



UNIVERSITAS INDONESIA

ANALISIS PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) PADA PT. PERKEBUNAN NUSANTARA IV-MEDAN

TESIS

DWI ENDAH MIRA MANURUNG
1006740694

FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI
JAKARTA
MEI 2012



UNIVERSITAS INDONESIA

ANALISIS PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) PADA PT. PERKEBUNAN NUSANTARA IV-MEDAN

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Magister Akuntansi

TESIS

DWI ENDAH MIRA MANURUNG
1006740694

FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI
JAKARTA
MEI 2012

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Dwi Endah Mira Manurung
NPM : 1006740694
Tanda Tangan :

Tanggal : 29 Juli 2012

HALAMAN PENGESAHAN

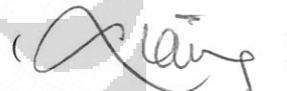
Tesis ini diajukan oleh

Nama : Dwi Endah Mira Manurung
NPM : 1006740694
Program Studi : Magister Akuntansi
Judul Tesis : Analisis Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
pada PT. Perkebunan Nusantara IV-Medan

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ruddy Koesnadi, M.Ak 

Penguji : Dr. Lianny Leo 

Penguji : Dr. Gede Harja Wasistha, CMA 

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Juli 2012

Mengetahui,
Ketua Program



Prof. Dr. Lindawati Gani, CMA
NIP. 196205041987012001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus karena atas segala berkatnya dapat menyelesaikan penulisan tesis ini. Banyak kesulitan yang dihadapi oleh penulis dalam penulisan tesis ini, baik dalam penelitian maupun dalam penyusunannya. Namun berkat kerja keras, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak akhirnya tesis ini dapat diselesaikan.

Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Lindawati Gani, CMA sebagai ketua program Maksi UI.
2. Bapak Ruddy Koesnadi selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing saya hingga selesainya penulisan tesis ini.
3. Pak Wasis, ibu Lianny dan segenap dosen dan karyawan Sekretariat Program Magister Akuntansi UI; Mas Bambang, Mas Imam, Mas Darji, Mbak Nia, Mbak Dini, Mbak Sara atas bantuan yang diberikan kepada saya selama berkuliah di Maksi UI.
4. Mama, papa, abang, dito, bibik dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan kepada saya.
5. Sahabat dan teman-teman di Maksi UI yang selalu memberikan dukungan kepada saya dalam penyelesaian tesis ini (Andry, Anto, Erzy, Ayu, Dita, Frendy, Eka, Pak Azwir dan keluarga, Indra, Pak Halim, dan Furqon).
6. Teman-teman di kantor yang selalu mendukung saya dalam mengerjakan tesis ini sampai selesai (terutama Bu Merry, Pak Djamot, Pak Suresh, Mbak Nining Dini, Kiky dan Icha) dan kepada pak Samsul, Novi, Tika, Andre, pak Indra, Bari dan Dayu.
7. Sahabat saya Gus Artha, Rebecca, Dje dan Ay yang selalu mendoakan yang terbaik buat saya dan menemani di kala suka maupun duka.

Semoga tesis ini membawa manfaat bagi semua pihak yang terkait. Tuhan memberkati kita semua.

Jakarta, 29 Juli 2012

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Dwi Endah Mira Manurung
NPM : 1006740694
Program Studi : Magister Akuntansi
Departemen : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Tesis

demikian 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 PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR)* PADA PT. PERKEBUNAN
NUSANTARA IV-MEDAN**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas RoyaltiNoneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan,mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, danmempublikasikan 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 : Jakarta

Pada tanggal : 29 Juli 2012

Yang menyatakan

(Dwi Endah Mira Manurung)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Peneltian	11
1.5 Metodologi Penelitian	12
1.5.1 Jenis Penelitian	12
1.5.2 Metode Pengumpulan Data	12
1.6 Pembatasan Masalah.....	12
1.7 Sistematika Penulisan.....	13
2. LANDASAN TEORI	14
2.1 Teori yang mempengaruhi <i>Corporate Social Responsibility</i>	14
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i>	14
2.1.2 Strategi Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
2.2 Perkembangan konsep <i>Corporate Social Responsibility</i>	27
2.2.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	28
2.2.2 Konsep <i>Triple Bottom Line</i>	31
2.3 Perkembangan <i>Corporate Social Responsibility</i> di Indonesia	36
2.3.1 Aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i>	36
2.3.2 Pengungkapan Aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam Laporan Tahunan.....	38
2.3.3 Cara Pandang Perusahaan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i>	39
2.4 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	44
2.4.1 Manfaat bagi perusahaan	44
2.4.2 Manfaat bagi masyarakat dan lingkungan	48
3. LATAR BELAKANG PERUSAHAAN	49
3.1 Profil Perusahaan	49
3.2 Visi, Misi, Budaya serta Maksud dan Tujuan Perusahaan	49
3.3 Sasaran dan Strategi Perusahaan	52

3.4 Usaha Pokok Perusahaan.....	56
3.5 Produk dan Layanan	57
3.6 Struktur Organisasi	58
3.7 Perusahaan Afiliasi	59
3.8 Kinerja Perusahaan	60
4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Pemahaman PT. Perkebunan Nusantara IV atas <i>Corporate Social Responsibility</i>	62
4.2 Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada PT. Perkebunan Nusantara IV	68
4.2.1 Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT. Perkebunan Nusantara IV	68
4.2.2 Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap konsep <i>Triple Bottom Line</i>	78
4.2.3 Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Hendeberg's CSR Pyramid</i>	82
4.3 Manfaat dari penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> bagi PT. Perkebunan Nusantara IV.....	85
5. Kesimpulan dan Saran	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	92
DAFTAR REFERENSI	95
LAMPIRAN	

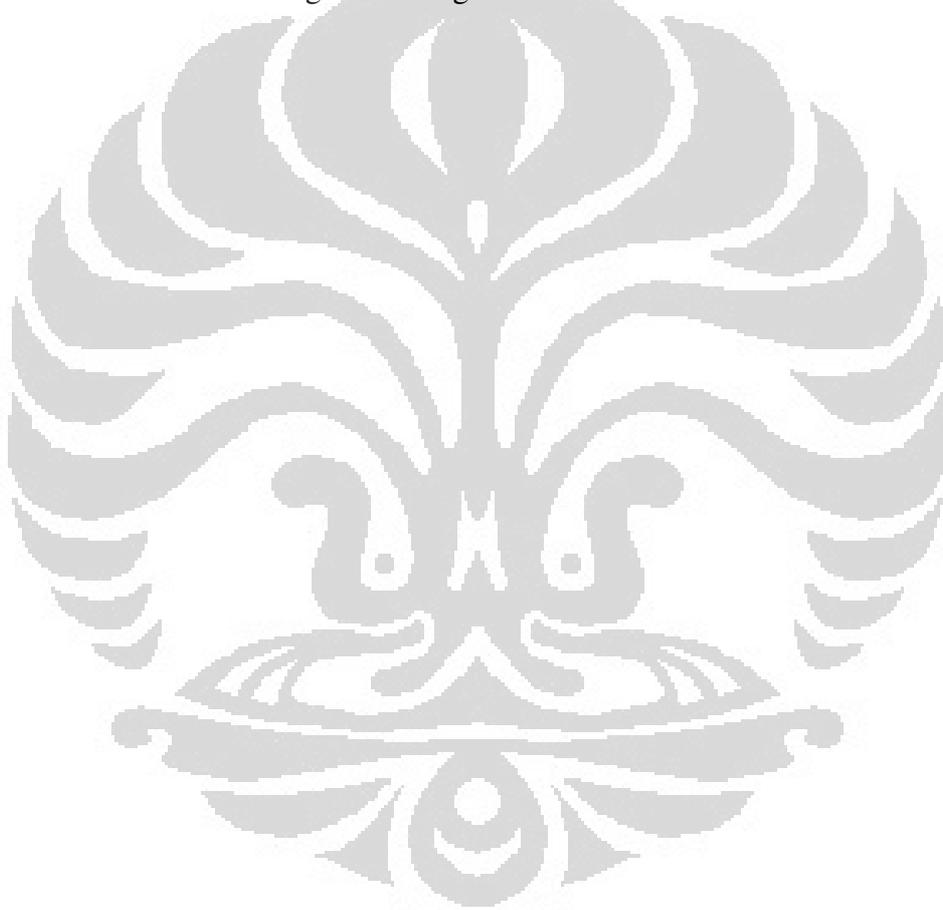
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Komponen CSR.....	21
Tabel 4.1	Perbandingan Ruang Lingkup PKBL dan CSR	70
Tabel 4.2	Penyaluran Program Kemitraan Berdasarkan Wilayah Tahun 2007 s/d 2011	74
Tabel 4.3	Akumulasi Sumber dan Penggunaan Dana Mitra Binaan s/d Tahun 2011	75
Tabel 4.4	Penyaluran Pinjaman Dana Program Kemitraan.....	75
Tabel 4.5	Perkembangan Mitra Binaan.....	76
Tabel 4.6	Penyaluran Bina Lingkungan Berdasarkan Wilayah Tahun 2007 s/d 2011	77
Tabel 4.7	Akumulasi Sumber dan penggunaan Dana Bina Lingkungan s/d Tahun 2011	78
Tabel 4.8	<i>Framework</i> Audit Program CSR.....	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Ruang Lingkup <i>Stakeholder</i>	16
Gambar 2.2	<i>Carroll's CSR Pyramid</i>	20
Gambar 2.3	<i>Hendeberg's CSR Pyramid</i>	25
Gambar 2.4	<i>Strategic CSR Cycle Model</i>	26
Gambar 2.5	Hubungan <i>People, Profit</i> dan <i>Planet</i> menuju <i>Sustainable Development</i>	32
Gambar 2.6	Hubungan <i>Sustainable Development</i> dan <i>CSR</i>	33
Gambar 3.1	Struktur Organisasi dari PT. Perkebunan Nusantara IV-Medan.....	59
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Bagian PKBL.....	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Penghargaan dan sertifikasi yang diterima PTPN-IV	98
Lampiran 2	Petunjuk Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT. Perkebunan Nusantara IV-Medan	102



