama pada perolehan keuntungannya (*profitability*), namun saat ini sudah banyak perusahaan mem-

perhitungkan dampak lingkungan dan sosial akibat operasi bisnisnya dengan tujuan agar dapat mempertahankan diri (*survive*) terhadap tekanan lingkungan sosialnya melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Menyikapi berbagai keadaan bencana maupun wabah yang terjadi sejak tahun 2019 hingga tahun 2020 ini maka sebuah perusahaan diwajibkan untuk saat ini ikut peduli dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan kewajiban Perusahaan bukan kebaikan Perusahaan. Hal ini sesuai dengan ketentuan UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mana termuat dalam pasal 1 ayat (3), pasal 66 ayat (2) dan pasal 74 ayat (1).

Perusahaan bertanggung jawab untuk menjamin bahwa kegiatan operasionalnya mampu menghasilkan barang dan/atau jasa secara ekonomis, efisien, dan bermutu untuk kepuasan pelanggan disamping untuk memperoleh keuntungan. Perusahaan juga berkewajiban untuk mematuhi hukum dan seluruh peraturan perundang-undangan nasional dan daerah yang berlaku di dalam wilayah negara

seperti misalnya mematuhi aturan hukum ketenagakerjaan, persaingan usaha yang sehat, perlindungan terhadap konsumen, perpajakan, pelaporan aktivitas perusahaan, dan seterusnya termasuk juga untuk mematuhi hak-hak asasi manusia dan asas pengelolaan lingkungan hidup yang baik dan berkelanjutan.

Konsep CSR memperluas kewajiban perusahaan tersebut dengan kewajiban untuk peduli terhadap kemajuan dan kesejahteraan masyarakat lokal di mana perusahaan tersebut berdomisili dan atau menjalankan aktivitas operasionalnya. Kewajiban terakhir ini dapat dilakukan perusahaan melalui berbagai bentuk kegiatan yang idealnya cocok dengan strategi dan *business core* dari perusahaan itu sendiri. Misalnya, pemberdayaan ekonomi rakyat berupa membina usaha-usaha mikro, kecil, dan menengah; penyediaan hingga pelayanan kesehatan dan pendidikan masyarakat; penyediaan sarana dan prasarana umum, dan sebagainya. Bahkan, deretan kegiatan sebagai wujud dari CSR inipun masih dapat ditambah bila kita memasukkan aneka kegiatan yang bersifat karitatif di dalamnya, seperti menyantuni anak yatim piatu, menolong korban bencana alam, dan sebagainya.

Jadi, pada prinsipnya CSR bertujuan agar perusahaan dapat memberi kontribusi

untuk kemajuan atau peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Dan hal inilah tampak nyata bahwa pelaku usaha melalui berbagai badan usaha yang berbadan hukum maupun yang bukan berbadan hukum, diminta untuk bersama-sama dengan Pemerintah mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat sebab perusahaan juga secara etis moral dinilai memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat. Tugas nasional ini tidak lagi dipandang sebagai tanggung jawab negara semata-mata untuk melaksanakannya, walaupun memang masih dapat dikaji lebih mendalam menyangkut sampai seberapa jauh sebenarnya perusahaan dapat diminta untuk memikul tanggung jawab mulia itu bila dibandingkan dengan kewajiban negara. Pada sisi lain, CSR juga sebenarnya memberi manfaat bagi perusahaan yang melaksanakan. Manfaat itu misalnya CSR mampu menciptakan *brand image* bagi perusahaan di tengah pasar yang kompetitif sehingga pada gilirannya nanti akan mampu menciptakan *customer loyalty* dan membangun atau mempertahankan reputasi bisnis. CSR juga dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan atau melanjutkan *license to operate* dari Pemerintah maupun dari publik sebab perusahaan akan dinilai

telah memenuhi standar tertentu dan memiliki kepedulian sosial.

