

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Tanggung jawab sosial perusahaan dewasa ini menjadi penting, setidaknya dalam literatur dan riset-riset yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tidak saja memenuhi kebutuhan internal perusahaan itu sendiri melainkan juga lingkungan disekitar perusahaan maupun otoritas pemerintahan tempat perusahaan tersebut berada.

Kegiatan tanggung jawab sosial penting bagi perusahaan diungkapkan oleh Wordworth (dalam Ambadar, 2008). Menurut Wordworth, ada empat alasan tanggung jawab sosial perusahaan penting untuk dilaksanakan yaitu; *pertama*, menghindari dari reputasi negatif, *kedua*, menyahuti tanggapan dari lingkungan sekitar seperti permintaan lapangan kerja, *ketiga* mendapatkan respek dari kelompok masyarakat inti terutama yang mengharapkan keberadaan perusahaan, dan yang *keempat* adalah menjamin keamanan dari gangguan lingkungan sekitar dalam rangka melakukan proses produksi dan keberlanjutan usaha perusahaan itu sendiri. Wiwa (dalam Ambadar, 2008) menambahkan bahwa dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya perusahaan juga dapat meningkatkan penjualan dan laba selain mendapatkan kepuasan dalam meningkatkan kapasitas masyarakat.

Selain itu, tanggung jawab sosial perusahaan juga memiliki arti penting lain ketika berada di negara berkembang seperti Indonesia. Indonesia dalam laporan *United Nation Development Program* (UNDP) tentang indeks perkembangan manusia, Indonesia menempati urutan 111 jauh di bawah Singapura (urutan 23), Brunei Darussalam (urutan 30), Malaysia (urutan 66), Thailand (urutan 87) dan Philipina (urutan 105) sedikit lebih baik ketimbang Vietnam (urutan 116), Laos (urutan 133), Kamboja (urutan 134) dan Myanmar (urutan 135) (UNDP, 2009). Potret di atas mengindikasikan bahwa secara regional *Association South East Asia Nation* (ASEAN), indeks perkembangan manusia Indonesia masuk kategori menengah dari empat kategori yaitu indeks perkembangan manusia sangat tinggi, tinggi, menengah dan rendah. Indeks perkembangan manusia Indonesia versi UNDP (2009) tercatat

bahwa usia harapan hidup 70,5 tahun, tingkat baca tulis 92%, rasio pendaftaran sekolah 68,2% dan produk domestik bruto (PDB) 3712 dolar perkapita, artinya kondisi di Indonesia sedikit saja lebih baik dari pada negara-negara yang baru lepas dari konflik seperti Vietnam, Laos, Kamboja dan Myanmar. Situasi tersebut mengindikasikan masih perlu peningkatan di bidang pendidikan, kesehatan dan kesejahteraan masyarakat untuk peningkatan indeks perkembangan manusia Indonesia.

Informasi lain dari Deputi Statistik Sosial BPS (Biro Pusat Statistik), Arizal manaf dalam konferensi pers Juli 2009, pada bulan Maret 2009 menunjukkan bahwa jumlah orang miskin di Indonesia adalah sebanyak 32,53 juta jiwa atau 14,15 persen dari total penduduk yang kurang lebih 230 juta jiwa. Persebaran penduduk miskin tersebut didominasi di pedesaan yaitu, 20,62 juta jiwa (17,35 %) dan perkotaan 11,91 juta jiwa (10,72 %) di pedesaan (Antara, 2009). Prosentase penduduk miskin mengindikasikan masih banyaknya penduduk miskin baik yang berada di perkotaan maupun pedesaan, ini juga menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan masih belum merata. Perusahaan melalui tanggung jawab sosialnya memiliki potensi yang signifikan untuk mengembangkan masyarakat sehingga terjadi peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui respon kepada masyarakat di sekitar perusahaan yang akhirnya bisa membantu memperbaiki realitas-realitas di atas.

