

Efektifitas Pelaksanaan Program CSR PT Tirta Bahagia

Anggara Prihardana

Sekolah Pascasarjana, Universitas Airlangga

Email: anggara.prihardana@gmail.com

Abstract

CSR first appeared in official discourse since the presence of academic writings of Howard Bowen, entitled Social Responsibility of Businessmen raised in 1953. CSR in the meaning of Bowen refers to the obligation of business to make and implement policies, decisions, and actions that follow the norms in a society. In the implementation of the program of corporate social responsibility (CSR), PT Tirta Bahagia has a lot of activities in the field of education, the environment or health. In carrying out these activities there are several stages performed i.e. ranging from planning, implementation, and evaluation. In this discussion that became the focus of research is on the development of the well absorption done by the company in the village which is also the location of the factory. PT Tirta Bahagia starting the planning stages are not based on the order in which they should be, i.e. starts with vision and mission would formulate but positioning the provision of funds (budget) being the first with reason a very limited source of funding, causing the program to be run CSR activities should be adapted to the existing funds

Keywords: *effectiveness, corporate social responsibility, program*

A. PENDAHULUAN

Salah satu isu penting di bidang sosial yang masih terus menjadi perhatian dunia saat ini adalah mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau secara umum biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR pertama kali muncul dalam diskursus resmi akademik sejak hadirnya tulisan Howard Bowen, yang berjudul '*Social Responsibility of the Businessmen*' pada tahun 1953. Implementasi CSR merupakan keputusan strategis untuk menerapkan lingkungan kerja yang sehat, kesejahteraan karyawan dan juga kebutuhan masyarakat yang menerima program CSR tersebut.

Sebagai salah satu badan usaha yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT), PT Tirta Bahagia mempunyai kewajiban hukum untuk menjalankan peraturan dan ketentuan UU No. 40 Tahun 2007 yang diwujudkan dalam bentuk kegiatan sosial (CSR). Sejauh ini program CSR yang sudah pernah dilaksanakan oleh PT Tirta Bahagia antara lain adalah di bidang lingkungan berupa pengadaan sumur resapan dan penanaman bibit pohon jati, sedangkan di bidang pendidikan merupakan pemberian beasiswa, dan di bidang kesehatan berupa kegiatan donor darah massal ataupun program peduli kesehatan veteran.

Tabel 1. Program Kegiatan CSR PT Tirta Bahagia

Tahun	Tema Kegiatan dan Lokasi	Bidang	Biaya (Rp)
2009	- penanaman bibit pohon (Surabaya, dsb.)	Lingkungan	75 juta
2010	- pembangunan tandon (Desa-desa Jawa Timur)	Lingkungan	35 juta
	- pengobatan katarak gratis (Sumenep, Madura)	Kesehatan	25 juta
	- renovasi gedung sekolah (Surabaya, dsb.)	Pendidikan	40 juta
2011	- beasiswa pendidikan (Surabaya, dsb.)	Pendidikan	50 juta
	- peduli veteran (Surabaya, dsb.)	Kesehatan	15 juta
2012	- sumur resapan (Desa Lemahbang, Pasuruan)	Lingkungan	25 juta
	- pengobatan gratis (Pamekasan, Madura)	Kesehatan	35 juta
	- pembagian buku-buku SD (Gresik, Lamongan)	Pendidikan	30 juta
2013	- pelatihan entrepreneurship (SMAN 5, Surabaya)	Pendidikan	40 juta
	- program edukasi air bersih (Surabaya)	Kesehatan	25 juta

Sumber: dokumentasi data perusahaan

Berdasarkan data tabel diatas, dapat dilihat bahwa sudah sejak tahun 2009 hingga saat ini, PT Tirta Bahagia sudah menjalankan program CSR secara berkelanjutan. Akan tetapi, program CSR yang dijalankan tidaklah konsisten, dimana pada tahun 2009 hanya kegiatan di bidang lingkungan, dan di tahun 2011 justru kegiatan di bidang lingkungan yang tidak dijalankan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada aturan baku yang konsisten dalam perusahaan, serta tidak ada target dan perencanaan yang matang sebelum menjalankan program kegiatan CSR.

