



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**ANALISIS IMPLEMENTASI  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM  
*SUPPLY CHAIN* PADA PT. SIDOMUNCUL**

**SKRIPSI**

**DEWI NOVA SITORUS  
0806391442**

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
DEPOK  
JANUARI 2012**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**ANALISIS IMPLEMENTASI  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM  
*SUPPLY CHAIN* PADA PT. SIDOMUNCUL**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Ekonomi**

**DEWI NOVA SITORUS  
0806391442**

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
DEPOK  
JANUARI 2012**

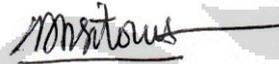
## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Dewi Nova Sitorus**

**NPM : 0806391442**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 24 Januari 2012**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Dewi Nova Sitorus  
NPM : 0806391442  
Program Studi : Akuntansi  
Judul Skripsi : ANALISIS IMPLEMENTASI  
*CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY* DALAM SUPPLY  
CHAIN PADA PT. SIDOMUNCUL

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Chaerul D. Djakman, S.E., Ak., MBA (  )

Ketua Penguji : Dr. Sylvia Veronica N. P. S (  )

Anggota Penguji : Elok Tresnaningsih, S.E., MBA (  )

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 24 Januari 2012

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Bapa di Surga, karena atas berkat, rahmat, dan kasih-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Tanpa ada bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini mungkin tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat, kasih, dan penyertaan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan hingga skripsi ini.
2. Bapak Chaerul D. Djakman sebagai dosen pembimbing saya yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bu Sylvia dan Bu Elok selaku dosen penguji saya yang telah memberikan masukan-masukan yang membuat penulisan skripsi ini menjadi lebih baik.
4. PT. SidoMuncul yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian dan meluangkan waktu untuk membantu saya dalam pengumpulan data yang berguna bagi penulisan skripsi saya.
5. Keluarga Sitorus tercinta: Among, Inong, Akang Desi, dan Akang Defi yang selama ini memberi dukungan moril dan materil kepada saya selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih untuk dukungan doa dan penghiburan dari Among, Inong, Gee, dan N duty yang sangat berharga. Begitu juga Nyunyuk Spy, dengan semua tingkahnya yang sangat menyenangkan dan menghibur. Semoga Tuhan Yesus selalu memberkati keluarga kita.
6. Mitchell H.I dan keluarga untuk dukungan doanya. Khususnya untuk Mitchell sebagai teman pemberi semangat yang sangat membantu memberikan pencerahan saat penulisan skripsi ini dan selalu menghibur di saat keadaan yang kurang menyenangkan. Terima kasih atas kesabaran di saat saya yang tidak stabil ya Birun hasian ☺☺☺
7. Teman-teman sepermainan di FE, AADC: Santi Mariaty, Irene Claresta, Eva Christy, Silvianetta, Stephanie, dan Dian Apulina. Terima kasih untuk

kebersamaan selama menuntut ilmu dan saat-saat belajar bersama menjelang UTS dan UAS yang sangat membantu saya. Begitu juga untuk setiap obrolan dan tawa yang ada untuk melepaskan kejenuhan. Terima kasih untuk dukungan dan doa kalian hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga kita semua bisa menjadi orang yang sukses dan selalu bersama.

8. Mutiara Nurul Aini alias kiting dan keluarga yang sudah sangat membantu saya di awal masa perkuliahan. Kenangan masa OPK yang sangat tidak terlupakan karena kesiangan dan akhirnya bisa lulus bersama. Sukses ya ting buat kita!
9. Dian Sita teman berdiskusi dikala pengerjaan skripsi dan teman nyai pantai anyer yang bisa bikin ketawa besar sampai lemas.
10. Dosen dan staf pengajar FEUI lainnya yang telah mengajarkan saya berbagai ilmu akademis dan non akademis.
11. Partner saya Fridha Desmanita dan teman bermain selalu Selenia Sekar. Terima kasih untuk waktu, dukungan, dan penghiburannya selalu saat liburan.
12. Keluarga Besar SNF Ceria FEUI 2009/2010 dan 2010/2011 yang memberikan pengalaman baru terutama pengalaman mengajar dan rasa kekeluargaan yang sangat menyenangkan. We Care!
13. Teman-teman sepermainan di SMA Negeri 4 Semarang. Terima kasih untuk semua kebersamaan di saat liburan saya yang sangat menyenangkan.
14. Pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu baik teman maupun keluarga yang juga turut membantu saya dalam penyusunan skripsi ini. Sukses untuk kita semua dan Tuhan berkati.

Akhir kata, saya berharap Tuhan bersedia membalas kebaikan hati semua pihak yang telah membantu saya. Saya berharap skripsi saya dapat memberikan manfaat bagi pengembangan pengetahuan di masa yang akan datang.

Depok, 24 Januari 2012

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Nova Sitorus

NPM : 0806391442

Program Studi : Akuntansi

Departemen : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**ANALISIS IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
DALAM *SUPPLY CHAIN* PADA PT. SIDOMUNCUL**

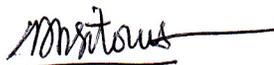
berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Depok

Pada tanggal: 24 Januari 2012

Yang menyatakan



(Dewi Nova Sitorus)

## ABSTRAK

Nama : Dewi Nova Sitorus  
Program Studi : Akuntansi  
Judul : Analisis Implementasi *Corporate Social Responsibility* Dalam *Supply Chain* Pada PT. SidoMuncul

Dewasa ini masyarakat menjadi lebih kritis dalam mengamati proses bisnis suatu perusahaan agar lebih memperhatikan keadaan alam dan lingkungan sosialnya dan tidak hanya mencari keuntungan ekonomi saja. Hal ini semakin didorong dengan munculnya beberapa peraturan atau UU yang mewajibkan perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR. Skripsi ini membahas mengenai analisis implementasi CSR yang berkelanjutan pada salah satu perusahaan manufaktur dalam industri jamu dan obat tradisional yaitu PT. SidoMuncul. Implementasi CSR yang berkelanjutan ini tidak hanya dengan menjaga kelestarian lingkungan dan melakukan kegiatan sosial saja tetapi dengan mengimplementasikan CSR dalam *supply chain* perusahaan. *Supply chain* yang dibahas dalam skripsi ini terbagi menjadi tiga bagian yaitu aktivitas R&D, aktivitas produksi, dan dalam hubungannya dengan konsumen. Skripsi ini juga membahas mengenai *value added* yang didapatkan oleh perusahaan dalam mengimplementasikan CSR dalam *supply chain* ini. Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa implementasi CSR dalam *supply chain* pada PT. SidoMuncul telah dijalankan dengan baik dan memberikan *value added* yang salah satunya adalah peningkatan penjualan.

Kata kunci:

Tanggung jawab sosial perusahaan, Rantai pasokan, nilai tambah

## ABSTRACT

Name : Dewi Nova Sitorus  
Study Program : Accounting  
Title : Analysis of the Implementation Corporate Social Responsibility  
in Supply Chain at PT. SidoMuncul

Recently society becomes more critical in observing company's business process to pay attention for its environment and social communities and not only looking for economic gain. It is increasingly driven by the emergence of some rules or laws that require companies to do corporate social responsibility. This paper discusses the analysis of implementation of the sustainable corporate social responsibility at a manufacturing company in the herbal industry and traditional medicine, PT. SidoMuncul. Implementation of sustainable CSR is not only to protect the environment and do social activities but also by implementing CSR in the supply chain of the company. Supply chain discussed in this paper is divided into three parts, namely R & D activities, production activities, and relationship with consumers. This paper also discusses the value added gained by the company in implementing CSR in the supply chain. From this study, I find that the implementation of CSR in the supply chain at PT. SidoMuncul has been run well and provide value added, one of the value added is an increase in sales.

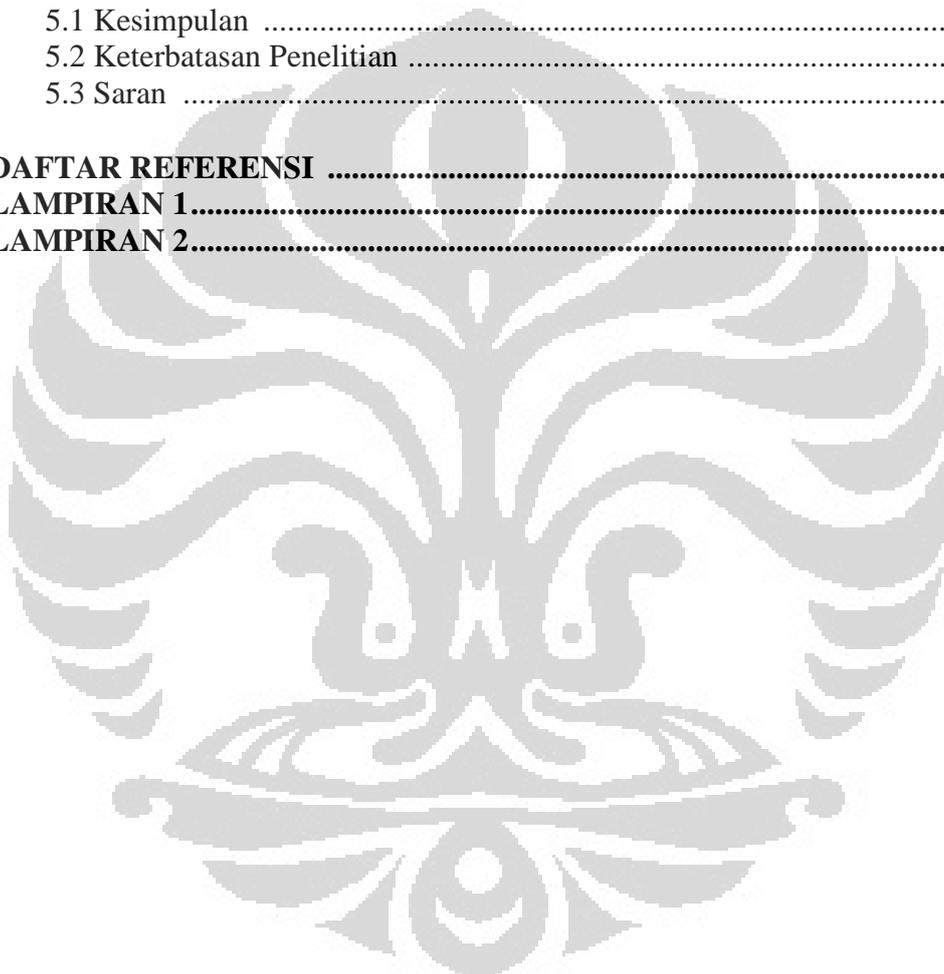
Key words:

Corporate social responsibility, Supply chain, Value added

## DAFTAR ISI

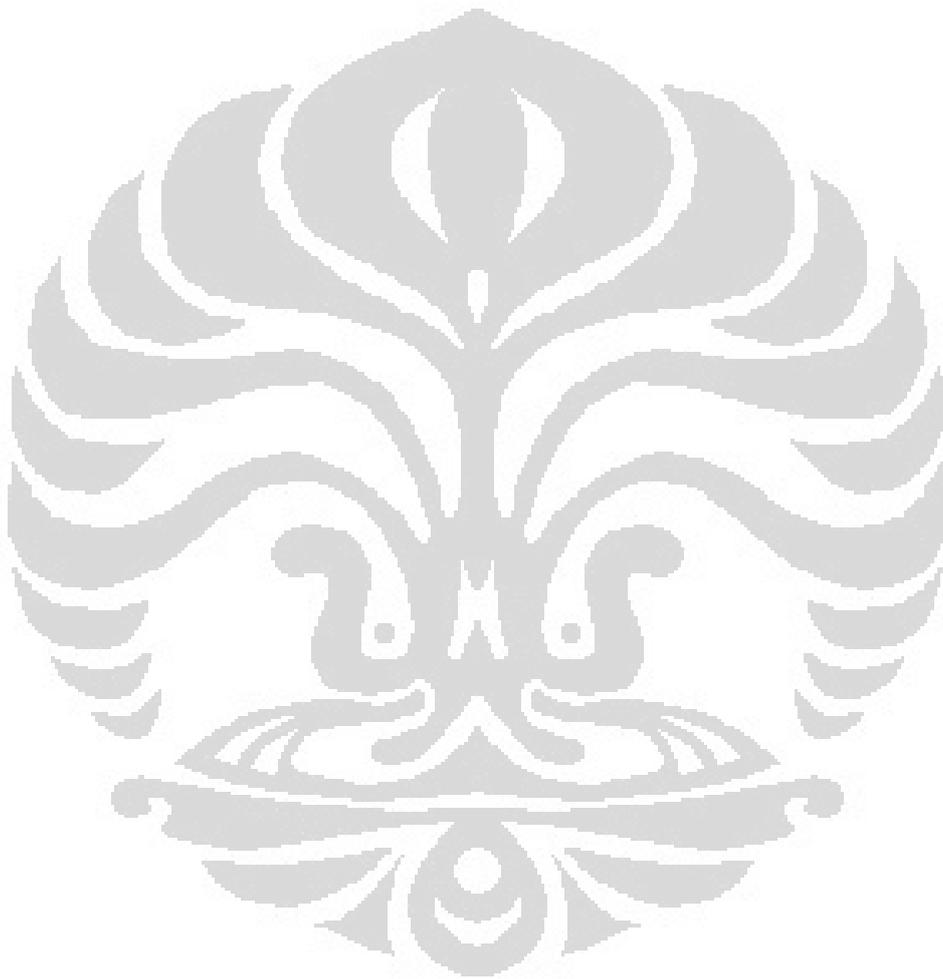
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Metode Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
<b>2. LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1 Tatakelola Perusahaan .....	9
2.2 Tanggung Jawab Sosial .....	11
2.3 Corporate Social Responsibility .....	13
2.3.1 Teori Legitimasi .....	16
2.3.2 CSR di Indonesia .....	18
2.3.2.1 Sejarah .....	18
2.3.2.2 Pengaturan dan Pelaksanaan CSR di Indonesia .....	19
2.3.3 Aktivitas CSR .....	24
2.4 Supply Chain .....	30
<b>3. GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>39</b>
3.1 Gambaran Umum PT. SidoMuncul .....	39
3.1.1 Sejarah .....	39
3.1.2 Visi dan Misi .....	42
3.1.2.1 Visi .....	42
3.1.2.2 Misi .....	42
3.1.3 Struktur Organisasi .....	42
3.2 Gambaran Umum Implementasi CSR PT. SidoMuncul .....	45

<b>4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Employee Programs .....	50
4.2 <i>Community and Broader Society</i> .....	54
4.3 <i>Environment Programs</i> .....	57
4.4 <i>Reporting and Communications Programs</i> .....	59
4.5 <i>Governance or Code of Conduct Programs &amp; Stakeholder         Engagement Programs</i> .....	61
4.6 <i>Supplier Programs</i> .....	62
4.7 <i>Customer/Product Stewardship Programs</i> .....	64
<b>5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>72</b>
5.1 Kesimpulan .....	72
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	73
5.3 Saran .....	74
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN 1.....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN 2.....</b>	<b>81</b>



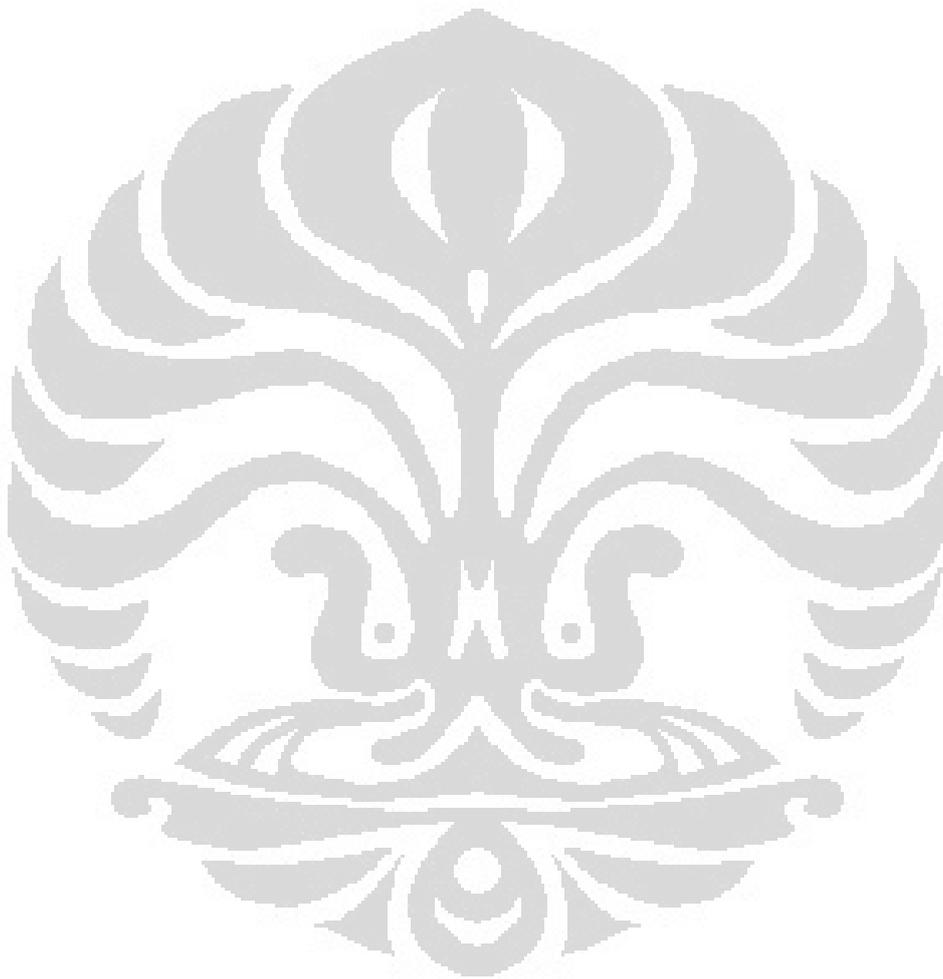
## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Tabel Pendidikan dan Pelatihan Karyawan .....	50
-----------	---	----



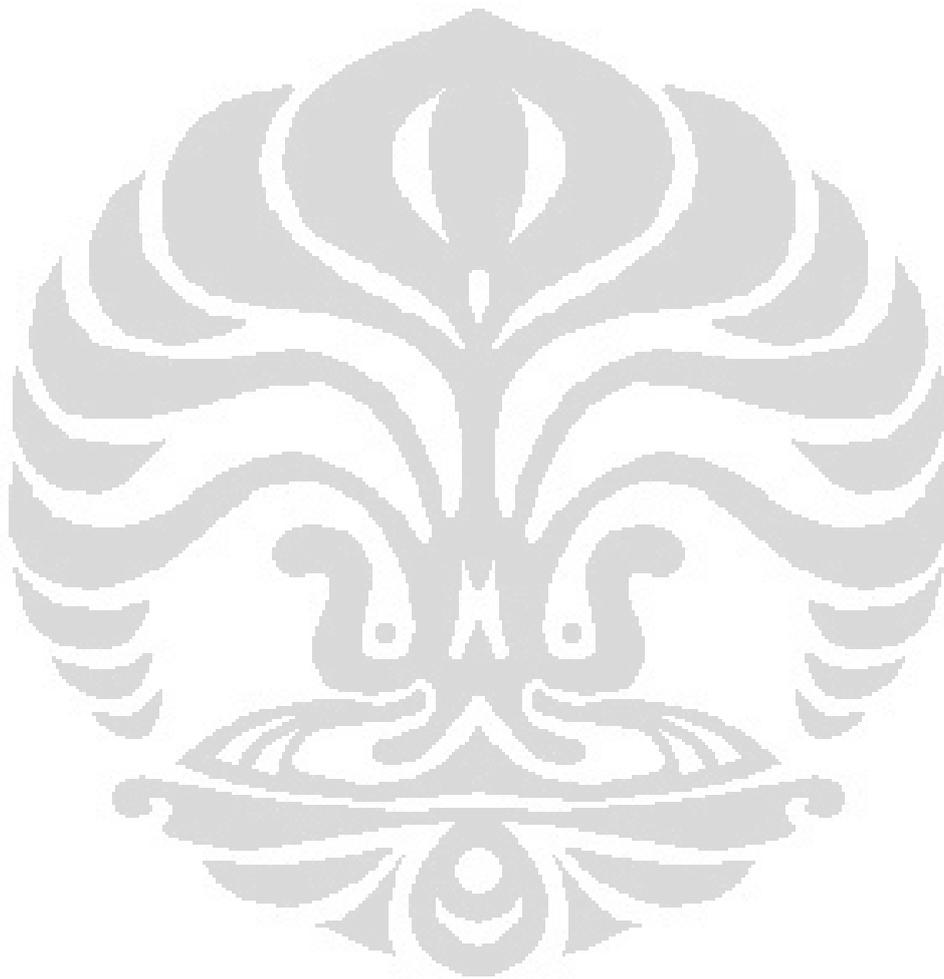
## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara .....	78
Lampiran 2 Hasil Wawancara .....	82



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Gambar Aliran <i>Supply Chain</i> .....	30
Gambar 3.1	Gambar Struktur Organisasi PT. SidoMuncul .....	44
Gambar 4.1	Gambar Proses Pengujian Bahan Baku PT. SidoMuncul .....	67



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pasar yang berkembang menjadi sangat kompetitif dan kompleks telah menghadirkan tantangan baru bagi perusahaan. Tantangan baru ini mendorong perusahaan untuk melakukan penyesuaian pada proses bisnisnya. Proses bisnis adalah suatu kumpulan pekerjaan yang saling terkait untuk menyelesaikan suatu masalah tertentu. Suatu proses bisnis dapat dipecah menjadi beberapa subproses yang masing-masing memiliki atribut sendiri tetapi juga berkontribusi untuk mencapai tujuan dari suatu kegiatan. Analisis proses bisnis umumnya melibatkan pemetaan proses dan subproses di dalamnya hingga tingkatan aktivitas atau kegiatan. Penyesuaian dalam proses bisnis yang dilakukan perusahaan antara lain berkaitan dengan kecepatan perusahaan untuk mendapatkan dan mengevaluasi informasi dengan segera dan kemudian menggunakan informasi tersebut untuk merespon setiap kejadian dan masalah secara cepat dan tepat pula. Masalah yang sering kali terjadi adalah perusahaan gagal atau terlambat dalam merespon tantangan bisnis yang muncul secara tidak terduga dimana ini merupakan hal yang sangat kontra produktif bagi perusahaan dalam menghadapi perkembangan bisnis di masa seperti sekarang ini yaitu isu tanggung jawab sosial perusahaan. Perkembangan isu ini mendorong perusahaan untuk melakukan penyesuaian dalam proses bisnisnya terkait dengan implementasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja tetapi juga harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri,

2008a). CSR meliputi aspek ekonomi, hukum, etika, dan *philanthropic* pada organisasi dari masyarakat atau komunitas pada titik waktu tertentu (Carroll and Buchholtz, 2002). Dalam melakukan hal ini, perusahaan memiliki kewajiban untuk memenuhi tuntutan dari masyarakat mengenai keseimbangan antara nilai tambah ekonomis dan sosial yang diberikan perusahaan kepada masyarakat.

Perkembangan isu CSR di dunia sekarang ini didukung karena semakin pesatnya perkembangan industri. Perkembangan industri ini memberikan dampak terhadap lingkungan global seperti perubahan iklim, tidak menentunya cuaca, dan gejala pemanasan global. Utama (2007) menyatakan bahwa perkembangan CSR terkait dengan semakin parahnya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim. Sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan atas kerugian yang disebabkan, maka banyak tuntutan agar perusahaan melakukan praktik CSR. Tuntutan ini mendorong direksi perusahaan untuk menentukan suatu kebijakan sosial yang harus diambil perusahaan. Hal ini dikarenakan bagi sebuah perusahaan tidaklah mungkin untuk melakukan pemisahan terhadap elemen ekonomi yang disebabkan oleh keputusan bisnis terhadap dampak sosial yang mungkin terjadi karena perusahaan tersebut merupakan bagian dari suatu sistem sosial.