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi yang semakin meningkat dan tingkat kesadaran masyarakat yang semakin tinggi menyebabkan konsep tanggung jawab perusahaan yang hanya untuk mencari keuntungan semata menjadi tidak relevan. Seiring dengan berkembangnya perusahaan, maka pengaruh perusahaan tersebut juga akan semakin besar. Hal ini menimbulkan banyaknya gerakan yang menghimbau agar pelaku bisnis menjalankan perilaku bisnis yang memiliki kesadaran sosial dan berperilaku secara bertanggung jawab (Monik, 2008).

Tidak ada yang menyangkal bahwa perusahaan telah memberikan sumbangan bagi kemajuan ekonomi dan peningkatan sumber daya manusia. Namun, selain membawa dampak positif, perusahaan juga membawa dampak negatif dengan skala yang sama. Kerusakan lingkungan, proses pemiskinan, marginalisasi kelompok masyarakat rentan, semakin lebarnya kesenjangan ekonomi serta pengaruhnya terhadap proses politik yang tidak demokratis di berbagai jenjang pemerintahan adalah sebagian dari dampak negatif yang ditimbulkan (www.csrindonesia.com).

Perusahaan tidak hanya memiliki sisi tanggung jawab ekonomis kepada *shareholders* seperti bagaimana memperoleh keuntungan dan menaikkan harga saham atau tanggung jawab legal kepada pemerintah. Perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungannya. Hal ini disebabkan karena sumber-sumber ekonomi yang digunakan oleh perusahaan secara keseluruhan berasal dari lingkungan dan pada akhirnya dikonsumsi juga oleh lingkungan.

Kekuasaan yang terpusat pada bisnis modern semakin memperlihatkan bahwa setiap tindakan yang diambil perusahaan membawa dampak yang nyata terhadap kualitas hidup masyarakat. Hal ini menyebabkan perusahaan mempunyai

tanggung jawab sosial yang sangat besar terhadap lingkungannya. Hal ini juga didukung dengan pernyataan Wibisono dalam buku dalam buku, “Membedah Konsep dan Aplikasi CSR”; “Tanggung jawab sosial perusahaan bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi (menghasilkan *profit* demi kelangsungan usaha) melainkan juga tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan. Dunia usaha tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berlandaskan pada *Single Bottom Line*, yaitu nilai perusahaan (*Corporate Value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya” (Wibisono, 2007).

Keberadaan perusahaan telah mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, namun di sisi lain eksploitasi sumber-sumber daya alam oleh sektor industri seringkali menyebabkan terjadinya degradasi lingkungan. Perusahaan tidak dapat melepaskan tanggung jawabnya baik terhadap lingkungan maupun masyarakat yang ada di sekitarnya, karena jika perusahaan ingin tetap memiliki keberlanjutan, maka perusahaan harus memperhatikan baik masyarakat maupun lingkungannya.

Perusahaan sebagai entitas ekonomi, apapun bentuk industrinya bertujuan untuk mencetak laba yang optimal demi peningkatan kekayaan para pemegang saham, namun hal ini saja belum cukup, “keberlanjutan bisnis perusahaan” (*Sustainable Business*) tidak terjamin hanya mengandalkan pada laba yang tinggi. Perusahaan harus memiliki komitmen yang tinggi untuk menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Darwin, 2006).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara singkat dapat diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan kepada para pemangku kepentingan atau *stakeholder*. *Stakeholder* tersebut merupakan pihak-pihak yang berkepentingan, baik langsung maupun tidak langsung terhadap eksistensi atau aktivitas perusahaan, seperti karyawan, pemegang saham, konsumen, masyarakat, pers, maupun pemerintah.

Wineberg dan Rudolph (2004) memberi definisi CSR sebagai: “*The contribution that a company makes insociety through its core business activities, its social investment and philanthropy programs, and its engagement in public policy*)”

Terobosan besar dalam konteks CSR dilakukan oleh John Elkington melalui konsep “3P” (*Profit, People, and Planet*) dalam bukunya “*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*” yang dirilis pada tahun 1997. Ia berpendapat, jika perusahaan ingin “*sustain*”, maka perusahaan perlu memperhatikan 3P, yaitu bukan hanya mementingkan keuntungan (*Profit*), namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*People*), dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*Planet*) (Wibisono, 2007).

CSR pada perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berdasar pada *Single Bottom Line* yang direfleksikan pada kondisi keuangannya saja, namun tanggung jawab perusahaan harus berpedoman pada *Triple Bottom Line*, yaitu keuangan, sosial dan lingkungan. Hal ini semakin mencerminkan bahwa aspek keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (Monik, 2008).

CSR juga semakin berkembang setelah diselenggarakan *World Summit on Sustainable Development* (WSSD) tahun 2002 di Johannesburg, Afrika Selatan yang menekankan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan. Kemudian CSR mulai terus berjalan dan berkembang dengan berbagai konsep dan definisi. Kesadaran menjalankan CSR akhirnya tumbuh menjadi tren global, terutama dengan munculnya produk-produk yang ramah lingkungan yang diproduksi dengan memperhatikan kaidah sosial dan hak asasi manusia (www.csrindonesia.com).

Dalam menghadapi beberapa isu yang terkait dengan keberadaan perusahaan di tengah-tengah masyarakat, terdapat pandangan yang saling bersinggungan. Pihak yang menolak perlunya tanggung jawab perusahaan berpendapat bahwa tanggung jawab ini bukan melekat pada perusahaan melainkan ada pada pemerintah, karena perusahaan sudah memenuhi kewajibannya dengan membayar pajak kepada pemerintah. Sedangkan, pihak lain beranggapan bahwa perusahaan tidak dapat

melepaskan begitu saja tanggung jawabnya, karena terkait dengan pemilik dan karyawan yang berada di perusahaan tersebut sehingga perusahaan dalam hal ini juga tidak dapat hanya memikirkan keuntungan saja melainkan harus memiliki kepedulian kepada publik khususnya masyarakat yang berada di sekitarnya (Sudewo, 2008).

Banyaknya tanggapan mengenai CSR menunjukkan isu ini kini sudah semakin diperhatikan dan menjadi tren bagi perusahaan-perusahaan. Aktivitas CSR memang memperlihatkan kecenderungan yang sangat meningkat, baik di Indonesia maupun di berbagai negara. Sulit dipahami bahwa wacana CSR yang sebelumnya merupakan isu marjinal, kini telah menjadi isu sentral. Komitmen untuk bertanggung jawab secara sosial disadari bahwa keuntungan untuk keberlangsungan suatu entitas usaha secara jangka panjang hanya bisa didapatkan dengan adanya kesejahteraan masyarakat (www.csrindonesia.com).

CSR yang kini banyak diimplementasikan banyak perusahaan mengalami evolusi dan perkembangan dalam rentang waktu yang cukup panjang. Pada saat industri berkembang setelah terjadi revolusi industri, kebanyakan perusahaan masih memfokuskan dirinya sebagai organisasi yang mencari keuntungan saja. Seiring dengan perkembangan masyarakat dan cara pandang perusahaan terhadap dirinya sendiri terjadi perubahan. Masyarakat tak hanya menuntut organisasi bisnis untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukannya, melainkan juga menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab secara sosial karena kegiatan operasional perusahaan umumnya juga memberikan dampak negatif, misalnya eksploitasi sumber daya dan rusaknya lingkungan di sekitar operasi perusahaan.