Program pengadaan sumur resapan pada tahun 2012, akan menjadi fokus dalam penelitian ini karena merupakan program yang dilaksanakan di wilayah yang terkena dampak langsung. Program tersebut dilakukan di lokasi dengan radius kurang lebih 1000 m dari pabrik (Wibisono, 2007). Wilayah yang dimaksud adalah Desa Lemahbang di Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Pasuruan. Awalnya desa tersebut dipilih oleh perusahaan karena keterbatasan sumber air bersih yang masih terjadi, terutama pada musim kemarau. Akan tetapi, pelaksanaan program CSR ini dianggap tidak menyentuh inti permasalahan di desa sehingga bisa dikatakan kurang tepat sasaran, hal ini sesuai pernyataan dari salah satu informan yang menyatakan:

“Sepertinya kegiatan sosial yang sudah dilakukan oleh perusahaan di desa lemahbang *kapan itu* memang belum sesuai dengan harapan warga karena setelah kegiatan pengadaan sumur resapan selesai dilakukan, banyak warga yang kemudian meminta bantuan kepada kami agar menyumbang beberapa unit komputer dan juga fasilitas internet. Karena menurut warga tersebut ini jauh lebih dibutuhkan dan diharapkan dimana mayoritas dari warga desa lemahbang tidak paham dengan teknologi atau bisa dibilang *gaptek (gagap atau buta teknologi)*. Hal ini cukup memberi gambaran kepada saya bahwa sebenarnya yang mereka inginkan adalah bantuan di bidang pendidikan”

Tabel 2 Jumlah penduduk Desa Lemahbang berdasarkan pekerjaannya

No.	Pekerjaan	Jumlah	Jumlah	Jumlah
		Jiwa (2010)	Jiwa (2011)	Jiwa (2012)
1	Petani (Buruh Tani)	71	92	85
2	Buruh Pabrik	136	143	154
3	Pedagang (Wiraswasta)	38	35	39
4	Peternak	5	5	7
5	Pegawai Negeri Sipil / TNI /	14	22	23

Polri				
6	Purnawirawan	7	9	12
7	Lainnya (Pelajar, Pengangguran, dsb.)	108	90	102
Total Penduduk		379	396	422

sumber: data olahan sekunder dari arsip balai desa lemahbang

Dari pernyataan beberapa informan dan data yang ada pada tabel diatas, menunjukkan bahwa buruh pabrik merupakan pekerjaan mayoritas yang dilakukan oleh warga Desa Lemahbang.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat setempat. Secara teoretik,

Menurut Hendrik Untung, dalam bukunya "Corporate Social Responsibility" (2008). *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Menilik sejarahnya, gerakan CSR modern yang berkembang pesat selama dua puluh tahun terakhir ini lahir akibat desakan organisasi-organisasi masyarakat sipil dan jaringannya di tingkat global.

Ada empat manfaat CSR terhadap perusahaan (Suharto, 2010):

- a) *Brand Differentiation*. Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, CSR bisa memberikan citra perusahaan yang baik, hingga pada akhirnya akan menciptakan *customer loyalty*.
- b) *Human resources*. Program CSR dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama yang memiliki kualifikasi tinggi.
- c) *License to operate*. Perusahaan yang menjalankan CSR dapat mendorong pemerintah dan publik memberi 'izin' bisnis. Karena dianggap telah memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas.
- d) *Risk management*. Manajemen resiko merupakan isu sentral bagi bagi setiap perusahaan. Reputasi perusahaan yang dibangun

bertahun-tahun bisa runtuh dalam sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan karyawan, atau kerusakan lingkungan. Membangun budaya “*doing the right thing*” berguna bagi perusahaan dalam mengelola risiko - risiko bisnis.

2. Bentuk Program CSR

Seorang ahli atau pakar yang mengakui suatu konsep mengenai CSR adalah Philip Kottler (2005) di dalam bukunya yang berjudul ‘*Doing The Best for Your Company*’ menyebutkan beberapa bentuk program CSR yang dapat dipilih dan digunakan oleh organisasi atau perusahaan dalam rangka peningkatan SDM, yaitu:

a). *Cause Promotions.*

Dalam *cause promotions*, kegiatan dilakukan dalam bentuk peningkatan *awareness* dan *concern* masyarakat terhadap suatu *issue* tertentu, dimana *issue* ini tidak harus berhubungan atau berkaitan dengan lini bisnis perusahaan

b). *Cause-Related Marketing*

Dalam *cause related marketing*, perusahaan akan mengajak masyarakat untuk membeli atau menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan, baik itu barang atau jasa, dimana sebagian dari keuntungan yang didapat perusahaan akan didonasikan atau disumbangkan untuk membantu mengatasi dan mencegah suatu masalah tertentu.

c). *Corporate Social Marketing*

Corporate social marketing dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk mengubah perilaku masyarakat (*behavioral changes*) dalam suatu *issue* tertentu.