II. KAJIAN TEORI

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut (Mukti Fajar ND & Setyaningrum, 2017), Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau sering disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Pengertian CSR menurut (Nayenggita et al., 2019), “CSR merupakan hal yang dicapai perusahaan atau pelaku bisnis dalam berkontribusi, keterlibatan masyarakat atau sosial yang berkelanjutan dalam mencapai upaya peningkatan kualitas atau kesejahteraan perusahaan dan masyarakat.”

Dari definisi-definisi di atas maka dapat disimpulkan, CSR merupakan kegiatan atau program yang dijalankan oleh perusahaan atau pelaku bisnis dalam merespon masyarakat dan lingkungan di sekitarnya untuk meningkatkan kualitas perusahaan dan masyarakat yang lebih baik.

Tujuan CSR

Menurut (Marthin et al., 2017), pengaturan bagi perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR) yang diatur dalam Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi Perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya.

Tujuan diadakannya CSR menurut (Nurani, 2019) yaitu sebagai berikut:

a. Tanpa kemiskinan

Mengakhiri segala bentuk kemiskinan dimanapun.

b. Tanpa kelaparan

Mencapai ketahanan pangan dan gizi yang baik, serta meningkatkan pertanian berkelanjutan.

c. Kehidupan sehat dan sejahtera

Menjamin kehidupan yang sehat dan meningkatkan kesejahteraan seluruh penduduk di semua usia.

d. Pendidikan berkualitas

Menjamin kualitas pendidikan yang inklusif dan merata serta meningkatkan kesempatan belajar sepanjang hayat untuk semua.

- e. Kesetaraan gender
Mencapai kesetaraan gender dan memberdayakan kaum perempuan.
- f. Air bersih dan sanitasi layak
Menjamin ketersediaan serta pengelolaan air dan sanitasi yang berkelanjutan untuk semua.
- g. Energi bersih dan terjangkau
Memastikan akses energi yang terjangkau, andal, berkelanjutan dan modern untuk semua.
- h. Pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi
Meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, kesempatan kerja yang produktif dan menyeluruh, serta pekerjaan yang layak untuk semua.
- i. Industri, inovasi, dan infrastruktur
Membangun infrastruktur yang tangguh, meningkatkan industri inklusi dan berkelanjutan, serta mendorong inovasi.
- j. Berkurangnya kesenjangan
Mengurangi kesenjangan di dalam dan antar negara.
- k. Kota dan permukiman yang berkelanjutan
Menjadikan kota dan pemukiman manusia inklusif, aman, berketahanan dan berkelanjutan.
- l. Konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab
Menjamin pola produksi dan konsumsi yang berkelanjutan.
- m. Penanganan perubahan iklim
Mengambil tindakan cepat untuk mengatasi perubahan iklim dan dampaknya.
- n. Ekosistem laut
Melestarikan dan memanfaatkan secara berkelanjutan sumber daya kelautan dan samudera untuk pembangunan berkelanjutan.
- o. Ekosistem daratan
Melindungi, merestorasi, dan meningkatkan pemanfaatan berkelanjutan ekosistem daratan, mengelola hutan secara lestari, menghentikan penggurunan, memulihkan degradasi lahan, serta menghentikan kehilangan keanekaragaman hayati.
- p. Perdamaian, keadilan, dan kelembagaan yang tangguh
Menguatkan masyarakat yang inklusif dan damai untuk pembangunan berkelanjutan, menyediakan akses keadilan untuk semua, dan membangun kelembagaan yang efektif, akuntabel, dan inklusif di semua tingkatan.

q. Kemitraan untuk mencapai tujuan

Menguatkan sarana pelaksanaan dan merevitalisasi kemitraan global untuk pembangunan berkelanjutan.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari CSR adalah untuk mewujudkan pembangunan ekonomi jangka panjang dan berkelanjutan (*sustainable*) bagi lingkungan dan masyarakat, terutama bagi perusahaan atau pelaku bisnis itu sendiri agar dapat beradaptasi dan tetap *survive*.