Perkembangan CSR di luar negeri sudah banyak dikenal, bahkan di beberapa negara, CSR digunakan sebagai salah satu indikator penilaian kinerja sebuah perusahaan, antara lain dengan dicantumkannya informasi CSR di dalam catatan laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan. Selain itu, perusahaan di luar negeri telah melakukan CSR dengan memberikan kontribusinya kepada masyarakat dan lingkungan sekitar sebagai perwujudan pengimplementasian. Sebagai contoh, McDonald juga mendirikan Ronald McDonald House Charities yang telah berjalan lebih dari 30 tahun serta Ben & Jerry's dengan memberikan

kontribusi sebesar 1,1 juta dolar AS per tahun melalui kegiatan kemanusiaan. Body Shop dari awal kemunculannya telah menunjukkan perhatiannya pada dunia ketiga, tidak melakukan uji coba pada hewan, serta menolak kekerasan dalam rumah, bahkan Nike pernah mendapatkan *CSR Award* pada tahun 2008 atas *Corporate Responsibility Report* oleh *PR News* (www.prnewsonline.com).

Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) atau aktivitas sosial perusahaan, walaupun tidak menamainya sebagai CSR. Secara faktual kegiatannya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Pada kenyataannya perusahaan yang melakukan CSR masih sangat sedikit dan pemahaman mengenai CSR pun masih belum merata. Di Indonesia, hal ini masih dianggap sebagai konsep. Hal ini diperkuat oleh penelitian Chambers terhadap pelaksanaan CSR di tujuh Negara Asia, yakni India, Korea Selatan, Thailand, Singapura, Malaysia, Filipina, dan Indonesia. Dari masing-masing negara diambil 50 perusahaan yang berada pada peringkat atas berdasarkan pendapatan operasional untuk tahun 2002, lalu dikaji implementasi CSR-nya. Hasilnya, Indonesia tercatat sebagai negara yang paling rendah penetrasi pelaksanaan CSR dan derajat keterlibatan komunitasnya (Wibisono, 2007).

Isu CSR dapat dikatakan sebagai parameter kedekatan era kebangkitan masyarakat (*civil society*). Oleh sebab itu, sudah seharusnya CSR tidak hanya bergerak dalam aspek *philantropy* (yakni dorongan kemanusiaan yang biasanya bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan sosial maupun level strategi, melainkan harus naik ke tingkat kebijakan (*policy*) yang lebih makro dan riil. Dunia usaha harus dapat mencontoh perusahaan-perusahaan yang telah terlebih dahulu melaksanakan program CSR sebagai salah satu kebijakan dari manajemen perusahaan. Misalnya, PT. Bogasari memiliki program CSR yang terintegrasi dengan strategi perusahaan, melalui pendampingan para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis terigu, seperti yang telah kita ketahui bahwa mereka adalah

konsumen utama dari produk perusahaan ini. Demikian juga dengan PT. Unilever yang memiliki program CSR berupa pendampingan kepada petani kedelai. Bagi kepentingan petani, adanya program CSR ini berperan dalam meningkatkan kualitas produksi, sekaligus menjamin kelancaran distribusi. Sedangkan bagi Unilever sendiri, hal ini akan menjamin pasokan bahan baku untuk setiap produksi mereka yang berbasis kedelai, seperti kecap Bango, yang telah menjadi salah satu andalan produknya. Ada kalanya program CSR perusahaan tidak harus berada pada tingkat produsen dan pengembangan produk, tetapi dapat mencakup aspek-aspek lain, misalnya pendidikan dan pelatihan, serta konservasi. Implementasi CSR pada bidang pendidikan sedang menjadi tren di dunia usaha. Program seperti ini cenderung memfokuskan pada edukasi bagi generasi mendatang, pengembangan kewirausahaan, pendidikan finansial, maupun pelatihan-pelatihan. Misalnya, PT. Astra International Tbk telah membentuk Politeknik Manufaktur Astra yang menghabiskan dana puluhan milyar. Selain itu, ada juga program dari HM Sampoerna untuk mengembangkan pendidikan melalui Sampoerna Foundation dan untuk program ini, Sampoerna telah menghabiskan dana tidak kurang dari Rp 47 miliar. Hal ini semakin memperjelas bahwa CSR sangat bermanfaat untuk masyarakat dan dapat meningkatkan *image* perusahaan. Oleh sebab itu, seharusnya dunia usaha tidak memandang CSR sebagai suatu tuntutan represif dari masyarakat, melainkan sebagai kebutuhan dunia usaha (Tanudjaja, 2006).

Dengan tidak mengimplemetasikan CSR pada perusahaan, banyak perusahaan yang pada akhirnya mengalami kesulitan dalam operasionalnya bahkan sampai harus terhenti kegiatannya akibat adanya keluhan dari masyarakat. Hal ini dapat dilihat pada kasus PT. Freeport Indonesia di Papua, TPST bojong di Bogor, PT. Newmont di teluk Buyat, atau bahkan yang lebih fenomenal yaitu kasus lumpur panas di ladang migas PT. Lapindo Brantas di Sidoarjo sehingga pada akhirnya justru mengeluarkan anggaran yang lebih besar lagi (www.sinarharapan.co.id).

Perusahaan yang kepemilikan sahamnya sebagian besar maupun seluruhnya dimiliki pemerintah seperti Badan Usaha Milik Negara (BUMN) memiliki peran dan fungsi yang strategis sebagai pelaksana pelayanan publik, penyeimbang

kekuatan-kekuatan swasta besar, dan turut membantu pengembangan usaha kecil/koperasi. Demikian pentingnya keberadaan suatu BUMN dan untuk memberikan landasan hukum yang kuat bagi ruang gerak usaha BUMN, maka pemerintah bersama-sama dengan DPR menyetujui dan mengesahkan Undang-undang (UU) No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN (UU BUMN) yang mulai berlaku sejak tanggal 19 Juni 2003. Pasal 2 ayat (1) huruf e UU BUMN menyebutkan bahwa salah satu maksud dan tujuan pendirian BUMN adalah turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan lemah, koperasi, dan masyarakat. Selanjutnya didalam Pasal 88 ayat (1) UU BUMN tersebut disebutkan bahwa BUMN dapat menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan usaha kecil dan koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN. BUMN sebagai badan usaha yang kepemilikan sahamnya mayoritas dikuasai oleh negara mendapatkan perhatian yang luas dari masyarakat, terutama kinerja BUMN yang bagi kebanyakan orang dianggap tidak efisien dan tidak baik.

CSR yang sedang berkembang baik secara global maupun secara nasional penerapannya sudah mencakup ke banyak perusahaan termasuk pada BUMN. Banyak BUMN yang mengklaim telah menerapkan CSR dalam perusahaannya termasuk BUMN yang bergerak pada sektor perkebunan yang kini semakin aktif menerapkan program CSR.

Salah satu BUMN pada sektor perkebunan adalah PT. Perkebunan Nusantara IV (PTPN-IV) yang secara khusus bergerak pada bidang agroindustri kelapa sawit. Wujud penerapan CSR di PTPN-IV didasari regulasi pemerintah yang dituangkan dalam aktivitas Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. CSR mengacu pada PER-05/MBU/2007 dan SE-04/MBU.S/2007 tentang penerapan pedoman Akuntansi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Unit PKBL sebagai pelaksana program CSR PTPN-IV mempunyai kewenangan dalam pengelolaan dan pelaporan aktivitas sosial, sehingga PKBL mempunyai kedudukan yang mandiri dan berkewajiban untuk menyajikan laporan keuangan secara terpisah dengan laporan keuangan perusahaan serta bertanggung jawab atas aktivitas ekonomi dan pengendalian administrasinya.

PTPN-IV dalam hal ini memiliki kepedulian terhadap lingkungan yang tercermin dalam visi perusahaan yaitu “Menjadi pusat keunggulan pengelolaan perusahaan agroindustri kelapa sawit dengan tata kelola perusahaan yang baik serta berwawasan lingkungan.”

Bentuk kepedulian PTPN-IV pada lingkungan masyarakat atau *Community Development* (CD) ditangani oleh sebuah bagian usaha yang semula disebut PUKK (Program Usaha Kecil dan Koperasi), lalu diperluas menjadi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), sesungguhnya dipakai untuk melaksanakan program CSR sebagaimana diamanatkan Undang-Undang No.40/2007.