d). *Corporate Philanthropy*

Corporate philanthropy merupakan bentuk *Corporate Social Responsibility* yang paling tua. Bentuk CSR ini dilakukan oleh perusahaan dengan memberikan kontribusi atau sumbangan secara langsung dalam bentuk dana, jasa atau alat kepada pihak yang membutuhkan.

e). *Corporate Community Volunteering*

Community Volunteering adalah bentuk *Corporate Social Responsibility* di mana perusahaan mendorong atau mengajak karyawannya ikut terlibat dalam program *Corporate Social Responsibility* yang sedang dijalankan dengan jalan mengkontribusikan waktu dan tenaganya

f). *Social Responsible Business Practices*

Social Responsible Business Practices adalah bentuk CSR dimana perusahaan bebas untuk mengadopsi dan menentukan praktek bisnis dan investasi yang mendukung permasalahan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dan melindungi lingkungan.

3. Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Implementasi tanggung jawab sosial merupakan tahap aplikasi program sebagaimana telah direncanakan sebelumnya. Penerapan tanggung jawab sosial membutuhkan iklim organisasi yang saling percaya dan kondusif, sehingga memunculkan motivasi dan komitmen karyawan pelaksana.

1. *Accountability's Standard (AA1000)*, yang mengacu pada prinsip *Triple Botton Line* dari teori John Elkington.
2. *Global Reporting Initiative (GRI)*, yang merupakan panduan pelaporan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmental Economies (CERES)* dan UNEP pada tahun 1997.
3. *Social Accountability International SA8000 Standard*.
4. *ISO 14000 environmental management standart*.
5. *ISO 26000 Guidance Standard on Social Responsibility*.

4. CSR dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas (UU No. 40 Tahun 2007)

Di beberapa Negara kegiatan CSR sudah lazim dilakukan oleh suatu perusahaan, hal ini bukan karena diatur oleh pemerintah, melainkan untuk menjaga hubungan baik dengan *stakeholders*. Berbeda dengan di Indonesia dalam sistem perekonomiannya menganut ekonomi berasaskan kekeluargaan dan berdasarkan demokrasi ekonomi, serta pelaksanaan pengaturan CSR sebenarnya tidak terlepas dari makna Pancasila itu sendiri yang merupakan landasan filosofi. Dalam konstitusi, prinsip CSR ini berkaitan dengan maksud dan tujuan bangsa dan negara sebagaimana tercantum dalam UUD 1945 yang menegaskan bahwa:

".....Pemerintah Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial....."

C. METODE PENELITIAN

1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif, karena penelitian kualitatif memiliki definisi yaitu suatu riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif.

Tipe perspektif penelitian kualitatif yang sesuai dengan penelitian ini adalah penelitian studi kasus induktif dengan perspektif interaksi simbolik. Aliran ini menunjang dan mewarnai kegiatan penelitian kualitatif, dimana dasar pandangan atas interaksi simbolik adalah asumsi bahwa pengalaman manusia diperoleh lewat interpretasi.

Dari perpektif interaksi simbolik ini semua organisasi sosial terdiri dari para pelaku yang mengembangkan definisi tentang suatu situasi atau perspektif melalui proses interperatasi dan mereka bertindak sesuai dengan makna dari definisi tersebut, tanpa menggunakan asumsi yang tidak berdasar Kriyantono (2010).

2. Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan pada penelitian ini ada dua tempat yaitu kantor PT Tirta Bahagia yang berlokasi di Surabaya, dan adalah lokasi tempat terjadinya kasus yaitu Desa Lemahbang, Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur, Indonesia, sebagai lokasi pelaksanaan program kegiatan pengadaan sumur resapan yang dilakukan oleh PT Tirta Bahagia, dimana Desa tersebut sekaligus juga merupakan wilayah lokasi dari pabrik milik perusahaan.

