

KINERJA TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR) KAWASAN INDUSTRI DI KABUPATEN SERANG TERLEMAH DI PROVINSI BANTEN

Oleh : H. Djasuro Surya

Dosen Prodi Manajemen FEB Untirta

Abstract.

Mandate of the law no. 40 of 2007 on limited liability companies, Article 74 paragraph 1 of the Company said that their business activities in the field and / or related to the natural resources required to implement the Social and Environmental Responsibility. This means an obligation for the company concerned. Failing to implement CSR programs, the company has violated the rules of law contained in the legislation. CSR program if implemented properly by a company turned out to be a positive impact on the image and reputation of the company. that a company in carrying out CSR programs should pay attention to aspects that not only the material needs of communities in a corporate environment, but also that the implementation of CSR programs is done in a way that can provide comfort and Preserve the natural environment and corporate communities integrally. Studies done is to determine the extent of implementation of CSR programs in the existing industrial area diprovinsi Banten, and industrial areas which showed the weakest value. Assessment methodology used is quantitative descriptive analysis was based on a questionnaire distributed to the public the existing industrial area diprovinsi Banten who number as many as 702 respondents. Based on the results of data processing is concluded that the implementation of CSR by companies in the industrial area of Banten province according to public perception of environment companies uncategorized medium (performance 67.24), and the implementation of the CSR of the lowest in the industrial area in the district of Serang (performance 60.5) while the other industrial areas have the performance from 68.97 to 76.30 is entered in both categories.

Keyword : CSR, Stakeholders, Environmental, Corporate Image, Corporate Reputation.

Corresponding Author: jazz_surya@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang kita kenal dengan tanggungjawab sosial perusahaan bagi perusahaan di Indonesia, khususnya perusahaan dalam proses produksinya bersentuhan dengan lingkungan alam seperti pabrik kertas dengan bahan bakunya kayu atau/dan bambu merupakan amanat undang-undang no. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas, yang berarti ini menjadi kewajiban bagi perusahaan yang bersangkutan. Apabila tidak melaksanakan program CSR berarti perusahaan tersebut telah melakukan pelanggaran hukum yang aturannya tertuang pada undang-undang tersebut.

Program CSR apabila dilaksanakan dengan baik oleh sebuah perusahaan ternyata akan berdampak positif tentang citra dan reputasi perusahaannya, dan tentu akan terjadi sebaliknya apabila pelaksanaan program CSRnya tidak baik dalam arti tidak menyentuh apa yang menjadi kepentingan/kebutuhan masyarakat dalam arti yang luas, bukan saja terpenuhinya kebutuhan dalam arti material saja tapi juga persoalan pendidikan, kesehatan, dan lingkungan alam sekitarnya, maka citra dan reputasi perusahaan tidak akan terbangun.

Untuk itulah bahwa sebuah perusahaan dalam melaksanakan program CSR haruslah memperhatikan aspek yang bukan saja kebutuhan materi masyarakat yang ada di lingkungan perusahaan, tapi juga bahwa pelaksanaan program CSR itu dilakukan dengan cara yang dapat memberikan kenyamanan dan terjaganya kelestarian alam lingkungan masyarakat dan perusahaan secara integral, jangan sampai bahwa perusahaan hanya berorientasi pada pasar dan keuntungan semata yang dikejanya.

Persolannya saat ini bahwa pelaksanaan program CSR di provinsi Banten di nilai oleh masyarakat lingkungannya ternyata masih tergolong cukup, dan berdasarkan hasil penelitian tentang persepsi masyarakat yang ada di kawasan industri se provinsi Banten belum ada yang menyatakan sangat baik dalam melaksanakan program CSRnya, hanya sebatas baik dan untuk kawasan industri yang ada di kabupaten Serang tergolong paling lemah (cukup) yang dinilai oleh responden.

KAJIAN LITERATUR

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan mulai bergema pada tahun 1950-an. Saat itu persoalan-persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang semula terabaikan mulai mendapatkan perhatian lebih luas dari berbagai kalangan. Konsep CSR ini semakin dikenal sejak awal 1970 dan terus berkembang hingga saat ini.

Definisi menurut The World Business Council for Sustainable Development bahwa CSR merupakan suatu komitmen terus-menerus dari pelaku bisnis untuk berlaku etis dan untuk memberikan kontribusi bagi perkembangan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup para pekerja dan keluarganya, juga bagi komunitas lokal dan masyarakat pada umumnya.