Program PKBL di PTPN-IV dilaksanakan secara konsekuen dan transparan. PTPN sudah lebih maju dalam melaksanakan undang-undang yang wajib dilaksanakan oleh perusahaan yang berkecimpung atau memanfaatkan sumber daya alam ini. Dengan kata lain, tidak hanya sekedar menjaga komitmen kepada masyarakat tapi juga patuh terhadap amanat Undang-Undang No.40/2007.

PTPN-IV tidak akan mengubah kebijakan mengenai bantuan kemitraan dan bina lingkungan, dana PKBL tetap disalurkan dan jumlahnya disesuaikan dengan laba perusahaan setiap tahun. Hal ini berarti jika laba perusahaan naik sebagaimana kecenderungan setiap tahunnya maka alokasi dana untuk PKBL juga akan meningkat. Hal ini dapat dilihat dari naiknya penyaluran dana PKBL tahun ke tahun. Menurut data Biro Riset Infobank 2011 atas Laporan Keuangan PTPN-IV selama dua tahun berturut-turut yaitu 2009 dan 2010 dengan kriteria rating pertumbuhan (30%), dan Rasio Keuangan (70%), menempatkan PTPN-IV peringkat ke-5 dari 48 perusahaan BUMN yang berpredikat “Sangat Bagus” (www.bumn.go.id).

Sejalan dengan peningkatan jumlah laba dana PKBL yang disalurkan, PTPN-IV juga berusaha untuk memperluas segmentasi penerimaan bantuan di bidang kemitraan misalnya usaha yang dibantu melingkupi industri, jasa perdagangan, perikanan, perkebunan, pertanian dan peternakan. Sedangkan di Bidang Bina Lingkungan diutamakan diarahkan kepada korban bencana alam, pendidikan dan

pelatihan, kesehatan, pengembangan sarana dan prasarana umum, sarana rumah ibadah sampai pelestarian lingkungan hidup. Untuk daerah penerima bantuan, PTPN-IV mengutamakan daerah yang berada di sekitar/wilayah unit kebun berada. Program CSR PTPN-IV juga membangun kepedulian kepada masyarakat di sekitar perusahaan. Dengan kata lain, PTPN-IV ingin menerapkan konsep 3P, yakni *profit*, *people* dan *planet* sebagai filosofi dalam menjalankan usaha sekaligus untuk mewujudkan tata kelola perusahaan yang baik atau *Good Corporate Governance* (GCG) (www.ptpn4.co.id , 2010).

Di sisi lain, atas usaha dan komitmen pada penerapan CSR yang dilakukan oleh PTPN-IV, penelitian ini juga mempertimbangkan berbagai aspek yang dianggap memiliki hubungan langsung dengan keadaan yang dialami oleh masyarakat dan lingkungan sekitar lokasi perkebunan PTPN-IV dan dampak lingkungan yang terjadi akibat adanya kegiatan perkebunan.

Salah satu komoditi utama pada PTPN-IV adalah kelapa sawit. Kelapa sawit menjadi salah satu kemajuan khususnya di bidang perkebunan. Nama kelapa sawit pun mulai populer seiring tren pengadaan perkebunan kelapa sawit berskala besar di daerah yang berpotensi objek lahan. Hal ini pun menjadi perhatian publik, dan tidak terkecuali oleh masyarakat lokal yang tentunya terkena dampaknya. Masyarakat lokal mulai mengemukakan pendapatnya setelah mengetahui bahwa dampak perkebunan kelapa sawit ini begitu besar bagi keberlangsungan hidup, dan mereka pun mulai menentang dan menolak keras adanya perkebunan sawit.

Pertumbuhan sektor kelapa sawit telah menghasilkan angka-angka pertumbuhan ekonomi yang sering digunakan pemerintah untuk mendatangkan investor ke Indonesia, namun pengembangan areal perkebunan kelapa sawit ternyata menyebabkan meningkatnya ancaman terhadap keberadaan hutan Indonesia karena pengembangan areal perkebunan kelapa sawit utamanya dibangun pada areal hutan konversi. Konversi hutan alam masih terus berlangsung hingga kini bahkan semakin besar karena usaha pemerintah yang ingin menjadikan Indonesia sebagai produsen minyak sawit terbesar di dunia.

Akibat deforestasi tersebut bisa dipastikan Indonesia mendapat ancaman hilangnya keanekaragaman hayati dari ekosistem hutan hujan tropis yang akan menyebabkan hilangnya budaya masyarakat di sekitar hutan. Di samping itu, praktek konversi hutan alam untuk pengembangan areal perkebunan kelapa sawit telah menyebabkan jutaan hektar areal hutan konversi berubah menjadi lahan terlantar berupa semak belukar dan/atau lahan kritis baru. Pembukaan lahan seringkali dilakukan dengan cara tebang habis dan *land clearing* dengan cara pembakaran demi efisiensi biaya dan waktu.

Timbulnya konflik horisontal dan vertikal akibat masuknya perkebunan kelapa sawit, seperti konflik antar warga yang menolak maupun yang menerima masuknya perkebunan sawit dan bentrokan yang terjadi antara masyarakat dengan aparat pemerintah akibat sistem perijinan perkebunan sawit juga menjadi perhatian. Hal yang paling memprihatinkan, praktek konversi hutan alam untuk pembangunan perkebunan kelapa sawit seringkali menjadi penyebab utama bencana alam seperti banjir dan tanah longsor. Dampak negatif terhadap lingkungan menjadi bertambah serius karena dalam prakteknya pembangunan perkebunan kelapa sawit tidak hanya terjadi pada kawasan hutan konversi, melainkan juga dibangun pada kawasan hutan produksi, hutan lindung, dan bahkan di kawasan konservasi yang memiliki ekosistem yang unik dan mempunyai nilai keanekaragaman hayati yang tinggi (www.sawitwatch.or.id).

1.2 Perumusan Masalah

Memperhatikan latar belakang permasalahan di atas, penelitian ini difokuskan kepada permasalahan sebagai berikut:

- a. Bagaimana pemahaman PT. Perkebunan Nusantara IV atas *Corporate Social Responsibility*?
- b. Bagaimana penerapan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Perkebunan Nusantara IV dan kesesuaiannya dengan konsep-konsep CSR khususnya *Triple Bottom Line* dan *Hendeberg's CSR Pyramid*?
- c. Apa manfaat dari penerapan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Perkebunan Nusantara IV?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan umum penulisan ini adalah untuk menggambarkan tentang pemahaman PT. Perkebunan Nusantara IV atas *Corporate Social Responsibility* dan penerapannya sehingga dapat diketahui aspek-aspek penting terkait baik secara ekonomi, sosial atau lingkungan. Penelitian juga didasari konsep *Triple Bottom Line* dan *Hendeberg's CSR Pyramid* sebagai *benchmark* atas pelaksanaan CSR pada perusahaan ini. Setelah itu dapat diketahui manfaat penerapan CSR bagi perusahaan.

Tujuan khusus dari penulisan ini adalah untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi mengenai:

- a. Pemahaman PT. Perkebunan Nusantara IV atas *Corporate Social Responsibility*.
- b. Penerapan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Perkebunan Nusantara IV dan kesesuaiannya dengan konsep-konsep CSR khususnya *Triple Bottom Line* dan *Hendeberg's CSR Pyramid*.
- c. Manfaat dari penerapan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Perkebunan Nusantara IV.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT. Perkebunan Nusantara IV
Diharapkan hasil tulisan ini dapat memberikan sumbangan informasi bagi PT. Perkebunan Nusantara terutama dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sebagai salah satu strategi bisnis perusahaan khususnya ditinjau dari teori *Triple Bottom Line* dan *Hendeberg's CSR Pyramid*.
2. Bagi Akademis
Diharapkan hasil tulisan ini dapat menambah dan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan khususnya mengenai pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dan kaitannya dengan konsep-konsep CSR khususnya *Triple Bottom Line* dan *Hendeberg's CSR Pyramid*.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Jenis Penelitian

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif yang dilakukan secara objektif yaitu dengan menggambarkan dan menjabarkan secara jelas permasalahan yang ada pada objek yang diteliti dengan menggunakan cara berpikir deduktif yang pada akhirnya akan dilakukan perbandingan dengan teori-teori yang berhubungan. Penelitian ini meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi obyek penelitian berdasarkan apa yang terjadi.

1.5.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan data sekunder yaitu dokumen resmi PT. Perkebunan Nusantara IV, baik dokumen *intern* yang berupa data-data perusahaan, pengumuman, instruksi, standar pelaksanaan, maupun aturan mengenai *Corporate Social Responsibility*. Data juga didapat dari data *ekstern*, berupa laporan yang dikeluarkan suatu lembaga, berita-berita yang disiarkan ke media massa, pengumuman atau pemberitahuan.