3. Jenis data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Data primer, merupakan data yang didapatkan secara langsung dari sumber pertama di lapangan, pada penelitian ini data primer diperoleh melalui observasi di lokasi penelitian dan proses wawancara mendalam yang dilakukan kepada seluruh informan baik kunci maupun biasa.
2. Data sekunder, merupakan data primer yang telah diolah sebelumnya oleh perusahaan ataupun pihak lain, pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari file dan arsip dokumentasi perusahaan mengenai kegiatan sosial (CSR) yang sudah pernah dilaksanakan sebelumnya.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini mempengaruhi proses (tahapan) berikutnya, adapun metode yang digunakan adalah:

a. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam atau *intensive depth interview* adalah teknik pengumpulan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam.

b. Observasi Lapangan

Observasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara langsung di tempat atau lokasi penelitian. Melalui kegiatan observasi ini, peneliti akan mengamati dan berinteraksi secara langsung serta menganalisis fenomena-fenomena nyata dan aktual yang terjadi di lapangan terkait segala bentuk kegiatan sosial (CSR) yang dilakukan perusahaan mulai dari prosesnya hingga manfaat yang didapat.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk menggambarkan dan membuktikan secara nyata mengenai kondisi yang terjadi sebenarnya di lapangan. Dokumentasi ini bisa merupakan hasil dari pengambilan gambar langsung di lapangan maupun juga dari hasil pengambilan gambar dari pihak kedua yang tidak direkayasa.

4. Teknik Analisis Data

Dengan dasar penjelasan di atas, maka teknik analisis data kualitatif dilakukan secara induktif, karena studi kasus berangkat dari fakta-fakta di lapangan, kemudian menyimpulkan ke dalam tataran konsep atau teori. Dimulai dari pengumpulan data melalui wawancara mendalam, kemudian analisa permasalahan yang ada, sebagai alasan utama penelitian ini perlu dilakukan. Setelah itu dari hasil analisis tersebut dilakukan cek silang data di lapangan untuk menemukan kesesuaian yang terjadi antara perusahaan (pelaksana CSR) dengan masyarakat (penerima manfaat CSR).

Setelah seluruh data yang diinginkan terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data, langkah – langkahnya antara lain adalah sebagai berikut:

1. Data dari proses wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi direkap terlebih dahulu dalam bentuk tulisan untuk kemudian dilakukan analisis.
2. Dari hasil rekap dan analisis tersebut kemudian dilakukan perbandingan dengan studi kepustakaan terkait teori yang ada dan

juga dengan temuan permasalahan yang terjadi sehingga nantinya dapat disimpulkan *output* yang sesuai.

D. PEMBAHASAN

1. Tahapan Pelaksanaan CSR PT Tirta Bahagia

Dalam pelaksanaan program tanggung jawab sosial (CSR), PT Tirta Bahagia telah banyak melakukan kegiatan di bidang pendidikan, lingkungan maupun kesehatan. Dalam menjalankan kegiatan tersebut ada beberapa tahapan yang dilakukan yaitu mulai dari perencanaan, implementasi, hingga evaluasi. Dalam pembahasan ini yang menjadi fokus penelitian adalah mengenai pembangunan sumur resapan yang dilakukan oleh perusahaan di desa yang juga merupakan lokasi pabrik.

Dasar pemikiran utama perusahaan untuk membangun sumur resapan ini adalah berdasarkan kondisi dan realita yang terjadi di lapangan, seperti yang dijelaskan oleh seorang informan berikut:

“Karena wilayah pasuruan khususnya desa lemahbang merupakan daerah yang kerap mengalami kekeringan terutama pada musim kemarau, dan juga merupakan daerah rawan bencana seperti tanah longsor, puting beliung, dan sebagainya sehingga pada saat saat tertentu terjadinya bencana, akan menyebabkan kekurangan air terutama air bersih, meskipun demikian masyarakat sekitar sudah menyadari akan hal tersebut dan menurut pandangan saya mereka sudah terbiasa untuk berjalan *berkilo – kilo* meter demi mendapatkan air bersih, hal ini tidak seimbang dengan perkembangan pabrik – pabrik yang ada di desa lemahbang tersebut sehingga untuk meningkatkan kualitas dari masyarakat desa maka perusahaan mencarikan solusinya dengan membangun sumur resapan. Tujuan lain dibangunnya sumur resapan adalah untuk menghindari gesekan atau protes dari warga sekitar yang merasa sumber airnya dieksplorasi oleh perusahaan”

Atas dasar pemikiran tersebut, akhirnya menggerakkan informan beserta tim pelaksana kegiatan sosial PT Tirta Bahagia untuk bersama-sama melaksanakan suatu bentuk kegiatan program CSR yang diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang sudah terjadi secara berkelanjutan tersebut.