Daniri (2008b) menyatakan bahwa pelaksanaan CSR di Indonesia sangat tergantung pada pimpinan puncak korporasi. Artinya, kebijakan CSR tidak selalu dijamin selaras dengan visi dan misi korporasi. Jika pimpinan perusahaan memiliki kesadaran moral yang tinggi, besar kemungkinan korporasi tersebut menerapkan kebijakan CSR yang benar. Sebaliknya, jika orientasi pimpinannya hanya berkiblat pada kepentingan kepuasan pemegang saham (produktivitas tinggi, *profit* besar, nilai saham tinggi) serta pencapaian prestasi pribadi, boleh jadi kebijakan CSR hanya sebagai kosmetik. Daniri (2008c) menyebutkan bahwa pemahaman perusahaan tentang konsep CSR masih beragam yang salah satunya disebabkan minimnya literatur yang ada.

Bagian dalam proses bisnis yang juga harus diperhatikan dalam implementasi CSR adalah *supply chain* perusahaan. Menurut Lambert, *et al.* (1998), *supply chain* merupakan suatu jaringan dalam perusahaan untuk membawa produk atau jasa ke dalam pasar. Selain itu Ganeshan, *et al.* (1995) mendefinisikan *supply chain* sebagai suatu jaringan dari fasilitas dan distribusi yang menjalankan fungsi pembelian bahan mentah, pengolahan bahan mentah menjadi bahan setengah jadi atau bahan jadi, dan mendistribusikan barang jadi kepada konsumen. *Supply chain* juga dapat didefinisikan sebagai suatu kesatuan dari perusahaan, termasuk di dalamnya adalah pemasok, konsumen, penyedia logistik yang bekerja sama untuk menciptakan suatu barang dan jasa yang bernilai untuk konsumen (Simchi-Levi *et al.*, 2002). Chopra dan Meindl (2003) mengatakan bahwa *supply chain* terdiri dari semua pihak yang terlibat, secara langsung maupun tidak langsung dalam memenuhi permintaan konsumen. *Supply chain* tidak hanya terdiri dari manufaktur dan pemasok, tetapi juga distributor, gudang, pedagang eceran dan juga konsumen itu sendiri.

Dalam setiap perusahaan dalam industri manufaktur, *supply chain* termasuk semua fungsi yang terlibat dalam menerima dan memenuhi permintaan konsumen. Fungsi ini tidak dibatasi pada pengembangan produk baru, pemasaran, operasional, distribusi, keuangan, dan layanan konsumen saja. Konsep dari *supply chain* memunculkan gambaran dari pergerakan produk atau pasokan dari pemasok kepada manufaktur kepada distributor kepada pedagang eceran kepada konsumen sepanjang suatu rantai. Suatu *supply chain* melibatkan aliran yang konstan atas informasi, produk, dan biaya di antara setiap tahap yang berbeda. Tujuan utama dari *supply chain* adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan dalam prosesnya menghasilkan keuntungan.

Desain yang sesuai untuk *supply chain* tergantung pada kebutuhan konsumen dan peran dari tiap tahap yang terlibat. Saat ini, *supply chain* juga mengalami perkembangan seiring dengan persaingan pasar yang semakin

kompleks. Perkembangan yang dimaksud adalah adanya penerapan CSR dalam *supply chain* perusahaan manufaktur. Hal ini dimaksudkan agar kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan tidak semata-mata hanya untuk menciptakan *brand image* jangka pendek saja, melainkan penerapan CSR dalam *supply chain* ini dimaksudkan agar perusahaan dapat menerapkan tanggung jawab sosial yang berkelanjutan dan diharapkan dapat mendatangkan *value added* bagi perusahaan dalam jangka panjang. Menurut Castka and Balzarova (2008), pembelian dan manajemen rantai pasokan secara kuat mempengaruhi reputasi dan keberhasilan jangka panjang mereka.

Penerapan CSR dalam *supply chain* perusahaan antara lain bertanggung-jawab untuk mempromosikan dan menjaga peraturan lingkungan, kesehatan dan keamanan dari pekerja yang membuat produk mereka, tanpa memperhatikan apakah mereka merupakan pekerja langsung atau yang bekerja pada pemasok mereka. Menurut Murphy dan Poist (2002), walaupun praktek *supply chain* lambat dalam mengadopsi CSR, konsep tanggung jawab sosial dalam *supply chain* semakin meningkat pentingnya. Menurut Carter dan Jennings (2002a), kategori CSR dalam *supply chain* antara lain lingkungan, kesatuan, hak manusia, *philanthropy*, keamanan dan kesehatan, keanekaragaman tempat kerja, dan isu komunitas seperti kelaparan dan tuna wisma. Selain itu, organisasi juga memperluas tanggung jawab terhadap produk mereka di luar hal penjualan dan pengiriman, tetapi juga mengatur rekan dalam *supply chain*.

Di Indonesia, PT SidoMuncul merupakan suatu perusahaan manufaktur yang cukup besar dalam industri jamu dan obat-obatan tradisional. PT SidoMuncul berlokasi di daerah Klepu, Kecamatan Bergas, Ungaran, Jawa Tengah. Semua kegiatan bisnis dari perusahaan ini sangat berkaitan erat dengan isu CSR yang sedang berkembang. Dalam melaksanakan program CSR, PT SidoMuncul telah menyediakan sejumlah dana khusus yang dialokasikan tiap tahunnya sekitar Rp. 1,2 milyar. Contoh dari kegiatan CSR yang telah dilakukan oleh SidoMuncul antara lain bantuan

pada korban gempa di Jawa Barat, bantuan kepada anak yatim piatu, dan mengadakan mudik gratis bagi para pedagang jamu dan pedagang asongan saat Hari Raya Lebaran. Akan tetapi, kegiatan CSR ini hanya membentuk *brand image* perusahaan dalam jangka pendek saja. Guna mempertahankan posisi pangsa pasar perusahaan di tengah-tengah masyarakat yang semakin kritis dengan isu CSR, PT SidoMuncul dapat menerapkan CSR dalam *supply chain*. Penerapan ini antara lain dalam kegiatan produksinya, perusahaan dapat melibatkan komunitas sekitar untuk memenuhi bahan-bahan produksi jamu yang dibutuhkan. Komunitas sekitar yang dimaksudkan disini adalah masyarakat yang berada di sekitar lokasi perusahaan. Lokasi Perusahaan adalah suatu tempat di mana perusahaan itu melakukan kegiatan fisik. Kedudukan perusahaan dapat berbeda dengan lokasi perusahaan, karena kedudukan perusahaan adalah kantor pusat dari kegiatan fisik perusahaan. Contoh bentuk lokasi perusahaan adalah pabrik tempat memproduksi barang (Hidayat, 2010). Dalam melibatkan komunitas sekitar, perusahaan turut membantu pengembangan masyarakat secara finansial.

Perkembangan pasar yang semakin kompleks dan masyarakat yang semakin kritis inilah yang mendorong rasa ingin tahu penulis mengenai sejauh mana realisasi penerapan CSR dalam *supply chain* saat ini pada perusahaan di Indonesia. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian mengenai **“Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Supply Chain pada PT SidoMuncul”**.

## 1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana implementasi CSR dalam *supply chain* dapat memberikan *value added* terhadap PT SidoMuncul, dan bagaimana sistem pelaporan pada implementasi CSR dalam *supply chain* di PT SidoMuncul?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis implementasi CSR dalam *supply chain* yang dapat memberikan *value added* terhadap PT SidoMuncul dan mengetahui sistem pelaporan pada implementasi CSR dalam *supply chain* di PT SidoMuncul.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan informasi mengenai penerapan *corporate social responsibility* dalam *supply chain* pada perusahaan manufaktur di Indonesia.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi para pembaca serta dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan dan kemajuan ilmu Akuntansi khususnya mengenai CSR dalam *supply chain* dan referensi penelitian-penelitian selanjutnya.

#### 2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini bermanfaat sebagai:

- a. Bahan evaluasi kepada perusahaan SidoMuncul untuk meningkatkan penerapan CSR dalam *supply chain* sehingga menciptakan nilai tambah bagi perusahaan.
- b. Penjelasan mengenai penerapan CSR dalam *supply chain* di perusahaan SidoMuncul.
- c. Bahan pertimbangan dan penyempurnaan bagi PT SidoMuncul dan pengambil kebijakan di sektor industri pangan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya dalam peningkatan kualitas.

## 1.5 Metode Penelitian

### 1. Kepustakaan (studi literatur)

Kepustakaan sebagai bahan informasi yang ada hubungannya dengan *corporate social responsibility* dan *supply chain*, seperti buku, jurnal, dan lain-lain.

### 2. Pengumpulan data

- Data Sekunder

Terdiri dari berbagai dokumen perusahaan, internet, dan lain-lain.

- Data Primer

- a. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab dengan pegawai dari perusahaan yang berwenang atau bertanggung jawab dalam menjelaskan data yang dibutuhkan.

Pihak dari perusahaan yang diwawancarai adalah Pak Feryy selaku manajer personalia, Pak Bambang selaku manajer hubungan masyarakat, dan Bu Wahyu selaku manajer *research and development*.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini terdiri atas lima bab, yaitu:

### BAB 1 : Pendahuluan

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

### BAB 2 : Landasan Teori

Bab ini akan menguraikan kerangka teori dasar mengenai tatakelola perusahaan, tanggung jawab sosial, *corporate social responsibility* dan *supply chain*. Selain itu penjelasan mengenai Implementasi CSR dalam *Supply chain* yang antara lain terdiri dari pemberdayaan komunitas sekitar, pengelolaan lingkungan, keselamatan dan keamanan kerja dan hak tenaga kerja.

### BAB 3 : Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini memberikan gambaran umum berupa sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi, dan kegiatan CSR PT SidoMuncul.

### BAB 4 : Analisis dan Pembahasan

Bab ini berisi analisis dan pembahasan mengenai penerapan CSR dalam *supply chain* perusahaan berdasarkan informasi yang didapat dari data primer dan data sekunder yang dianalisis dengan teori yang ada.

### BAB 5 : Kesimpulan dan Saran

Bab ini mengenai kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan pada bab 4 yang diharapkan dapat menjadi jawaban dari perumusan masalah. Selain itu juga terdapat saran-saran yang diusulkan berdasarkan hasil penelitian, yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dan bagi pelaksanaan penelitian selanjutnya.

## BAB 2

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Tata Kelola Perusahaan

Istilah Tata Kelola Perusahaan di Indonesia merupakan terjemahan dari “*Corporate Governance*”. Secara etimologis kata “*Governance*” berasal dari bahasa Perancis kuno “*Gouvernance*” yang berarti pengendalian (*control*) atau *regulated* dan dapat dikatakan sebagai suatu keadaan yang berada dalam kondisi terkendali (*the state of being governed*). Secara harfiah *Governance* di tanah air kerap diterjemahkan sebagai “pengaturan”, akan tetapi sebenarnya masih diperlukan kajian untuk mencari istilah yang tepat dalam bahasa Indonesia yang benar. Dalam konteks tata kelola yang baik (*Good Corporate Governance*) sering juga disebut tata pamong atau penadbiran yang berasal dari kata Melayu. Sedangkan untuk istilah “*Corporate*” jika dilihat dari segi etimologis merupakan turunan dari bahasa latin “*Corpus*” yang berarti sekumpulan peraturan dan undang-undang dan “*Erate*” yang berarti sesuatu yang dihargai atau dipatuhi.

Menurut *The Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) Tata Kelola (*Corporate Governance*) didefinisikan sebagai berikut:

*“Corporate Governance is the system by which business corporations are directed and controlled. The corporate governance structure specifies the distribution of rights and responsibilities among different participants in the corporation, such as the board, the managers, shareholders and other stakeholders, and spells out the rules and procedure for making decisions and corporate affairs. By doing this, it also provides the structure through which the company objectives are sets and the means of attaining those objectives and monitoring performance”*

Jadi menurut OECD, *corporate governance* adalah sistem yang dipergunakan untuk mengarahkan dan mengendalikan kegiatan bisnis

perusahaan. *Corporate governance* mengatur pembagian tugas, hak dan kewajiban mereka yang berkepentingan terhadap kehidupan perusahaan, termasuk pemegang saham, dewan pengurus, para manajer, dan semua anggota *the stakeholders non*-pemegang saham (Widuri dan Paramita, 2008). Sistem tersebut mempunyai pengaruh besar dalam menentukan sasaran usaha maupun dalam upaya mencapai sasaran tersebut (Sutojo dan Aldridge, 2005).

Pengelolaan manajemen yang baik menunjukkan strategi bisnis perusahaan dan memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan (Julien dan Rieger, 2003). Bagaimana perusahaan tersebut dikelola dan kemampuannya untuk bersaing dipengaruhi oleh struktur tata kelolanya (Carney dan Gedajlovic, 2001), dan bagaimana perusahaan mengelola sumber daya yang ada dalam perusahaan membentuk perilaku strategik dari perusahaan tersebut (Carney dan Gedajlovic, 2001).

Menurut Sutojo dan Aldridge (2005), tujuan utama dari tata kelola perusahaan adalah melindungi hak dan kepentingan pemegang saham, melindungi hak dan kepentingan para anggota *stakeholder non* pemegang saham, meningkatkan nilai perusahaan dan pemegang saham, meningkatkan efisiensi dan efektifitas kerja dewan pengurus dan manajemen perusahaan, meningkatkan mutu hubungan dewan pengurus dengan manajemen senior perusahaan. Tata kelola perusahaan mencakup hubungan antara para pemangku kepentingan (*shareholder*) yang terlibat serta tujuan pengelolaan perusahaan. Pihak-pihak utama dalam tata kelola perusahaan adalah *shareholder*, manajemen, dan dewan direksi. Pemangku kepentingan lainnya atau yang tidak utama termasuk karyawan, pemasok, pelanggan, bank dan kreditor lain, regulator, lingkungan, serta masyarakat luas.

Perusahaan harus mulai melihat tata kelola secara lebih luas. Tata kelola perusahaan harus dilihat sebagai suatu cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan posisi perusahaan dalam bersaing untuk jangka panjang (Julien dan Rieger, 2003). Tata kelola perusahaan merupakan rangkaian proses, kebiasaan, kebijakan, aturan, dan institusi yang

mempengaruhi pengarahannya, pengelolaan, serta pengontrolan suatu perusahaan. Lebih lanjut Ko Chen En dalam Chung *et al.* (2006) menegaskan bahwa tujuan dari tata kelola ialah untuk membangun mekanisme internal dan eksternal guna membimbing karyawan dan manajer perusahaan, yang masing-masing memiliki tugas dan kewajiban terhadap *shareholders*, *bondholders*, dan *stakeholder* lainnya.

Menurut FCGI (2001) pelaksanaan *corporate governance* diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat berikut ini:

1. Meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi operasional perusahaan serta lebih meningkatkan pelayanan kepada *stakeholders*.
2. Mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih murah sehingga dapat lebih meningkatkan *corporate value*.
3. Mengembalikan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya di Indonesia.
4. Pemegang saham akan merasa puas dengan kinerja perusahaan karena sekaligus akan meningkatkan *shareholders value* dan dividen.

## 2.2 Tanggung Jawab Sosial

Menurut definisi yang dikemukakan oleh *The Jakarta Consulting Group* (2007), tanggung jawab sosial ini diarahkan baik ke pihak dalam (internal) maupun ke pihak luar (eksternal) perusahaan. Yang dimaksud dengan pengarahannya ke pihak dalam (internal) adalah tanggung jawab ini diarahkan kepada pemegang saham dalam bentuk profitabilitas dan pertumbuhan. Seperti diketahui, pemegang saham telah menginvestasikan sumber daya yang dimilikinya guna mendukung berbagai aktivitas operasional perusahaan. Karenanya mereka akan mengharapkan profitabilitas yang optimal serta pertumbuhan perusahaan sehingga kesejahteraan mereka di masa depan juga akan mengalami peningkatan. Oleh karena itu perusahaan

harus berjuang keras agar memperoleh laba yang optimal dalam jangka panjang serta senantiasa mencari peluang bagi pertumbuhan di masa depan.

Selain kepada pemegang saham, tanggung jawab sosial ke dalam ini juga diarahkan kepada karyawan, karena hanya dengan kerja keras, kontribusi serta pengorbanan merekalah perusahaan dapat menjalankan berbagai aktivitas serta meraih kesuksesan. Oleh karenanya perusahaan dituntut untuk memberikan kompensasi yang adil serta memberikan peluang pengembangan karier bagi karyawannya. Tentu saja hubungan antara perusahaan dengan karyawan itu harus didasarkan pada prinsip hubungan yang saling menguntungkan (*mutually beneficial*). Artinya perusahaan harus memberikan kompensasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan. Namun di lain pihak karyawan pun dituntut untuk memberikan kontribusi yang maksimal bagi kemajuan perusahaan.

Sedangkan pengarahannya tanggung jawab sosial ke pihak luar (eksternal) ialah tanggung jawab sosial yang berkaitan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan karyawan dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi kepentingan generasi mendatang. Sebagai pembayar pajak, jumlah pajak yang dibayarkan oleh perusahaan tergantung pada jumlah keuntungan yang diperoleh. Oleh karena itu, perusahaan harus dikelola sebaik-baiknya sehingga mampu meraih laba yang maksimal. Demi kelancaran aktivitas perusahaan dalam usaha mencapai tujuannya, perusahaan membutuhkan banyak tenaga kerja. Kebutuhan akan tenaga kerja inilah yang dapat meningkatkan kompetensi masyarakat melalui proses prekrutan yang adil dan persyaratan tenaga kerja yang selalu meningkat.

Seiring dengan tumbuh kembangnya perusahaan, kebutuhan akan tenaga kerja ini akan mengalami peningkatan. Perusahaan berkewajiban untuk ikut berpartisipasi menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat. Lapangan kerja akan semakin banyak tersedia seiring dengan perusahaan yang tumbuh dan berkembang. Oleh karenanya perusahaan berkewajiban untuk selalu

mencari peluang-peluang baru bagi pertumbuhan tentu saja dengan tetap mempertimbangkan faktor keuntungan dan tingkat pengembalian finansial yang optimal. Perusahaan juga memiliki kewajiban untuk berpartisipasi dalam usaha-usaha untuk meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, baik yang berkaitan dengan perusahaan maupun yang tidak. Perusahaan juga bertanggung jawab untuk memelihara kualitas lingkungan tempat mereka beroperasi demi peningkatan kualitas hidup masyarakat dalam jangka panjang, baik untuk generasi saat ini maupun untuk generasi penerus.

### **2.3 Corporate Social Responsibility**

*Corporate Social Responsibility* (CSR), merupakan komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama dengan para pihak yang terkait, terutama masyarakat di sekelilingnya dan lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada, yang dilakukan terpadu dengan kegiatan usahanya secara berkelanjutan. Akan tetapi, masih ada perusahaan yang mempersepsi CSR sebagai bagian dari biaya atau tindakan reaktif untuk mengantisipasi penolakan masyarakat dan lingkungan. Beberapa perusahaan memang mampu mengangkat status CSR ke tingkat yang lebih tinggi dengan menjadikannya sebagai bagian dari upaya *brand building* dan peningkatan *corporate image*. Namun upaya-upaya CSR tersebut masih jarang yang dijadikan sebagai bagian dari perencanaan strategis perusahaan. Masyarakat kini telah semakin *well informed*, dan kritis serta mampu melakukan filterisasi terhadap dunia usaha yang tengah berkembang. Hal ini menuntut para pengusaha untuk menjalankan usahanya dengan semakin bertanggung-jawab. Pengusaha tidak hanya dituntut untuk memperoleh *capital gain* atau *profit* dari kegiatan usahanya, melainkan mereka juga diminta utk memberikan kontribusi baik materiil maupun spiritual kepada masyarakat dan pemerintah sejalan dengan aturan yang berlaku.

Berdasar pada *Trinidad and Tobacco Bureau of Standards (TTBS)*, *Corporate Social Responsibility (CSR)* diartikan sebagai komitmen usaha untuk bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Budimanta, Prasetijo & Rudito, 2004).

*World Business Council for Sustainable Development* mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan (Iriantara, 2004, p.49).

“*Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan” (Kotler & Nancy, 2005)

Ebert (2003) dan Rosmasita (2007) mendefinisikan CSR sebagai usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmen-komitmennya terhadap kelompok-kelompok dan individual-individual dalam lingkungan perusahaan tersebut, termasuk di dalamnya adalah pelanggan, perusahaan-perusahaan lain, para karyawan, dan investor.

CSR Forum mendefinikan *Corporate Social Responsibility* sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan (Wibisono, 2007).

CED (*Committee for Economic Development*) membagi tanggung jawab sosial perusahaan kedalam tiga lingkaran tanggung jawab, yaitu: (1) *inner circle of responsibilities*, (2) *intermediate circle of responsibilities* dan (3) *outer circle of responsibilities*. *Inner circle of responsibilities* mencakup

tanggung jawab perusahaan untuk melaksanakan fungsi ekonomi yang berkaitan dengan produksi barang dan pelaksanaan pekerjaan secara efisien serta pertumbuhan ekonomi. *Intermediate circle of responsibilities* menunjukkan tanggungjawab untuk melaksanakan fungsi ekonomi sementara pada saat yang sama memiliki kepekaan kesadaran terhadap perubahan nilai-nilai dan prioritas-prioritas sosial seperti meningkatnya perhatian terhadap konservasi lingkungan hidup, hubungan dengan karyawan, meningkatnya ekspektasi konsumen untuk memperoleh informasi produk yang jelas serta perlakuan yang adil terhadap masyarakat di tempat kerja. *Outer circle of responsibilities* mencangkup kewajiban perusahaan untuk lebih aktif dalam meningkatkan kualitas lingkungan hidup.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap satu isu tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik. Kontribusi dari perusahaan ini bisa berupa banyak hal, misalnya: bantuan dana, bantuan tenaga ahli dari perusahaan, bantuan berupa barang, dll. Di sini perlu dibedakan antara program CSR dengan kegiatan *charity*. Kegiatan *charity* hanya berlangsung sekali atau sementara waktu dan biasanya justru menimbulkan ketergantungan publik terhadap perusahaan. Sementara, program CSR merupakan program yang berkelanjutan dan bertujuan untuk menciptakan kemandirian publik (“Paradigma Baru CSR”, Oktober 2006).

Perusahaan yang menjalankan model bisnisnya dengan berpijak pada prinsip-prinsip etika bisnis dan manajemen pengelolaan sumber daya alam yang strategik dan *sustainable* akan dapat menumbuhkan citra positif serta mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat (Wibisono, 2007, p.66). Philip Kotler dan Nancy Lee juga mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki kemampuan untuk meningkatkan citra perusahaan karena jika perusahaan menjalankan tata kelola bisnisnya dengan baik dan mengikuti peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah maka pemerintah

dan masyarakat akan memberikan keleluasaan bagi perusahaan tersebut untuk beroperasi di wilayah mereka. Citra positif ini akan menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan dalam menjaga keberlangsungan hidupnya saat mengalami krisis (Kotler & Nancy, 2005).

Melihat pentingnya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam membantu perusahaan menciptakan citra positifnya maka perusahaan seharusnya melihat *Corporate Social Responsibility* bukan sebagai sentra biaya (*cost center*) melainkan sebagai sentra laba (*profit center*) di masa mendatang. Logikanya sederhana, jika *Corporate Social Responsibility* diabaikan kemudian terjadi insiden. Maka biaya yang dikeluarkan untuk biaya pemulihan bisa jadi lebih besar dibandingkan biaya yang ingin dihemat melalui peniadaan *Corporate Social Responsibility* itu sendiri. Hal ini belum termasuk pada resiko non-finansial yang berupa memburuknya citra perusahaan di mata publiknya (Wibisono, 2007).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) telah ada sejak Abad 17 dan mengalami perkembangan kajian yang mencerminkan dinamika implementatif yang terus mengalami perubahan. Berikut disajikan sejarah singkat CSR dari masa ke masa.