Bentuk CSR

Program CSR yang dijalankan oleh beberapa perusahaan ini pada umumnya dibagi dalam beberapa bentuk atau pola. Menurut (Imran, 2017), program CSR dapat dibagi berdasarkan pola sebagai berikut:

a. Program Sentralisasi

Perusahaan sebagai pelaksana atau penye-lenggara utama kegiatan.

b. Program Desentralisasi

Kegiatan dilaksanakan di luar area perusahaan. Perusahaan berperan sebagai pendukung kegiatan tersebut baik dalam bentuk bantuan dana, material, maupun *sponso-rship*.

c. Program Kombinasi

Pola ini dapat dilakukan terutama untuk program-program pemberdayaan masyara-kat. Dimana inisiatif, pendanaan, maupun pelaksanaan kegiatan dilakukan secara partisipatoris dengan *beneficiary*.

Dasar Hukum CSR

Menurut (Imran, 2017), “di Indonesia program CSR semakin menguat setelah dinya-takan dengan tegas dalam UU Perseroan Ter-batas No. 40 Tahun 2007.”

Setiap perusahaan wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL) berupa program CSR. Tentunya hal ini sudah diatur dalam suatu landasan atau dasar hukum perundang-undangan yang berlaku.

Berikut beberapa yang menjadi Dasar Hukum CSR:

1. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM)

Pasal 15 huruf b UUPM menyatakan bah-wa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial per-usahaan.

Pasal 16 huruf d menyatakan bahwa setiap penanam modal bertanggungjawab ter-hadap kelestarian lingkungan hidup.

Pasal 16 huruf e UUPM menyatakan bahwa setiap penanam modal bertanggungjawab

- untuk menciptakan keselamatan, kesehatan, kenyamanan, dan kesejahteraan pekerja.
- Selanjutnya Pasal 17 UUPM menentukan bahwa penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) UU No 40 tahun 2007 Pasal 74 ayat (1), (2), (3), dan (4), bunyi pasal tersebut sebagai berikut :
- a) Undang-undang Perseroan Terbatas tersebut menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab social dan lingkungan;
 - b) Tanggung jawab social dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran;
 - c) Perseroan Terbatas tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana pasal 1 dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- d) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab social dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.
3. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 232/KMK.013/1989 tanggal 11 Nopember 1989 tentang Pedoman Pembinaan Pengusaha konomi Lemah dan Koperasi melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN).
- Pengusaha konomi Lemah dan Koperasi melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN).
- Dana pembinaan disediakan dari penyisihan sebagian laba BUMN sebesar 1%-5% (dari laba setelah pajak). Nama program saat itu lebih dikenal dengan Program Pegelkop (Pembinaan Pengusaha Ekonomi Lemah dan Koperasi).
- Pada Tahun 1994, nama program Pegelkop diubah menjadi Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (Program PUKK) berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994 tentang Pedoman Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi melalui pemanfaatan dana dari Bagian Laba BUMN.

YAYASAN AKRAB PEKANBARU
Jurnal AKRAB JUARA
Volume 5 Nomor 4 Edisi November 2020 (185-199)

4. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil.

Penjelasan Pasal 16, lembaga pembiayaan menyediakan dukungan modal untuk pembinaan dan pengembangan usaha kecil antara lain meliputi sekema modal awal, modal bergulir, kredit usaha kecil, kredit program dan kredit modal kerja usaha kecil, kredit kemitraan, modal ventura, dana dari bagian laba Badan Usaha Milik Negara (BUMN), anjak piutang dan kredit lainnya. Sebagai tindak lanjut dari PP No. 32 Tahun 1998 ini dikeluarkanlah Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan BUMN/Kepala Badan Pembina BUMN No.Kep-216/M-PBUMN/1999 tanggal 28 September 1999 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan BUMN.

5. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN

Pasal 2 salah satu tujuan pendirian BUMN adalah turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat.

Pasal 88 ayat (1). ...BUMN dapat menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan usaha kecil/koperasi

serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN.