2. Perencanaan

PT Tirta Bahagia dalam melakukan seluruh kegiatan sosial selalu diawali dengan tahapan perencanaan. Tahapan perencanaan yang selama ini dilakukan oleh tim memang tidak berdasarkan aturan dan ketentuan yang jelas sesuai dengan pedoman program CSR

Adapun tahapan perencanaan yang dilakukan oleh tim pelaksana kegiatan sosial dari perusahaan sebelum melakukan implementasi program CSR adalah:

1. Penyediaan Anggaran

Dalam hal penyediaan anggaran, PT Tirta Bahagia tidak mengalokasikan dana khusus untuk melaksanakan kegiatan sosialnya, sehingga dana yang selama ini dikeluarkan dan digunakan oleh perusahaan untuk kegiatan sosial atau CSR merupakan dana yang dialokasikan dari pos penjualan (*marketing*).

Dalam mengatasi permasalahan anggaran dana, tim pelaksana kegiatan sosial perusahaan memiliki solusi untuk menyelesaikannya, yaitu dengan berhutang kepada perusahaan melalui koperasi perusahaan.

2. Pemilihan Lokasi

Lokasi menjadi hal berikutnya yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam hal perencanaan. Seperti halnya kegiatan – kegiatan sosial yang selama ini telah dilakukan oleh PT Tirta Bahagia baik dalam bidang pendidikan, lingkungan, maupun kesehatan yang seluruhnya menasar target lokasi daerah yang bisa dikatakan tertinggal dan yang berada di pelosok atau pedalaman.

Belum banyak program kegiatan CSR dilaksanakan oleh berbagai perusahaan yang berdomisili dan berlokasi di area wilayah Desa, padahal di Desa Lemahbang ini sendiri terdapat sedikitnya 3 perusahaan besar yang salah satunya adalah PT Tirta Bahagia. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepedulian perusahaan terhadap masyarakat desa di sekitarnya masih sangat kurang.

Dasar pemilihan lokasi pengadaan sumur resapan yang dilakukan di sekitar wilayah pabrik adalah bahwa lokasi di sekitar pabrik merupakan daerah dengan kadar resapan air yang tinggi, akan tetapi justru kering disaat musim kemarau sehingga potensi air yang berlimpah saat musim penghujan, kemudian dapat ditampung pada sumur resapan tersebut. Selain itu sumur resapan tersebut juga dapat dimanfaatkan sebagai wadah untuk menampung air yang dipompa dari dalam tanah.

3. Mempersiapkan Sumber Daya Manusia

SDM yang terlibat dalam kegiatan sosial di PT Tirta Bahagia adalah berupa tim khusus yang bernama tim pelaksana kegiatan sosial atau biasa disebut PKS, Dalam kegiatan sosial pengadaan sumur resapan yang dilakukan oleh PT Tirta Bahagia, perusahaan diwakili tim

yang terdiri dari 4 orang, sedangkan dari pihak masyarakat setempat, yang terlibat berjumlah lebih kurang 12 orang. Dari pihak masyarakat desa, hampir seluruhnya dipercaya sekaligus juga diberdayakan menjadi tenaga kerja untuk membangun sumur resapan tersebut.

4. Menentukan Jadwal Pelaksanaan

Sebelum mulai menjalankan kegiatan sosial, PT Tirta Bahagia selalu menunggu momentum yang tepat dengan tema pelaksanaan kegiatan sosial yang telah direncanakan sebelumnya, agar manfaatnya dapat langsung dirasakan saat itu juga. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada saat sebelum musim peralihan antara musim penghujan dengan musim kemarau, dimana kegiatan sosial ini telah selesai dilaksanakan pada bulan April tahun 2012 silam. Sedangkan jumlah sumur resapan yang dibangun oleh perusahaan di Desa Lemahbang ada 2 unit.

3. Implementasi

Implementasi program CSR yang dilakukan oleh PT Tirta Bahagia selama ini selalu berkaitan dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan atau bisa dikatakan perusahaan mengutamakan komponen atau elemen yang berhubungan dengan air di seluruh kegiatan sosialnya.

Implementasi program CSR yang dilakukan oleh PT Tirta Bahagia terkait pengadaan sumur resapan di desa Lemahbang yang menjadi fokus dalam penelitian ini secara teknis berjalan pada bulan april tahun 2012 tepatnya pada akhir pekan di minggu kedua dan ketiga. Akan tetapi karena terjadi permasalahan di lapangan, menyebabkan kegiatan ini baru benar – benar selesai di minggu keempat. Jumlah SDM yang terlibat adalah sebanyak 16 orang, 4 orang dari pihak PT Tirta Bahagia dan 12 orang dari pihak desa, 10 orang diantaranya bertindak sebagai tenaga kerja.