Sementara itu, Vogel dalam Sukada *et al.* (2007) mendefinisikan CSR sebagai “*policies and program of private firms that go beyond legal requirement as a response to public pressures and societal expectation*”. Namun, pada dasarnya CSR merupakan sebuah

pendekatan yang dilakukan untuk mengintegrasikan kepedulian sosial dalam interaksi dengan berbagai *stakeholders* yang berdasarkan pada prinsip sukarela maupun kemitraan.

Lawrence & Weber (2008:44) mengemukakan pendapatnya sebagai berikut :
“Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berarti bahwa sebuah perusahaan harus bertanggung jawab untuk setiap tindakannya yang mempengaruhi orang, komunitas mereka, dan lingkungan mereka”.

Sementara Kotler & Keller (2009:678) mengatakan “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan meningkatkan tingkat keputusan pemasaran sosial yang bertanggung jawab untuk membuat serangan tiga cabang yang bergantung pada perilaku tanggung jawab yang tepat hukum, etika, dan sosial”. Bateman & Snell (2004:147) “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah kewajiban terhadap masyarakat yang diasumsikan sebagai bisnis. Bisnis tanggung jawab sosial memaksimalkan dampak positif pada masyarakat dan meminimalkan dampak negatifnya”

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, yang dimaksud dengan CSR adalah komitmen perusahaan dalam memperhatikan keinginan para pemangku kepentingan (*stakeholders*), melalui upaya berperilaku etik, memberikan kontribusi terhadap perbaikan kualitas hidup, dan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan adalah perilaku etis perusahaan yang tindakannya harus memperhatikan peraturan dan ketentuan yang berlaku disamping memperhatikan nilai-nilai budaya yang ada dilingkungannya.

CSR merupakan bagian penting, karena tanpa dukungan yang kuat dari masyarakat di sekitar lokasi perusahaan, operasional perusahaan tidak akan berjalan dengan lancar, intervensi, gangguan, provokasi, blokade dan mungkin demonstrasi akan selalu mewarnai kegiatan operasional perusahaan. Program pemberdayaan masyarakat adalah suatu bentuk dimana perusahaan dapat menunjukkan kepada masyarakat bagaimana seriusnya komitmen perusahaan untuk melaksanakan program CSR yang telah menjadi salah satu *competitive advantage* bagi perusahaan yang melaksanakannya.

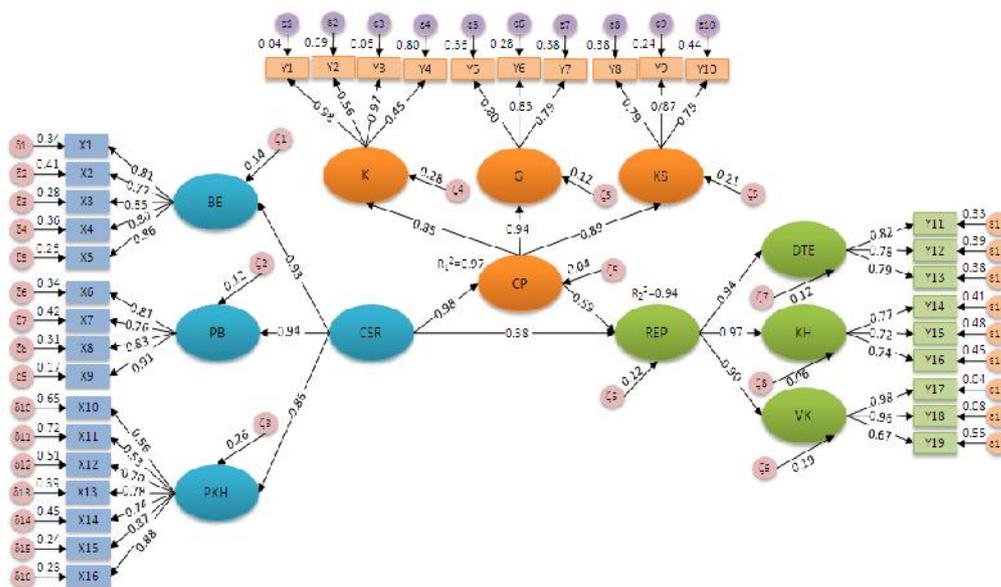
CSR juga berperan sebagai *collaboration tools* untuk menjembatani kepentingan perusahaan dengan keinginan masyarakat setempat. CSR harus dapat mengelola resiko yang terjadi serta menangkap peluang-peluang yang terbuka bagi perusahaan. Tidak tepatnya pengelolaan program CSR dapat mengakibatkan resiko bagi operasional bisnis perusahaan, seperti munculnya gugatan dari masyarakat terhadap legalitas ijin beroperasi, hancurnya citra perusahaan, timbulnya pergolakan sosial, dan penurunan moral serta produktivitas karyawan.