### 2.3.1 Teori Legitimasi

Beberapa studi tentang praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah menggunakan teori legitimasi sebagai basis menjelaskan praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Hackston dan Milne, 1996; Sembiring, 2003; Husillos, *et al.*, 2009; Makela, 2009). Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Ghozali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan:

Karena legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai

sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.

Gray, *et al.* (1995) berpendapat bahwa teori legitimasi dan teori *stakeholder* merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik. Hal ini dikarenakan pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat. Teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dan masyarakat. Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Ghazali dan Chariri (2007) memberikan alasan yang logis tentang legitimasi organisasi dan mengatakan sebagai berikut:

Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras, kita dapat melihat hal tersebut sebagai legitimasi perusahaan. Ketika ketidakselarasan aktual atau potensial terjadi diantara kedua sistem nilai tersebut, maka akan ada ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Landasan teori legitimasi adalah “kontrak sosial” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Shocker dan Sethi (1974) dalam Ghazali dan Chariri (2007) memberikan penjelasan tentang konsep kontrak sosial bahwa semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial, baik eksplisit maupun implisit, dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan pada:

1. Hasil akhir (*output*) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas.
2. Distribusi manfaat ekonomi, sosial, atau politik kepada kelompok sesuai dengan *power* yang dimiliki.

## 2.3.2 CSR di Indonesia

### 2.3.2.1 Sejarah

Perkembangan program CSR di Indonesia dimulai dari sejarah perkembangan PKBL. Pembinaan usaha kecil oleh BUMN dilaksanakan sejak terbitnya Peraturan Pemerintah Nomor 3 Tahun 1983 tentang tata cara pembinaan dan pengawasan Perusahaan Jawatan (Perjan), Perusahaan Umum (Perum) dan Perusahaan Perseroan (Persero). Pada saat itu, biaya pembinaan usaha kecil dibebankan sebagai biaya perusahaan. Dengan terbitnya keputusan Menteri Keuangan No.:1232/KMK.013/1989 tanggal 11 Nopember 1989 tentang Pedoman Pembinaan Pengusaha Ekonomi Lemah dan Koperasi melalui Badan Usaha Milik Negara, dana pembinaan disediakan dari penyisihan sebagian laba sebesar 1%-5% dari laba setelah pajak. Nama program saat itu lebih dikenal dengan Program Pegelkop.

Pada Tahun 1994, nama program diubah menjadi Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (Program PUKK) berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan No.:316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994 tentang Pedoman Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi melalui Pemanfaatan Dana dari Bagian Laba Badan Usaha Milik Negara. Memperhatikan perkembangan ekonomi dan kebutuhan masyarakat, pedoman pembinaan usaha kecil tersebut beberapa kali mengalami penyesuaian, yaitu melalui Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan BUMN/Kepala Badan Pembina BUMN No.: Kep-216/MPBUMN/1999 tanggal 28 September 1999 tentang Program Kemitraan dan Bina

Lingkungan BUMN, Keputusan Menteri BUMN No.: Kep-236/MBU/2003 tanggal 17 Juni 2003 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, dan terakhir melalui Peraturan Menteri Negara BUMN No.: Per-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Manajemen sejak tahun 2005 mengadakan *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)*. Secara umum ISRA bertujuan untuk mempromosikan *voluntary reporting CSR* kepada perusahaan di Indonesia dengan memberikan penghargaan kepada perusahaan yang membuat laporan terbaik mengenai aktivitas CSR. Kategori penghargaan yang diberikan adalah *Best Social and Environmental Report Award*, *Best Social Reporting Award*, *Best Environmental Reporting Award*, dan *Best Website*.

Pada Tahun 2006 kategori penghargaan ditambah menjadi *Best Sustainability Reports Award*, *Best Social and Environmental Report Award*, *Best Social Reporting Award*, *Best Website*, *Impressive Sustainability Report Award*, *Progressive Social Responsibility Award*, dan *Impressive Website Award*. Pada Tahun 2007 kategori diubah dengan menghilangkan kategori *impressive* dan *progressive* dan menambah penghargaan khusus berupa *Commendation for Sustainability Reporting: First Time Sustainability Report*. Sampai dengan ISRA 2007 perusahaan tambang, otomotif dan BUMN mendominasi keikutsertaan dalam ISRA.

### **2.3.2.2 Pengaturan dan Pelaksanaan CSR di Indonesia**

#### **1. UU No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup**

Ketentuan UU ini yang berkaitan dengan CSR adalah sebagai berikut:

- Setiap orang berkewajiban memelihara kelestarian fungsi lingkungan hidup serta mencegah dan menanggulangi pencemaran dan perusakan (Pasal 6:1).
- Setiap orang yang melakukan usaha dan/atau kegiatan berkewajiban memberikan informasi yang benar dan akurat mengenai pengelolaan lingkungan hidup (Pasal 6:2).
- Setiap penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan wajib melakukan pengelolaan limbah hasil usaha dan/atau kegiatan (Pasal 16:1).
- Setiap penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan wajib melakukan pengelolaan bahan berbahaya dan beracun (Pasal 17:1).

## **2. UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen**

Undang-undang ini banyak mengatur tentang kewajiban dan tanggung jawab perusahaan terhadap konsumennya. Perlindungan konsumen ini bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran corporate tentang pentingnya kejujuran dan tanggung jawab dalam perilaku berusaha. Hal-hal lain yang diatur di sini adalah larangan-larangan pelaku usaha, pencantuman klausula baku dan tanggung jawab pelaku usaha.

## **3. UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal**

Beberapa ketentuan UU ini yang berkaitan dengan CSR adalah sebagai berikut:

- Setiap penanam modal berkewajiban (Pasal 15):
  - a) melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan

b) menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal

c) Yang dimaksud dengan "tanggung jawab sosial perusahaan" adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat (penjelasan pasal 15 Huruf b).

- Setiap penanam modal bertanggung jawab (Pasal 16):

- a) menjaga kelestarian lingkungan hidup

- b) menciptakan keselamatan, kesehatan, kenyamanan, dan kesejahteraan pekerja; ... Pasal 34:

1. Badan usaha atau usaha perseorangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa:

- a. peringatan tertulis

- b. pembatasan kegiatan usaha

- c. pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; atau

- d. pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.

2. Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

3. Selain dikenai sanksi administratif, badan usaha atau usaha perseorangan dapat dikenai sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Berdasarkan pengaturan-pengaturan di atas, kewajiban dan tanggung jawab perusahaan bukan hanya kepada pemilik modal

saja, melainkan juga kepada karyawan dan keluarganya, konsumen dan masyarakat sekitar, serta lingkungan hidup.

#### **4. UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas**

Undang-undang ini diundangkan secara resmi pada tanggal 16 Agustus 2007. Ketentuan dalam Pasal 74 menjelaskan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan:

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 dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Dalam pasal 66 juga mengatur mengenai laporan tahunan yang seharusnya dibuat oleh suatu perusahaan. Pasal 66 ayat 2 menjelaskan mengenai hal-hal yang seharusnya dimuat dalam laporan tahunan seperti laporan keuangan, laporan aktivitas perusahaan, laporan kegiatan CSR dan lingkungan, nama anggota direksi dan dewan komisaris beserta gaji dan tunjangannya.

### **5. Keputusan Mahkamah Konstitusi (MK) 15 April 2009**

Mahkamah Konstitusi (MK) dalam putusannya 15 April 2009 menolak gugatan uji material oleh Kadin terhadap pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) mengenai kewajiban Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) bagi perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam. Karena putusan MK bersifat final dan mengikat, maka lebih baik kita melihat dari sisi positifnya, yaitu sinergi antara pasal PJS� dengan UU Pajak Penghasilan 36/2008 (UU PPh) pasal 6 ayat 1 huruf a yang sekarang memberlakukan beberapa jenis sumbangan sosial sebagai biaya, yaitu:

- Biaya beasiswa, magang, dan pelatihan
- Sumbangan dalam rangka penanggulangan bencana nasional yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah
- Sumbangan dalam rangka penelitian dan pengembangan yang dilakukan di Indonesia yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah
- Biaya pembangunan infrastruktur sosial yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah
- Sumbangan fasilitas pendidikan yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah
- Sumbangan dalam rangka pembinaan olahraga yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah.

### **6. UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan**

Undang-undang ini diundangkan secara resmi pada tanggal 25 Maret 2003. Beberapa ketentuan UU ini yang berkaitan dengan CSR adalah sebagai berikut:

- Setiap pekerja berhak memperoleh perlakuan yang sama tanpa diskriminasi dari pengusaha atau perusahaan.
- Adanya pelatihan kerja yang diselenggarakan yang disesuaikan dengan standar kompetensi kerja guna meningkatkan kemampuan, produktivitas, dan kesejahteraan.
- Larangan untuk mempekerjakan anak di bawah umur
- Pengaturan komponen pemberian gaji yang sesuai dan Jaminan Sosial Tenaga Kerja (Jamsostek) kepada pekerja guna kesejahteraan hidup pekerja.
- Pemberian pesangon dan atau uang penghargaan masa kerja terkait dengan pemutusan hubungan kerja.

### 2.3.3 Aktivitas CSR

Konsep *Corporate Social Responsibility* dapat diukur dengan menggunakan lima pilar aktivitas CSR dari *Prince of Wales International Business Forum*, yaitu (Wibisono, 2007,p.119):

#### 1. *Building Human Capital*

Secara internal, perusahaan dituntut untuk menciptakan SDM yang andal. Secara eksternal, perusahaan dituntut untuk melakukan pemberdayaan masyarakat, biasanya melalui *community development*.

#### 2. *Strengthening Economies*

Perusahaan dituntut untuk tidak menjadi kaya sendiri sementara komunitas di lingkungannya miskin, mereka harus memberdayakan ekonomi sekitar.

### 3. *Assessing Social Chesion*

Perusahaan dituntut untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitarnya agar tidak menimbulkan konflik.

### 4. *Encouraging Good Governence*

Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan harus menjalankan tata kelola bisnis dengan baik.

### 5. *Protecting The Environment*

Perusahaan berupaya keras menjaga kelestarian lingkungan.

*Ernst and Young* mengemukakan bahwa perusahaan memiliki empat tanggung jawab utama yaitu terhadap karyawan, konsumen, masyarakat, dan lingkungan. Keempat hal tersebut bisa menjadi dasar pertimbangan bagi perusahaan untuk menetapkan program inti dalam melaksanakan CSR secara spesifik. Terdapat sembilan program kerja yang dapat dilakukan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan CSR yaitu:

#### 1. *Employee Programs*

Karyawan merupakan aset berharga bagi perusahaan, sehingga tidak mengejutkan jika perusahaan sangat memperhatikan pengembangan kompetensi dan kesejahteraan karyawan. Perhatian terhadap kesejahteraan karyawan perlu diperluas bukan hanya dari sisi jaminan kesehatan dan keselamatan tetapi perlu adanya perluasan program seperti *work life balance program* dan *decision making empowerment program*.

#### 2. *Community and Broader Society*

Mayoritas perusahaan memiliki aktivitas dalam area ini, salah satunya adalah melalui pemberdayaan masyarakat yang intinya adalah bagaimana individu, kelompok atau komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk masa

depan sesuai dengan keinginan mereka (Shardlow, 1998 dalam Ambadar, 2008). Implementasi pemberdayaan masyarakat melalui:

- a. proyek-proyek pembangunan yang memungkinkan anggota masyarakat memperoleh dukungan dalam memenuhi kebutuhan.
- b. kampanye dan aksi sosial yang memungkinkan kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat dipenuhi oleh pihak-pihak lain yang bertanggung jawab.

### 3. *Environment Programs*

Program yang berkaitan dengan pemeliharaan lingkungan misalnya dengan menghasilkan produk yang aman, tidak berbahaya bagi kesehatan, dan ramah lingkungan; membuat sumur resapan; dan penyaluran limbah dengan baik.

### 4. *Reporting and Communications Programs*

Perusahaan mengeluarkan atau melaporkan hasil kegiatan CSRnya melalui *annual CSR report* sehingga terdapat bukti riil partisipasi perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya.

### 5. *Governance or Code of Conduct Programs*

Perusahaan menitikberatkan kegiatan sosial yang dilakukan berdasarkan sistem yang diatur oleh pemerintah. Hal utama yang harus diperhatikan adalah bagaimana *stakeholder*, pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha dapat membuat regulasi atau ketentuan yang disepakati bersama untuk mengefektifkan program CSR. Hal ini berarti diperlukan undang-undang untuk mengatur CSR pada level makro seperti sasaran program CSR, standar penilaian keberhasilan program, dan koordinasi dengan pihak terkait.

### 6. *Stakeholder Engagement Programs*

Upaya menciptakan “*effective engagement program*” sebagai kunci utama untuk mencapai kesuksesan strategi CSR dan *sustainability strategy*.

### 7. *Supplier Programs*

Pembinaan hubungan yang baik atas dasar kepercayaan, komitmen, pembagian informasi antara perusahaan dengan mitra bisnisnya, misalnya melalui pengelolaan rantai pasokan atau jejaring bisnis.

### 8. *Customer/Product Stewardship Programs.*

Perlunya perhatian perusahaan terhadap keluhan konsumen dan jaminan kualitas produk yang dihasilkan perusahaan.

### 9. *Shareholder Programs.*

Program peningkatan “*share value*” bagi *shareholder*, karena *shareholder* merupakan prioritas bagi perusahaan.

Kotler dalam buku “*Corporate Social Responsibility : Doing The Most Good for Your Company*” (2005) menyebutkan beberapa bentuk program CSR yang dapat dipilih, yaitu :

#### a. *Cause Promotions*

Dalam *cause promotions* ini perusahaan berusaha untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai suatu isu tertentu, dimana isu ini tidak harus berhubungan atau berkaitan dengan lini bisnis perusahaan, dan kemudian perusahaan mengajak masyarakat untuk menyumbangkan waktu, dana atau benda mereka untuk membantu mengatasi atau mencegah permasalahan tersebut. Dalam *cause promotions* ini, perusahaan bisa melaksanakan programnya secara sendiri ataupun bekerjasama dengan lembaga lain, seperti: *non government organization*. *Cause Promotions* dapat dilakukan dalam bentuk :

- Meningkatkan kesadaran dan perhatian masyarakat terhadap satu isu tertentu.
- Mengajak masyarakat untuk mencari tahu secara lebih mendalam mengenai suatu isu tertentu di masyarakat.
- Mengajak masyarakat untuk menyumbangkan uang, waktu ataupun barang milik mereka untuk membantu mengatasi dan mencegah suatu permasalahan tertentu.

- Mengajak orang untuk ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan *event* tertentu, seperti: mengikuti gerak jalan, menandatangani petisi, dll.

**b. *Corporate Philanthropy***

*Corporate philanthropy* mungkin merupakan bentuk *Corporate Social Responsibility* yang paling tua. *Corporate philanthropy* ini dilakukan oleh perusahaan dengan memberikan kontribusi/sumbangan secara langsung dalam bentuk dana, jasa atau alat kepada pihak yang membutuhkan baik itu lembaga, perorangan ataupun kelompok tertentu.

*Corporate philanthropy* dapat dilakukan dengan menyumbangkan :

- Menyumbangkan uang secara langsung, seperti: memberikan beasiswa kepada anak-anak yang tidak mampu, dll.
- Memberikan barang/produk, seperti: memberikan bantuan peralatan tulis untuk anak-anak yang belajar di sekolah-sekolah terbuka, dll.
- Memberikan jasa, seperti: memberikan bantuan imunisasi kepada anak-anak di daerah terpencil, dll.
- Memberi ijin untuk menggunakan fasilitas atau jalur distribusi yang dimiliki oleh perusahaan, seperti: sebuah hotel menyediakan satu ruangan khusus untuk menjadi *showroom* bagi produk-produk kerajinan tangan rakyat setempat, dll.

**c. *Community Volunteering***

*Community Volunteering* adalah bentuk CSR di mana perusahaan mendorong atau mengajak karyawannya ikut terlibat dalam program CSR yang sedang dijalankan dengan jalan mengkontribusikan waktu dan tenaganya. Beberapa bentuk *community volunteering*, yaitu :

- Perusahaan mengorganisir karyawannya untuk ikut berpartisipasi dalam program CSR yang sedang dijalankan oleh perusahaan, seperti sebagai staff pengajar, dll.
- Perusahaan memberikan dukungan dan informasi kepada karyawannya untuk ikut serta dalam program-program CSR

yang sedang dijalankan oleh lembaga-lembaga lain, dimana program-program CSR tersebut disesuaikan dengan bakat dan minat karyawan.

- Memberikan kesempatan (waktu) bagi karyawan untuk mengikuti kegiatan CSR pada jam kerja, dimana karyawan tersebut tetap mendapatkan gajinya.
- Memberikan bantuan dana ke tempat-tempat dimana karyawan terlibat dalam program CSR-nya. Banyaknya dana yang disumbangkan tergantung pada banyaknya jam yang dihabiskan karyawan untuk mengikuti program CSR di tempat tersebut.

**d. *Socially Responsible Business***

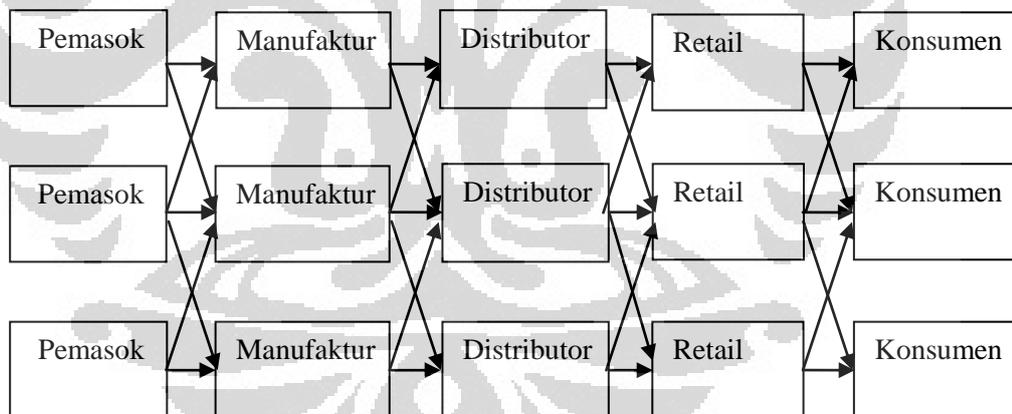
Dalam *socially responsible business*, perusahaan melakukan perubahan terhadap salah satu atau keseluruhan sistem kerjanya agar dapat mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan dan masyarakat.

*Socially responsible business*, dapat dilakukan dalam bentuk:

- Memperbaiki proses produksi, seperti: melakukan penyaringan terhadap limbah sebelum dibuang ke alam bebas untuk menghilangkan zat-zat yang berbahaya bagi lingkungan, menggunakan pembungkus yang dapat didaur ulang (ramah lingkungan).
- Menghentikan produk-produk yang dianggap berbahaya tapi tidak illegal.
- Hanya menggunakan distributor yang memenuhi persyaratan dalam menjaga lingkungan hidup.
- Membuat batasan umur dalam melakukan penjualan, seperti barang-barang tertentu tidak akan dijual kepada anak yang belum berumur 18 tahun.

## 2.4 Supply Chain

Menurut Pujawan (2005) *Supply Chain* adalah jaringan perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk sampai ke konsumen akhir. Perusahaan-perusahaan tersebut biasanya terdiri dari rangkaian *supplier*/pemasok, pabrik, distributor, toko atau ritel, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik. *Supply chain* terdiri dari semua pihak yang terlibat, secara langsung maupun tidak langsung dalam memenuhi permintaan konsumen. *Supply chain* tidak hanya terdiri dari manufaktur dan pemasok, tetapi juga distributor, gudang, pedagang eceran dan juga konsumen itu sendiri. Dalam setiap perusahaan, seperti manufaktur, *supply chain* termasuk semua fungsi yang terlibat dalam menerima dan memenuhi permintaan konsumen. Fungsi ini tidak dibatasi pada pengembangan produk baru, pemasaran, operasional, distribusi, keuangan, dan layanan konsumen.



Gambar 2.1 Aliran Supply Chain

Sumber: Chopra dan Meindl (2003)

Gambar 2.1 menggambarkan mengenai aliran *Supply chain* yang terdiri dari sekumpulan aktifitas (dalam bentuk entitas/fasilitas) yang terlibat dalam proses transformasi dan distribusi barang mulai dari bahan baku paling awal dari alam sampai produk jadi pada konsumen akhir yaitu berawal dari pemasok lalu manufaktur didistribusikan oleh distributor dan retail hingga

pada konsumen. Menyimak dari definisi ini, maka suatu *supply chain* terdiri dari perusahaan yang mengangkat bahan baku dari bumi/alam, perusahaan yang mentransformasikan bahan baku menjadi bahan setengah jadi atau komponen, pemasok bahan-bahan pendukung produk, perusahaan perakitan, distributor, dan retail yang menjual barang tersebut ke konsumen akhir. Dengan definisi ini tidak jarang *supply chain* juga banyak diasosiasikan dengan suatu jaringan *value adding activities*.

Pada suatu *supply chain*, ada 3 macam aliran yang harus dikelola mulai dari hulu (*upstream*, yaitu sisi dimana barang masih berbentuk mentah) hingga ke hilir (*downstream*, yaitu sisi dimana barang sudah berbentuk barang jadi yang siap dikonsumsi oleh konsumen akhir), yaitu aliran material, informasi, dan biaya. Tujuan utama dari *supply chain* adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan dalam prosesnya menghasilkan keuntungan. Dalam kenyataan, suatu manufaktur dapat menerima bahan material dari beberapa pemasok dan kemudian memasok ke beberapa distributor sehingga hampir semua *supply chain* merupakan jaringan. Desain yang sesuai untuk *supply chain* tergantung pada kebutuhan konsumen dan peran dari tiap tahap yang terlibat.

Tujuan dari setiap *supply chain* seharusnya untuk memaksimalkan seluruh nilai yang dihasilkan. Nilai yang dihasilkan *supply chain* merupakan perbedaan antara nilai produk akhir bagi konsumen dan biaya *supply chain* dalam memenuhi permintaan konsumen. Keuntungan *supply chain* merupakan total keuntungan yang dibagikan kepada semua tahap dalam *supply chain* dan perantara. Semakin tinggi keuntungan *supply chain*, semakin sukses juga *supply chain* tersebut. Keberhasilan *supply chain* dapat diukur dalam konsep keuntungan *supply chain* dan bukan dalam konsep keuntungan tahap individu. Setelah menjelaskan keberhasilan dari *supply chain* dalam konsep keuntungan *supply chain*, langkah selanjutnya adalah untuk melihat sumber atas pendapatan dan biaya. Untuk beberapa *supply chain* hanya terdapat satu sumber pendapatan yaitu konsumen. Semua aliran dari informasi, produk atau

dana menimbulkan biaya dalam *supply chain* sehingga, manajemen yang sesuai dari semua aliran merupakan kunci untuk keberhasilan *supply chain*.

Manajemen *supply chain* yang efektif meliputi manajemen dari *supply chain* aset dan produk, informasi, dan aliran dana untuk memaksimalkan total keuntungan *supply chain*. *Supply chain* merupakan suatu urutan dari proses dan aliran yang terjadi dalam dan antara tahap-tahap yang berbeda untuk memenuhi kebutuhan konsumen atas suatu produk. Terdapat empat area dalam *supply chain* yang menentukan kemampuan dari *supply chain* tersebut. Setiap area memiliki kemampuan yang dapat mempengaruhi *supply chain* secara langsung. Keempat area ini antara lain:

- **Produksi.**

Produksi mengarah pada kapasitas dari *supply chain* untuk membuat dan menyimpan produk. Fasilitas produksi adalah pabrik dan gudang. Keputusan dasar yang dihadapi manajer ketika membuat keputusan produksi adalah bagaimana untuk mengatasi masalah *trade-off* antara reaksi dan efisiensi. Jika pabrik dan gudang dibangun dengan kapasitas yang besar, akan jadi sangat fleksibel dan cepat dalam memberi respon untuk menjalankan permintaan produk. Sebaliknya, kapasitas menimbulkan biaya dan kelebihan kapasitas merupakan kapasitas yang tidak digunakan dan tidak menghasilkan pendapatan.