Jumlah sumur resapan yang dibangun oleh PT Tirta Bahagia berjumlah 2 unit, dimana masing – masing sumur tersebut memiliki jarak yang cukup berjauhan. Hal ini dimaksudkan agar pada saat air bawah tanah dipompa, tidak sampai kehabisan di satu titik, sedangkan di titik yang lain sumber daya airnya sangat berlimpah.

Untuk mengatasi kendala tersebut, tim pelaksana kegiatan sosial PT Tirta Bahagia mengatasinya dengan memberikan sosialisasi terlebih dahulu kepada warga desa mengenai tujuan dan manfaat dari program yang akan dilaksanakan. Cara yang digunakan oleh perusahaan agar sosialisasi yang dijalankan berjalan lancar adalah

dengan bekerja sama dan meminta bantuan dari pimpinan tertinggi di desa Lemahbang yaitu Kepala Desa.

4. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan diskusi sebelumnya dengan ketua tim pelaksana kegiatan sosial PT Tirta Bahagia, ditemukan beberapa alur atau tahapan yang terlewatkan dalam pelaksanaan kegiatan sosial yang selama ini telah dilaksanakan oleh perusahaan, dan terjadi pada tahapan perencanaan yang merupakan tahapan paling penting dalam pelaksanaan program CSR, sehingga masih terjadi beberapa kendala dan permasalahan yang terjadi dan menyebabkan program yang dijalankan menjadi tidak tepat sasaran dan kurang dapat dirasakan manfaatnya oleh penerima program.

a. Perencanaan

Adapun yang menjadi komponen dalam penyusunan manual perencanaan program CSR adalah sebagai berikut:

a. Menetapkan Visi

Di hampir setiap program kegiatan sosial yang dijalankan oleh PT Tirta Bahagia tidak diawali oleh penetapan visi terlebih dahulu,

b. Memformulasikan Misi

Tahapan berikutnya dalam perencanaan program CSR adalah memformulasikan misi, tahapan yang juga tidak termasuk ke dalam perencanaan yang dijalankan oleh PT Tirta Bahagia. Dalam melaksanakan kegiatan sosialnya perusahaan ini cukup berpatokan pada misi utama perusahaan saja karena didalamnya terdapat beberapa poin yang berhubungan langsung dengan hubungan sosial yaitu mendorong peningkatan kesadaran masyarakat untuk hidup sehat, dan melahirkan calon – calon pemimpin perusahaan melalui pendidikan.

c. Menetapkan Tujuan

Tujuan merupakan hasil akhir atau wujud konkret dari sebuah visi. PT Tirta Bahagia dalam melaksanakan kegiatan sosialnya, memosisikan diri sebagai perusahaan yang sedang dalam proses pembelajaran untuk tumbuh dan berkembang di tengah segala keterbatasan yang ada sehingga hasil akhir tidak dianggap sebagai suatu hal yang mutlak.

d. Menetapkan Kebijakan

Kebijakan perusahaan merupakan pedoman umum sebagai acuan pelaksanaan program CSR yang akan dijalankan oleh perusahaan, Berdasarkan hasil penelitian, ketua tim pelaksana kegiatan sosial PT Tirta Bahagia adalah seorang manajer pemasaran, sehingga kebijakan - kebijakan yang diterapkan selalu berkaitan dengan penjualan (*sales*).

e. Membagi Wilayah

Lokasi atau wilayah merupakan salah satu pertimbangan yang termasuk prioritas oleh PT Tirta Bahagia dalam melaksanakan setiap program kegiatan CSR. Dasar pemikiran pemilihan lokasi yang dipilih adalah lokasi - lokasi yang berada wilayah yang berada di pedalaman atau pelosok

Tabel 3 Pembagian Wilayah Dampak Program CSR

Ring	JangkauanLokasi (meter)	Dampak operasi	Keterangan
I	0 - 500 dari pabrik	Terkena dampak langsung	Desa berhimpitan pabrik
II	501 - 1000 dari pabrik	Potensi terkena dampak langsung	Desa di sekitar pabrik
III	1001 - 1500 dari pabrik	Tidak terkena dampak langsung	Kecamatan di sekitar pabrik
IV	Lebih dari 1500	Tidak terkena dampak langsung	Seluruh wilayah luar ring III

Sumber: Wibisono (2007)

f. Mengelola Dana

Tahapan implementasi program CSR sangat bergantung dari dana yang disediakan oleh perusahaan. Dana yang digunakan selama ini oleh PT Tirta Bahagia dalam menjalankan program CSR merupakan dana yang diambilkan dari anggaran marketing untuk pos promosi.