1.6 Pembatasan Masalah

Dengan memperhatikan keberadaan para pemangku kepentingan (*Stakeholder*) yang terkait dengan aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT. Perkebunan Nusantara IV-Medan, penulisan tesis ini akan dilakukan dengan membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Periode data yang digunakan pada penelitian ini adalah selama 5 tahun yaitu dari tahun 2007 sampai tahun 2011.
2. Penelitian ini dilakukan hanya pada PT. Perkebunan Nusantara IV-Medan.

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini secara garis besar dibagi sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, pembatasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Membahas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* khususnya *Triple Bottom Line* dan *Hendeberg's CSR Pyramid.*, perkembangan konsep CSR, perkembangan CSR di Indonesia, strategi implementasi CSR dan manfaat CSR bagi perusahaan, masyarakat dan lingkungan.

BAB 3 LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

Membahas mengenai profil, visi, misi serta maksud dan tujuan perusahaan, sasaran dan strategi, usaha pokok perusahaan, produk dan layanan, struktur organisasi, perusahaan afiliasi, kinerja serta penghargaan dan sertifikasi yang diterima PTPN-IV.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan bagaimana pemahaman PTPN-IV terhadap *Corporate Social Responsibility* yang selama ini telah berlangsung, menganalisis penerapan CSR melalui penerapan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) dan analisisnya terhadap teori yang berkaitan dengan CSR yaitu terhadap konsep *Triple Bottom Line* dan *Hendeberg's CSR Pyramid.*

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran atas hasil penelitian.

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Teori yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) atau yang dikenal dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan suatu bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Banyak teori yang mendukung konsep CSR namun dalam menganalisis penerapan CSR yang diperlukan dalam penelitian ini digunakan teori *Stakeholder* dan model *Hendeberg's CSR Pyramid* yang dianggap berkaitan dengan topik yang diteliti.

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Perusahaan bukan merupakan kumpulan berbagai aset yang dimiliki oleh pemegang saham perusahaan yang bersangkutan, melainkan suatu kumpulan hubungan antara perusahaan dengan pemangku kepentingan internal (Pemilik, karyawan dan para manajer) serta pemangku kepentingan eksternal (Para pelanggan, masyarakat sekitar, pesaing dan kelompok lainnya) yang terikat dengan peraturan formal maupun tidak formal. Adanya jaringan kepentingan yang saling terikat ini menciptakan nilai tambah bagi perusahaan yang tidak akan didapatkannya sendiri karena perusahaan menjadi tidak bermakna tanpa adanya keterkaitan ini (Friedman, 2006).

Keterkaitan antara perusahaan dan *stakeholder* dapat dilihat dari adanya hubungan yang saling mempengaruhi antara satu sama lain, sehingga perubahan pada salah satu pihak akan memicu dan mendorong terjadinya perubahan pada pihak yang lainnya. Pemahaman mengenai teori *stakeholder* diperlukan untuk mengetahui para pihak yang berkepentingan dalam kebijakan perusahaan, termasuk kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Berikut adalah pengertian *stakeholder* yang dikemukakan oleh beberapa ahli:

- a. Friedman (2006) mengemukakan bahwa *stakeholder* adalah kelompok-kelompok yang tanpa dukungannya berakibat organisasi tidak dapat melanjutkan keberadaannya.
- b. Kiroyan (2006) mengemukakan bahwa *stakeholder* adalah kelompok atau orang yang dapat berdampak terhadap atau dapat terkena dampak pencapaian organisasi.
- c. Kasali dalam Wibisono (2007) mengemukakan bahwa *stakeholder* adalah orang yang mempertaruhkan hidupnya pada perusahaan baik kelompok yang ada di dalam maupun di luar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan.

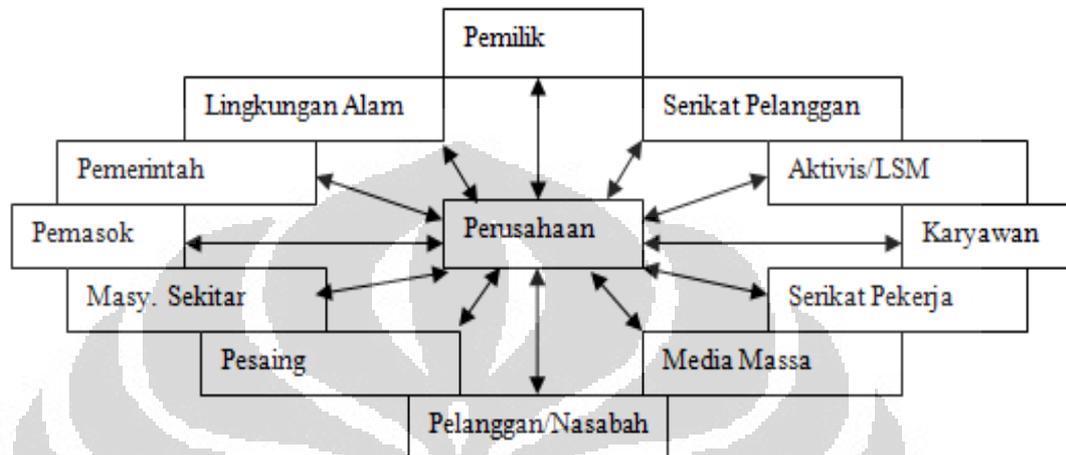
Selanjutnya, Friedman (2006) menganjurkan perusahaan untuk memperhatikan beberapa hal seperti:

- a. Siapa yang berpotensi menjadi *stakeholder*.
- b. Apa kepentingan/hak dan keinginan mereka.
- c. Bagaimana *stakeholder* tersebut berdampak terhadap peluang dan hambatan bisnis perusahaan.
- d. Bagaimana kita berdampak pada *stakeholder* tersebut.
- e. Asumsi mengenai karakteristik para *stakeholder*.
- f. Bagaimana kita mengikuti perkembangan para *stakeholder*.

Ruang lingkup *stakeholder* yang dikemukakan Friedman (2006) dapat dilihat pada Gambar 2.1 di halaman 16 yang dapat memberikan gambaran kepada perusahaan mengenai pihak yang berkepentingan terhadap keberadaan perusahaan dan bagaimana perusahaan dapat memperlakukannya dengan bijak, karena semakin besar suatu bisnis, semakin besar pula ruang lingkup *stakeholdernya*.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *stakeholder* merupakan setiap individu atau kelompok yang mempunyai kepentingan atau peran terhadap keberlanjutan perusahaan sehingga mempengaruhi kebijakan perusahaan. Dalam mengoptimalkan setiap kebijakan perusahaan dalam pengambilan keputusan terutama untuk aktivitas CSR diperlukan pemahaman mengenai ruang lingkup *stakeholder* sebagaimana dikemukakan oleh Friedman

yang menganjurkan untuk melakukan integrasi hubungan-hubungan dengan segenap kelompok *stakeholder* dan melakukan pemetaan pemangku kepentingan suatu organisasi atau perusahaan yang dapat diterapkan terhadap bagian-bagian, kegiatan operasi atau bisnis yang spesifik



Gambar 2.1

Ruang Lingkup *Stakeholder*

Sumber: Friedman (2006)

Teori *stakeholder* dalam konsep CSR memiliki gagasan tersendiri, misalnya saja dengan istilah *Social* pada *Corporate Social Responsibility*. Sebenarnya kepada siapa perusahaan harus bertanggung jawab. Seringkali konteks *stakeholder* cenderung mengarah kepada *stockholder* dan dimaksudkan untuk kelompok yang memiliki kekuasaan dan kepentingan dalam operasional maupun pengambilan keputusan dari perusahaan. Kadang-kadang kepentingan ini mewakili aspek *legal* namun juga bisa mewakili aspek moralitas (*morality*) seperti kelompok yang seharusnya diperhatikan dengan adil atau yang pendapatnya menjadi suatu pertimbangan yang sangat penting bagi perusahaan.

Manajemen harus memutuskan kepentingan para *stakeholder* dan mempertimbangkannya dalam proses pengambilan keputusan. Menurut Carroll (1991) ada dua hal yang harus diperhatikan dalam memutuskan urgensi dan kepentingannya yaitu *stakeholder's legitimacy* dan kekuatan (*power*) *stakeholder* itu sendiri.

Dari sudut pandang CSR, legitimasi merupakan hal yang paling penting, sedangkan dari pandangan manajemen, kekuatan merupakan hal yang diutamakan. *Legitimacy* merujuk pada kelompok yang memiliki hal dalam menjustifikasi apa yang dilakukannya. Misalnya 300 orang karyawan akan dirumahkan karena adanya keputusan menutup perkebunan memiliki klaim legitimasi yang lebih besar pada manajemen dibandingkan dengan pemerintah daerah yang khawatir kehilangan perusahaan sebagai salah satu pihak yang membayar kewajiban/pajak.