Sebagai tindak lanjut UU No. 19 Tahun 2003 ini dikeluarkanlah Keputusan Menteri BUMN Nomor Kep-236/MBU/2003 tanggal 17 Juni 2003 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

6. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pasal 21, ... Badan Usaha Milik Negara dapat menyediakan pembiayaan dari penyisihan bagian laba tahunan yang dialokasikan kepada Usaha Mikro dan Kecil dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah, dan pembiayaan lainnya. PKBL merupakan Program Pembinaan Usaha Kecil dan pemberdayaan kondisi lingkungan oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Jumlah penyisihan laba untuk pendanaan program maksimal sebesar 2% (dua persen) dari laba bersih untuk Program Kemitraan dan maksimal 2% (dua persen) dari laba bersih untuk Program Bina Lingkungan.

7. Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin

Undang-undang ini tidak membahas secara khusus peran dan fungsi perusahaan dalam

menangani fakir miskin, melainkan terdapat klausul dalam pasal 36 ayat 1 “Sumber pendanaan dalam penanganan fakir miskin, meliputi: c. dana yang disisihkan dari perusahaan perseroan. Diperjelas dalam ayat 2 Dana yang disisihkan dari perusahaan perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf digunakan sebesar besarnya untuk penanganan fakir miskin. Pasal 41 tentang “Peran Serta Masyarakat”, dalam ayat 3 dijelaskan bahwa “Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf j berperan serta dalam menyediakan dana pengembangan masyarakat sebagai pewujudan dari tanggung jawab sosial terhadap penanganan fakir miskin.

8. Peraturan Menteri Sosial RI Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum tanggungjawab dunia usaha dalam penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial.

Kementerian Sosial memandang penting dibentuknya forum CSR pada level Provinsi, sebagai sarana kemitraan antara pemerintah dengan dunia usaha. Rekomendasi Permensos adalah dibentuknya Forum CSR di tingkat provinsi beserta pengisian struktur kepengurusan yang dikukuhkan oleh Gubernur.

Teori-Teori CSR

Menurut (Mahrinasari, 2017) ada 4 (empat) basis teori terkait CSR, yaitu sebagai berikut:

- a. Teori Pemangku Kepentingan (Teori Stakeholder)

Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) muncul karena perusahaan memiliki tanggung jawab tidak hanya pada pemilik (stakeholder), tetapi lebih luas lagi kepada kehidupan sosial dan lingkungan pemangku kepentingan. Berarti, perusahaan dalam kehidupan bisnisnya pasti memerlukan pemangku kepentingan dalam menjaga keseimbangan bisnis, keamanan, dan keberlanjutan pertumbuhan bisnis itu sendiri.

- b. Teori Legitimasi

Pengakuan atau legitimasi menjadi faktor penting dalam pelaksanaan aktivitas TJSP. Aktivitas TJSP dapat diharapkan memberikan manfaat sosial dalam mensejahterakan pemangku kepentingan dan menciptakan kehidupan pemangku kepentingan berkualitas. Berarti jika pemangku kepentingan mendapatkan manfaat secara substansial, maka legitimasi pemangku kepentingan dapat diperoleh sebagai wahana bagi perusahaan untuk memosisikan diri di tengah lingkungan pemangku

kepentingan, sehingga stabilitas dan keberlanjutan perusahaan semakin terjamin.

c. Teori Kontrak Sosial

Teori kontrak sosial secara umum menggambarkan bahwa ada hubungan kuat yang mengarah pada kesepahaman antara pelaku bisnis yang berkomitmen untuk melaksanakan aktivitas TJSP dan pemangku kepentingan sebagai penerima manfaat aktivitas TJSP.

d. Teori Atribusi

Atribusi merupakan hasil inferensi kausal atas sebuah aktivitas, yang dalam hal ini aktivitas TJSP. Aktivitas TJSP secara umum jika dikomunikasikan pada sebuah media akan menciptakan atribusi berupa pencitraan pada TJSP. Citra TJSP ini merupakan inferensi yang ditimbulkan oleh pemangku kepentingan khususnya dalam perspektif pemasaran, yaitu konsumen. Contoh, jika konsumen melihat aktivitas TJSP yang dikomunikasikan dalam sebuah media komunikasi, baik media offline (luar jaringan, singkat luring), seperti pada media spanduk atau media cetak koran / majalah, dan media online (dalam jaringan, disingkat da- ring) akan memunculkan inferensi kausal pada citra TJSP.