Selain itu, cara lain yang dapat digunakan adalah dengan meningkatkan produktivitas dan mengoptimalkan manfaat serta dampak dari program CSR sebagai langkah untuk membuat perusahaan agar lebih meningkatkan skala dari program dan kegiatan CSR berikutnya, hal ini akan berdampak langsung terhadap perusahaan dimana perusahaan pasti akan mengalokasikan dana khusus yang lebih besar.

b. Implementasi

Perencanaan yang dilakukan oleh PT Tirta Bahagia, sebaik apapun tidak akan berarti dan berdampak bila tidak diimplementasikan dengan baik.

Program kegiatan pengadaan sumur resapan yang dilakukan oleh PT Tirta Bahagia, termasuk ke dalam implementasi program CSR dengan pola program sentralisasi hal ini dikarenakan perusahaan sebagai pelaksana atau penyelenggara utama kegiatan

c. Evaluasi

Setelah program di implementasikan, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi program CSR tersebut. Pada tahapan evaluasi dari pelaksanaan program pengadaan sumur resapan yang dilakukan secara bersama antara tim pelaksana kegiatan sosial PT Tirta Bahagia dengan pihak manajemen yang diwakili oleh direktur dan komisaris utama, di temukan berbagai kekurangan atau masalah yang terjadi yaitu:

1. Implementasi berjalan tidak tepat waktu sebagai akibat timbulnya permasalahan aplikasi di lapangan yang terjadi secara tidak terduga.
2. Koordinasi kegiatan yang tidak efektif baik secara internal (antara tim pelaksana kegiatan sosial) maupun eksternal (antara tim dengan warga)
3. Kemampuan dan keterampilan dari pihak SDM perusahaan yang terlibat program CSR tidak memadai
4. Ada faktor lingkungan eksternal yang tidak bisa dikontrol, yaitu campur tangan dari kepala desa dalam pelaksanaan implementasi

E. PENUTUP

1. Simpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil keseluruhan dari penelitian dan sesuai dengan perumusan masalah adalah mengenai:

- a. Alur dan tahapan pelaksanaan program kegiatan CSR di PT Tirta Bahagia

PT Tirta Bahagia memulai tahapan perencanaan tidak berdasarkan urutan yang seharusnya, yaitu diawali dengan memformulasikan visi dan misi akan tetapi memposisikan penyediaan dana (anggaran biaya) menjadi yang pertama dengan alasan sumber dana yang sangat terbatas, menyebabkan program

kegiatan CSR yang akan dijalankan harus disesuaikan dengan dana yang ada.

Tahapan evaluasi yang dilakukan oleh tim pelaksana kegiatan sosial terhadap kegiatan CSR yang sudah dijalankan hanya sebatas pemantauan hasil saja dan tidak (belum) sampai kepada tahapan pengukuran keberhasilan program melalui 2 (dua) indikator yaitu internal dan eksternal.

- b. Kendala yang dihadapi oleh PT Tirta Bahagia dalam implementasi CSR

Kendala yang dimaksud adalah mengenai permasalahan dana (anggaran biaya), karena selama ini perusahaan tidak pernah menyediakan dan menganggarkan dana khusus untuk pelaksanaan program kegiatan CSR. Program CSR yang telah berjalan sejauh ini, menggunakan dana dari pos promosi divisi marketing perusahaan dan apabila dana tidak mencukupi tim akan mensiasatinya dengan berhutang terlebih dahulu kepada koperasi perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian, permasalahan yang terjadi memang merupakan kendala internal karena dari hasil penelitian,

SDM yang terlibat selama ini bukanlah SDM yang kompeten dan ahli dalam hal CSR. Dan hal inilah penyebab utama program CSR pengadaan sumur resapan di Desa Lemahbang menjadi program yang tidak tepat sasaran.

2. Saran

a. Saran Untuk perusahaan

Berdasarkan kesimpulan, ada beberapa saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada PT Tirta Bahagia sebagai tindakan perbaikan dalam melakukan implementasi CSR kedepannya, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Jangka pendek

Perusahaan mengoptimalkan SDM yang ada dan terlibat sejauh ini, dengan meningkatkan kompetensi dan keahlian mereka (tim pelaksana kegiatan sosial) dengan mengikuti acara seminar-seminar dan pelatihan mengenai CSR terutama mengenai ISO 26000.