Kekuatan (*power*) merupakan salah satu faktor lainnya, contohnya: sekumpulan individual atau *investor* memiliki kekuatan yang lemah kecuali mereka berkumpul dan terorganisir, sedangkan sebuah institusi dari *investor* atau kelompok (*group*) yang besar memiliki kekuatan yang signifikan dengan adanya investasi yang signifikan dan dengan adanya fakta bahwa mereka sudah terorganisir dengan baik.

Dengan pandangan seperti ini, maka perusahaan harus menentukan *stakeholder* yang memiliki legitimasi paling kuat terhadap perusahaan, namun dengan tidak mengesampingkan *stakeholder* lainnya. Walaupun metode *win-win solution* tidak selalu berhasil, namun hal ini menggambarkan legitimasi dan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam jangka panjang. *Stakeholder* ini akan kemudian menjadi landasan bagi perusahaan dalam menanggapi berbagai strategi yang akan dibuat, tindakan yang akan dilakukan dan keputusan yang harus selalu mempertimbangkan *stakeholder* dalam menjalankan bisnisnya.

Carroll (1991) berpendapat bahwa terdapat keselarasan antara *stakeholder* dan CSR. Konsep ini membantu perusahaan untuk mengidentifikasi para *stakeholder* dan tanggung jawab perusahaan terhadap masing-masing *stakeholder*. Oleh sebab itu dalam penelitian ini selanjutnya akan menggunakan model piramida yang dikemukakan oleh Hendeberg (2009) yang mengadaptasi *Carroll's CSR Pyramid* sebagai model dari teori *stakeholder*.

2.1.2 Strategi Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Dalam pengimplementasian CSR dalam suatu perusahaan penelitian ini menggunakan model *CSR Pyramid* yang dikemukakan oleh Hendeberg (2009). Model ini merupakan pengembangan atas *CSR Pyramid* yang dikemukakan oleh Carroll (2004) dan merupakan bentuk adaptasi pelaksanaan CSR pada negara berkembang seperti Indonesia sebagai dasar analisis.

Carroll's CSR Pyramid

Dalam memberikan batasan mengenai suatu perusahaan dan berbagai jenis tanggung jawabnya terhadap *stakeholders*, bagan piramida yang dikemukakan oleh Carroll (2004) dapat dipandang sebagai suatu model yang bisa diaplikasikan pada skala global. Menurut piramida yang dikemukakan, hal ini mencakup seluruh pandangan mengenai apa yang diharapkan masyarakat dari suatu perusahaan, baik secara ekonomi maupun sosial.

Dengan berdasarkan pengertian CSR yang dikemukakan oleh Carroll (2004) sebagai, “*The social responsibility of bussiness encompasses the economic, legal, ethical, and discretionary expectations that society has of organization at a given point of time*”, maka piramida pada Gambar 2.2 di halaman 20 akan menjelaskan pandangan masyarakat atas tanggung jawab perusahaan.

a. *Economic Responsibility*

Tanggung jawab ekonomis harus dilihat sebagai inti dari tanggung jawab, oleh karena itu tanggung jawab ekonomis berada pada posisi paling bawah yang melambangkan landasan. Perolehan keuntungan dan memaksimalkan penerimaan perusahaan dapat dipandang sebagai tanggung jawab utama, hal ini yang kemudian memungkinkan memberikan hasil yang signifikan kepada investor ataupun kepada *stakeholder* lainnya, menciptakan lapangan pekerjaan, memproduksi barang dan jasa yang diminta dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

b. *Legal Responsibility*

Sebuah perusahaan harus menunjukkan performa secara ekonomis yang mengikuti beberapa hukum tertentu yang diatur oleh negara maupun pemerintah setempat. Jika perusahaan beroperasi pada lebih dari satu hukum negara, hal ini juga harus diikuti. Beroperasi di bawah peraturan tertentu dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan hubungannya dengan para *stakeholder*. Carrolls kemudian menjelaskan bahwa kadang-kadang perusahaan melihat peraturan dengan cara yang berbeda dan peraturan/hukum lebih cenderung menyulitkan dibandingkan menolong kinerja ekonomisnya.

c. *Ethical Responsibility*

Tanggung jawab etis memiliki dampak yang besar bagi perusahaan dan reputasinya, seperti mengikuti norma yang tidak tertulis, aturan-aturan dan harapan para *stakeholder*. Tanggung jawab etis sulit dijelaskan terutama pada negara berkembang yang standar etika dan norma-normanya sulit untuk diidentifikasi. Sebuah perusahaan harus beroperasi sejalan dengan etika yang ada dan peka terhadap etika yang bahkan lebih penting dari tanggung jawab secara hukum. Kadang, norma etika dan nilai-nilai dapat menjadi landasan dari peraturan dan hukum yang baru akan terbentuk.

d. *Philanthropic Responsibility*

Carroll (2004) menyatakan bahwa perbedaan antara *ethical responsibility* dan *philanthropic responsibility* adalah *philanthropic responsibility* tidak diharapkan pada pandangan legal maupun secara etika, namun lebih dianggap sebagai kemauan dari *stakeholder*. *Philanthropic Responsibility* dapat dibedakan tergantung dari lokasi perusahaan atau lokasi tempat perusahaan menjalankan kegiatannya.

Carroll (2004) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara CSR dan *stakeholder* dalam suatu perusahaan. Sebuah perusahaan akan membangun performa CSR-nya tergantung dari *stakeholder*-nya, dan *stakeholder* yang berbeda akan memiliki pandangan yang berbeda juga terhadap perusahaan



Gambar 2.2

Carroll's CSR Pyramid

Sumber: Carroll (2004)

Selain terdapat adanya hubungan antara *stakeholder* dengan performa CSR, hal yang lain yang dapat dilihat dari piramida ini adalah komitmen dan pemahaman perusahaan atas CSR yang dilakukan, pada tahap *Economic Responsibility*, perusahaan melihat tanggung jawab ekonomis seperti perolehan keuntungan sebagai prioritas utama, dan hanya mengerjakan apa yang diperlukan oleh *Stakeholder*. Demikian dengan tahap *Legal Responsibility*, perusahaan hanya mengikuti peraturan yang berlaku dalam menjalankan kegiatan usahanya dan CSR yang dilakukan hanya mengikuti apa yang diperlukan oleh *stakeholder* saja. *Ethical Responsibility* mengikuti norma-norma yang tidak tertulis, aturan-aturan dan memperhatikan apa yang sebenarnya diharapkan oleh *Stakeholder*. Tahap ini mengembangkan etika perusahaan ke tahap yang lebih baik karena bukan hanya memberikan apa yang dibutuhkan oleh *stakeholder* saja, namun perusahaan juga mengambil langkah-langkah untuk memenuhi apa yang diharapkan oleh *stakeholder*. Puncak piramida adalah *Philanthropic Responsibility*, pada tahap ini perusahaan benar-benar memperhatikan apa yang sesungguhnya diinginkan *stakeholder*. Perusahaan bukan hanya berorientasi pada keuntungan, hanya

mengikuti aturan yang ada atau mengikuti norma-norma yang tidak kelihatan, namun benar-benar memperhatikan apa yang diinginkan oleh *stakeholder*, sehingga performa CSR yang dilakukan menjadikan perusahaan tersebut sebuah perusahaan yang sangat baik dalam skala global.

Pengkategorian CSR ini diharapkan akan dapat membantu manajer untuk melihat bahwa jenis tanggung jawab yang berbeda-beda tersebut tidak bersifat konstan tetapi dinamis satu dengan yang lainnya. Tabel 2.1 di bawah ini menunjukkan komponen CSR menurut Carroll (1991).

Konsep yang dikemukakan oleh Carroll (1991) ini merupakan konsep CSR yang mencakup tanggung jawab terhadap seluruh kelompok *stakeholder*, dan bukan hanya menyangkut di luar masalah ekonomi dan hukum.