Potret mengenai potensi perusahaan terekam dalam studi yang dilakukan oleh Saidi (2003), dalam studinya yang dilakukan di sepuluh kota (Medan, Pekanbaru, Jakarta, Semarang, Surabaya, Denpasar, Balikpapan, Makassar, Manado dan Tangerang) menyatakan bahwa potensi kedermawanan (baca: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) perusahaan di Indonesia cukup besar. Data survey tersebut menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan menyumbang 60 juta per tahun. Bentuk filantropi atau kedermawanan perusahaan tersebut pemanfaatannya terserap pada bidang pelayanan sosial (33%), pendidikan dan penelitian (57%) walaupun sifatnya masih insidental atau masih belum merupakan sebuah program yang tertata secara berkala.

Walaupun potensi kedermawanan itu terbilang cukup besar, dalam studi yang lebih mendalam mengenai pola tanggung jawab sosial perusahaan memberikan gambaran yang kurang menggembirakan yaitu masih terjebak pada kegiatan-kegiatan yang karitatif. Seperti temuan Nursahid (2006) dalam studinya di tiga perusahaan BUMN yaitu PT Krakatau Steel, PT Pertamina dan PT Telkom menyimpulkan bahwa

sebagian besar bantuan sosial yang dilakukan masih bersifat karitatif yang ditujukan pada pemenuhan kebutuhan masyarakat yang sifatnya sesaat. Belum memikirkan aspek keberlanjutan dan pemberdayaan masyarakat secara optimal. Orientasi implementasi tanggung jawab sosial perusahaan masih masih berpihak pada upaya-upaya pencitraan positif dimata masyarakat dan mempertahankan keberlangsungan operasi dalam konteks kurang harmonisnya hubungan perusahaan dengan masyarakat atau upaya pengamanan perusahaan dalam melakukan proses produksi dan keberlangsungan usaha.

Dalam studi lain yang dilakukan Suprpto (2006), tentang pola tanggung jawab sosial perusahaan lokal di Jakarta pada 375 perusahaan, juga menyimpulkan bahwa kecenderungan perusahaan menggunakan landasan karitatif, namun memiliki potensi mengarah ke prinsip '*stewardship*', dengan berfokus pada kepentingan dan kelangengan perusahaan. Karena kepentingan terhadap kelangengan perusahaan inilah perusahaan melaksanakan tanggung *jawab* sosialnya. Pola yang terlihat kemudian adalah cenderung pada perspektif pemangku kepentingan, karena meningkatnya ekspektasi terhadap bisnis dan bisnis berkepentingan mengoreksi permasalahan-permasalahan sosial akibat tindakan bisnis. Sedangkan pada studi evaluasi yang dilakukan di dua perusahaan ekstraktif, dengan fokus pada kegiatan eksternal tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan Jahja (2006), pelajaran yang diperoleh adalah pertama, pentingnya kerjasama dari berbagai pihak dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Kedua, kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan masih banyak yang berkutat pada pembangunan fisik. Ketiga, komunitas sebagai subjek intervensi menjadi penting untuk dikaji lebih jauh, karena batasan-batasan komunitas tidak hanya dimaksudkan sebagai batasan-batasan geografis namun juga merupakan batasan-batasan sosial yang berkaitan dalam bagaimana perusahaan menjalin hubungan dengan *stakeholder*-nya. Keempat, kebutuhan masyarakat yang masih berkutat pada masalah pelayanan umum seperti listrik, sekolah dan pelayanan kesehatan dan keterbatasan jangkauan pemerintah membuat perusahaan merambah pada sektor-sektor pelayanan publik yang sebenarnya merupakan obligasi dari pemerintah.

Sejak tahun 2007, perusahaan secara normatif memiliki tanggung jawab lebih yaitu tidak hanya pada proses produksi barang dan jasa serta akumulasi keuntungan saja, melainkan menjadi memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan. Aturan

mengenai tanggung jawab sosial perusahaan tersebut tertuang dalam Undang Undang no 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Lebih khusus dalam pasal 74 undang-undang tersebut menyebutkan:

(1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1), dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (4) Ketentuan lebih lanjut yang berkaitan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah (Lembar Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106).