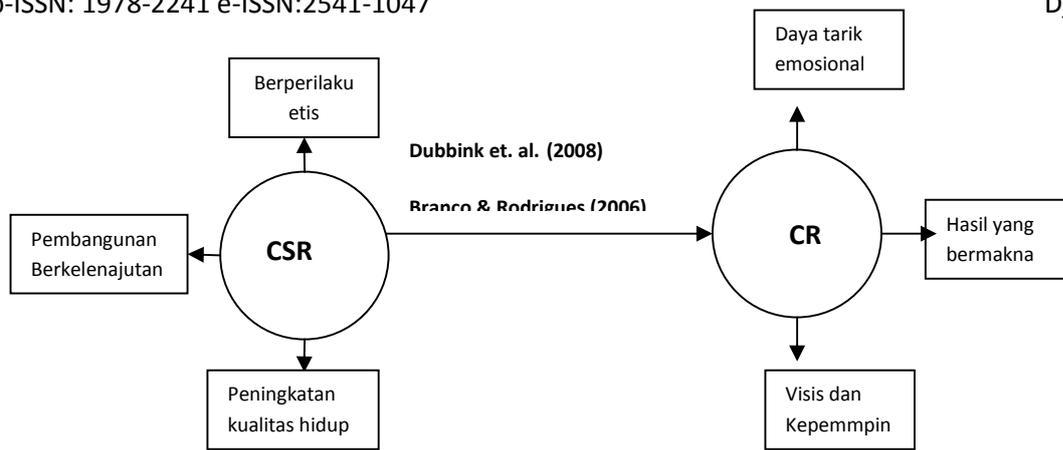
Implementasi CSR, sesuai dengan Undang-undang No.40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas, di dalamnya memuat kewajiban perusahaan khususnya perusahaan yang mengeksplorasi sumber daya alam untuk melakukan CSR. Realisasinya pelaksanaan CSR di kawasan industri Provinsi Banten masih bermasalah, seperti diberitakan oleh Kabar Banten bahwa di provinsi Banten, khususnya di kawasan industri masih ditemukan perusahaan kurang peduli pada lingkungan (contoh: Limbah PT IKPP Ditolak, Kabar Banten 23 Juni 2011; Pemkot akan Tahan Izin Pt. KS Posco, Kabar Banten, 11 Juni 2011).

METODE PENELITIAN

Apabila suatu perusahaan melaksanakan program CSR dengan baik, sangat memungkinkan akan memiliki manfaat bagi sebuah perusahaan, ada dua manfaat atau dampak positif yang dapat penulis kemukakaitan berdasarkan hasil penelitian yang pertama berkaitan dengan reputasi perusahaan dan yang kedua berkaitan dengan citra perusahaan.

1. Dampak CSR Terhadap Reputasi Perusahaan





Gambar 2.2. Paradigma Penelitian

Hipotesis Penelitian

Dengan mengacu pada pokok permasalahan dan pengkajian teori yang telah dijelaskan sebelumnya serta ditunjang oleh kerangka pemikiran penulis, maka untuk memberikan arah yang lebih jelas dari penelitian ini dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Kinerja CSR dan Reputasi Perusahaan pada perusahaan di kawasan industri provinsi Banten belum sangat baik yang dipersepsikan masyarakat
2. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Reputation* (CR) pada perusahaan di kawasan industri provinsi Banten yang dipersepsikan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Citra perusahaan merupakan bagian penting untuk mendapatkan respon positif dari masyarakat khususnya masyarakat yang ada di lingkungan perusahaan, karena dengan respon positif itu perusahaan akan mampu beroperasi secara lebih baik mengingat karyawan perusahaan merasakan kondusif dalam lingkungan perusahaan, tekanan masyarakat terhadap perusahaan relatif tidak ada dan bahkan dukungan masyarakat yang muncul pada perusahaan yang betul-betul melakukan CSR dengan sepenuh hati dan tidak berfikir sebatas sebagai strategi semata. Untuk mengetahui bagaimana tentang citra perusahaan di kawasan industri provinsi Banten, dapat terlihat pada tabel berikut sebagaimana yang dipersepsikan oleh masyarakat/ responden :