Tabel 2.1 Komponen CSR

Economic Responsibility	Legal Responsibility	Ethical Responsibility	Philanthropic Responsibility
<i>Maximizing profit per share</i>	<i>Consistent with expectations of government and law</i>	<i>Consistent with expectation of societal mores and ethical norms</i>	<i>Consistent with the philanthropic and charitable expectations of society</i>
<i>Profitable</i>	<i>Comply with regulation</i>	<i>Respect new or evolving ethical/moral norms adopted by society</i>	<i>Assist the fine and performing arts</i>
<i>Strong competitive position</i>	<i>Law-abiding corporate citizen</i>	<i>Prevent ethical norms from being compromised in order to achieve corporate goals</i>	<i>Participate in voluntary and charitable activities within their local communities</i>
<i>Efficiency</i>	<i>Fulfills its legal obligation</i>	<i>Doing what is expected morally or ethically</i>	<i>Provide assistance to private and public educational institution</i>
<i>Consistently profitable</i>	<i>Meet minimal legal requirements</i>	<i>Go beyond mere compliance with laws and regulation</i>	<i>Enhance a community's "quality of life"</i>

Sumber: Carroll (1991)

Tidak ada gambaran yang benar-benar tepat dan sempurna untuk menjelaskan hal ini. Demikian juga Carroll (1991) menyatakan mengenai piramida yang disusun

oleh-nya sendiri. Piramida ini dimaksudkan untuk menggambarkan bahwa keseluruhan hal dari CSR mencakup komponen bisnis yang berbeda-beda yang disatukan dalam satu konsep. Walaupun masing-masing merupakan komponen yang berbeda namun di saat yang bersamaan komponen ini akan membantu manajer untuk melihat kebijakan yang berbeda akan memberikan dampak secara simultan terhadap satu dan lainnya. Demikian dapat disimpulkan bahwa konsep CSR ini merupakan pemenuhan perusahaan atas tindakan CSR yang dilakukannya dalam segi *economic, legal, ethical* dan *philanthropic*. Demikian juga secara pragmatis, perusahaan harus berusaha untuk mendapatkan *keuntungan (make a profit)*, menaati peraturan yang berlaku (*obey the law*), memperhatikan etika (*be ethical*) dan menjadi perusahaan yang baik (*be a good corporate citizen*).

Hendeberg's CSR Pyramid

Pada implementasi CSR yang dikemukakan oleh Carroll (2004) kemudian Hendeberg (2009) mengadaptasi model ini dan mengemukakan model sendiri yang dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai *Hendeberg's CSR Pyramid* yang merupakan perkembangan CSR pada negara berkembang seperti Indonesia. Model ini akan digunakan sebagai basis analisis yang digunakan dalam penelitian atas implementasi CSR pada perusahaan.

Carroll (2004) menyatakan bahwa empat tanggung jawab (*Economic, Legal, Ethical* dan *Philanthropic*) dibedakan untuk mencakup seluruh pandangan terhadap CSR dan apa yang *stakeholder* harapkan dari perusahaan, baik secara ekonomi maupun sosial. Kegunaan dan implementasi dari masing-masing tanggung-jawab yang berbeda tergantung kepada ukuran perusahaan, bidang industri dan keadaan ekonominya. Carroll kemudian menunjukkan bahwa *ethical responsibility* memiliki peranan yang besar terhadap perusahaan terutama pada negara berkembang, namun dapat menjadi sulit untuk diidentifikasi. Sebuah perusahaan harus beroperasi sejalan dengan ketentuan dan etika yang ada dan menganggap bahwa hal ini membawa dampak bagi perusahaan setara bahkan lebih banyak dari *legal responsibility*.

Di Indonesia, peraturan mengenai CSR mewajibkan perusahaan yang menggunakan sumber daya alam untuk mengalokasikan 3-5% dari keuntungannya kepada pemerintah, namun peraturan ini membutuhkan banyak perbaikan karena banyaknya persepsi yang berbeda-beda dan tidak adanya definisi yang jelas. Carroll juga menyatakan bahwa kadang-kadang perusahaan memiliki pandangan yang berbeda karena seringkali peraturan maupun hukum yang ada cenderung menyulitkan daripada membantu kinerja ekonomis perusahaan tersebut.

Pernyataan Ernovian (2009) menyatakan bahwa *guidelines* CSR di Indonesia sulit untuk dipenuhi karena pemerintah lokal dan pemerintah pusat memiliki pandangan yang berbeda. Pandangan ini kemudian ditanggapi oleh Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, Choirul Djahhari (2009) pada suatu *interview* yang dilakukan oleh Hendeberg (2009) dengan pernyataan “*The law is not a law; it is more of a mutual agreement between government and enterprises*”.

CSR di Indonesia akan berfungsi dengan baik apabila hal ini menjadi suatu program sukarela dari perusahaan, walaupun sudah ada peraturan yang mengatur dan adanya kepekaan terhadap masalah lingkungan dan sosial. CSR di Indonesia memiliki landasan baik secara budaya dan norma etika. Tidak ada seorang pun yang menciptakan standar CSR yang dapat diaplikasikan pada daerah yang berbeda-beda, karena adanya perbedaan dan masalah jarak yang ada dalam Indonesia. Indonesia memiliki budaya yang berbeda, dan CSR sangat rumit karena perbedaan budaya dan religi yang tersebar di seluruh Indonesia.

Suatu *interview* yang dilakukan kepada Winarno yang mewakili PT. Melindo oleh Hendeberg (2009) menyatakan bahwa terdapat batasan yang sangat dekat antara apa yang dianggap etis dan tidak, adanya harapan dari penduduk lokal seringkali sangat tinggi mengenai tanggung jawab sosial yang harus dilakukan.

Suatu *interview* yang dilakukan kepada Harmon & Utama yang mewakili Kementerian Keuangan oleh Hendeberg (2009) menyatakan bahwa CSR dari sisi perusahaan adalah cara yang terbaik untuk mendapatkan keuntungan dan dapat diterima secara umum. Melalui CSR perusahaan dapat meningkatkan

hubungannya dengan masyarakat dan menghindari adanya gangguan yang akan menelan dana lebih besar lagi di masa depan bagi perusahaan. Jika masyarakat sekitar merasa mereka mendapatkan sesuatu dari perusahaan, hal ini dapat meminimalisir konflik.

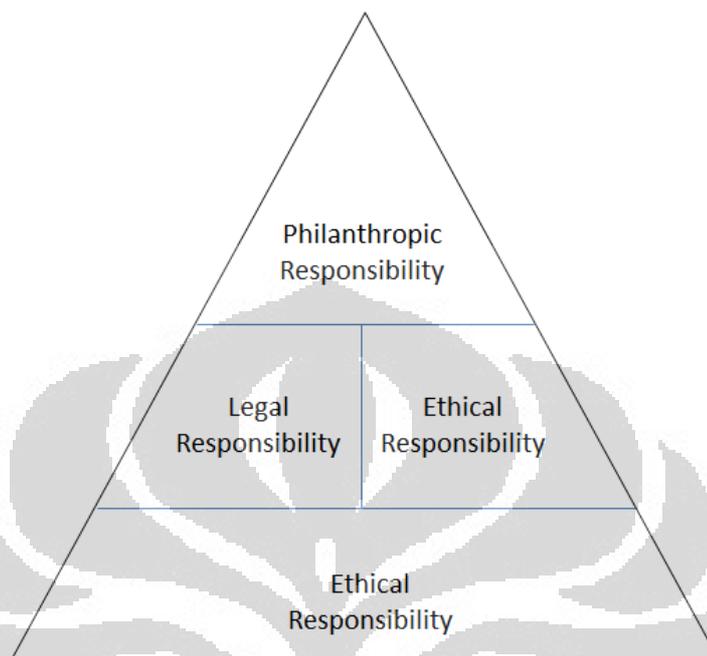
CSR di Indonesia lebih kepada memberikan sesuatu kembali ke komunitas lokal dan biasanya dilakukan dengan membangun sarana infrastruktur, kontribusi kepada sarana kesehatan di sekolah-sekolah maupun bantuan secara ekonomi. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh Carroll (2004) pada Gambar 2.2 di halaman 20 sebagai *philanthropic responsibility* yang bukan mengarah kepada peraturan tertentu, tetapi melainkan lebih kepada pandangan *stakeholder*.

Philanthropic responsibility yang ada di Indonesia berbeda dengan apa yang terjadi pada negara berkembang. Hal ini dikarenakan perbedaan lingkungan sosial dan budaya. Negara berkembang lebih berdasar kepada pembayaran pajak dan komitmen individual, namun di Indonesia lebih berdasar secara *ad hoc* dan tidak sepenuhnya menjadi komitmen nasional.

Dikarenakan adanya perbedaan dalam penerapan CSR di Indonesia ini, Hendeberg (2009) mengemukakan model piramidanya sendiri pada Gambar 2.3 di halaman 25. Keadaan Indonesia yang memiliki pandangan berbeda atas performa CSR dan *stakeholdernya* mengakibatkan adanya pergeseran pandangan dari perusahaan seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

Ethical Responsibility berada di paling bawah sebagai landasan bagi CSR, hal ini dikarenakan pentingnya nilai budaya dan kepercayaan yang dianggap sebagai komponen yang paling rumit dalam melaksanakan CSR di Indonesia. Jika perusahaan tidak mempertimbangkan masalah etika, maka perusahaan akan mendapatkan masalah dalam menjalankan CSR. Pada bagian tengah piramida terdapat *legal* dan *economical responsibility* karena walaupun tanggung jawab ekonomis juga penting, namun dikarenakan adanya fakta bahwa perusahaan harus mengikuti hukum yang berlaku, maka kedua hal ini berada bersebelahan. *Philanthropic responsibility* menempati puncak piramida karena dianggap sebagai

hal yang kurang penting bagi perusahaan, walaupun tetap merupakan bagian dari piramida namun biasanya hanya dilakukan pada perusahaan yang berskala besar.