Konsep CSR

Menurut (Imran, 2017), konsep-konsep dasar mengenai CSR adalah sebagai berikut.

a. Profit

Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan (profit) untuk terus beroperasi dan berkembang.

b. People

Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia.

c. Planet

Pentingnya perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keanekaragaman hayati.

III. METODE PENELITIAN

Untuk mendapatkan informasi yang lengkap maka perlu diadakan pengumpulan data melalui:

1. Metode Pengamatan Langsung (*Observation*)

Dalam hal ini penelitian dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, sesuai ijin yang telah diberikan oleh pihak Perusahaan.

2. Metode Wawancara (*Interview*).

Metode ini dilakukan dengan melakukan tanya jawab (*interview*) mengenai pertanyaan (*question*) yang berhubungan dengan

permasalahan yang sedang diteliti. Interview dilakukan kepada Bapak Noviantara selaku President Direktur PT Bersama Esa Sejahtera (PT BESt) selaku ketua pelaksana CSR.

3. Metode Dokumentasi (*Documentation*)

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan beberapa informasi seperti teori melalui referensi buku-buku, jurnal-jurnal yang didapat dari perpustakaan maupun di internet (dengan mengambil sumber atau referensi lima tahun ke belakang) dan dokument-dokumen lain dari perusahaan yang terkait dengan judul.

IV. HASIL PENELITIAN

Semua Perusahaan (Perseroan Terbatas) yang bergerak dibidang apapun, mempunyai kewajiban dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Karena sebuah perusahaan agar dalam melaksanakan kegiatan usahanya tidak hanya berorientasi pada tanggung jawab ekonomi (profit) saja, melainkan juga legal, moral dan etis.

Begini juga dengan PT Bersama Esa Sejahtera (PT BESt), sebagai perusahaan yang tergolong perusahaan menengah yang berdiri pada tahun 2007 dan aktif operasi sejak tahun 2015 sampai saat ini telah menerapkan CSR

dalam salah satu agenda kegiatan sosial perusahaan terhadap lingkungan perusahaan.

Penggunaan istilah yang berbeda didapati dalam UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Perda Provinsi Jawa Timur Nomor4 Tahun 2011 yang menggunakan istilah “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan” (TSP); dan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseoran Terbatas yang menggunakan istilah “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan” (TJSL)/CSR. Untuk selanjutnya dalam penelitian ini menggunakan istilah CSR.

Dalam hal ini penelitian yang dilakukan melalui proses observasi, wawancara maupun dokumentasi yang dilakukan dalam perusahaan bertujuan ingin mengetahui sejauhmana peran dari perusahaan dalam menerapkan fungsi dan tanggungjawabnya terhadap kedulian kesejahteraan lingkungan tempat domisili perusahaan tersebut.

Pemaknaan kegiatan CSR harusnya tidak sekedar sebagai “perlakuan” tertentu pada *inside stakeholders* (karyawan), atau *outside stakeholders* yang terdiri dari pelanggan, pemasok, pemerintah, dan kelompok masyarakat setempat atau yang lebih luas. CSR/TJSL seyogyanya dimaknai yang lebih luas, yaitu kegiatan perusahaan yang dibuat dalam renca-

YAYASAN AKRAB PEKANBARU
Jurnal AKRAB JUARA
 Volume 5 Nomor 4 Edisi November 2020 (185-199)

na jangka panjang dan juga memiliki efek jangka panjang (*sustainability development*) sehingga dapat meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya.

Dalam Perusahaan ini telah melaksanakan kegiatan CSR sejak tahun 2017 hingga sekarang. Adapun beberapa alasan pemilihan tempat, objek maupun jenis bantuan sosial yang diberikan berdasarkan pada survei yang dilakukan oleh Tim dengan pertimbangan

kemanusiaan dan kemaslahatan umat. Perusahaan ini berfikir bahwa dengan ketentuan pemberian bantuan sosial melalui CSR ini juga harus bernilai pahala yang berkelanjutan berdasar pada Al Qur'an dan Hadits Nabi. Sehingga pemilihan kegiatannya berorientasi pada syariat yang diajarkan dalam agama Islam.