Jadi, kelebihan kapasitas yang terjadi, mengakibatkan kurangnya efisiensi operasional. Pabrik dibangun untuk memenuhi satu atau dua pendekatan dalam berproduksi:

1. *Product focus* adalah pabrik yang menjalankan kegiatan operasional berbeda yang diminta untuk membuat suatu produk yang ditentukan dari pembuatan dari bagian-bagian produk yang berbeda hingga pemasangan bagian-bagian tersebut.

2. *Functional focus* adalah pabrik yang menjalankan hanya beberapa operasional seperti membuat kelompok tertentu untuk suatu bagian atau hanya menjalankan pemasangan. Fungsi ini dapat dilakukan untuk membuat berbagai produk yang berbeda.

Sama halnya dengan pabrik, gudang juga dibangun untuk memenuhi berbagai pendekatan. Terdapat tiga pendekatan utama untuk menggunakan gudang:

1. *Stock keeping unit (SKU) storage*. Dalam pendekatan tradisional ini, semua jenis produk disimpan secara bersamaan. Ini merupakan sesuatu yang efisien dan mudah untuk memahami cara menyimpan produk.
2. *Job lot storage*. Dalam pendekatan ini, seluruh produk yang berbeda yang berkaitan dengan kebutuhan dari tipe konsumen tertentu atau berkaitan dengan kebutuhan suatu pekerjaan disimpan secara bersamaan. Hal ini memberikan efisiensi dalam pengemasan dan pengambilan tetapi biasanya membutuhkan gudang yang lebih luas dari pendekatan tradisional.
3. *Crossdocking*. Pendekatan yang dipelopori oleh Wal-Mart diarahkan untuk meningkatkan efisiensi dalam rantai pasokan. Dalam pendekatan ini, produk tidak benar-benar disimpan dalam suatu fasilitas/ gudang tersebut. Truk dari pemasok tiba dan membongkar sejumlah besar produk yang berbeda dan kemudian dipecah menjadi sekelompok kecil. Sekelompok kecil dari produk yang berbeda direkombinasi sesuai dengan kebutuhan hari ini dan dengan cepat dimuat ke truk *outbond* yang membawa produk ke tujuan akhir mereka.

Dalam kegiatan produksi ini, isu CSR menurut Wade (2001) dan Busch (2003) yang dapat dibahas antara lain:

- Tenaga kerja. Isu tenaga kerja dan hak asasi manusia dalam kegiatan produksi seperti pekerja anak-anak, kesehatan dan keamanan, diskriminasi, disiplin, dan kompensasi. Termasuk di dalamnya adalah program pendidikan dan pelatihan bagi pekerja.
- Lingkungan. Menjaga kelestarian lingkungan dengan pengelolaan limbah produksi yang baik sehingga tidak merusak lingkungan alam sekitar.
- Kesehatan dan keamanan. Produk yang dihasilkan harus memiliki jaminan kesehatan dan keamanan terutama bagi produk yang dikonsumsi secara langsung. Isu ini penting karena keamanan produk dapat menimbulkan masalah berupa penyakit.
- *Fair trade*. Isu ini berkaitan dengan pemilihan pemasok secara adil melalui audit pemasok atau kunjungan langsung.
- Persediaan.

Persediaan terdapat di sepanjang *supply chain* dan termasuk di dalamnya yaitu dari bahan mentah hingga *work in process* dan bahan jadi yang terdapat pada manufaktur, distributor, dan pedagang eceran dalam *supply chain*. Manajer juga harus memutuskan suatu *trade-off* antara efisiensi dan kemampuan merespon. Memiliki persediaan dalam jumlah besar mengakibatkan perusahaan atau keseluruhan *supply chain* menjadi cepat merespon permintaan konsumen yang fluktuatif. Akan tetapi, penyimpanan persediaan menimbulkan biaya yang besar dan dalam mencapai efisiensi, biaya persediaan harus ditahan serendah

mungkin. Terdapat tiga keputusan dasar terkait penciptaan dan penyimpanan persediaan:

1. *Cycle inventory*. Jumlah persediaan yang dibutuhkan untuk memenuhi permintaan suatu produk dalam periode di antara pembelian produk. Perusahaan cenderung memproduksi dan membeli dalam jumlah besar sehingga dapat menghasilkan keuntungan. Akan tetapi, dengan jumlah yang semakin banyak juga meningkatkan biaya yang ditimbulkan. Biaya yang ditimbulkan berasal dari biaya penyimpanan, perawatan dan asuransi persediaan.
2. *Safety inventory*. Adanya persediaan sebagai cadangan untuk menghadapi ketidakpastian. Jika peramalan permintaan dapat dilakukan dengan tingkat akurat yang baik maka persediaan yang dibutuhkan hanya berupa *cycle inventory*. Tetapi jika peramalan memiliki beberapa ketidakpastian, maka dapat ditutupi dengan memiliki tambahan persediaan jika terjadi permintaan meningkat secara tiba-tiba.
3. *Seasonal inventory*. Persediaan ini diadakan untuk mengantisipasi peningkatan permintaan yang dapat diperkirakan yang terjadi pada waktu tertentu setiap tahunnya. Alternatif untuk mengadakan *seasonal inventory* ini dengan berinvestasi pada fasilitas manufaktur yang fleksibel yang dengan cepat dapat mengubah tingkat produksi mereka untuk produk yang berbeda.

Isu CSR yang terkait dengan keputusan penciptaan persediaan ini ialah hubungan perusahaan dengan konsumen dalam memenuhi permintaan konsumen. Semakin banyak persediaan yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin cepat perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

- Lokasi.

Lokasi mengarah pada tempat geografis dari fasilitas *supply chain*. Ini juga termasuk keputusan mengenai dimana dari setiap fasilitas sebaiknya dilakukan. *Trade-off* antara *responsiveness* atau efisiensi adalah keputusan apakah pemusatan kegiatan pada beberapa lokasi untuk menghasilkan *economies of scale* dan efisiensi, atau pemisahan kegiatan pada beberapa lokasi yang dekat dengan konsumen atau pemasok sehingga operasi dapat lebih *responsive*.

Ketika membuat keputusan lokasi, manajer harus mempertimbangkan beberapa faktor yang berkaitan dengan lokasi yang terkait seperti biaya fasilitas, biaya tenaga kerja, keahlian yang tersedia pada tenaga kerja, keadaan infrastruktur, pajak dan tarif, dan jarak dengan pemasok dan konsumen. Keputusan lokasi merupakan keputusan yang sangat strategis karena berkaitan dengan biaya yang besar pada jangka panjangnya.

Keputusan lokasi memiliki dampak yang kuat pada biaya dan karakteristik kinerja *supply chain*. Saat ukuran, jumlah, dan lokasi fasilitas ditentukan, maka itu juga mendefinisikan banyaknya bagian yang mungkin dengan produk yang dapat mengalir dalam perjalanan ke konsumen akhir. Keputusan lokasi mencerminkan strategi dasar perusahaan untuk membangun dan memberikan produk-produknya ke pasar.

Terkait dengan lokasi maka isu CSR yang berkembang di dalamnya antara lain:

- Kelestarian lingkungan sekitar lokasi pabrik atau perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan kegiatan penghijauan alam sekitar sehingga tidak hanya mengeksploitasi SDA yang ada tetapi juga melestarikan dan memperbaharuiya.

- Komunitas. Dengan penentuan lokasi pabrik ini, suatu perusahaan juga dituntut untuk dapat melakukan pemberdayaan pada komunitas di sekitar lokasi pabrik tersebut. Sehingga dapat ikut meningkatkan kesejahteraan komunitas sekitar lokasi pabrik.
- Informasi.

Informasi merupakan dasar dalam membuat keputusan berkaitan dengan tiga penggerak rantai pasokan lainnya. Ini merupakan hubungan antara semua kegiatan dan operasi dalam rantai pasokan. Keberlanjutan dari hubungan ini merupakan sesuatu yang kuat (seperti data yang akurat, tepat waktu, dan lengkap), dimana perusahaan dalam rantai pasokan masing-masing akan dapat membuat keputusan yang baik untuk operasi mereka sendiri. Hal ini juga cenderung untuk memaksimalkan keuntungan dari rantai pasokan secara keseluruhan.

Informasi digunakan untuk dua tujuan dalam rantai pasokan:

1. Mengkoordinasi kegiatan harian. Hal ini berkaitan dengan fungsi dari tiga penggerak lainnya rantai pasokan antara lain produksi, persediaan, dan lokasi. Perusahaan dalam rantai pasokan menggunakan data yang tersedia pada pasokan produk dan permintaan untuk memutuskan jadwal produksi mingguan, tingkat persediaan, dan lokasi penyimpanan.
2. Peramalan dan perencanaan. Hal ini untuk mengantisipasi dan memenuhi permintaan di masa depan. Informasi yang tersedia digunakan untuk membuat perkiraan taktis untuk mengarahkan penetapan jadwal produksi bulanan dan kuartalan dan jadwal waktu. Informasi juga digunakan untuk perkiraan strategis untuk mengarahkan keputusan tentang apakah untuk membangun fasilitas baru, memasuki pasar baru, atau keluar dari pasar yang sudah ada.

Dalam sebuah perusahaan individu *trade off* antara respons dan efisiensi melibatkan pertimbangan antara manfaat yang didapat dari informasi yang baik dibandingkan dengan biaya untuk memperoleh informasi tersebut. Banyak informasi yang akurat dapat memungkinkan keputusan operasi yang sangat efisien dan perkiraan yang lebih baik tetapi biaya bangunan dan memasang sistem untuk memberikan informasi ini bisa sangat tinggi.

Dalam rantai pasokan secara keseluruhan, *trade-off* antara respon dan efisiensi ialah bahwa yang perusahaan lakukan salah satunya adalah memutuskan berapa banyak informasi yang dibagikan dengan perusahaan lain dan berapa banyak informasi yang dijaga. Lebih banyak informasi tentang pasokan produk, permintaan pelanggan, peramalan pasar, dan jadwal produksi yang perusahaan bagi dengan yang lain, maka setiap orang dapat lebih responsif. Menyeimbangkan keterbukaan ini bagaimanapun merupakan suatu kekhawatiran, dimana setiap perusahaan mengungkapkan informasi yang dapat digunakan untuk melawan perusahaan oleh para pesaing. Biaya potensial yang terkait dengan persaingan yang meningkat dapat mengurangi keuntungan perusahaan.

## **BAB 3**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **3.1 Gambaran Umum PT SidoMuncul**

##### **3.1.1 Sejarah**

PT SidoMuncul bermula dari sebuah industri rumah tangga pada tahun 1940, dikelola oleh Ibu Rahkmat Sulistio di Yogyakarta, dan dibantu oleh tiga orang karyawan. Banyaknya permintaan terhadap kemasan jamu yang lebih praktis, mendorong beliau memproduksi jamu dalam bentuk yang praktis (serbuk), seiring dengan kepindahan beliau ke Semarang, maka pada tahun 1951 didirikan perusahaan sederhana dengan nama SidoMuncul yang berarti "Impian yang terwujud" dengan lokasi di Jl. Mlaten Trenggulun. Dengan produk pertama dan andalan, Jamu Tolak Angin. Produk jamu buatan Ibu Rahkmat mulai mendapat tempat di hati masyarakat sekitar dan permintaannya pun selalu meningkat. Dalam perkembangannya, pabrik yang terletak di Jl. Mlaten Trenggulun ternyata tidak mampu lagi memenuhi kapasitas produksi yang besar akibat permintaan pasar yang terus meningkat, dan di tahun 1984 pabrik dipindahkan ke Lingkungan Industri Kecil di Jl. Kaligawe, Semarang.

Guna mengakomodir permintaan pasar yang terus bertambah, maka pabrik mulai dilengkapi dengan mesin-mesin modern, demikian pula jumlah karyawannya ditambah sesuai dengan kapasitas yang dibutuhkan (kini jumlahnya mencapai lebih dari 2000 orang). Untuk mengantisipasi kemajuan dimasa datang, dirasa perlu untuk membangun unit pabrik yang lebih besar dan modern, maka di tahun 1997 diadakan peletakan batu pertama pembangunan pabrik baru di Klepu, Ungaran oleh Sri Sultan Hamengkubuwono ke-10 dan disaksikan Direktur Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan saat itu, Drs. Wisnu Kaltim.

Pabrik baru yang berlokasi di Klepu, Kec. Bergas, Ungaran, Jawa Tengah dengan luas 29 ha tersebut diresmikan oleh Menteri Kesehatan dan Kesejahteraan Sosial Republik Indonesia, dr. Achmad Sujudi pada tanggal 11 November 2000. Saat peresmian pabrik, SidoMuncul sekaligus menerima dua sertifikat yaitu Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik (CPOTB) dan Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB) setara dengan farmasi, dan sertifikat inilah yang menjadikan PT SidoMuncul sebagai satu-satunya pabrik jamu berstandar farmasi. Lokasi pabrik sendiri terdiri dari bangunan pabrik seluas 7 hektar, lahan Agrowisata, 1,5 hektar, dan sisanya menjadi kawasan pendukung lingkungan pabrik.

Secara pasti PT SidoMuncul bertekad untuk mengembangkan usaha di bidang jamu yang benar dan baik. Tekad ini membuat perusahaan menjadi lebih berkonsentrasi dan inovatif. Disamping itu diikuti dengan pemilihan serta penggunaan bahan baku yang benar, baik mengenai jenis, jumlah maupun kualitasnya akan menghasilkan jamu yang baik. Untuk mewujudkan tekad tersebut, semua rencana pengeluaran produk baru selalu didahului oleh studi literatur maupun penelitian yang intensif, menyangkut keamanan, khasiat maupun sampling pasar. Untuk memberikan jaminan kualitas, setiap langkah produksi mulai dari barang datang, hingga produk sampai ke pasaran, dilakukan dibawah pengawasan mutu yang ketat. Seluruh karyawan juga bertekad untuk mengadakan perbaikan setiap saat, sehingga diharapkan semua yang dilakukan dapat lebih baik dari sebelumnya.

Produk-produk yang telah dihasilkan oleh PT SidoMuncul dibagi ke dalam beberapa jenis antara lain:

1. Jamu tradisional, seperti kuku bima, tolak angin, dan beberapa jamu tradisional untuk batuk, demam malaria, pegal linu, dan perokok.

2. Minuman kesehatan, seperti sidomuncul vitamin C1000 mg, jahe wangi, kuku bima ener-g, ginger tea, ginger milk, alang sari plus fober, kunyit asam
3. Jamu instan, seperti pegel linu, pelangsing perut, kuku bima gingseng, dan kuku bima TL new formula.
4. Jamu komplit instan, seperti beras kencur spesial, madu plus gingseng sambiloto, jahe telur, dan jamu komplit instan kuku bima tribulus.
5. Food Supplement, seperti aluss, bilberry carrot, daun dewa, echinacea, dan ganotophyt.
6. Permen, seperti permen tolak angin, permen kunyit asam, dan permen jahe wangi.
7. Lain-lain, seperti jamu bersalin, kuku bima kope ener-g, kuku bima kopi gingseng, madu kembang sidomuncul, mangir adeline, dan minyak kayu putih.

Selain produk jamu dan obat-obatan tradisional tersebut, saat ini PT SidoMuncul juga telah memproduksi produk ikutan atau dampak dari proses yang berkembang menghasilkan produk baru yaitu pengelolaan limbah menjadi pupuk organik. Pupuk organik tersebut juga dijual ke umum. PT SidoMuncul merupakan perusahaan inti yang memiliki tiga rekan kerja sama yaitu yang pertama PT Muncul Mekar yang melakukan distribusi dan pemasaran. Kedua adalah PT Muncul Putra dengan kegiatan pembuatan kemasan. Kemudian PT Muncul Armada Raya yang bergerak di bidang transportasi. Selain itu, PT SidoMuncul juga bekerja sama dengan PT Nutrend Internasional sebagai jaringan distribusi dalam MLM. Dalam kerja sama ini, produk-produk yang dihasilkan PT SidoMuncul diperdagangkan dalam jaringan MLM Nutrend tetapi tetap dengan nama SidoMuncul.

### 3.1.2 Visi dan Misi

#### 3.1.2.1 Visi

Menjadi industri jamu yang dapat memberikan manfaat pada masyarakat dan lingkungan

#### 3.1.2.2 Misi

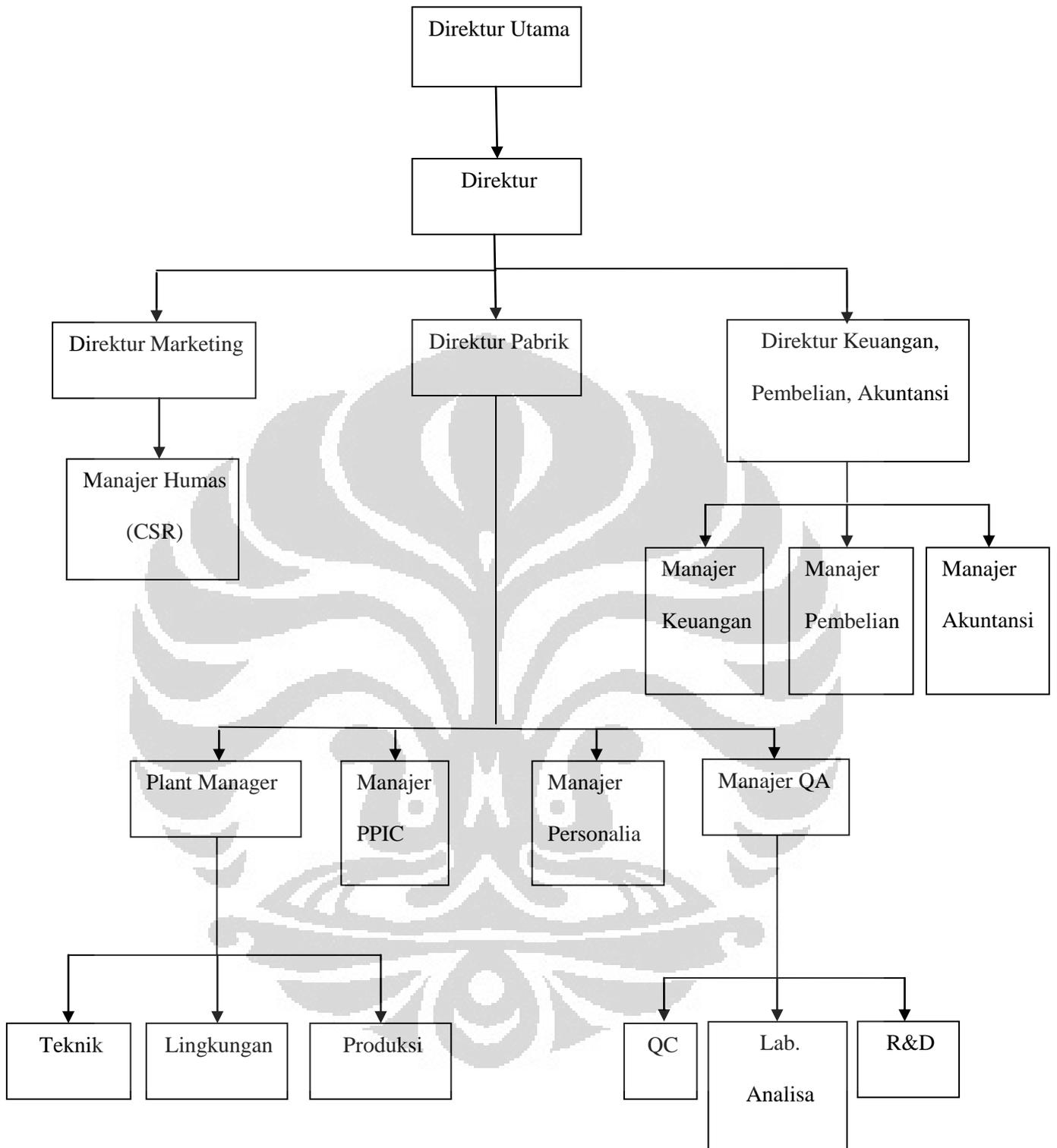
- Meningkatkan mutu pelayanan di bidang herbal tradisional
- Mengembangkan research/penelitian yang berhubungan dengan pengembangan pengobatan dengan bahan-bahan alami.
- Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya membina kesehatan melalui pola hidup sehat, pemakaian bahan-bahan alami dan pengobatan secara tradisional.
- Ikut mendorong pemerintah/instansi resmi agar lebih berperan dalam pengembangan pengobatan tradisional.

### 3.1.3 Struktur Organisasi

Dalam PT SidoMuncul, kegiatan CSR dibawah oleh bagian *public relation* atau hubungan masyarakat yang dibawah langsung oleh kantor pusat marketing. Hal ini berkaitan dengan adanya penganggaran yang ditetapkan oleh kantor pusat. Tetapi hal ini tidak membatasi ide atau gagasan mengenai kegiatan CSR yang akan dilakukan. Ide kegiatan CSR dapat berasal dari berbagai sudut yaitu *top-down*, *bottom-up*, dan juga pihak luar. Akan tetapi pengambilan keputusan hanya berasal dari pihak atas atau pimpinan karena terkait dengan penganggaran. Dana yang dianggarkan untuk kegiatan CSR berasal dari presentase keuntungan perusahaan setiap tahun sebelum dipotong pajak. Pengambil keputusan pun dipecah kembali tergantung pada lini kegiatan CSR. Jika kegiatan

CSR tingkat nasional, maka pengambil keputusan harus sampai pada puncak kepemimpinan atau direktur utama.

Dalam PT SidoMuncul, hal-hal yang terkait dengan *supply chain* diatur di bawah kepemimpinan direktur pabrik. Direktur pabrik membawahi *plant manager*, manajer PPIC, manajer personalia, dan manajer QA. *Supply chain* yang terdiri dari pembelian bahan baku dari pemasok lalu kegiatan produksi dan kemudian pendistribusian, semua diatur oleh direktur pabrik. Pihak yang berkaitan dengan pembelian bahan baku adalah manajer QA yang membawahi *quality control*, laboratorium analisis, dan R&D. Pihak yang bertanggung jawab kepada kegiatan produksi adalah *plant manager*. *Plant manager* mengatur kegiatan produksi dan pengolahan lingkungan dimana terdapat unit IPAL (Instalasi Pengolahan Air Limbah) yang bertanggung jawab dalam pengolahan limbah pabrik. Manajer personalia bertanggung jawab terhadap permasalahan karyawan seperti hak dan kewajiban karyawan dalam perusahaan dan dalam hal perkerutan karyawan. Untuk bidang distribusi, ditangani oleh bagian pemasaran yang dibawahi oleh direktur marketing. Jadi jika dilihat secara keseluruhan, kegiatan rantai pasokan perusahaan sebagian besar berada di bawah kepengurusan direktur pabrik yang bertanggung jawab langsung atas setiap kegiatan yang terjadi di pabrik PT SidoMuncul di Kecamatan Bergas, Jawa Tengah.



**Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT SidoMuncul**

Sumber: Dokumen PT SidoMuncul

### **3.2 Gambaran Umum Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT SidoMuncul**

Pelaksanaan CSR oleh PT SidoMuncul awalnya didasari oleh suatu cara pandang manajemen terhadap lingkungan sebagai bentuk kepedulian karena keberadaan SidoMuncul yang merupakan bagian terpenting dan tidak terpisahkan dari lingkungan. Oleh karena itu, hal ini mendorong SidoMuncul untuk menjaga lingkungan tanpa tekanan dari pihak manapun. Yang dimaksud dengan lingkungan disini awalnya hanya dimulai dari yang sederhana yaitu masyarakat sekitar pabrik SidoMuncul berada tetapi seiring dengan perkembangan usaha yang ada maka lingkungan sekitar menjadi lebih luas yaitu seluruh Indonesia.