2. Jangka panjang

Perusahaan membentuk satu bagian atau divisi yang dikhususkan menangani segala hal yang berkaitan dengan program CSR, dimana SDM yang mengisi divisi tersebut benar-benar SDM yang tepat dan merupakan ahli atau pakar CSR sehingga dapat menyesuaikan antara *job description* dan *job specification* dengan aplikasi praktis di lapangan. Bagi

b. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya agar lebih mengembangkan penelitian ini berkaitan dengan pertimbangan peran dari perspektif dinas / instansi pemerintah terkait sampai praktisi bisnis. Peneliti menyarankan agar informan yang dipilih dalam penelitian ke depannya tidak hanya berasal dari sudut pandang pengelola wisata dan wisatawan saja namun dapat juga berasal dari mitra bisnis pengelola hingga dinas pemerintah terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdoellah, Oekan S. (2006). *Pembangunan Berkelanjutan: Gagasan dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta: Mutiara Benua.
- Arenas, Daniel., Lozano, Josep., & Albareda, Laura. (2009). The Role of NGOs in CSR: Mutual Perceptions Among Stakeholders. *Journal of Business Ethics*.
- Budimanta A., Prasetijo A., & Rudito B., (2005). Corporate Social Responsibility, Jawaban bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini. *Indonesia Centre for Sustainable Development (ICSD)*.
- Cooper, S. & Wagman, G. (2009). Corporate Social Responsibility: A Study of Progression to The Next Level. *Journal of Business & Economics Research*. 7(5).
- Daniri, Ahmad. (2006). Good Corporate Governance: Konsep dan Penerapannya dalam Konteks Indonesia. Jakarta: Ray Indonesia.
- Edhi, Suharto. (2009). CSR dan Comdev: *Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Thompson. London.
- Garriga E & Mele, D. (2004). Corporate Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics* 53: 51-71.
- Hanke, T. & Stark W. (2009). Strategy Development: Conceptual Framework on Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics* 74: 373-389.

- Hartman, L. & DesJardins, J. (2008). *Business Ethics: Decision-Making for Personal Integrity & Social Responsibility*. Edisi Terjemahan Indonesia Tahun (2011) oleh Pujiati Danti. Penerbit Erlangga
- Hasmadillah, Febriansyah. (2005). *Corporate Stakeholder Partnership: Toward Productive Relations*. Jakarta: Lead Indonesia.
- Hawkins. (2006). *Corporate Social Responsibility, Balancing Tomorrow's Sustainability and Today Profitability*. New York: Palgrave Macmilan.
- Holme, Richards & Watts, Phil. (2004). *Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*. Geneva: *World Business Council for Sustainable Development*.
- Hond, De Bakker & Neergard. (2007). *Managing Corporate Social Responsibility in Action, Talking, Doing and Measuring*. Hampshire: Ashgate Publishing Limited.
- Hopkins. (2007). *Corporate Social Responsibility and International Development, Is Bussiness the Solution*. London & Sterling: Earthscan.
- Iriantara, Yosol. (2004). *Community Relations, Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugroho, Alois A. (2006). Triple Bottom Line. *Jurnal Kompas Gramedia* Volume 29 Bulan Juni. Jakarta.
- Nursahid, Fajar. (2006). Tanggung Jawab Sosial BUMN. *Analisis Terhadap Kedermawanan Sosial PT Krakatau Steel, PT Pertamina, dan PT Telkom Indonesia*. Depok: Piramedia.
- Notoadmodjo, S. (2004). *Pengembangan Sumber Daya Manusia, Rineka Cipta*. Jakarta.
- McWilliams, Abigail., Siegel, Donald., & Wright, Patrick. 2006. Corporate Social Responsibility, Strategic Implication. *Journal of Management Studies*.
- Muryati, Dewi, SH. (2007). Tanggungjawab Sosial Perusahaan Dalam Kaitannya Dengan Kebijakan Lingkungan Hidup, *Jurnal Pembaharuan Hukum*,3(1), Program Magister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Philip Kotler, (2007), *Doing the Best for Your Company and Your Cause*. New York: Thomas Dunne Books.

- Saidi, Zaim. (2009). *Membangun Corporate Social Responsibility Yang Aplikatif dan Berbasis Kebutuhan Masyarakat*. Jakarta: Materi Pelatihan PT Unilever.
- Suharto, E. (2007). *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Refika Aditama.
- Wibhawa, Budhi., Raharjo, Santoso. & Wibowo, Hery. (2011). *Social Entrepreneurship, Social Enterprise, & Corporate Social Responsibility: Pemikiran, Konseptual, dan Praktik*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep Dan Aplikasi CSR, Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho Publishing.
- Windsor, Duane. (2006). Corporate Social Responsibility: Three Key Approaches. *Journal of Management Studies*.