Berikut adalah data pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dilakukan oleh PT BESt sejak tahun 2017 hingga sekarang.

Tabel III.1 Kegiatan CSR PT Bersama Esa Sejahtera

Nomor	Tahun	Kegiatan	Keterangan
1.	2017	1. Jasa Pembangunan Canopy Masjid AT TAUHID Rawalumbu Bekasi 2. Santunan Yatim / Dhuafa	Perusahaan memberikan jasa pemasangan Canopy Masjid secara gratis dan pihak Masjid yang menyediakan bahan materialnya. Santunan Yatim/Dhuafa dilakukan sesuai jadwal setelah selesai proyek yang dikerjakan.
2	2018	Tebar Hewan Qurban Santunan Yatim / Dhuafa	Perusahaan mengadakan tebar hewan Qurban dengan lokasi penyebarannya masing-masing tempat tinggal karyawan. Besarnya Dana untuk tebar Hewan Qurban adalah Rp. 3.500.000/ karyawan Santunan Yatim/Dhuafa dilakukan sesuai jadwal setelah selesai proyek yang dikerjakan.
3	2019	1.Pemberian Bantuan Bencana Banjir 2. Santunan Yatim / Dhuafa	Perusahaan memberikan bantuan musibah banjir yang terjadi di Rawalumbu dan Vila Nusa Indah Bekasi. Bantuan berupa obat-obatan, makanan dan minuman, pakaian anak dan dewasa serta pembersih lantai dll. Santunan Yatim/Dhuafa dilakukan sesuai jadwal setelah selesai proyek yang dikerjakan.
4	2020	1.Pemberian Bantuan Ketahanan Pangan Pada Masa Pandemi Covid 19 2. Santunan Yatim / Dhuafa	Perusahaan memberikan Bantuan Ketahanan Pangan bagi warga masyarakat yang terdampak Covid19. Bantuan yang diberikan dalam bentuk sembako untuk wilayah Rawalumbu dan Padurenan Bekasi sebesar 250.000/keluarga. Selain itu juga membagikan Hand Sanitizer serta Vitamin. Santunan Yatim/Dhuafa dilakukan sesuai jadwal setelah selesai proyek yang dikerjakan.

Sumber : PT BESt

Dari **Tabel III.1** diatas dapat dilihat bahwa PT Bersama Esa Sejahtera telah melakukn kegiatan CSR setiap tahunnya dengan berbagai bentuk bantuan yang diberikan, baik berupa bantuan jasa maupun bantuan barang ataupun hewan Qurban. PT BESt sudah melakukan tanggungjawabnya sebagai perusahaan yang berada ditengah masyarakat dengan baik. Pemberian bantuan yang diberikan melalui CSR ini adalah salah satu bukti bahwa Perusahaan peduli dengan keadaan social lingkungan tempat perusahaan berdomisili.