Hadirnya undang-undang tersebut belum diikuti oleh peraturan-peraturan turunannya sehingga pada tataran implementasi tanggung jawab sosial perusahaan menjadi bervariasi dan masih menonjolnya kegiatan-kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang karitatif sifatnya. Pernyataan di atas sepertinya diamini oleh Wakil Presiden Budiono (Kompas, 2010) yang menyatakan bentuk CSR (*Corporate Sosial Responsibility*) hendaknya bukan sekedar membagi-bagi bahan pokok meskipun hal tersebut juga penting bagi masyarakat. Pernyataan lain yang kira-kira senada juga disampaikan dalam konferensi pers IHSA (Institut Hukum Sumber Daya Alam) pada tanggal 3 Agustus 2007 (IHSA, 2007). IHSA mensikapi hadirnya UU No. 40 tahun 2007 secara normatif di Indonesia, pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan adalah merupakan sebuah obligasi atau kewajiban bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia karena undang-undang merupakan produk hukum yang mengatur perilaku perusahaan dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan. Untuk itu mendesak pemerintah selaku regulator atau pembuat regulasi untuk membuat aturan-aturan dalam bentuk peraturan pemerintah sehubungan dengan perkembangan masih buruknya implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan.

Namun demikian, studi ini bukan ingin mengkaji dampak dari regulasi yang sudah ada, melainkan studi ini mencoba melihat bentuk dan proses program tanggung jawab sosial yang dilakukan serta perannya dalam pengembangan masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan menurut definisi yang dibuat oleh World Bank maupun Uni Eropa merupakan komitmen dunia bisnis pada para pemangku kepentingannya. Pemangku kepentingan tersebut adalah *community, people, market*

place (dalam Wibisono, 2007). Komunitas merupakan salah satu pemangku kepentingan dalam tanggung jawab sosial perusahaan. Komunitas diartikan sebagai masyarakat disekitar perusahaan dan masyarakat dalam artian luas. Dalam perannya terhadap *community* inilah titik krusial tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan. Klaim-klaim telah melakukan pengembangan masyarakat dalam kegiatan tanggung jawab sosial atau menyamakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dengan pengembangan masyarakat adalah kesalahan yang paling umum terjadi (Kartini, 2009). Namun demikian kegiatan pengembangan masyarakat dapat menjadi salah satu kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan pada masyarakat sekitar.

Dalam melakukan tanggung jawab sosialnya, sering kali perusahaan melakukan berdasarkan kepentingan dan perspektif perusahaan sendiri sehingga kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan bukan didasarkan prioritas-prioritas yang dibuat oleh masyarakat. Studi Eweje (2007) tentang inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan minyak di Nigeria dengan studi kasus di Delta Niger. Studi ini menemukan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan berupa pelayanan pendidikan, bea siswa, pembangunan klinik kesehatan dan pengobatan serta vaksinasi anti malaria pada masyarakat sekitar belum mencukupi kebutuhan masyarakat lokal karena mereka merasakan belum cukup mendapatkan bantuan sosial dan infrastruktur ekonomi dari perusahaan. Situasi tersebut menunjukkan bahwa perspektif komunitas lokal memandang kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan memberikan harapan pada kestabilan dan kesejahteraan masyarakat lokal. Dalam studi lain yang dilakukan Prayogo (2004:8) tentang konflik antara korporasi dan komunitas di Indonesia. Walaupun studi ini tidak fokus pada persoalan tanggung jawab sosial perusahaan dan pengembangan masyarakat, namun temuannya pada kasus Newmont Nusa Tenggara menggambarkan perspektif masyarakat menanggapi kehadiran korporasi. Perspektif masyarakat berawal dengan kehadiran korporasi yang kemudian menggugah “rasa keadilan” masyarakat terutama ketika penduduk asli melihat pekerja sebagai pendatang. Ketimpangan pendatang/pekerja dengan penduduk asli mendorong korporasi melakukan aksi untuk mengurangi ketimpangan-ketimpangan tersebut melalui program pengembangan masyarakat terutama yang berkaitan dalam peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Relasi ketimpangan ekonomi akibat hadirnya korporasi ini menjadi isu penting bagi perusahaan untuk ditangani secara serius melalui kegiatan pengembangan ekonomi

masyarakat setidaknya untuk mengurangi ketimpangan ekonomi terhadap para pekerja perusahaan.