Disahkannya UU PT dan PP Pemerintah tidak terlalu membuat SidoMuncul risau. Hal ini dikarenakan CSR sudah bukan sesuatu yang baru lagi. Hanya saja dengan adanya undang-undang ini, SidoMuncul menyikapinya dengan melakukan sinkronisasi kegiatan yang sebaiknya dilakukan oleh SidoMuncul. Sinkronisasi dilakukan dengan pihak pemerintah seperti dinas sosial, dinas kesehatan, dan dinas tenaga kerja mengenai program pemerintah yang ada dengan kegiatan CSR perusahaan sebagai bentuk pemecahan sosial untuk mengurangi permasalahan sosial seperti tenaga kerja dan kemiskinan. SidoMuncul memiliki dua sektor prioritas dalam pelaksanaan CSR. Pertama pada bidang sosial mengenai keterbelakangan dan kemiskinan seperti permasalahan orang cacat dan bencana, kebodohan, dan kemiskinan. Kedua yaitu sisi lingkungan termasuk di mana perusahaan berada di tengah-tengah masyarakat. Lingkungan di sini tidak hanya masyarakat sekitar pabrik tetapi merupakan seluruh Indonesia.

Dalam melaksanakan kegiatan CSR setiap tahunnya SidoMuncul memiliki skala prioritas. Pada tahun 2011 ini, CSR SidoMuncul diprioritaskan pada permasalahan katarak yang bekerja sama dengan PMI dan Perdami untuk mengadakan operasi katarak gratis. Selain itu, SidoMuncul juga pernah memiliki konsep utama pada permasalahan peningkatan gizi buruk dan gizi

kurang dan kaki palsu untuk orang cacat. Tetapi pelaksanaan CSR PT SidoMuncul tidak hanya terfokus setiap tahun pada satu prioritas saja. PT SidoMuncul juga melaksanakan CSR dengan memberikan bantuan terhadap bencana alam yang terjadi dan melakukan penghijauan atau disebut dengan tanggap lingkungan.

Sebelum melakukan suatu kegiatan CSR, SidoMuncul melakukan survei terlebih dahulu. Selain itu jika ada relasi atau partner dari pihak pemerintah dan NGO yang memberikan masukan untuk kegiatan CSR, maka SidoMuncul akan merespon dan melihat apakah masukan tersebut sesuai dengan konsep CSR perusahaan. Dalam pelaksanaan kegiatan CSR, SidoMuncul tidak hanya memberikan dana saja melainkan akan selalu mendampingi berlangsungnya kegiatan dari awal hingga akhir untuk memastikan bahwa pelaksanaan mencapai tujuan akhir. Contohnya: saat penyerahan bibit tanaman, SidoMuncul tidak hanya terlibat sebatas tanda-tangan di depan gubernur saja tetapi juga memastikan apakah bibit benar-benar diterima masyarakat lalu mengarahkan penanaman hingga ada hasilnya.

Kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh SidoMuncul terdiri atas dua jenis yang ditentukan sendiri oleh manajemen perusahaan yaitu kegiatan CSR yang disebut dengan memberikan ikan dan kegiatan yang memberikan kail. Kegiatan CSR yang memberikan ikan ini ditujukan pada orang-orang yang memang tidak mampu seperti orang miskin yang dilahirkan dalam kondisi cacat. Bantuan yang diberikan dalam bentuk sumbangan. Sedangkan kegiatan CSR yang memberikan kail berkaitan dengan pemberdayaan kepada orang miskin yang tidak memiliki kesempatan, jaringan, dan tidak tahu apa yang harus dilakukan agar dapat hidup mandiri. Pemberdayaan masyarakat dibagi ke dalam dua bagian yaitu hilir dan hulu. Pemberdayaan masyarakat hilir dilakukan dengan memberikan fasilitas berdagang kepada pedagang jamu gendong atau pedagang asongan. Sedangkan di hulu, SidoMuncul mengembangkan bahan baku dengan program kemitraan. Contohnya, petani diajarkan berkelompok, dibina, diberikan akses modal dan bibit. Bibit yang

diberikan berasal dari sidomuncul yang bekerja sama dengan pemerintah dan NGO. Program pengembangan bahan baku ini sudah dijalankan sejak tahun 1997 sampai dengan sekarang. 20-30% bahan baku yang digunakan SidoMuncul juga berasal dari program ini dimana petani sebagian besar berasal dari Jawa Tengah, satu di Jawa Barat, dan satu di Kalimantan Selatan.

Dalam pelaksanaan CSR, SidoMuncul menghadapi beberapa kendala. Kendala yang berasal dari internal seperti kebijakan antara sesama pemegang saham yang tidak sama sehingga sulit untuk menyelaraskannya. Kendala eksternal yang dihadapi antara lain kompleksitas permasalahan sosial yang dihadapi negara sehingga sulit untuk menentukan prioritas. Pihak-pihak yang pernah bekerja sama dengan SidoMuncul dalam melaksanakan CSR antara lain panti asuhan, lembaga sosial lain, Idami, dan lintas departemen seperti Departemen Pertanian, Departemen Kesehatan, dan Departemen Sosial. Rekan atau partner yang dipilih disesuaikan dengan program yang akan dilakukan. Jika berhubungan dengan agrobisnis maka bekerja sama dengan Departemen Pertanian. Jika pemberdayaan daerah yang memiliki hasil bumi melimpah tetapi tidak tau bagaimana mengelolanya maka bekerja sama dengan Departemen Perdagangan.

## BAB 4

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

PT SidoMuncul berawal dari sebuah usaha kecil dengan jamu serbuk sebagai produk utama yang kemudian berkembang menjadi industri jamu dan farmasi. Seiring dengan perkembangan usaha, PT SidoMuncul mulai memperhatikan tata kelola perusahaan dengan melakukan tanggung jawab sosial. Menurut Pak Bambang, manajer hubungan masyarakat yang diwawancarai oleh penulis, awalnya tanggung jawab sosial ini dilakukan oleh PT SidoMuncul sebagai bentuk kesadaran manajemen pada lingkungan dan komunitas dimana perusahaan berada karena perusahaan merasa sudah menjadi bagian dari masyarakat tersebut. Hasil wawancara yang selengkapnya telah disajikan dalam lembar lampiran 1. Kesadaran ini tersirat dalam visi perusahaan yaitu untuk menjadi industri jamu yang memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan. Ketika munculnya UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengatur mengenai kegiatan CSR suatu perusahaan, PT SidoMuncul hanya melakukan sinkronisasi antara kegiatan yang telah dijalankan selama ini dengan peraturan yang berlaku.

Bentuk kesadaran manajemen dalam melakukan kegiatan CSR ini membentuk legitimasi perusahaan seperti teori legitimasi organisasi yang dikemukakan oleh Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Ghozali dan Chariri (2007) bahwa organisasi harus dapat menyelaraskan nilai-nilai sosial pada kegiatan mereka dengan norma masyarakat yang berlaku sebagai bagian dari masyarakat tersebut untuk membentuk legitimasi organisasi. Pembentukan legitimasi ini dianggap penting oleh Dowling dan Pfeffer (1975) guna terciptanya keselarasan tujuan perusahaan dengan masyarakat sekitar sehingga dalam menjalankan proses bisnisnya, perusahaan dihindarkan dari adanya konflik sosial dan oleh Shocker dan Sethi (1974) dalam Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa legitimasi adalah kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat. Oleh karena itu, implementasi CSR oleh PTSidoMuncul ini dapat memberikan dampak baik bagi

berjalannya proses bisnis perusahaan karena adanya keselarasan dengan masyarakat sekitar pabrik.

Akan tetapi seiring dengan perkembangan dunia bisnis, pelaksanaan CSR ini tidak hanya terbatas pada kepedulian terhadap lingkungan dan komunitas saja melainkan juga diimplementasikan dalam *supply chain* perusahaan yang menyangkut pihak eksternal dan internal perusahaan. Menurut CED (*Committee for Economic Development*), tanggung jawab sosial perusahaan dibagi menjadi tiga lingkaran tanggung jawab yaitu dalam, tengah, dan keluar. Dalam PT SidoMuncul yang berkaitan dengan lingkaran dalam (*inner circle*) dari tanggung jawab sosial adalah pada pelaksanaan kegiatan produksi yang lebih efektif yang tercermin dari kegiatan produksi dan R&D yang aman dalam menciptakan produk yang memiliki jaminan keselamatan bagi konsumen. Untuk lingkaran tengah (*intermediate circle*) dalam PT SidoMuncul tercermin dalam pemenuhan hak-hak pegawai dan hubungan yang baik dengan konsumen dalam memasarkan produk. Yang terakhir adalah lingkaran luar (*outer circle*) dari tanggung jawab sosial yang dapat diimplementasikan dalam kepedulian PT SidoMuncul pada kelestarian lingkungan hidup.

Implementasi tanggung jawab sosial menjadi tiga bagian ini dimaksudkan agar melahirkan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap isu tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik, sehingga terciptanya kesejahteraan secara ekonomi bagi perusahaan sekaligus juga bagi komunitas sosial. Implementasi CSR dalam rantai pasokan ini akan mewujudkan *sustainability supply chain* yaitu pengelolaan dampak lingkungan, sosial dan ekonomi dan dorongan dari praktek pemerintahan yang baik sepanjang siklus barang dan jasa. Tujuan dari implementasi ini agar perusahaan dapat menciptakan, melindungi dan membangun nilai lingkungan, sosial dan ekonomi dalam jangka panjang bagi semua *stakeholder* yang terlibat dalam membawa produk dan jasa ke pasar memajukan dan mendorong keberlanjutan perusahaan yang lebih luas tujuan pembangunan berkelanjutan.

#### 4.1 Employee Programs

Karyawan merupakan aset berharga bagi perusahaan, sehingga sudah menjadi tanggung jawab perusahaan untuk memperhatikan pengembangan kompetensi dan kesejahteraan karyawan. Pengembangan kompetensi karyawan pada PT SidoMuncul sesuai dengan salah satu pilar aktivitas CSR oleh *Prince of Wales International Business Forum* yaitu *building human capital* secara internal. Dalam menciptakan SDM yang semakin baik, PT SidoMuncul mengadakan pendidikan dan pelatihan terkait pada seluruh karyawannya. Salah satu pelatihan yang terkait dengan kegiatan produksi perusahaan adalah pelatihan CPOB untuk perusahaan jamu dengan standarisasi dari Balai POM sebagai pemegang sertifikat CPOB dan CPOTB. Pelatihan ini dilakukan hampir setiap hari, diikuti dari operator, ass. supervisor, supervisor, kepala unit, manajer, maintenance, perawat gedung, dan lain-lain.

**Tabel 4.1 Daftar Pendidikan dan Pelatihan Karyawan**

No	Aspek Pelatihan	Peserta	Jadwal
1	Aspek Pendahuluan	Seluruh karyawan	Berkala Setahun sekali
2	Aspek Personalia	Seluruh karyawan	Berkala setahun sekali
3	Aspek Bangunan	Seluruh karyawan	Berkala setahun sekali
4	Aspek Peralatan	Seluruh karyawan	Berkala setahun sekali
5	Aspek Sanitasi dan Higiene	Seluruh karyawan	Berkala setahun sekali
6	Aspek Produksi	Seluruh karyawan	Berkala setahun sekali
7	Aspek Dokumentasi	Seluruh karyawan	Berkala setahun sekali

8	Aspek Inspeksi Diri	Seluruh karyawan	Berkala setahun sekali
9	Proteksi Kebakaran	Seluruh karyawan	Berkala setahun sekali
10	K3	Seluruh karyawan	Berkala setahun sekali
11	P3K	Seluruh karyawan	Berkala setahun sekali
12	Penyuluhan Pemberian ASI	Tenaga kerja wanita yang hamil dan menyusui	Sesuai kebutuhan
13	Review Materi	Karyawan yang sudah mengikuti semua atau 80% topik pelatihan	Berkala setahun sekali
14	Penyuluhan Orientasi Karyawan Baru	Seluruh karyawan baru	Dua minggu sekali
15	Pelatihan Internal Unit	Karyawan per unit masing-masing	Sesuai kebutuhan

Sumber: Dokumen PT SidoMuncul

Pada tabel 4.1 di atas menyebutkan kegiatan pendidikan dan pelatihan yang dilakukan oleh PT SidoMuncul secara rutin. Pelatihan yang diadakan tidak hanya terbatas pada peningkatan kompetensi karyawan saja tetapi juga pelatihan bagi para karyawan wanita yang sedang dalam program menyusui. Pelatihan ini memberikan kemudahan bagi karyawan wanita untuk menjalankan kewajiban sebagai pekerja dengan tetap memperhatikan kesehatan bayi mereka.

Selain itu, perusahaan juga mengadakan pelatihan dan pendidikan bagi para karyawan di bagian R&D yang bekerja sama dengan beberapa institusi seperti Universitas Diponegoro Semarang, PPOT Universitas Gajah Mada Jogjakarta, Fakultas Farmasi Universitas Sanata Dharma Jogjakarta, Fakultas Farmasi Universitas Widya Mandala Surabaya, Lembaga Penelitian Institut Teknologi Bandung dan Balai Penelitian Tanaman Obat Departemen Kesehatan di Tawangmangu, dan Balai Penelitian Tanaman Obat dan Rempah di Bogor. Kegiatan pelatihan dan pendidikan yang diberikan oleh perusahaan ini juga diatur dalam UU Ketenagakerjaan mengenai adanya penyelenggaraan pelatihan kerja yang disesuaikan dengan standar kompetensi kerja guna meningkatkan kemampuan, produktivitas, dan kesejahteraan. Akan tetapi, bentuk kerja sama ini tidak dapat dijelaskan oleh perusahaan secara detail dikarenakan informasi tersebut bersifat tertutup bagi umum.

Dalam pelaksanaan kerja sama ini perusahaan tidak memiliki indikator ramah lingkungan sehingga tidak dapat ditentukan apakah dalam pelaksanaan kerja sama ini perusahaan menjaga dan peduli akan kelestarian lingkungan alam. Indikator ramah lingkungan dalam kerja sama yang dimaksudkan adalah apakah dalam pemilihan institusi, perusahaan mengutamakan institusi yang juga memberikan perhatian lebih kepada isu tanggung jawab sosial seperti pelestarian lingkungan. Pemilihan institusi yang diajak bekerja sama hanya didasarkan kepada kebutuhan perusahaan dalam pengembangan produk yang disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki institusi yang bersangkutan.

Tanggung jawab perusahaan tidak hanya ditunjukkan melalui pelaksanaan pendidikan dan pelatihan kepada karyawan saja, tetapi juga dengan peningkatan kesejahteraan melalui pemberian gaji dan tunjangan yang cukup kepada para karyawan, antara lain:

- Gaji karyawan yang paling rendah menggunakan UMK 880ribu ditambah 10ribu.

- Tunjangan tidak tetap dimana karyawan yang tidak masuk, tidak mendapatkan tunjangan tersebut. Tunjangan ini terdiri dari tunjangan makan dan transportasi yang masing-masing besarnya Rp. 6000 sehari, premi atau insentif sebesar Rp. 40.000 sebulan.
- Tunjangan tetap yaitu tunjangan yang akan tetap diberikan kepada karyawan walaupun karyawan tersebut tidak masuk kerja. Besar dari tunjangan ini tergantung pada masa kerja karyawan.
- Jamsostek yang terdiri dari jaminan kematian, jaminan kecelakaan kerja, dan jaminan hari tua bagi seluruh karyawan.
- Jaminan kesehatan yang diberikan PT SidoMuncul secara mandiri bukan melalui Jamsostek. Hal ini diperbolehkan sepanjang tidak lebih rendah dari jumlah yang diberikan oleh Jamsostek. PT SidoMuncul dalam hal ini bekerja sama dengan RS. Mardi mulyo 24jam, RS. Panti Wilasa, RS. Sultan Agung, RSUD Ungaran, RSUD Ambarawa dan dokter-dokter praktik keluarga untuk semua tingkat karyawan. PT SidoMuncul juga menanggung biaya kesehatan bagi seluruh anggota keluarga inti dari seluruh karyawan laki-laki.

Pemberian gaji dan tunjangan ini sesuai dengan hukum yang berlaku di Indonesia. Salah satu contohnya adalah dalam pemberian upah minimum pegawai, PT SidoMuncul mengikuti peraturan yang berlaku yaitu sebesar upah minimum Kabupaten Semarang. Dalam hal tunjangan dan pelaksanaan pelatihan dan pendidikan ini juga sesuai dengan apa yang dijelaskan dalam UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Undang-undang ini mengatur segala hak-hak pegawai yang harus dipenuhi oleh perusahaan mulai dari pemberian upah minimum berdasarkan UMK yang berlaku, pemberian tunjangan lainnya seperti jaminan kesehatan, kecelakaan kerja, dan jaminan kematian. Semua ini diatur dalam undang-undang untuk melindungi hak-hak pegawai dari perusahaan yang mencoba mencari keuntungan sepihak dengan tidak memberikan hak karyawan

sepenuhnya. Undang-undang ini juga menimbulkan rasa tanggung jawab sosial perusahaan kepada karyawan dalam menciptakan kesejahteraan hidup para karyawan. Akan tetapi, karena adanya keterbatasan untuk melakukan kunjungan langsung mengenai kondisi pabrik maka tidak dapat dilihat apakah pembangunan pabrik juga memperhatikan keselamatan kerja karyawan seperti adanya ventilasi yang cukup hanya mendapatkan keterangan dari narasumber yang mengatakan bahwa adanya pemeriksaan rutin terhadap keadaan pabrik dan peralatan produksi.

*Value added* yang didapatkan oleh perusahaan dengan adanya *employee program* ini adalah peningkatan kinerja para karyawan sehingga proses produksi perusahaan juga dapat berjalan dengan lebih efektif dan efisien dan mencegah timbulnya beberapa masalah yang dapat menghambat proses bisnis. Selain itu, kegiatan ini juga membantu perusahaan dalam membaca kebutuhan pasar saat ini dan mempelajari kemajuan teknologi yang terus berkembang dalam usaha pengembangan produk sehingga perusahaan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini dengan cepat. Implementasi CSR yang terkait dengan karyawan juga dapat menimbulkan rasa saling menghargai antara perusahaan dengan para karyawan dan rasa kenyamanan dan keamanan dalam bekerja bagi karyawan sehingga karyawan dapat memberikan kinerja kerja yang maksimal dan menghindarkan perusahaan dari konflik yang sering timbul dimana karyawan merasa tidak mendapatkan hak yang sesuai dengan kewajiban yang dijalani. Oleh karena itu, isu hak-hak karyawan menjadi sangat penting untuk diperhatikan oleh para pengusaha demi kelancaran usaha yang dijalankannya karena para karyawan inilah yang menjadi kunci kesuksesan proses bisnis suatu usaha.

#### **4.2 *Community and Broader Society***

Dalam pelaksanaan pengembangan komunitas atau masyarakat, perusahaan membentuk petani binaan sebagai pemasok tambahan. Petani

binaan ini merupakan cerminan dari pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan. Petani binaan ini berasal dari daerah Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Kalimantan Selatan. Hanya saja dalam wawancara tidak dijelaskan mengapa perusahaan memilih ketiga daerah ini. Para petani ini diajak untuk bekerja secara kelompok lalu diberikan akses modal dan bibit untuk kemudian diajarkan bagaimana cara budi daya yang benar. Hasil yang didapatkan dari budi daya para petani yang sesuai dengan standar inilah yang kemudian dikirimkan kepada perusahaan untuk dijadikan bahan baku. Kebutuhan bahan baku perusahaan dapat terpenuhi sebesar 20-30% dari para petani binaan.

Pemberdayaan masyarakat lain yang dilakukan oleh PT SidoMuncul adalah dengan memberikan pekerjaan kepada masyarakat di sekitar lokasi pabrik. Perekrutan masyarakat merupakan bagian dari perjanjian antara perusahaan dengan masyarakat Kecamatan Bergas ketika meminta izin untuk membangun pabrik di daerah tersebut. Tidak hanya pada bidang produksi saja, masyarakat juga dipekerjakan sebagai petugas keamanan, petugas kebersihan, perawat gedung, operator, pekerja pada kebun perusahaan, dan lain-lain dengan status sebagai pegawai tetap. Saat proses rekrutmen masyarakat sekitar, perusahaan tetap menjalankan proses seleksi seperti yang biasa dilakukan hanya saja perusahaan membedakan standar kualifikasi yang ada.

Pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan ini merupakan salah satu cerminan implementasi CSR berbentuk *corporate philanthropy* dalam kegiatan produksi dimana perusahaan ikut membantu meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat dengan memberikan bantuan berupa akses modal dalam bekerja dan sesuai juga dengan salah satu pilar aktivitas CSR yaitu *building human capital* secara eksternal. Pemberdayaan masyarakat merupakan bentuk kegiatan CSR yang dimaksudkan agar dalam menjalankan bisnis, perusahaan tidak hanya mencari kesejahteraan bagi perusahaan saja atau pihak internal saja tetapi juga menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat sekitarnya. Hal ini

dikarenakan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya perusahaan berada di tengah-tengah masyarakat dan sudah menjadi tanggung jawab sosial perusahaan untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan hidup mereka melalui kegiatan bisnis perusahaan baik secara langsung atau tidak langsung.

Bantuan secara langsung yang dapat diberikan oleh PT SidoMuncul berupa bantuan dana atau uang dan bantuan secara tidak langsung diberikan melalui bantuan pekerjaan atau akses modal untuk menciptakan suatu usaha mandiri. Dalam hal petani binaan dan perekrutan masyarakat sekitar ini, PT SidoMuncul melakukan pemberdayaan masyarakat dengan memberikan bantuan secara tidak langsung melalui pemberian modal dana bagi petani untuk budi daya dan akses lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Melalui kegiatan petani binaan ini, peningkatan kesejahteraan terwujud melalui penjualan hasil budi daya para petani kepada perusahaan.

Bentuk kegiatan pemberdayaan masyarakat seperti ini juga merupakan salah satu bentuk kegiatan CSR yang dikemukakan oleh *Prince of Wales International Business Forum* yaitu *strengthening economies*. Jadi, jika dilihat dengan kesesuaian antara teori yang ada dengan praktik yang ada, kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan PT SidoMuncul sudah diterapkan dengan baik dan telah memberikan hasil yang baik bagi para masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan hidup mereka. Dalam penerapan kegiatan CSR pemberdayaan masyarakat yang selanjutnya, perusahaan dapat menjangkau daerah lainnya sehingga pemberdayaan masyarakat untuk hidup mandiri dapat tercipta di semua daerah sehingga kesejahteraan hidup yang tercipta lebih merata lagi.

*Value added* yang didapatkan perusahaan melalui kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi para masyarakat saja tetapi juga memberikan *image* perusahaan yang semakin baik di mata masyarakat umum. Hal ini dikarenakan adanya tanggung jawab perusahaan yang semakin luas yang berpijak pada *triple bottom line* yaitu tidak hanya

mencari keuntungan ekonomi semata tetapi juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan. Kegiatan ini juga memberikan dampak baik pada perusahaan dalam pemenuhan kebutuhan bahan baku produksi. Selain itu, dengan adanya perekrutan karyawan dari pihak masyarakat sekitar memberikan keuntungan bagi perusahaan dimana hubungan perusahaan dengan masyarakat terus terjaga keharmonisannya sehingga kegiatan produksi dapat terus berjalan hingga saat ini tanpa ada konflik yang dalam pilar aktivitas CSR disebut dengan *assessing social chesion*. Yang dimaksudkan dengan kegiatan CSR ini adalah upaya perusahaan dalam menjalankan usaha bisnisnya harus dapat memperhatikan keadaan lingkungan masyarakat sekitarnya sehingga tidak muncul hal-hal yang dapat merugikan salah satu pihak sehingga timbul konflik antara perusahaan dengan masyarakat yang biasa merasa dirugikan tersebut.