Tabel 2.
Citra Perusahaan per kawasan industri di Kabupaten/kota Provinsi Banten

Nomor Urut	Kawasan Industri	Skor Total	Skor Ideal	Kinerja (%)	Kriteria/Kategori
1	Kota Cilegon (n=78)	2990	4290	69,70	Baik
2	Kabupaten Serang (n=273)	9466	15015	63,04	Sedang
3	Kabupaten Tangerang (n=273)	11187	15015	74,51	Baik
4	Kota Tangsel (n=78)	3376	4290	78,69	Baik
	Provinsi Banten	27019	38610	70,00	Baik

Sumber: Hasil Pengolahan Data Lapangan, 2011

Berdasarkan tabel 2 tersebut terlihat bahwa kinerja CSR menurut persepsi masyarakat pada kawasan industri di Banten untuk setiap kota/kabupaten yang menjadi sampel penelitian sudah baik, kecuali untuk kawasan industri yang ada di Kabupaten Serang yaitu dinilai hanya sebatas sedang atau cukup saja. Artinya secara sederhana sudah terlihat bahwa antara CSR memiliki hubungan positif dengan Citra Perusahaan.

Sebagaimana yang digambarkan pada uraian di atas sebetulnya sudah terlihat bagaimana pengaruh dari pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap citra perusahaan sebagaimana yang dipersepsikan oleh responden yang memiliki pengaruh positif seperti yang terlihat dari tabel 1 dan tabel 2, dimana perusahaan di kabupaten/kota yang melaksanakan CSR baik ternyata baik pula citra perusahaannya, dan perusahaan yang melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan sedang, maka citra perusahaannya pun sedang.

Untuk meyakinkan secara ilmiah dari analisis yang dilakukan tersebut, ternyata terbukti dengan kategori yang sangat kuat dari pengaruh implementasi tanggungjawab sosial perusahaan terhadap citra perusahaan (baca dalam kasus di kawasan industri provinsi Banten), sebagaimana terlihat dari tabel di bawah ini :

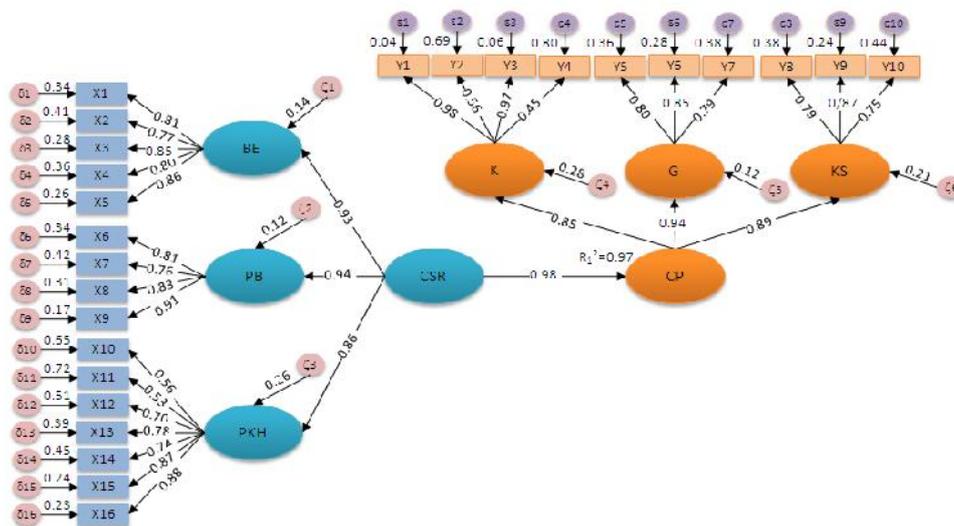
Tabel 3.
**Uji Hipotesis Pengaruh Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR)
 Terhadap Citra Perusahaan**