Perusahaan yang juga melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan adalah PT. Pembangunan Jaya Ancol (PJA). Perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang rekreasi, resort dan properti. Berawal pada tahun 1966, pada masa kepemimpinan Ali Sadikin, Gubernur DKI Jakarta menunjuk PT Pembangunan Jaya bersama pengusaha property terkemuka Ir. Ciputra sebagai Badan Pelaksana Proyek (BPP) Ancol untuk membangun kawasan wisata terpadu di bagian Utara Jakarta yaitu daerah Ancol. Kemudian status sebagai badan pelaksana ini berubah sejak tahun 1992 menjadi PT Pembangunan Jaya Ancol (PJA) sebagai Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) (CSR Report, 2007).

PT PJA terus berkembang dan sejak 2 Juli tahun 2004 menjadi perusahaan BUMD pertama yang *go publik*. Sebagai konsekuensi *go publik*, saat ini PT PJA memiliki beberapa pemegang saham. Pemegang saham terbesar adalah Pemda DKI Jakarta yang menguasai 72% saham, 18% saham dikuasai oleh PT Pembangunan Jaya dan 10% saham dikuasai oleh masyarakat. Selain itu perusahaan ini juga memiliki beberapa perusahaan sebagai pemegang saham mayoritas. Pada PT Taman Impian Jaya Ancol yang bergerak dibidang usaha kawasan pariwisata dengan 99,99% saham, pada PT Sea Breez Indonesia yang bergerak dibidang perdagangan, pembangunan, jasa, perindustrian, pertanian, percetakan, pemeliharaan, perbengkelan dan pengelola tempat rekreasi dan hiburan serta pengangkutan dengan penguasaan 72% saham. Sementara pada PT Philindo Sporting Amusement and Tourism Corporation yang bergerak dibidang usaha penyewaan gedung, PT PJA hanya menguasai 50% saham. Selanjutnya pada PT Jaya Bowling Indonesia yang bergerak dibidang sarana olah raga, PT PJA menguasai 16,75% saham (CSR Report, 2007).

Dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial perusahaan, PT PJA memiliki tiga tujuan besar yaitu, menjadi perusahaan yang berwawasan lingkungan (*green company*), menjadi perusahaan yang mampu mewujudkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan para pemangku kepentingannya (*stakeholders*) dan menjadi perusahaan yang turut memacu tumbuhnya kegiatan ekonomi masyarakat disekitar perusahaan dan mitra usahanya (CSR Report, 2007).

PT Pembangunan Jaya Ancol dalam menjabarkan tujuannya memiliki program tanggung jawab sosial perusahaan yang terdiri dari lima program utama.

Program-program tersebut meliputi program pendidikan, program pengelolaan lingkungan, program sosial kemasyarakatan, kegiatan operasional dan program tanggap darurat. Namun program tanggung jawab sosial perusahaan tersebut tidak seluruhnya berorientasi pada masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan, seperti kegiatan operasional dan pengelolaan lingkungan merupakan kegiatan yang berjalan diinternal perusahaan seperti pengelolaan limbah dan sampah, penghematan listrik dan lain-lain. Sementara program tanggap darurat dan sosial kemasyarakatan lebih banyak program-program yang karitatif dan eventual sifatnya. Situasi tersebut mendorong untuk memilah program-program tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan PT PJA pada lingkungan masyarakat sekitar baik dalam satuan wilayah kelurahan maupun komunitas.