#### **4.3 Environment Programs**

Pelestarian lingkungan menjadi isu yang sangat penting bagi suatu perusahaan dalam menjalankan proses bisnisnya. Hal ini dikarenakan limbah yang dihasilkan oleh perusahaan yang dibuang ke alam, tidak hanya menimbulkan kerugian pada masyarakat sekitar pabrik saja tetapi secara jangka panjang akan memberikan dampak buruk bagi seluruh dunia. Oleh karena itu, dalam menjalankan proses bisnisnya perusahaan diwajibkan untuk mengelola lingkungan hidup berdasarkan pada undang-undang yang berlaku yaitu UU No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. PT SidoMuncul ikut menjaga kelestarian lingkungan alam melalui pengolahan limbah padat dan cair pabrik. Pengolahan limbah pabrik ditangani khusus oleh unit IPAL (Instalasi Pengolahan Air Limbah) dimana sebagian dari limbah yang dihasilkan oleh pabrik diolah kembali menjadi pupuk organik yang kemudian dijual kepada umum. Sedangkan dalam menangani limbah cair, perusahaan memasang instalasi pengolahan air limbah di sekitar pabrik sehingga air

limbah dapat diolah menjadi air yang dapat digunakan untuk menyirami tanaman pada kebun perusahaan.

Pengolahan limbah seperti ini juga termasuk ke dalam jenis CSR yang *socially responsible business* yaitu perusahaan yang melakukan perubahan terhadap salah satu sistem kerjanya yang dalam hal ini adalah pengolahan limbah pabrik dan menurut konsep *Prince of Wales International Business Forum* mengenai pelestarian lingkungan yaitu *protecting the environment*. Hal ini menjadi salah satu bentuk kegiatan CSR yang penting dikarenakan limbah pabrik yang dihasilkan oleh perusahaan tidak hanya membahayakan lingkungan alam saja tetapi juga membawa dampak buruk bagi kesehatan masyarakat sekitar sehingga dibutuhkan pengolahan limbah yang baik. Dampak dari limbah yang seringkali dirasakan oleh masyarakat sekitar perusahaan manufaktur adalah adanya pencemaran udara dan air yang jika dikonsumsi secara terus-menerus dapat menimbulkan berbagai penyakit pada masyarakat.

Selain dengan pengolahan limbah yang baik, perusahaan juga menjaga keharmonisan hubungan dengan masyarakat sekitar melalui pelaksanaan kegiatan kunjungan masyarakat ke dalam pabrik guna melihat pengolahan limbah pabrik baik padat maupun cair. Pelaksanaan kegiatan ini tidak dilakukan secara reguler dan sudah dilakukan sebanyak tiga kali. Masyarakat yang dilibatkan berasal dari sekitar Kecamatan Bergas dengan jumlah masyarakat sekitar lima orang setiap kunjungan. Pelaksanaan kegiatan kunjungan ini mendapatkan respon yang baik dari masyarakat dan menunjukkan adanya keterbukaan perusahaan terhadap masyarakat yang tinggal di lingkungan yang berdampak langsung dengan limbah pabrik. Akan tetapi, dalam menjaga kelestarian lingkungan hidup tidak diketahui secara jelas apakah perusahaan juga melakukan hal-hal yang berkaitan dengan isu *go green* lainnya seperti penghematan dalam penggunaan air, listrik, kertas, dan plastik.

*Value added* yang didapatkan dengan adanya pengolahan limbah yang baik dan berguna seperti yang dilakukan PT SidoMuncul dapat

memberikan dampak baik kepada perusahaan dimana tidak adanya keluhan dari masyarakat sekitar mengenai limbah yang dibuang sehingga perusahaan dapat menjalankan kegiatan produksi hingga sekarang tanpa adanya pihak-pihak yang merasa dirugikan akibat limbah pabrik. Dengan menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar juga dapat dikatakan sebagai suatu bentuk kegiatan CSR yang sesuai dengan teori pilar kegiatan CSR *Prince of Wales International Business* yaitu *assessing social cohesion* dimana perusahaan dituntut untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar sehingga proses bisnis perusahaan juga dapat berjalan dengan lancar. Jadi, pengolahan limbah yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya berdampak baik bagi kelestarian lingkungan alam tetapi juga pada keberlangsungan proses bisnis perusahaan dalam lingkungan sosial masyarakat.

#### **4.4 Reporting and Communications Programs**

Pelaporan kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat umum. Pelaporan ini dimaksudkan sebagai bukti nyata atas kegiatan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan. Laporan CSR biasanya dimuat dalam laporan tahunan perusahaan. Di Indonesia, hal-hal apa saja yang harus diungkapkan dalam laporan tahunan suatu perusahaan diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 Pasal 66, dimana salah satunya merupakan laporan mengenai kegiatan CSR. Akan tetapi, PT SidoMuncul hingga saat ini belum membuat suatu laporan khusus mengenai kegiatan CSR-nya secara keseluruhan. Laporan kegiatan CSR PT SidoMuncul hanya sebagai laporan pertanggungjawaban atas suatu kegiatan saja dan tidak dapat dipublikasikan kepada publik karena hanya ditujukan kepada pimpinan atau direktur utama. Laporan ini dibuat oleh bagian humas perusahaan yang bertanggung jawab atas kegiatan CSR.

Kekurangan dalam hal pelaporan ini dikarenakan tidak adanya bagian khusus yang menangani CSR dengan alasan efisiensi karyawan. Sehingga aliran informasi mengenai kegiatan CSR yang telah dilakukan perusahaan berasal dari humas dan ditujukan kepada para pimpinan. Pihak lain yang mendapatkan laporan kegiatan CSR PT SidoMuncul adalah Dinas Sosial. Laporan kegiatan CSR ini diberikan secara berkala setiap tahunnya. Dalam *supply chain*, informasi perusahaan digunakan untuk dua hal yaitu:

1. Untuk mengkoordinasi semua kegiatan harian. Dalam PT SidoMuncul, informasi digunakan untuk mengkoordinasi penjadwalan kegiatan produksi, pengendalian mutu dari bahan baku, in process, produk jadi hingga kepada pendistribusian produk. Contohnya saat akan memproduksi suatu produk baru, hasil survei dari lapangan yang dilakukan oleh bagian pemasaran diberikan kepada bagian R&D untuk diteliti dan memulai proses pengembangan produk. Setelah menemukan dosis bahan baku yang tepat, maka dimulai lah proses produksi. sampel produk yang sudah dihasilkan kemudian diberikan kepada masyarakat untuk dilihat respon dari masyarakat. Jika respon baik, maka proses produksi akan dilanjutkan. Sebelum produk didistribusikan ke pasar, produk akan dilihat kembali oleh bagian *quality control*.
2. Peramalan dan perencanaan. Informasi penjualan dari tahun sebelumnya, digunakan untuk melakukan peramalan jumlah produksi di tahun selanjutnya. Setelah ditentukan jumlah produk yang akan diproduksi, maka informasi ini selanjutnya digunakan untuk menentukan jadwal kegiatan produksi perusahaan. Berdasarkan average market maka dibuat rencana bulanan dan mingguan.

Untuk setiap kegiatan CSR yang dilakukan sepanjang *supply chain* akan dibuat laporannya oleh masing-masing pihak yang terkait. Dalam hal perekrutan karyawan sekitar, pengadaan pendidikan dan pelatihan kerja, dan pemberian gaji dan tunjangan maka pihak yang bertanggung jawab dalam pelaporan ini adalah bagian personalia. Dalam hal audit pemasok dan jalannya kegiatan R&D akan dicatat oleh bagian R&D yang dikepalai oleh Manajer *quality assurance*. Dan untuk setiap kegiatan produksi, persediaan, dan distribusi akan dicatat oleh bagian produksi dan teknik yang dikepalai oleh *plant manager*.

Tidak adanya suatu bagian CSR dalam perusahaan mempersulit masyarakat umum untuk melihat suatu pelaporan khusus terkait dengan kegiatan CSR yang telah dilaksanakan perusahaan. Hal ini juga memperburuk sistem pelaporan perusahaan terutama untuk implementasi CSR dalam *supply chain* yang telah dijalankan. Sehingga implementasi CSR yang diketahui oleh masyarakat hanya yang bersifat umum seperti pemberian bantuan dana dan kegiatan sosial lainnya sedangkan implementasi CSR dalam *supply chain* tidak dipublikasikan dan akan mempersulit perusahaan dalam memantau jalannya kegiatan ini. Dengan adanya sistem pelaporan yang baik dan jelas juga memberikan dampak positif bagi perusahaan dimana masyarakat dapat melihat dan memberikan citra positif bagi perusahaan di mata masyarakat.

#### ***4.5 Governance or Code of Conduct Programs & Stakeholder Engagement Programs***

PT SidoMuncul tidak memiliki *code of conduct* yang disepakati bersama dengan pemerintah ataupun *stakeholder* lainnya. Dalam melaksanakan kegiatan CSR, persetujuan hanya diberikan oleh pimpinan atau direksi. Pihak pemerintah hanya dilibatkan sebagai rekan kerja saat pelaksanaan kegiatan CSR jika sesuai dengan jenis kegiatannya. Seperti yang dikatakan oleh Pak Bambang ketika diwawancarai, jika kegiatan

berhubungan dengan agrobisnis maka perusahaan akan bekerja sama dengan Departemen Pertanian, dan jika kegiatan mengenai pemberdayaan daerah yang memiliki hasil bumi yang cukup banyak akan tetapi tidak dapat mengelola hasilnya dengan baik, maka berkaitan dengan Departemen Perdagangan. Walaupun tidak ada pihak eksternal yang dilibatkan dalam pengambilan keputusan mengenai kegiatan CSR yang akan dilaksanakan, perusahaan dapat menjalankan kegiatannya yang disesuaikan dengan beberapa isu-isu sosial dengan penilaian keberhasilan yang ditentukan sendiri.

#### **4.6 *Supplier Programs***

Pemenuhan kebutuhan bahan baku perusahaan berasal dari lima pemasok antara lain petani binaan, importir, relasi, kebun sendiri, dan pedagang pengumpul. Petani binaan merupakan bantuan perusahaan terhadap para petani di daerah Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Kalimantan Selatan dalam bentuk modal dan bibit. Para petani diajarkan untuk bekerja secara berkelompok dalam membudidayakan bibit dan hasilnya dapat dijual kembali kepada perusahaan jika sesuai dengan kriteria bahan baku yang dibutuhkan. Kebun sendiri adalah kebun yang dimiliki oleh perusahaan untuk membudi daya beberapa tanaman yang dianggap sudah sulit ditemukan. Pedagang pengumpul adalah pihak yang mengumpulkan bahan baku dari beberapa petani di suatu daerah kemudian memasok bahan baku tersebut kepada perusahaan. importir dan relasi merupakan pemasok yang dipilih melalui audit pemasok.

Pemilihan pemasok dapat dilakukan dengan beberapa cara (NZBCSD, 2003) yaitu *code of conduct* dalam pemilihan pemasok, penyesuaian pemasok dengan kriteria yang diinginkan, dan audit pemasok. Menurut New Zealand Business Council for Sustainable Development (2003), terdapat beberapa *code of conduct* dalam pemilihan pemasok, antara lain standar pekerja, jaminan kesehatan dan keamanan kerja,

tanggung jawab terhadap lingkungan, kondisi lingkungan kerja, komitmen manajemen pemasok kepada komunitas. Kemudian *United Nation* (2010) juga menyebutkan empat hal yang dapat dilakukan dalam audit pemasok. Pertama, wawancara dengan manajemen berkaitan dengan hal-hal mengenai keadaan tenaga kerja dari pemasok seperti jam kerja, sistem penggajian karyawan, dan karyawan yang dipekerjakan. Kedua, kunjungan fasilitas dilakukan untuk melihat secara langsung bagaimana berjalannya proses bisnis pemasok terutama dalam memproduksi bahan baku yang dibutuhkan oleh perusahaan. Ketiga, wawancara dengan pekerja dilakukan untuk mengetahui kondisi kerja sebenarnya dan apakah hak-hak para pekerja terpenuhi sesuai dengan peraturan yang ada. Keempat, membuat laporan mengenai data-data karyawan seperti catatan kesehatan dan keselamatan kerja, catatan waktu kerja dan keadaan kerja.

Pada PT SidoMuncul pemilihan pemasok dilakukan melalui audit pemasok kepada para importir dan relasi. Audit pemasok ini dilakukan oleh bagian R&D pada bagian registrasi dan budi daya bahan baku. Menurut narasumber, selama audit pemasok berlangsung perusahaan hanya berfokus pada penyesuaian kualitas bahan baku pemasok dengan kualitas yang dibutuhkan pada kegiatan produksi perusahaan walaupun tidak dijelaskan secara rinci mengenai kualitas bahan baku yang dibutuhkan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan saat ini tidak mengadopsi *code of conduct* seperti yang dikemukakan oleh *NZBCSD Organization* (2003) maupun *United Nation* (2010) dalam melakukan audit pemasok untuk mencapai *sustainability supply chain* seperti pemilihan pemasok yang juga peduli terhadap isu lingkungan dan memperhatikan hak para pekerjanya sehingga dalam pemilihan pemasok perusahaan terkesan mengesampingkan kepentingan eksternal lainnya.

Dalam melakukan audit pemasok yang selanjutnya, sebaiknya perusahaan mempertimbangkan hal-hal yang dijelaskan oleh *United Nation* dan *NZBCSD Organization* untuk mencapai *sustainability supply chain* yang bertujuan untuk menciptakan, melindungi dan meningkatkan

nilai dari lingkungan, sosial dan ekonomi bagi seluruh *stakeholder* yang terlibat dalam jangka panjang dalam memenuhi kebutuhan akan produk dan jasa di pasar. Melalui rantai pasokan yang berkesinambungan, perusahaan melindungi keberlangsungan jangka panjang dari bisnis mereka dan menjaga ijin sosial untuk beroperasi.

*Valued added* yang didapatkan perusahaan dengan adanya program pemilihan pemasok secara langsung ini adalah bahan baku yang tetap terjaga kualitasnya, menghindari dari adanya penggunaan bahan kimia atau berbahaya yang dapat mengurangi kualitas produk terutama untuk produk obat-obatan seperti PT SidoMuncul, dan menghindari praktik pemilihan pemasok yang tidak adil sehingga adanya hubungan yang baik atas dasar kepercayaan dan komitmen antara perusahaan dan pemasok. Pemilihan bahan baku secara langsung yang dilakukan oleh perusahaan ini juga sesuai dengan salah satu misi perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya membina kesehatan melalui pola hidup sehat, pemakaian bahan-bahan alami dan pengobatan secara tradisional. Yang ditekankan dalam hal ini adalah pemakaian bahan-bahan alami dan pengobatan secara tradisional sehingga penyeleksian pemasok secara langsung akan menghindarkan perusahaan dari pemakaian bahan-bahan kimiawi.

#### **4.7 Customer/Product Stewardship Programs**

Guna mendukung salah satu misi perusahaan untuk meningkatkan mutu pelayanan di bidang herbal tradisional, PT SidoMuncul melengkapi fasilitas produksi dengan adanya pabrik dan gudang yang berada dalam satu area di daerah Kecamatan Bergas. Kecamatan Bergas berada di wilayah Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Kepemilikan Pabrik PT SidoMuncul mengadopsi pada konsep *product focus* yaitu pabrik dibangun untuk memproduksi dan mengemas suatu produk hingga siap dipasarkan. Kepemilikan pabrik yang baru ini sesuai dengan industri farmasi yang membutuhkan udara dan lingkungan yang masih terjaga kebersihannya.

Lingkungan yang masih bersih dapat menjaga kualitas kebersihan produksi dan memberi jaminan keselamatan dan kesehatan bagi produk-produk yang dihasilkan terutama bagi produk obat-obatan dan jamu tradisional seperti produk PT SidoMuncul. Lokasi pabrik PT SidoMuncul ini juga cukup mudah dijangkau karena berada di pinggir jalan raya dengan akses infrastruktur yang sangat memadai untuk perlintasan berbagai jenis kendaraan yang akan masuk ke dalam perusahaan sehingga tidak mempersulit para pemasok dalam mengirimkan bahan baku begitu juga sebaliknya jika barang jadi akan didistribusikan ke pasar.

Konsep pabrik yang berfokus pada produk juga semakin mendukung kegiatan produksi perusahaan dikarenakan sebagai industri obat-obatan dan jamu tradisional, produk yang dihasilkan hanya dapat diproduksi dan dikemas dalam satu pabrik dan tidak dapat dibawa keluar dari daerah pabrik hingga semua proses selesai dan siap dipasarkan. Hal ini dimaksudkan guna menjaga higienitas produk jamu tersebut. Perbaikan konsep pabrik perusahaan ini ditunjukkan dengan adanya sertifikat dari Balai POM mengenai Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik (CPOTB) dan Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB) setara dengan farmasi, dan sertifikat inilah yang menjadikan PT SidoMuncul sebagai satu-satunya pabrik jamu berstandar farmasi.

Dengan adanya sertifikasi CPOTB dan CPOB dari Balai POM ini dapat meningkatkan kualitas produk perusahaan dan menjadi suatu jaminan kemanan dan keselamatan kualitas produk yang dihasilkan di mata konsumen sehingga keinginan konsumen untuk mengkonsumsi produk PT SidoMuncul semakin meningkat dan berdampak pada peningkatan penjualan perusahaan. Jaminan keselamatan dan kesehatan produk ini menjadi salah satu bagian dari UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dimana perusahaan dituntut kejujuran dan tanggung jawabnya dalam menjalankan proses bisnis. Dengan memperhatikan hal ini, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan

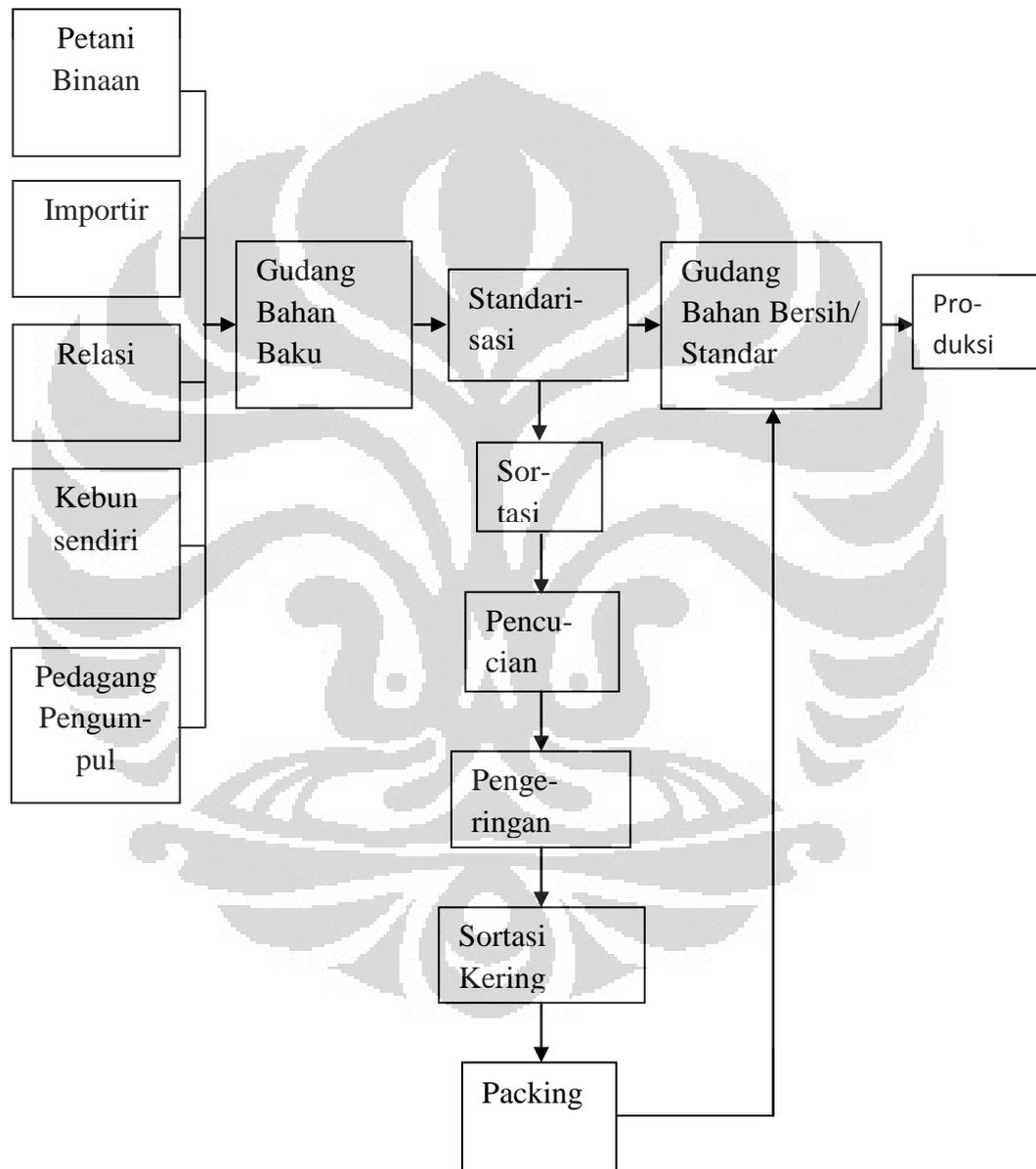
konsumen kepada produk perusahaan sehingga mempertahankan bahkan meningkatkan pangsa pasar yang dimiliki perusahaan.

Jaminan keselamatan dan kesehatan produk diatur dalam undang-undang dikarenakan untuk mencegah adanya tindak kecurangan dari para pengusaha yang hanya mencari keuntungan semata dengan memproduksi barang yang tidak memperhatikan kesehatan konsumen sehingga menimbulkan kerugian sepihak dari pihak konsumen. Jadi UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diberlakukan sebagai dasar hukum yang melindungi para konsumen dari tindak kecurangan perusahaan dalam memproduksi barang yang dapat menimbulkan bahaya kesehatan.

Untuk fasilitas gudang, perusahaan memiliki tiga jenis gudang yaitu gudang produk jadi, gudang bahan baku kasar dan gudang bahan baku standar. Gudang produk jadi PT SidoMuncul mengikuti pendekatan tradisional SKU dimana semua produk disimpan dalam satu gudang tanpa membedakan tipe konsumen atau distributor tetapi memberi pengaturan letak di dalam gudang berdasarkan setiap jenis produk, dan setiap produk disusun sesuai dengan tanggal kadaluwarsa. Untuk sistem persediaan PT SidoMuncul sesuai dengan pendekatan *safety inventory* dimana adanya persediaan cadangan untuk mengantisipasi permintaan yang melonjak atau permintaan tiba-tiba. Jumlah persediaan yang dimiliki perusahaan ini ditentukan melalui peramalan permintaan pasar dengan cara pemetaan tren penjualan tahun sebelumnya. Hal ini dimaksudkan oleh perusahaan agar dapat memenuhi permintaan pasar atau konsumen dengan cepat sehingga hubungan perusahaan dengan para konsumen ataupun distributor dapat tetap terjaga baik.

Selain itu, persediaan PT SidoMuncul juga menerapkan sistem FIFO (*first in first out*). Penggunaan sistem ini berdasarkan pada tanggal produksi dan kadaluwarsa suatu produk. Barang yang sudah diproduksi terlebih dahulu pasti memiliki tanggal kadaluwarsa yang lebih cepat oleh karena itu produk tersebut yang akan didahulukan pendistribusiannya. Hal ini memberi keuntungan pada perusahaan dilihat dari efisiensi penggunaan

lokasi yang dibutuhkan dan kecepatan waktu pengambilan barang di gudang ketika akan didistribusikan. Hal ini dilakukan guna menghindari semakin banyaknya jumlah barang usang atau barang sudah kadaluwarsa karena kesalahan dalam mendistribusikan barang.