Pengaruh	Koefisien Pengaruh	R ²	Standard Error	t-hitung	t-tabel	Keterangan

Tanggung Jawab Sosial Citra Perusahaan	0.98	0.960	0.027	36.409	1.963	Tolak H ₀
---	------	-------	-------	--------	-------	----------------------

Hasil pengujian menunjukkan nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel ($36,409 > 1,963$) sehingga hipotesis nol ditolak. Hasil ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari tanggung jawab sosial perusahaan terhadap citra perusahaan. Pengaruh yang diberikan sangat besar yaitu mencapai 0.98 standar dengan besar keragaman dari variabel citra yang mampu dijelaskan oleh variabel tanggung jawab sosial mencapai 96%. Hasil ini secara empiris menunjukkan bahwa betapa pentingnya CSR yang dilaksanakan oleh sebuah perusahaan untuk mengangkat citra perusahaan yang dalam hal ini di kawasan industri Provinsi Banten. Tanpa adanya program CSR yang dilaksanakan dengan baik oleh perusahaan akan mengakibatkan penurunan citra perusahaan.

Gambaran secara diagram bagaimana hubungan dan pengaruh program CSR dengan citra perusahaan yang ada di kawasan industri se provinsi Banten menurut persepsi masyarakat lingkungan perusahaan sebagai respondenya terlihat seperti di bawah ini :



Gambar 4. Model Struktural Hipotesis

A. Kinerja CSR di Kawasan Industri Provinsi Banten

Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR) merupakan kewajiban bagi sebuah perseroan terbatas, khususnya bagi perusahaan yang dalam operasionalnya menggunakan bahan baku dari sumber daya alam untuk menghasilkan produknya. Bagaimana tanggapan masyarakat responden tentang tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) yang dilakukan oleh para manajemen yang berada di kawasan industri provinsi Banten, dapat terlihat dari tabel berikut ini :

Tabel 1
Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR)

Nomor Urut	Kawasan Industri	Skor Total	Skor Ideal	Kinerja (%)	Kriteria/Kategori
1	Kota Cilegon (n=78)	5111	7410	68,97	Baik
2	Kabupaten Serang (n=273)	15708	25935	60,57	Sedang
3	Kabupaten Tangerang (n=273)	18369	25935	70,83	Baik
4	Kota Tangsel (n=78)	5654	7410	76,30	Baik
	Provinsi Banten	44842	66690	67,24	Sedang

Sumber: Hasil Pengolahan Data Lapangan, 2011

Berdasarkan tabel 1 tersebut terlihat bahwa kinerja CSR menurut persepsi masyarakat pada kawasan industri di Banten untuk setiap kota/kabupaten yang menjadi sampel penelitian sudah baik, kecuali untuk kawasan industri yang ada di Kabupaten Serang hanya sebatas sedang atau cukup saja. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan kawasan industri di Kabupaten Serang kinerjanya terlemah, sehingga kemunculan risestensi (tentangan) dari masyarakat tentang keberadaan perusahaan menjadi rentan dan tidak menutup kemungkinan perusahaan menjadi tidak efektif dan efisien dalam melakukan aktivitasnya, karena banyaknya protes masyarakat pada perusahaan yang ada di kawasan industri di wilayah kabupaten Serang.

Dengan demikian kawasan industri di Kabupaten Serang yang merupakan kawasan terlemah dalam pelaksanaan CSRnya tentu perlu adanya pemantauan yang lebih baik oleh aparat pemerintah dalam hal ini adalah Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Serang, sehingga pada perusahaan yang jelas-jelas telah melakukan pelanggaran/ketentuan seperti tentang pembuangan limbah pabrik yang melampaui ambang batas perlu adanya teguran, dan bahkan tindakan tegas dengan pencabutan izin operasionalnya manakala teguran sampai tiga kali

tidak di indahkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Hasil kajian menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR yang ada di kawasan industri wilayah kabupaten Serang cenderung mengabaikan persoalan lingkungan yang perlu dijaga bersama oleh perusahaan-perusahaan, akibat kurangnya perhatian oleh para manajemen perusahaan yang ada di kawasan industri wilayah kabupaten Serang mengakibatkan banyak masyarakat yang merasa dirugikan dengan keberadaan perusahaan, ini adalah tantangan bagi semua pihak terutama pengambil kebijakan yaitu pemerintah kabupaten Serang untuk bertindak tegas atas sangsi pada perusahaan yang jelas-jelas melakukan pelanggaran lingkungan.