V. KESIMPULAN

1. Perusahaan masih berfokus pada aspek keuangan (*financial*) untuk menunjukkan keberhasilannya terutama pada perolehan keuntungannya (*profitability*), namun saat ini sudah banyak perusahaan memperhitungkan dampak lingkungan dan sosial akibat operasi bisnisnya dengan tujuan agar dapat mempertahankan diri (*survive*) terhadap tekanan lingkungan sosialnya melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Konsep CSR memperluas kewajiban perusahaan tersebut dengan kewajiban untuk peduli terhadap kemajuan dan kesejahteraan masyarakat lokal di mana perusahaan tersebut berdomisili dan atau menjalankan aktivitas operasionalnya. Kewajiban terakhir ini dapat dilakukan perusahaan melalui berbagai bentuk kegiatan yang idealnya cocok dengan strategi dan *business core* dari perusahaan itu sendiri. Misalnya, pemberdayaan ekonomi rakyat berupa membina usaha-usaha mikro, kecil, dan menengah; penyediaan hingga pelayanan kesehatan dan pendidikan masyarakat; penyediaan sarana dan prasarana umum, dan sebagainya. Bahkan, deretan kegiatan sebagai wujud dari CSR inipun masih dapat ditambah bila kita memasukkan aneka kegiatan yang bersifat karitatif di dalamnya, seperti menyalurkan anak yatim piatu, menolong korban bencana alam, dan sebagainya.
3. CSR bertujuan agar perusahaan dapat memberi kontribusi untuk kemajuan atau peningkatan kesejahteraan masyarakat se-tempat. Tampak nyata bahwa pelaku usaha melalui berbagai badan usaha yang berbadan hukum maupun yang bukan berbadan hukum, diminta untuk bersama-sama dengan Pemerintah mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat sebab perusahaan juga secara etis moral dinilai memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat. Tugas nasional ini tidak lagi dipandang sebagai tanggung jawab negara

semata-mata untuk melaksanakannya, walaupun memang masih dapat dikaji lebih mendalam menyangkut sampai seberapa jauh sebenarnya perusahaan dapat diminta untuk memikul tanggung jawab mulia itu bila dibandingkan dengan kewajiban negara. Pada sisi lain, CSR juga sebenarnya memberi manfaat bagi perusahaan yang melaksanakan. Manfaat itu misalnya CSR mampu menciptakan *brand image* bagi perusahaan di tengah pasar yang kompetitif sehingga pada gilirannya nanti akan mampu menciptakan *customer loyalty* dan membangun atau mempertahankan reputasi bisnis. CSR juga dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan atau melanjutkan *license to operate* dari Pemerintah maupun dari publik sebab perusahaan akan dinilai telah memenuhi standar tertentu dan memiliki kepedulian sosial.

4. PT BESt telah melaksanakan kegiatan CSR sejak tahun 2017 hingga sekarang. Adapun beberapa alasan pemilihan tempat, objek maupun jenis bantuan sosial yang diberikan berdasarkan pada survei yang dilakukan oleh Tim dengan pertimbangan kemanusiaan dan kemaslahatan umat. Perusahaan ini berfikir bahwa dengan ketentuan pemberian bantuan sosial melalui CSR ini juga

harus bernilai pahala yang berkelanjutan berdasar pada Al Qur'an dan Hadits Nabi. Sehingga pemilihan kegiatannya berorientasi pada syariat yang diajarkan dalam agama Islam.

5. PT Bersama Esa Sejahtera telah melakukan kegiatan CSR setiap tahunnya secara rutin dengan berbagai bentuk bantuan yang diberikan, baik berupa bantuan jasa maupun bantuan barang ataupun hewan Qurban.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamali, A. Y., & Budihastuti, E. S. 2019. Pemahaman Praktis Administrasi, Organisasi, dan Manajemen: Strategi Mengelola Kelangsungan Hidup Organisasi. Prenada Media Group.
- Imran, A. I. 2017. Corporate Social Responsiblty in the Digital Era. Deepublish.
- Mahrinasari. 2017. Tanggung Jawab Perusahaan: Perspektif Pemasaran. Deepublish.
- Marthin, Salinding, M. B., & Akim, I. 2017. Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (CSR) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. Journal Of Private and Commercial Law, 1(1), 111–132.
<https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jpcl/article/view/12358>

YAYASAN AKRAB PEKANBARU
Jurnal AKRAB JUARA
Volume 5 Nomor 4 Edisi November 2020 (185-199)

- Nasution, Arif Zulkifli, 2018 Dasar Hukum CSR <https://bangazul.com/dasar-hukum-csr/> 61–66.
<https://jurnal.unpad.ac.id/focus/article/view/23119>
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. 2019. Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), Nurani, M. D. 2019. Menuju Bisnis Berkelanjutan: Petunjuk Praktis Pelaksanaan CSR. Penerbit Balai Pustaka.