**Gambar 4.1** Proses Pengujian Bahan Baku PT SidoMuncul

Sumber: Dokumen PT SidoMuncul

Untuk gudang bahan baku, perusahaan mengikuti konsep *job lot storage* yang disesuaikan dengan kebutuhan proses produksi. Dari gambar 4.1 dapat dilihat bahwa ketika bahan baku tiba di perusahaan maka akan langsung dimasukkan ke dalam gudang bahan baku kasar yang kemudian akan melalui tahap standarisasi yang antara lain sortasi, pencucian, pengeringan, sortasi kering, dan pengemasan. Kegiatan ini dimaksudkan untuk memilih bahan baku yang sesuai dengan standar yang dibutuhkan oleh perusahaan. Setelah proses standarisasi selesai, bahan baku kemudian dimasukkan ke dalam gudang bahan baku standar yang siap digunakan untuk kegiatan produksi.

Dalam pelaksanaan kegiatan R&D PT SidoMuncul membutuhkan beberapa sumber daya antara lain sumber daya manusia (tenaga kerja), bahan baku, teknologi (*software*), dana khusus dan peralatan atau mesin (*hardware*). Hal ini dimaksudkan untuk mencapai misi perusahaan dalam mengembangkan penelitian yang berhubungan dengan pengembangan pengobatan dengan bahan-bahan alami. Guna mendukung misi perusahaan, Saat ini PT SidoMuncul didukung lebih dari 2000 karyawan dengan tingkat pendidikan bervariasi dan ditempatkan sesuai dengan keahlian, kemampuan dan kapasitasnya masing-masing. Sebagai pendukung, PT SidoMuncul juga memiliki tenaga ahli dari berbagai disiplin ilmu, seperti biologi, ekonomi, farmasi, pertanian, hukum, teknologi pangan, teknik kimia, teknik elektro, dll. Untuk mengembangkan kemampuan, pada waktu-waktu tertentu kepada karyawan diberikan kesempatan mengikuti pelatihan, kursus, maupun seminar. Untuk mendukung pengembangan, PT SidoMuncul juga merekrut konsultan yang ahli di bidangnya seperti apoteker, dokter umum, dokter gigi dan spesialis.

Selain sumber daya manusia yang mencukupi, perusahaan juga memiliki fasilitas yang memadai antara lain:

1. Laboratorium yang terdiri dari laboratorium instrumentasi, laboratorium farmakologi, laboratorium formulasi, laboratorium farmakognosi, laboratorium stabilitas, laboratorium kimia yang

dilengkapi dengan peralatan HPLC (*High Pressure Liquid Chromatography*), GC (*Gas Chromatography*), dan TLC (*Thin Layer Chromatography*) scanner, dan laboratorium kultur jaringan.

2. Kebun percobaan dan budidaya tanaman obat.
3. *Extraction centre*.
4. Pengolahan air bersih.
5. Pengolahan air limbah.
6. Klinik holistik.

Selain sebagai tempat pelaksanaan produksi, di lokasi pabrik PT SidoMuncul juga terdapat Agrowisata seluas 1,5 hektar. Lahan agrowisata tersebut berisikan berbagai jenis tanaman obat yang ada di Indonesia dan digunakan sebagai bahan baku produksi produk jamu SidoMuncul sehingga dalam kegiatan R&D, perusahaan tidak menggunakan bahan kimiawi melainkan menggunakan bahan baku alami yang berasal dari rempah-rempah dan tanaman obat lainnya. Dalam menciptakan suatu produk yang baru, bagian pemasaran melakukan survei lapangan untuk membaca kebutuhan pasar saat ini lalu mengembangkan produk yang dimulai dari formula atau bahan baku alami, khasiat atau manfaat, teknologi produksi, stabilitas, dan sampling di pasaran. Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pengembangan produk baru adalah bagian pemasaran, R&D, *quality control*, dan produksi.

Kegiatan R&D merupakan suatu awal bagi produk-produk yang beredar di masyarakat. Oleh karena itu, jaminan keselamatan dan kesehatan suatu produk diawali dari kegiatan R&D dengan mempertanyakan apakah kebersihan dari kegiatan sudah cukup untuk menciptakan suatu produk jamu atau obat-obatan, apakah pencampuran bahan baku yang dilakukan sudah tepat dan baik untuk kesehatan, dan apakah bahan yang digunakan semua aman untuk kesehatan. Dengan adanya keraguan dari masyarakat maka perusahaan dapat memberikan jaminan atas berlangsungnya kegiatan R&D dengan adanya kerja sama

dengan Balai POM dimana perusahaan dijadikan contoh atau sampel oleh Balai POM dalam mendapatkan sertifikasi internasional.

Dalam kegiatan R&D ini, perusahaan membaca keinginan dan keluhan konsumen melalui survei yang dilakukan oleh bagian pemasaran dengan membagikan angket dan sampel produk kepada masyarakat yang kemudian dilihat respon dari masyarakat mengenai produk tersebut apakah baik atau tidak. Jika respon masyarakat positif terhadap sampel produk tersebut, maka produk akan terus diproduksi dan dipasarkan secara umum. Dengan adanya survei ini, perusahaan dapat mengetahui produk apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh konsumen saat ini lalu mengembangkan produk tersebut yang dimulai dari formula atau bahan baku alami, khasiat atau manfaat, teknologi produksi, stabilitas, dan sampling di pasaran.

Pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pengembangan produk baru adalah bagian pemasaran, R&D, *quality control*, dan produksi. Dalam pemberian sampel produk kepada masyarakat masih berupa sampel produk yang sebaiknya sudah benar-benar perusahaan teliti manfaat yang dihasilkan dari produk tersebut karena jika ada kesalahan saat pemberian sampel produk dapat membawa permasalahan bagi perusahaan secara hukum terkait dengan undang-undang perlindungan konsumen mengenai keselamatan dan keamanan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

*Value added* yang didapatkan perusahaan dengan adanya perbaikan lokasi pabrik dan pemisahan gudang bahan baku seperti ini dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam menjaga kualitas bahan baku yang digunakan karena tidak semua bahan baku yang diterima dari pemasok langsung digunakan dalam kegiatan produksi dan berdampak langsung pada kualitas produk yang dihasilkan. Hal ini juga dapat menghindarkan pekerja dari kekeliruan pengambilan bahan baku jika bahan baku kasar dan bahan baku standar disimpan dalam gudang yang sama. Kekeliruan yang ditimbulkan tersebut dapat memperburuk kualitas dari produk yang dihasilkan sehingga dapat membawa dampak berbahaya bagi kesehatan dan keselamatan konsumen. Dampak yang ditimbulkan ini

dapat memberikan *image* yang buruk di mata masyarakat sehingga mengurangi minat masyarakat dalam mengkonsumsi produk perusahaan sehingga terjadi penurunan penjualan perusahaan. Untuk dampak terburuk yang timbul dari kekeliruan bahan baku tersebut adalah dicabutnya ijin usaha perusahaan karena dianggap produk yang dihasilkan membahayakan keselamatan dan kesehatan konsumen.

Selain itu, dengan adanya kerja sama dengan Balai POM juga menunjukkan bahwa proses kegiatan R&D yang dijalankan dapat dijamin kebersihannya dalam menciptakan suatu produk jamu dan obat-obatan dan bahan-bahan yang digunakan dalam kegiatan ini aman dan baik untuk kesehatan konsumen. Kepercayaan yang timbul dari konsumen inilah yang membawa dampak baik bagi perusahaan dalam memasarkan seluruh produknya sehingga perusahaan tidak lagi sulit dalam meyakinkan keamanan produk mereka kepada masyarakat. Oleh karena itu, jaminan kesehatan produk terutama untuk produk obat-obatan dan jamu seperti PT SidoMuncul menjadi isu penting dalam memasarkan produknya. Dengan adanya jaminan keselamatan dan kesehatan produk ini juga menunjukkan adanya kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan kepedulian ini tidak hanya diimplementasikan dengan pemberdayaan masyarakat saja tetapi juga terkait dengan produk-produk yang dipasarkan.

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai implementasi CSR dalam *supply chain* yang dilakukan di PT SidoMuncul Kecamatan Bawen Jawa Tengah maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

- a. Pengimplementasian CSR dalam *supply chain* pada PT SidoMuncul telah diterapkan dengan baik jika dilihat dari teori *Prince of Wales International Bussiness Forum* baik dalam kegiatan produksi, pemilihan pemasok, hubungan dengan karyawan, pengolahan limbah, kegiatan R&D, dan hubungan dengan konsumen. Implementasi ini antara lain adanya kegiatan produksi yang baik yang ditunjukkan dengan sertifikat CPOB dan CPOTB dari Balai POM, pelaksanaan audit pemasok oleh perusahaan, pelaksanaan pendidikan dan pelatihan bagi para karyawan, pemberian gaji dan tunjangan yang sesuai, pengolahan limbah perusahaan yang lebih baik, dan tanggung jawab perusahaan kepada konsumen dengan memproduksi produk yang baik, higienis dan sertifikasi Balai POM.

Akan tetapi, jika dilihat berdasarkan teori *Ernst and Young*, pengimplementasian CSR dalam *supply chain* PT SidoMuncul memiliki beberapa kekurangan dalam melakukan pelaporan kegiatan CSR yang dapat dipublikasikan, *code of conduct* dalam penilaian kegiatan CSR, kesepakatan para *stakeholder*, dan kegiatan bagi para pemegang saham karena perusahaan bukan merupakan perusahaan Tbk. Perusahaan juga kurang mengimplementasikan *code of conduct* dalam melakukan audit pemasok untuk mencapai *sustainability supply chain*. *Code of conduct* yang dimaksud antara lain pemilihan pemasok yang juga memperhatikan isu-isu sosial dengan melakukan pemberdayaan masyarakat, memperhatikan lingkungan kerja karyawan, memberikan hak-hak karyawan yang sesuai, dan memperhatikan kelestarian lingkungan alam.

Terkait dengan sistem pelaporan implementasi CSR dalam *supply chain*, perusahaan tidak memiliki suatu bagian khusus yang menangani CSR sehingga pelaporan perusahaan juga dinilai masih sangat kurang untuk hal ini. Perusahaan tidak memiliki laporan CSR tersendiri yang dapat dipublikasikan kepada umum, laporan hanya diberikan kepada manajemen dan dinas sosial saja sebagai laporan pertanggungjawaban atas suatu kegiatan. Contohnya, dalam pelaksanaan pendidikan dan pelatihan karyawan maka bagian personalia yang harus membuat laporan yang kemudian diberikan kepada direksi sebagai pertanggungjawaban.

Implementasi CSR dalam *supply chain* perusahaan memberikan *value added* antara lain peningkatan kualitas dan kinerja karyawan, peningkatan kepercayaan masyarakat atau konsumen dalam mengkonsumsi produk sehingga adanya peningkatan penjualan dari waktu ke waktu, keselarasan hubungan yang terjalin dengan masyarakat sekitar dalam menjalankan kegiatan produksi, kualitas bahan baku yang tetap terjaga, meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produk yang lebih bervariasi sehingga mempertahankan posisi perusahaan dalam pasar yang semakin bersaing.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian adalah:

- Laporan kegiatan CSR yang sudah dilaksanakan perusahaan tidak dapat dipublikasikan karena bersifat informasi internal/ rahasia.
- Informasi mengenai pemilihan pemasok dan audit pemasok yang sangat terbatas karena adanya keterbatasan waktu dan bersifat rahasia.
- Tidak melakukan pengamatan secara langsung mengenai keadaan pabrik dan kegiatan *research and development* perusahaan sehingga tidak ada pembuktian langsung.
- Data mengenai kepedulian perusahaan terhadap isu *go green* dalam kegiatan sehari-hari.

### 5.3 Saran

Setelah mengadakan penelitian di PT SidoMuncul, maka peneliti berusaha memberikan beberapa saran sebagai alternatif:

a. Meningkatkan implementasi CSR dalam *supply chain* pada PT SidoMuncul, antara lain:

- Adanya sistem pelaporan CSR yang mencatat semua kegiatan CSR baik yang berupa bantuan dana, kegiatan sosial, dan kegiatan CSR dalam *supply chain* perusahaan sehingga dapat dipublikasikan kepada masyarakat umum yang memberikan citra positif pada perusahaan.
- Pemilihan pemasok yang lebih mengarah kepada terbentuknya *sustainable supply chain*, salah satunya adalah pemilihan pemasok yang juga peduli terhadap isu lingkungan.
- Pemilihan rekan kerja sama dalam kegiatan R&D yang juga memperhatikan isu lingkungan dan dalam pelaksanaan kerja sama dibutuhkan adanya indikator yang menyatakan apakah kerja sama tersebut dapat dikatakan ramah lingkungan.

b. Pihak yang akan melakukan penelitian selanjutnya, antara lain:

- Pemilihan perusahaan pada industri yang berbeda (bukan industri makanan). Sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih mengkaji mengenai implementasi CSR dalam hubungannya dengan konsumen.
- Waktu penelitian yang lebih lama lagi dikarenakan penelitian berbasis wawancara sehingga dibutuhkan penyesuaian waktu dengan narasumber dan diperlukannya pengamatan langsung pada lokasi perusahaan.
- Pemilihan perusahaan dengan jaringan pemasok yang lebih besar sehingga adanya sistem penilaian pemasok yang dapat digunakan dalam pemilihan pemasok.

## DAFTAR REFERENSI

- Anatan, Lina. *Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*. Jurnal. Universitas Kristen Maranatha. Bandung.
- Budimanta, A, Prasetijo, A., Rudito, B. 2004. *Corporate Social Responsibility, Jawaban bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini*. Jakarta: ICSD.
- Carney, M. & Gedajlovic. E. 2001. *Corporate Governance and Firm Capabilities: A Comparison of Managerial, Alliance, and Personal Capitalisms*. *Asia Pacific Journal of Management*. Vol. 18: 37-356.
- Carter, C. R. and M. M. Jennings. 2002a. "Social Responsibility and Supply Chain Relationships". *Transportation Research, Part E* 38E (1). 37-52.
- Chopra, Sunil dan Peter Meindl. 2003. *Supply Chain Management*. Third Edition. Pearson Education International.
- Chung, Cheng Hsu, Ming Jian Shen, Ming Chia Chen, Chin Fang Chao. 2006. "A Study on The Relationship Between Corporate Governance Mechanism and Management Effectiveness". *The Business Review*. Vol. 6. No. 1.
- Ciliberti, Francesco. 2008. *Investigating Corporate Social Responsibility in Supply Chains: a SME Perspective*. Jurnal. *Journal of Cleaner Production*. Volume 16. Halaman 1579-1588.
- Daniri, Mas Achmad. 2008a. "Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Bag I)". <http://www.madani-ri.com/2008/01/17/standarisasi-tanggung-jawab-sosialperusahaan-bag-i/>.
- , 2008b. "Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Bag II)". <http://www.madani-ri.com/2008/02/11/standarisasi-tanggung-jawab-sosialperusahaan-bag-ii/>.
- , 2008c. "Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Bag III - Finish)". <http://www.madani-ri.com/2008/02/11/standarisasi-tanggung-jawabsosial-perusahaan-bag-iii-finish/>.
- FCGI. 2001. *Seri Tata Kelola Perusahaan (Corporate Governance)*. Edisi ke-2. Jakarta
- Iturbide, Laura. 2007. *Implementing Corporate Social Responsibility in Small and Medium Suppliers through the Value Chain of a Large Mexican Firm*. Jurnal. Anahuac University. Halaman 144-156.
- Julien, Rick, dan Larry Rieger. 2003. "Seven Component of Good Corporate Governance". The Corporate Board.

- Kotler, Philip dan Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility; Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey; John Wiley & Sons, Inc.
- Lawrence, Anne. T dan James Weber. 2005. *Business and Society*. Eleventh Edition. McGraw-Hill.
- Maloni, Michael. J dan Michael E. Brown. 2006. *Corporate Social Responsibility in the Supply Chain: An Application in the Food Industry*. Jurnal. Journal of Business Ethics. Volume 68. Halaman 35-52.
- Murphy, P. R. and R. F. Poist. 2002. "Socially Responsible Logistics: An Exploratory Study". *Transportation Journal* 41(4), 23-35.
- New Zealand Business Council for Sustainable Development. 2003. *Business Guide to a Sustainable Supply Chain, A Practical Guide*.
- Stenger, Alan. J. 2007. *Corporate Social Responsibility in an International Supply Chain*. Jurnal. University of Auckland. Halaman 164-172.
- Sutojo, Siswanto, dan E. John Aldridge. 2005. *Good Corporate Governance*. Damar Mulia Pustaka. Jakarta. Indonesia.
- United Nations Global Compact. 2010. *Supply Chain Sustainability, A Practical Guide for Continuous Improvement*.
- Utama, Sidharta. 2007. "Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia". <http://www.ui.edu>.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Fascho Publishing. Gresik.
- Widuri, Rindang dan Asteria Paramita. 2008. "Analisis Hubungan Peranan Budaya Perusahaan terhadap Penerapan Good Corporate Governance pada PT aneka Tambang Tbk.". *The 2nd National Conference UKWMS*. Surabaya. 6 September.

[www.sidomuncul.com](http://www.sidomuncul.com)

## LAMPIRAN 1 PEDOMAN WAWANCARA

### A. UMUM

1. Bagaimana proses bisnis PT SidoMuncul?
2. Bagaimana sejarah perusahaan mulai melaksanakan CSR? Kapan mulai mengimplementasikan CSR?
3. Bagaimana pengaruh UU PT No.40 tahun 2007 dalam melaksanakan CSR?
4. Bagaimana pandangan perusahaan terhadap CSR?
5. Bagaimana kebijakan perusahaan mengenai CSR?
6. Bagaimana posisi struktural CSR dalam perusahaan? Berada dibawah apa? Dan terdiri dari berapa orang bagian CSR? Mengapa?
7. Berasal dari mana dana untuk melaksanakan CSR? Berapa persen dana yang dialokasikan tersebut? Apakah setiap tahunnya sama atautakah tidak? Mengapa?
8. Bagaimana mekanisme persetujuan dilaksanakan CSR oleh perusahaan? Berapa lama? Dibantu dengan siapa?
9. Bagaimana strategi pemberdayaan masyarakat yang dilakukan dalam menjalankan CSR?
10. Bagaimana strategi CSR perusahaan? Apakah berdampak *short term* atau *long term*?
11. Kendala apa saja yang dialami saat melaksanakan CSR?
12. Apakah program yang dijalankan telah sesuai dengan tujuan perusahaan sebelumnya?
13. Sektor apa saja yang menjadi prioritas atau sering dilakukan perusahaan dalam menjalankan CSR? Mengapa?
14. Apakah ada pihak yang membantu/bermitra dalam pelaksanaan CSR? Siapa dan mengapa?
15. Apakah masyarakat dilibatkan dalam tahapan-tahapan pelaksanaan CSR? Sampai sejauhmana? Mengapa?
16. Apa saja *value added* yang didapatkan perusahaan dengan adanya CSR?

## B. R&D

1. Sumber daya apa sajakah yang diperlukan dalam mendukung keberhasilan produksi SidoMuncul?
2. Apakah bahan yang digunakan mengandung bahan kimiawi? Jika iya, adakah standarisasi pemeriksaan bahan?
3. Apakah SidoMuncul telah mempunyai fasilitas pendukung yang meliputi sarana dan prasarana seperti dana, peralatan dan perlengkapan lainnya dalam rangka R&D?
4. Apakah SidoMuncul pernah mengadakan pendidikan dan pelatihan atau kerja sama dengan lembaga lain untuk pengembangan produk? Bekerja sama dengan siapa?
5. Apakah kerjasama tersebut termasuk ramah lingkungan? Apakah jaminannya atau indikatornya?
6. Apakah penerapan R&D SidoMuncul sudah termasuk ramah lingkungan? Apa indikatornya?
7. Cara apa saja yang biasa digunakan dalam mencari kebutuhan masyarakat saat ini?
8. Bagaimana prosedural dalam menciptakan suatu produk yang baru? Siapa saja yang terlibat?

## C. Produksi

1. Apakah SidoMuncul memperhatikan kesehatan dan keselamatan kerja karyawan serta hak pekerja lainnya?
2. Bagaimana pengelolaan limbah produksi? Apakah sudah termasuk ramah lingkungan? Apa indikatornya?
3. Bagaimana gambaran *supply chain* perusahaan?
4. Apakah kegiatan produksi melibatkan masyarakat sekitar? Jika iya, dalam bentuk apa?
5. Bagaimana respon masyarakat sekitar dengan kegiatan produksi perusahaan SidoMuncul?

6. Apakah perusahaan melakukan kunjungan langsung ke pemasok? Adakah kriteria khusus atau metodologi dalam pemilihan pemasok yaitu yang peduli lingkungan?
7. Bagaimana standar bahan baku yang digunakan? Apa jaminan kesehatannya?
8. Bagaimana perusahaan menentukan berapa banyak yang diproduksi?
9. Bagaimana sistem penyimpanan yang diterapkan?
10. Bagaimana prosedur penetapan harga produk?
11. Apa kriteria dalam pemilihan lokasi pabrik?

#### D. Konsumen

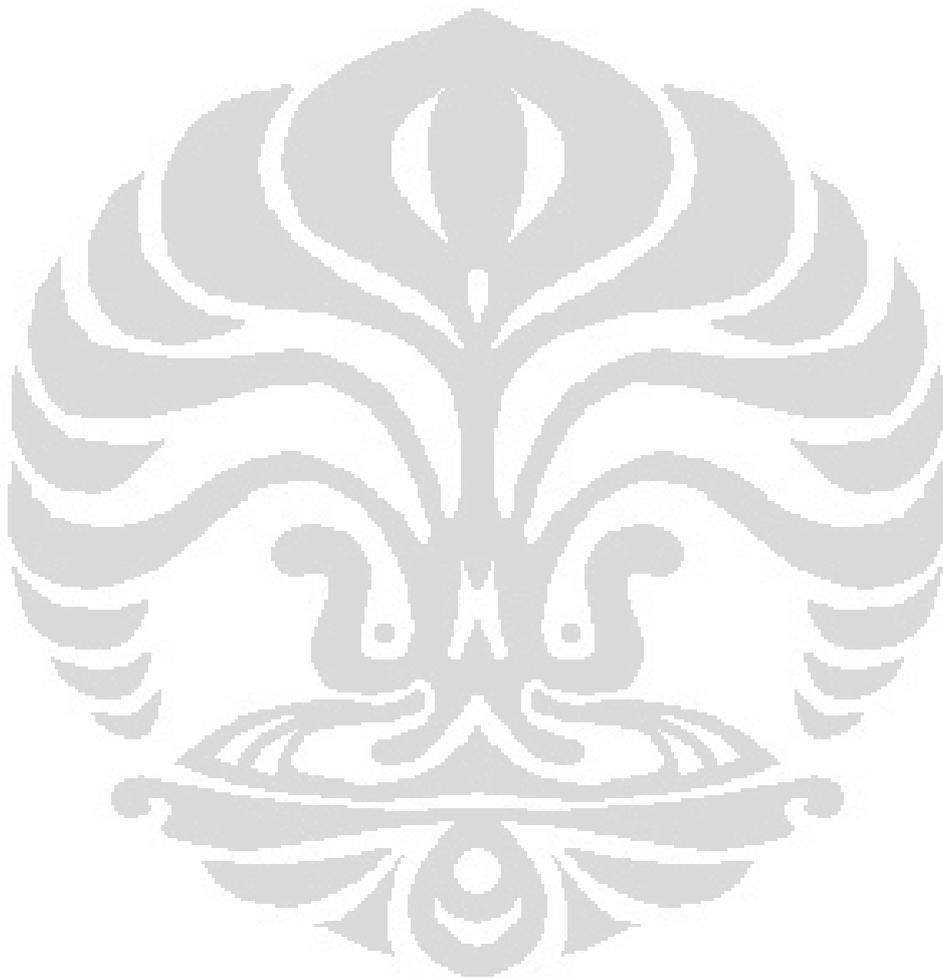
1. Bagaimana jaminan keselamatan produk SidoMuncul pada konsumen?
2. Bagaimana cara SidoMuncul dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk?
3. Bagaimana cara SidoMuncul mengikat konsumen pada produknya?
4. Bagaimana pendistribusian produk SidoMuncul hingga ke konsumen akhir? Adakah pemilihan distributor khusus?
5. Bagaimana respon konsumen pada setiap produk SidoMuncul? Apakah adanya peningkatan penjualan setiap tahunnya?