Dampak ketidak seriusan dalam menangani hal yang bersifat krusial tersebut, tentu akan sangat merugikan masyarakat yang ada disekitar perusahaan, seperti penurunan hasil pertanian dan peternakan, penggunaan air baku yang semakin menurun, timbulnya penyakit kulit, khususnya pada saat musim kemarau tiba. Semua ini tentu perlu diantisipasi dan dilakukan tindakan pengamanan dini agar kerugian yang diderita masyarakat tidak semakin besar akibat ulah dari perusahaan-perusahaan yang tidak bertanggungjawab di kawasan industri tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan apa yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut :

1. CSR merupakan suatu komitmen terus-menerus dari pelaku bisnis untuk berlaku etis dan untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas hidup para pekerja dan keluarganya, juga pada komunitas lokal dan masyarakat yang ada pada lingkungannya.
2. CSR adalah komitmen perusahaan dalam memperhatikan keinginan para pemangku kepentingan (*stakeholders*), melalui upaya berperilaku etik, memberikan kontribusi terhadap perbaikan kualitas hidup, dan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan.
3. CSR bagian penting untuk membangun strategi keamanan perusahaan, karena tanpa dukungan yang kuat dari masyarakat di sekitar lokasi perusahaan, operasional perusahaan tidak akan berjalan dengan lancar, intervensi, gangguan, provokasi,

blokade dan mungkin demonstrasi akan selalu mewarnai kegiatan operasional perusahaan

4. Pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan di kawasan industri di provinsi Banten yang paling lemah adalah di Kabupaten Serang, sehingga kemunculan resistensi (tentangan) dari masyarakat tentang keberadaan perusahaan menjadi rentan dan cukup tinggi serta tidak menutup kemungkinan perusahaan menjadi tidak efektif dan efisien dalam melakukan aktivitasnya.
5. Pemerintah daerah baik di tingkat provinsi maupun kabupaten/kota, khususnya kabupaten Serang untuk segera melakukan tindakan nyata dengan teguran dan sanksi yang tegas pada perusahaan yang melakukan program CSRnya belum sesuai dengan harapan dan ketentuan yang berlaku, agar perusahaan secara sungguh-sungguh memperhatikan lingkungan dan pengembangan usaha yang dilandasi oleh etika bisnis yang benar.

REFERENSI

- Andreasen, Alan R., & Lindestad, 1997, *Strategic Marketing for Non Profit Organizations*., New Jersey, Pearson Prentice Hall, Education International edition.
- Augusty Ferdinand. 2000. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. .
- Dwi Kartini, 2009, *Corporate Social Responsibility, Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*, Bandung, Refika Aditama.
- Holme, R and P. Watts., 2000, *Corporate Social Responsibility, Making Good Business Sense*, (World Business Council for Sustainable Development, Geneva).
- Konieczna , Jelena, 2010, Corporate Reputation Formation Principles: Public Sector, ISSN 1392-0561. *Informasi jos Mokslai*, 54:98:114
- Kotler, Philip & Armstrong, G., 2010, *Principles of Marketing*, : New Jersey, Pearson Prentice Hall, Global edition
- Masaka, D., 2008, Why Enforcing Corporate Social Responsibility (CSR) is Morally Questionable, *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, Vol. 13, No.1
- Masri Singarimbun dan Sofyan Effendi. 1995. *Metode Penelitian Untuk Sosial*. Jakarta: Bina Aksara

Nguyen, N., Leblanc, G. 2001. Corporate Image and Corporate Reputation in Customers Retention Decision in Services, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 8, No. 4, pp. 227-236.

Russo, Angeloantonio, & Tencati. Antonio, 2008. Formal Vs Informal CSR Strategies: Evidence from Italian Micro, Small, Medium-sized, and Large Firms. *Journal of Business Ethics* (2008) 85:339-353. DOI 10, 1007/s10551-008-9736-x

Schumacher, Randall, E., & Richard G. Lomax. 1996. *A Beginner's Guide To Structural Equation Modeling*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Aset., Inc.

Surat Edaran Menteri BUMN Nomor: SE-433/MBU/2003, Tentang Petunjuk Pelaksana Keputusan Menteri BUMN No. Kep-236/MBU/2003

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Halaman ini sengaja dikosongkan

(this page intentionally left blank)