Program yang berorientasi pada masyarakat disekitar perusahaan tersebut merujuk pada Program Ancol Sayang Lingkungan (ASL), Sekolah Rakyat Ancol (SRA) dan *TEENS GO GREEN (TGG)*. Selain itu ketiga program tersebut sudah berlangsung rata-rata lebih dari dua tahun sehingga menarik untuk diulas lebih jauh (Ancol, PT Pembangunan Jaya Ancol, 2009). Program ASL sebenarnya merupakan program peningkatan pendapatan masyarakat melalui produksi kertas daur ulang dan kerajinan dari kertas daur ulang serta produksi kompos dan tanaman produktif. Sedangkan SRA merupakan program peningkatan akses keluarga kurang mampu pada kesempatan memperoleh pendidikan dan yang terakhir merupakan program yang fokus pada masalah lingkungan melalui pembentukan klub-klub pelajar yang peduli terhadap lingkungan.

I.2. Fokus Permasalahan

Fokus studi ini diarahkan untuk menggambarkan dan menjelaskan pelaksanaan program tanggung jawab sosial PT Pembangunan Jaya Ancol (PJA) khususnya tiga program (ASL, SRA dan TGG), serta peran dan fungsinya dalam pengembangan masyarakat di wilayah sekitar perusahaan dari perspektif penerima manfaat. Dengan demikian fokus bukan pada perusahaan, melainkan lebih pada perspektif komunitas atau masyarakat yang menjadi penerima manfaat terhadap program tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan, termasuk serta perubahan-perubahan yang terjadi dan dirasakan di tingkat masyarakat.

Fokus ini terbilang jarang dikaji karena dalam banyak literatur tanggung jawab sosial perusahaan, penelitian program tanggung jawab sosial perusahaan lebih banyak dilihat dari perspektif bisnis dan perusahaan seperti motivasi perusahaan, tujuan perusahaan, kebijakan perusahaan dan inisiatif serta kepentingan perusahaan (Kapelus, 2002: 276 ;Trebeck, 2008: 80). Selain itu kajian sejenis yang di Indonesia juga terbilang terbatas dilakukan dan dengan fokus yang juga berbeda, seperti lebih fokus pada perusahaan ekstraktif dan berpusat pada kegiatan yang dilakukan perusahaan (Jahja, 2006), berfokus pada kegiatan *micro finance* dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan minyak dan gas bumi (Fauzi, 2007). Sementara dalam studi-studi di luar Indonesia lebih banyak dilakukan pada perusahaan tambang, minyak dan gas dengan fokus pada dampak kebijakan *Worldbank*, pendefinisian komunitas dan pengembangan ekonomi (Szablowski, 2002; Kapelus, 2002; Eweje, 2007).

Inti dari studi tentang pengembangan masyarakat dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan ini melihat proses pelaksanaannya melalui model pernyataan kebutuhan, kondisi partisipasi, peningkatan kesadaran dan peningkatan kapasitas dan perubahan yang terjadi pada pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Selanjutnya melihat peran dan fungsi kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan pada pengembangan masyarakat. Peran dan fungsi kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dilihat pada tiga dari enam dimensi pengembangan masyarakat (Ife & Tesoriero, 2008). Pengembangan masyarakat atau *community development* model Jim Ife memiliki enam dimensi yaitu dimensi pengembangan sosial, pengembangan ekonomi, pengembangan politik, pengembangan budaya, pengembangan lingkungan dan pengembangan individual/spiritual. Sementara dalam studi ini dibatasi hanya fokus pada tiga dimensi pengembangan masyarakat. Fokus dimensi tersebut pada dimensi sosial, dimensi ekonomi dan dimensi lingkungan. Pembatasan fokus dimensi pengembangan masyarakat tersebut dilakukan sebagai adaptasi terhadap moda program-program tanggung jawab sosial yang dilakukan PT PJA dan menjadi andalan dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang juga menjadi perhatian dalam studi ini.