#### E. SDM

1. Adakah isu perbedaan gender, umur, agama, dan suku dalam pemilihan karyawan?
2. Apakah perusahaan mengadakan pendidikan dan pelatihan dalam pengembangan kualitas karyawan?
3. Bagaimana dengan hak karyawan seperti gaji dan tunjangan lainnya?
4. Bagaimana dengan kebijakan pensiun perusahaan? Apakah ada tunjangan khusus?
5. Apakah perusahaan mengadakan pelatihan kepada keluarga karyawan?

#### *F. DISCLOSURE*

1. Apakah program CSR perusahaan dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan atau dalam laporan lainnya?



## LAMPIRAN 2 HASIL WAWANCARA

### A. UMUM

Wawancara dilakukan dengan Bapak Bambang sebagai Kepala Bagian/ Manajer Hubungan Masyarakat Pabrik

1. Bagaimana proses bisnis PT SidoMuncul?

Bisnis industri PT SidoMuncul adalah jamu dan farmasi. Kegiatan di bidang industri farmasi dan jamu, tapi lahirnya dari jamu jadi produk utama adalah jamu. Tetapi ada produk ikutan atau dampak dari proses yang berkembang menghasilkan produk baru yaitu pengelolaan limbah menjadi pupuk organik. Pupuk organik juga dijual ke umum. PT SidoMuncul merupakan perusahaan intinya, memiliki grup yaitu PT Muncul Mekar yang melakukan distribusi dan pemasaran. Kedua PT Muncul Putra dengan kegiatannya pembuatan kemasan. Kemudian PT Muncul Armada Raya, di bidang transportasi. PT Nutrend Internasional, sebagai jaringan distribusi dalam MLM, termasuk juga produk pupuk. Dalam merk eksklusif kerja sama dengan Nutrend, dengan nama SidoMuncul. Untuk manajemen dan pelaporan sudah terpisah hanya bersifat kerja sama. Kantor pusat pemasaran di Cipete Raya

2. Bagaimana sejarah perusahaan mulai melaksanakan CSR? Kapan mulai mengimplementasikan CSR?

Adanya legalitas CSR dengan perubahan UU PT dan PP Pemerintah dan UU Lingkungan hidup. Legalitas yang ada mengikat dengan *punishment*. Bagi SidoMuncul sebelum adanya UU sudah melakukan CSR. Dasarnya yang pertama karna bagian cara pandang manajemen terhadap lingkungan bahwa keberadaan SidoMuncul merupakan bagian dari lingkungan yang tidak terpisahkan, bahwa keberadaan SidoMuncul merupakan bagian yang terpenting dari lingkungan. Sehingga SidoMuncul menjaga lingkungan tanpa tekanan

dari manapun, tetapi merupakan kepedulian. Yang dimaksud dengan lingkungan disini adalah awalnya dimulai dari yang sederhana dan berkembang seiring dengan perkembangan usaha.

3. Bagaimana pengaruh UU PT No.40 tahun 2007 dalam melaksanakan CSR?

Tidak terlalu risau dengan munculnya UU PT karena CSR bukan sesuatu yang asing. Dengan adanya UU ini, SidoMuncul menyikapinya dengan biasa, bukan suatu hal yang asing karena sudah memiliki jalan sendiri dan dengan adanya UU ini SidoMuncul melakukan sinkronisasi, apa yang dilakukan SidoMuncul alangkah baiknya seperti ini. Sinkronisasi dengan pihak pemerintah seperti dinas sosial atau kesehatan dan tenaga kerja. Sinkronisasi dengan program pemerintah dimana CSR bentuk pemecahan sosial untuk mengurangi permasalahan sosial seperti tenaga kerja, kemiskinan. Sedangkan SidoMuncul memandang CSR itu dengan konsep yang pertama bidang sosial yaitu keterbelakangan dan kemiskinan seperti permasalahan orang cacat dan bencana, kebodohan, kemiskinan. Kedua yaitu sisi lingkungan termasuk di mana perusahaan berada di tengah-tengah masyarakat. Lingkungan di sini tidak hanya masyarakat sekitar pabrik tetapi merupakan seluruh Indonesia karena sudah menjadi bagian dari seluruh masyarakat Indonesia. Setiap tahun ada skala prioritas untuk CSR. Tahun 2011 CSR diprioritaskan pada permasalahan katarak dengan PMI dan Perdami untuk operasi katarak gratis. Pernah juga konsep utama pada peningkatan gizi buruk gizi kurang dan kaki palsu untuk orang cacat. Ada juga dengan bencana dengan tanggap lingkungan, penghijauan.

4. Bagaimana pandangan perusahaan terhadap CSR?

Jadi pandangan CSR lebih pada tanggung jawab bukan karena faktor tekanan dan peraturan yang harus ditaati. Peraturan disinergikan dengan kegiatan perusahaan. Sinergi seperti pelaporan dan sinkronisasi kegiatan dan kerja sama.

5. Bagaimana kebijakan perusahaan mengenai CSR?

Kaitannya dengan program ada penjadwalan. Terkait dengan bencana yaitu tanggap darurat atau kepekaan.

6. Bagaimana posisi struktural CSR dalam perusahaan? Berada dibawah apa? Dan terdiri dari berapa orang bagian CSR? Mengapa?

Berada pada bagian PR atau Humas dibawah langsung dengan kantor pusat marketing. Ide atau gagasan berasal dari berbagai sudut, *top-down*, *bottom-up* tetapi pengambilan keputusan berasal dari atas karena terkait dengan penganggaran. Ide bisa juga datang dari pihak luar untuk kerja sama. Tidak ada bagian khusus CSR, terkait efisiensi. Pengambil keputusan tergantung pada lini kegiatan CSR. Jika nasional harus sampai pada puncak kepemimpinan atau direktur utama.

7. Berasal dari mana dana untuk melaksanakan CSR? Berapa persen dana yang dialokasikan tersebut? Apakah setiap tahunnya sama atautidak? Mengapa?

Dana berasal dari presentase keuntungan perusahaan sebelum dipotong pajak. Sehingga setiap tahun berbeda dan untuk kegiatan CSR 1 tahun.

8. Bagaimana mekanisme survey dalam melaksanakan CSR disuatu tempat? Berapa lama? Dibantu dengan siapa?

Survei dari pihak lain. Ada juga relasi dan partner dari pemerintah dan NGO jika memberikan masukan, direspon dan dilihat apakah sesuai dengan konsep CSR perusahaan. SidoMuncul akan dampingi selalu dari awal hingga akhir, tidak hanya memberikan dana saja tapi memastikan bahwa pelaksanaan sampai pada tujuan akhir. Contohnya: operasi sejak pendaftaran, posisi pelaksanaannya dan kerja sama dengan siapa. Seperti penyerahan bibit tanaman, tidak hanya sebatas tanda-tangan di depan gubernur saja tetapi juga memastikan hingga bibit diterima masyarakat, mengarahkan penanaman, hingga ada hasilnya.

9. Bagaimana strategi pemberdayaan masyarakat yang dilakukan dalam menjalankan CSR?

Konsep CSR ada memberikan ikan dan memberikan kail. Memberikan ikan kepada orang-orang yang benar-benar tidak mampu seperti orang yang miskin dan cacat dalam bentuk sumbangan. Dalam hal pemberdayaan, contohnya orang miskin penyebabnya karena tidak adanya kesempatan dan jaringan, tidak tahu harus apa yang dilakukan sehingga diberikan kail untuk pemberdayaan sehingga dia mampu mandiri. Contohnya petani diajarkan untuk menanam dan membeli bibit dan pemberdayaan masyarakat di hilir yaitu pedagang jamu gendong atau pedagang asongan yang diberikan fasilitas untuk berdagang. Di hulu diberdayakan untuk mengembangkan bahan baku dengan program kemitraan. Petani diajarkan berkelompok, dibina dan budi daya, diberikan akses modal dan bibit walaupun tidak 100% dari SidoMuncul mungkin kerja sama dengan pemerintah dan NGO. Kegiatan ini sudah dijalankan dari tahun 1997 sampai sekarang. 20-30% bahan baku berasal dari program ini dari petani sebagian besar jateng, jabar 1, dan 1 kalsel. Distribusi ke perusahaan dilakukan secara sendiri oleh petani.

10. Bagaimana strategi CSR perusahaan? Apakah berdampak *short term* atau *long term*?

Strateginya dua-duanya. Jika ada bencana maka tanggap darurat dengan bantuan sembako dan obat-obatan.

11. Kendala apa saja yang dialami saat melaksanakan CSR?

Kendala yaitu internal: kebijakan antara sesama pemegang saham tidak sama sehingga keseragamannya tidak mudah. Eksternal: kompleksitas permasalahan sosial yang dihadapi negara sehingga susah menentukan prioritas. Prosedur program *sustain* lama persetujuannya tergantung kegiatannya dilihat dari keadaan lokasi program. Prioritas CSR perusahaan yang *sustain*.

12. Apakah program yang dijalankan telah sesuai dengan tujuan perusahaan sebelumnya?

SidoMuncul memiliki visi untuk memberikan manfaat pada masyarakat dan lingkungan. Jadi selama program sudah memberikan manfaat maka berhasil tetapi jika memberikan masalah baru maka tidak sesuai.

13. Sektor apa saja yang menjadi prioritas atau sering dilakukan perusahaan dalam menjalankan CSR? Mengapa?

Sektor lingkungan dan sosial. Untuk pendidikan hanya diberikan pada yang tidak mampu tetapi jarang karena banyak program lain mengenai pendidikan termasuk anggaran pemerintah 20% untuk pendidikan.

14. Apakah ada pihak yang membantu/bermitra dalam pelaksanaan CSR? Siapa dan mengapa?

Panti asuhan, lembaga sosial lain, lintas departemen seperti Departemen Pertanian dan Departemen Kesehatan, Idami, Departemen Olahraga dan Pemuda. Terkait dengan program apa yang akan dilakukan. Jika berhubungan dengan agrobisnis maka bekerja sama dengan Departemen Pertanian. Jika pemberdayaan daerah yang memiliki hasil bumi banyak tapi tidak dapat dikelola maka berkaitan dengan Departemen Perdagangan. Bentuk kegiatan tergantung pada keadaan, tidak tentu pelatihan atau teoritis saja.

15. Apakah masyarakat dilibatkan dalam tahapan-tahapan pelaksanaan CSR? Sampai sejauhmana? Mengapa?

Dilibatkan menjadi karyawan SidoMuncul sebagai imbal balik dalam perjanjian antara perusahaan dengan masyarakat sekitar ketika akan mendirikan pabrik. Masyarakat dipekerjakan dalam kegiatan produksi, petugas kebersihan, petugas keamanan, dll. Selain itu masyarakat sekitar juga dilibatkan dalam pengembangan bahan baku.

16. Apa saja *value added* yang didapatkan perusahaan dengan adanya CSR?

Adanya peningkatan penjualan perusahaan setiap tahunnya dan meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada produk perusahaan. Selain itu, adanya hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar yang ikut mendukung keberhasilan berjalannya bisnis perusahaan karena terhindar dari konflik dengan masyarakat. Semua ini disebabkan karena adanya partisipasi masyarakat sekitar secara langsung dalam perusahaan sebagai karyawan sehingga masyarakat merasa diperhatikan.

#### B. R&D

Wawancara dilakukan dengan Ibu Wahyu Widayani sebagai Kepala Bagian *Research&Development*.

1. Sumber daya apa sajakah yang diperlukan dalam mendukung keberhasilan produksi SidoMuncul?

Sumber daya manusia (karyawan), teknologi (perangkat lunak), peralatan/mesin, dan bahan baku alami yaitu tanaman obat-obatan tradisional.

2. Apakah terdapat bahan yang mengandung bahan kimiawi? Jika iya, adakah standarisasi pemeriksaan bahan?

Tidak ada

3. Apakah SidoMuncul telah mempunyai fasilitas pendukung yang meliputi sarana dan prasarana seperti dana, peralatan dan perlengkapan lainnya dalam rangka R&D?

Sudah ada. Fasilitas laboratorium, kebun percobaan dan budidaya tanaman obat, *extraction centre*, klinik holistik, dan pengolahan limbah.

4. Apakah SidoMuncul pernah mengadakan pendidikan dan pelatihan atau kerja sama dengan lembaga lain untuk pengembangan produk? Bekerja sama dengan siapa?

Iya, dengan Universitas Diponegoro, Universitas Gajah Mada, Universitas Sanata Dharma, Universitas Widya Mandala, Institut Teknologi Bandung, Balai Penelitian Tanaman Obat Departemen Kesehatan di Tawangmangu, dan Balai Penelitian Tanaman Obat dan Rempah di Bogor.

5. Apakah kerjasama tersebut termasuk ramah lingkungan? Apakah jaminannya atau indikatornya?

Iya, hanya dilihat dari pengolahan limbah yang dihasilkan saja.

6. Apakah penerapan R&D SidoMuncul sudah termasuk ramah lingkungan? Apa indikatornya?

Iya, adanya pengolahan limbah pabrik oleh unit IPAL. Limbah cair perusahaan disaring kembali untuk digunakan dalam menyiram tanaman obat pada kebun yang dimiliki perusahaan. Limbah padat perusahaan diolah untuk menjadi pupuk organik yang kemudian dijual kepada masyarakat umum.

7. Cara apa saja yang biasa digunakan dalam mencari kebutuhan masyarakat saat ini?

Dengan melakukan survei ke masyarakat umum melalui bagian pemasaran.

8. Bagaimana prosedural dalam menciptakan suatu produk yang baru? Siapa saja yang terlibat?

Hasil survei dari bagian pemasaran kemudian dikembangkan oleh bagian R&D yang dimulai dengan menentukan formula, khasiat, teknologi produksi yang digunakan, stabilitas, dan kemudian diberikan sampel kepada masyarakat untuk dilihat respon masyarakat mengenai produk yang baru diproduksi tersebut. Pihak-pihak yang terlibat dalam hal ini adalah bagian pemasaran, R&D, *quality control*, dan produksi.

### C. Produksi

Wawancara dilakukan dengan Ibu Wahyu Widayani sebagai Kepala Bagian *Research&Development*.

1. Apakah SidoMuncul memperhatikan kesehatan dan keselamatan kerja karyawan saat produksi?

Iya. Dengan memberikan jaminan kesehatan, kecelakaan kerja dan kematian kepada karyawan dan memperhatikan keadaan pabrik dan peralatan yang digunakan secara rutin.

2. Bagaimana pengelolaan limbah produksi? Apakah sudah termasuk ramah lingkungan? Apa indikatornya?

Pengolahan limbah dilakukan oleh unit IPAL (Instalasi Pengolahan Air Limbah) dan dapat dikatakan ramah lingkungan karena limbah pabrik diolah kembali menjadi pupuk organik dan limbah cair disaring dan kemudian digunakan untuk menyirami tanaman obat-obatan di kebun budidaya perusahaan.

3. Bagaimana gambaran *supply chain* perusahaan?

Pemasok yang terdiri dari petani binaan, importir, relasi, kebun sendiri, dan pedagang pengumpul mengajukan sampel ke perusahaan untuk diuji. Bahan baku yang benar, bersih dan kering jika sesuai dengan kebutuhan perusahaan akan diajukan pembelian ke bagian purchasing. Setelah dilakukan pemesanan, barang yang datang ke perusahaan akan kembali diuji kesesuaiannya dengan sampel terdahulu. Setelah lolos tahap pengujian barulah bahan baku digunakan dalam kegiatan produksi. Setelah suatu produk selesai diproduksi, dilakukan pengujian keamanan produk untuk setiap *bets* yang diproduksi dan ditinggalkan satu sampel dari setiap *bets*. kemudian dimasukkan ke gudang untuk selanjutnya didistribusikan.

4. Apakah kegiatan produksi melibatkan masyarakat sekitar? Jika iya, dalam bentuk apa?

Iya, masyarakat sekitar pabrik direkrut untuk menjadi karyawan perusahaan. Masyarakat dilibatkan dalam kegiatan produksi,

petugas keamanan, petugas kebersihan, dan lain-lain. Setiap masyarakat yang direkrut dijadikan pegawai tetap.

5. Bagaimana respon masyarakat sekitar dengan kegiatan produksi perusahaan SidoMuncul?

Masyarakat memberikan respon yang baik karena ikut dilibatkan dalam kegiatan produksi perusahaan dan terlihat dari hubungan perusahaan dengan masyarakat yang hingga saat ini berjalan harmonis tanpa adanya konflik yang dapat menghambat proses bisnis perusahaan.

6. Apakah perusahaan melakukan kunjungan langsung ke pemasok? Adakah kriteria khusus atau metodologi dalam pemilihan pemasok yaitu yang peduli lingkungan?

Tidak ada kriteria pemasok yang peduli lingkungan tetapi perusahaan mengadakan audit ke pemasok untuk menjamin kualitas bahan baku yang akan digunakan. Dalam audit pemasok, perusahaan memperhatikan kualitas dari bahan baku yang dimiliki pemasok agar sesuai dengan standar kualitas perusahaan.

7. Bagaimana standar bahan baku yang digunakan? Apa jaminan kesehatannya?

Bahan baku tanaman obat-obatan tradisional alami dengan standar *food grade*.

8. Bagaimana perusahaan menentukan berapa banyak yang diproduksi?

Sesuai kebutuhan produksi yang didapatkan dari pemetaan tren penjualan sebelumnya.

9. Bagaimana sistem penyimpanan yang diterapkan?

Penyimpanan di dalam satu gudang untuk semua produk dengan sistem FIFO (*first in first out*) yang disesuaikan dengan penanggalan kadaluwarsa pada produk.

10. Bagaimana prosedur penetapan harga produk?

Penetapan harga terdiri dari komponen biaya tetap, biaya pengemasan, material, dan biaya pemasaran.

#### 11. Apa kriteria dalam pemilihan lokasi pabrik?

Pemilihan lokasi karena cukup luas, akses keluar masuk yang mudah dijangkau, infrastruktur jalan yang memadai, dan udara lingkungan sekitar yang belum tercemar.

#### D. Konsumen

Wawancara dilakukan dengan Ibu Wahyu Widayani sebagai Kepala Bagian *Research&Development*.

##### 1. Bagaimana jaminan keselamatan produk SidoMuncul pada konsumen?

Adanya uji keamanan produk untuk setiap produksi dan masing-masing kelompok produksi akan disimpan satu sampel untuk terus diperiksa secara periodik sampai batas tanggal kadaluwarsa yang ditetapkan. Selain itu adanya sertifikat CPOB dan CPOTB dari Balai POM sebagai industri bertaraf farmasi dan penggunaan bahan baku alami.

##### 2. Bagaimana cara SidoMuncul dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk?

Melalui iklan, uji imliah produk, pemeriksaan mutu yang ketat dan produksi yang terstandar.

##### 3. Bagaimana cara SidoMuncul mengikat konsumen pada produknya?

Memproduksi produk-produk yang berkualitas dan disesuaikan dengan kebutuhan pasar saat ini dan mengadakan kegiatan-kegiatan pemasaran yang menarik perhatian masyarakat.

##### 4. Bagaimana pendistribusian produk SidoMuncul hingga ke konsumen akhir? Adakah pemilihan distributor khusus?

Pendistribusian dan pemasaran produk PT SidoMuncul ke pasar dilakukan oleh PT Muncul Mekar.

5. Bagaimana respon konsumen pada setiap produk SidoMuncul? Apakah adanya peningkatan penjualan setiap tahunnya?

Masyarakat memberikan respon yang baik pada setiap produk PT SidoMuncul yang terlihat dari tingkat penjualan yang terus meningkat setiap tahunnya.

#### E. SDM

Wawancara dilakukan dengan Bapak Ferry sebagai Kepala Bagian Personalia.

1. Adakah isu perbedaan gender, umur, agama, dan suku dalam pemilihan karyawan?

Tidak ada.

2. Apakah perusahaan mengadakan pendidikan dan pelatihan dalam pengembangan kualitas karyawan?

- Ada. Rutin tiap bulan untuk pelatihan kualitas karyawan, karyawan secara umum, biasanya karyawan baru masuk. Latihan pemadam kebakaran tiga bulan sekali.
  - Latihan CPOB untuk perusahaan jamu yang standarisasi dari Balai POM. SidoMuncul pemegang sertifikat CPOB atau CPOTB dilakukan hampir tiap hari, diikuti dari operator, asisten *supervisor*, *supervisor*, kepala unit, manajer, *maintenance*, perawat gedung, dan lain-lain.
  - Pelatihan tenaga kerja wanita → sosialisasi mengenai HIV Aids dan membuat bilik ASI untuk tenaga kerja wanita yang sedang bekerja dan waktunya harus mengeluarkan ASI dan ditempatkan pada tempat steril.
  - Pelatihan K3 frekuensi hampir sama dengan CPOB.
3. Bagaimana dengan hak karyawan seperti gaji dan tunjangan lainnya?
- Gaji karyawan yang paling rendah menggunakan UMK 880ribu ditambah 10ribu. Tunjangan tidak tetap (karyawan tidak masuk, tidak dapat) seperti uang makan dan transportasi masing-masing

enam ribu sehari, premi atau insentif empat puluh ribu sebulan, tunjangan tetap (tidak masuk, tetap dapat) seperti masa kerja.

- Jamsostek: kematian, kecelakaan kerja dan hari tua.
  - Jaminan kesehatan melalui mandiri, diperbolehkan sepanjang tidak lebih rendah dari Jamsostek. Mardi Mulyo 24jam, RS. Panti Wilasa, RS. Sultan Agung, RSUD Ungaran, RSUD Ambarawa dan dokter-dokter praktek keluarga untuk semua tingkat karyawan. Keluarga ini ditanggung juga kesehatannya selama yang bekerja pada SidoMuncul adalah laki-laki atau kepala keluarganya.
4. Bagaimana dengan kebijakan pensiun perusahaan? Apakah ada tunjangan khusus?
- UU No. 13 tahun 2003, umur 55 tahun. Pesangon dan penghargaan kerja diberikan sesuai peraturan. Ada juga *reward* untuk masa kerja tertentu dalam bentuk uang. Tingkatan *reward* sesuai masa kerja.
5. Apakah perusahaan mengadakan pelatihan kepada keluarga karyawan?
- Belum ada secara khusus hanya ada program yang memberikan efek pada keluarga seperti program ASI dan pelatihan ASI. Untuk beasiswa hanya diberikan pada sekolah di sekitar perusahaan dan santunan untuk guru yang tidak diangkat.
  - Untuk karyawan sekitar adanya tuntutan untuk bekerja dalam SidoMuncul hanya melalui tahap yang sama dengan perekrutan biasa. Hanya panggilan kerja dikelompokkan sesuai dengan masyarakat sekitar. Tingkat pendidikan menyesuaikan dengan posisi kerja yang dilamar. Untuk operator minimal SMA atau SMK untuk lebih terampil.
  - SidoMuncul jadi contoh untuk Balai POM mendapat sertifikat internasional.
  - Perekrutan karyawan dilakukan sendiri, tanpa kerja sama dengan pihak luar. Memiliki 2 psikolog sebagai karyawan tetap karena permintaan karyawan yang berubah-ubah, kadang banyak dan butuh cepat. SidoMuncul tidak ada *outsourse*. Ada karyawan

borongan untuk bagian *packing* tetapi dilakukan di dalam pabrik, semakin banyak yang di-*packing*, semakin banyak bayaran.

- Kerja karyawan sistem *shift* (1,2,3,*long shift*) dan lembur untuk karyawan bagian produksi.

#### *F. DISCLOSURE*

Wawancara dilakukan dengan Bapak Bambang sebagai Kepala Bagian Hubungan Masyarakat.

1. Apakah program CSR perusahaan dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan atau dalam laporan lainnya?

Kegiatan CSR perusahaan hanya dilaporkan secara khusus kepada direksi dan bersifat tertutup. Selain itu, perusahaan juga membuat suatu laporan kegiatan CSR kepada Dinas Sosial.