PT. Pembangunan Jaya Ancol (PJA) dipilih sebagai tempat melakukan studi kasus ini merupakan salah satu perusahaan besar yang telah beroperasi puluhan tahun dan berkembang cukup baik seperti yang diungkapkan di atas, saat ini menjadi

perusahaan terbuka. Juga termasuk sebagai salah satu perusahaan yang terbesar kontribusinya dalam menyumbangkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di DKI Jakarta. Informasi dari website pemerintah DKI Jakarta prediksi perolehan pendapatan dari badan usaha daerah pada tahun 2010 menyebutkan angka 250,02 milyar, sementara sumbangan terbesar diberikan oleh Bank DKI sebesar 149 milyar dan pendapatan yang disumbangkan PT PJA tahun 2010 sebanyak 49 milyar, artinya kontribusi PT PJA mendekati 20% dari PAD yang ditargetkan Pemda DKI Jakarta (Jakarta, 2009; Indonesia L. , 2010; Bataviase.co.id, 2010). Dengan demikian menurut Jung (dalam Nursahid, 2006), PT PJA memenuhi kriteria ukuran dan kematangan yang berpotensi memberikan sumbangan (melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan). Perusahaan yang berukuran besar dan mapan cenderung memberikan sumbangan dari pada perusahaan kecil dan belum mapan.

Selain itu, temuan Suprpto (2006) dalam studinya tentang pola tanggung jawab sosial perusahaan pada 375 perusahaan di Jakarta juga menguatkan, dimana pada perusahaan besar (jumlah karyawan di atas 500 orang) dan dalam kelompok perusahaan non keluarga cenderung memilih tanggung jawab sosial perusahaannya pada kegiatan pengembangan komunitas cukup tinggi 60%, sedangkan pada kegiatan derma pada lembaga agama dan yayasan sosial masing-masing hanya 20%, namun tidak dijelaskan apakah lembaga agama dan yayasan sosial tersebut berada pada komunitas di wilayah sekitar perusahaan.

Alasan lain yang cukup menarik sehingga memilih kegiatan tanggung jawab sosial PT PJA sebagai lokasi penelitian adalah prestasi PT. PJA yang memperoleh beberapa penghargaan sebagai akibat kegiatan bisnisnya, dan pada tahun 2004 perusahaan ini pernah mendapatkan *Kehati Award* karena program-program kegiatan tanggung jawab sosialnya pada masyarakat. *Kehati award (CSR Report Award)* merupakan kegiatan dua tahun sekali yang dilakukan oleh Yayasan Keanekaragaman Hayati (Kehati), kegiatan ini merupakan ajang pemberian apresiasi pada individu, organisasi dan perusahaan yang secara konsisten memanfaatkan dan melestarikan sumber daya hayati. Sehingga menjadi menarik untuk dikaji lebih jauh, terutama pada *lesson learned* yang diperoleh dalam interaksinya dengan masyarakat sekitar perusahaan.

I.3. Pertanyaan Studi

Dari fokus permasalahan di atas, studi ini mencoba membahas dari perspektif masyarakat dalam hal ini adalah penerima manfaat, terhadap pelaksanaan, peran dan fungsinya dalam pengembangan masyarakat . Berikut ini adalah beberapa pertanyaan studi yang akan dijawab dalam penelitian ini:

- I.3.1. Bagaimana model pernyataan kebutuhan, kondisi partisipasi, kesadaran dan peningkatan kapasitas serta perubahan pada program Ancol Sayang Lingkungan, Sekolah Rakyat Ancol dan *Teen Go Green* sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan?
- I.3.2. Bagaimana peran dan fungsi kegiatan tanggung jawab sosial PT Pembangunan Jaya Ancol dalam pengembangan masyarakat, terutama dalam dimensi pengembangan sosial, dimensi pengembangan ekonomi dan dimensi pengembangan lingkungan?

I.4. Tujuan Studi

Berdasarkan pertanyaan studi di atas, tujuan studi kasus ini berusaha memberikan gambaran dan menjelaskan kegiatan tanggung jawab sosial PT PJA. Pada tahapan studi ini, lebih spesifik lagi studi ini berupaya melakukan:

- I.4.1 Memahami dan menjelaskan model pernyataan kebutuhan, kondisi partisipasi, kesadaran serta peningkatan kapasitas dan perubahan-perubahan yang terjadi dalam proses pelaksanaan tanggung jawab sosial PT PJA khususnya pada program Ancol Sayang Lingkungan, Sekolah Rakyat Ancol dan *Teen Go Green*.
- I.4.2. Menggambarkan dan menjelaskan peran dan fungsi tanggung jawab sosial PT PJA dalam pengembangan masyarakat, khususnya dalam pengembangan sosial, pengembangan ekonomi dan pengembangan lingkungan.

I. 5. Signifikansi Studi

I.5.1 Signifikansi Akademis

Secara akademis, hasil studi kontribusi tanggung jawab sosial dalam pengembangan masyarakat ini penting. Ada beberapa alasan hasil studi ini menjadi

penting bagi khalayak. Pertama, perspektif masyarakat masih jarang dikaji dalam domain studi tentang tanggung jawab sosial perusahaan, dengan hadirnya studi ini. *Pertama*, dapat memperkaya literature tanggung jawab sosial perusahaan terutama dari tipologi perusahaan dalam studi ini. *Kedua*, perspektif masyarakat tentang bagaimana kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan membantu perusahaan dalam memperbaiki strategi kegiatan tanggung jawab sosialnya. *Ketiga*, memahami perspektif masyarakat dalam dimensi peran dan fungsi tanggung jawab sosial perusahaan dalam pengembangan masyarakat dapat membantu mendorong pengembangan masyarakat yang lebih baik.

I.5.2. Signifikansi Praktis

Sedangkan secara praktis studi ini juga diharapkan dapat bermanfaat dan dijadikan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama dalam kalangan dunia usaha dalam mengembangkan model tanggung jawab sosial perusahaannya, sehingga pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan tersebut dapat lebih efektif dan berkontribusi pada pelaksanaan pembangunan dan berkelanjutan serta dapat mereduksi masalah-masalah sosial yang terjadi di masyarakat.

I.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan terdiri atas delapan BAB yang terbagi sebagai berikut:

- Bab I : Bagian ini merupakan bagian pendahuluan yang berisi latar belakang, fokus studi, pertanyaan studi, signifikansi studi, periodisasi studi dan sistematika penulisan.
- Bab II : Bagian ini merupakan tinjauan teoritis yang berisikan tinjauan pustaka, kerangka konseptual dan kerangka pikir studi.
- Bab III : Bagian ini merupakan metodologi studi yang berisikan metode pengumpulan data dan metode analisis data.
- Bab IV : Bagian ini merupakan deskripsi umum program dan deskripsi umum lokasi studi. Deskripsi umum program meliputi gambaran program Ancol Sayang Lingkungan, Sekolah Rakyat Ancol 1 dan 2 serta gambaran program *Teens Go Green*. Deskripsi umum lokasi penelitian meliputi deskripsi Kelurahan Ancol dan Kelurahan Pademangan Barat

- Bab V : Bagian ini berisi pelaksanaan program tanggung jawab sosial PT PJA yang meliputi model pernyataan kebutuhan, kondisi partisipasi, kesadaran, peningkatan kapasitas dan perubahan.
- Bab VI : Bagian ini berisi peran dan fungsi tanggung jawab sosial PT PJA yang meliputi pengembangan sosial, pengembangan ekonomi dan pengembangan lingkungan.
- Bab VII : Bagian ini merupakan rencana perbaikan dan pengembangan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang meliputi permasalahan, perkembangan, potensi dan tantangan, kerangka kerja logis dan strategi pelaksanaan.
- Bab VIII: Bagian ini merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan umum, implikasi konsep dan implikasi praktis