Gambar 2.3

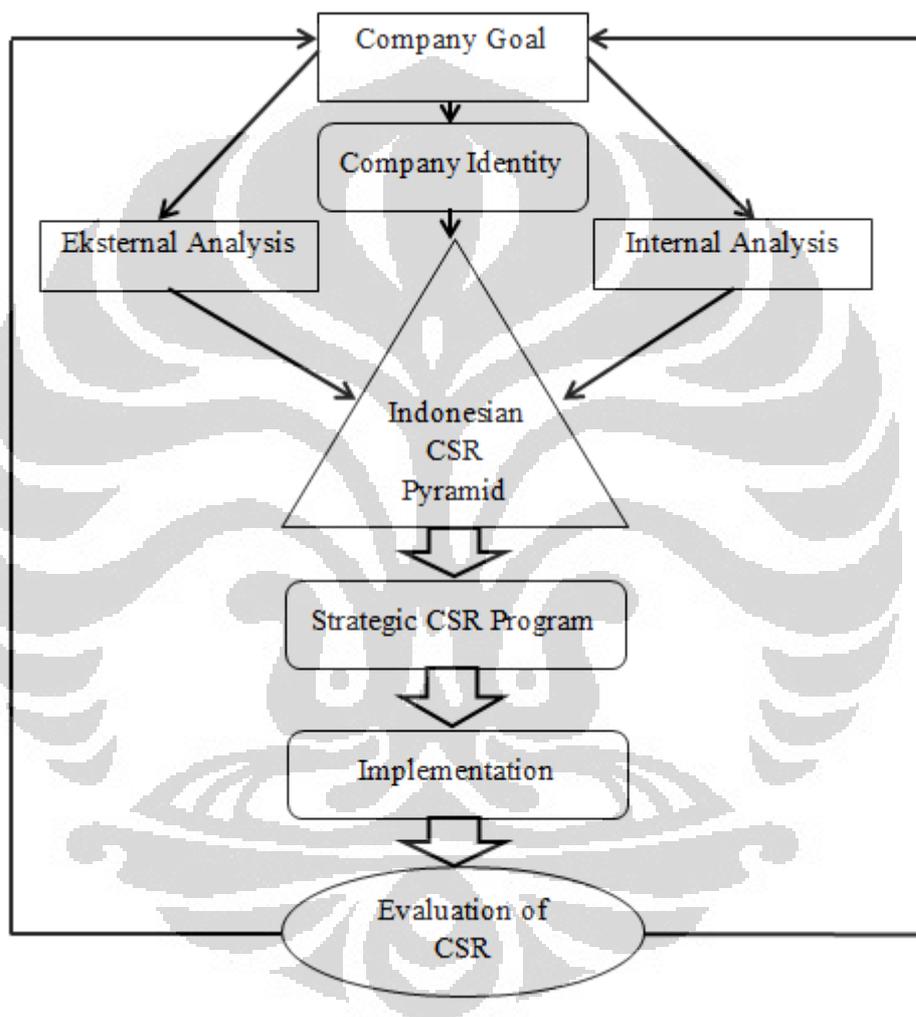
Hendeberg's CSR Pyramid

Sumber: Hendeberg (2009)

Hendeberg (2009) juga mengembangkan strategi yang dapat digunakan bagi perusahaan di Indonesia untuk melaksanakan strategi CSR-nya. Model ini mencakup beberapa langkah yang harus dimiliki oleh perusahaan untuk mempertimbangkan dan menganalisis fitur eksternal dan internal. Model ini dapat dilihat pada Gambar 2.4 di halaman 26.

Gambar ini menjelaskan bahwa pada awalnya perusahaan harus menetapkan tujuan dan identitas/citra perusahaan yang akan dicapai di masa depan (*Company Goal* dan *Company Identity*). Langkah selanjutnya adalah perusahaan harus menganalisis secara internal maupun eksternal (*Eksternal and Internal Analysis*) seperti mengidentifikasi *stakeholder* mana yang dianggap penting, keadaan ekonomi, kekuatan, kelemahan, ancaman dan kemungkinan yang akan dihadapi perusahaan. Sebelum masuk kepada *Indonesian CSR Pyramid* yaitu piramida

yang dikemukakan oleh Hendeberg (2009) yang telah dijelaskan pada Gambar 2.3 pada halaman 25 yang menggambarkan bahwa sangat penting untuk mempertimbangkan kembali identitas dan citra perusahaan yang diinginkan. Setelah mengikuti langkah ini, maka piramida akan mengidentifikasi apa yang diharapkan, diminta dan benar-benar diinginkan dari daerah perusahaan itu beroperasi.



Gambar 2.4

Strategic CSR Cycle Model

Sumber: Hendeberg (2009)

Ketika perusahaan telah mengikuti langkah-langkah ini maka perusahaan akan memiliki landasan yang kuat dalam menentukan *Strategic CSR Program*. Ketika perusahaan mengimplementasikan program tersebut, dapat dianalisis apakah

perusahaan membutuhkan bantuan dari pihak luar seperti lembaga *non-profit* dalam membantu mengimplementasikan dan melaksanakan strategi CSR. Proses ini sama pentingnya dengan tahapan awal, karena walaupun sudah dirancang dengan sangat baik namun menjadi sia-sia saat tidak bisa dilaksanakan. Akhirnya menjadi hal yang sangat penting untuk mengevaluasi dan menganalisis hasil dari program yang telah diimplementasikan dengan tujuan untuk meningkatkan keberlangsungan program CSR sebagaimana perkembangan perusahaan itu sendiri. *Evaluation of CSR performance*, juga dapat menggunakan bantuan pihak luar dalam mengevaluasi maupun mengembangkan program-program CSR yang baru.

Pada akhirnya, CSR tidak lagi dipandang sebagai semata-mata tanggung jawab moral perusahaan, tetapi CSR dipandang sebagai bagian dari strategi perusahaan yang digunakan untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan (Lee, 2007). Menurut Baron (2006) ada dua hal yang saling terkait yang mendasari perusahaan melakukan *strategic CSR* yaitu dapat meningkatkan kinerja perusahaan; dan meningkatkan kualitas lingkungan masyarakat di tempat perusahaan beroperasi yang pada akhirnya akan mendukung keberlanjutan hidup perusahaan. Oleh sebab itu selanjutnya penulis akan mengutarakan manfaat yang akan diperoleh akibat pelaksanaan *strategic CSR* ini.

2.2 Perkembangan *Corporate Social Responsibility*

Dalam lingkup internasional berkembang dengan pesat konsep CSR atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Istilah CSR itu sendiri telah mulai digunakan sekitar tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah lahir konsep pemikiran dari John Elkington yang dituangkan kedalam buku "*Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998)". Menurut konsep tersebut, CSR dikemas kedalam tiga komponen prinsip yakni: *Profit, Planet, dan People* (3P). Dengan konsep ini memberikan pemahaman bahwa suatu perusahaan dikatakan baik apabila perusahaan tersebut tidak hanya memburu keuntungan saja (*profit*), melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Tanggung

jawab pengelolaan perusahaan yang semula hanya kepada *stockholders* (pemilik/pemegang saham) bergeser pada *stakeholders* (pemilik, karyawan, pemerintah dan masyarakat luas).

CSR memuat nilai etika bisnis yang menunjukkan perilaku etis dari perusahaan. Etika bisnis tersebut dianggap sudah ada sejak lama, namun konsep CSR didefinisikan secara resmi pada tahun 1953 dalam buku *Social Responsibility of Bussinesmen* yang ditulis Howard Brown. Ide dasar CSR yang dikemukakan Bowen mengacu pada kewajiban pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya sejalan dengan nilai-nilai dan tujuan yang hendak dicapai masyarakat di lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Bowen (1953) menggunakan istilah sejalan dalam konteks itu untuk meyakinkan dunia usaha tentang perlunya memiliki visi yang melampaui kinerja finansial perusahaan dan mengemukakan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan. Prinsip-prinsip yang dikemukakannya mendapat pengakuan publik dan akademisi sehingga Howard R. Bowen dinobatkan sebagai "Bapak CSR" (Sukada, Sonny & Jalal, 2008).

2.2.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Beberapa definisi pengertian CSR dilahirkan oleh sejumlah lembaga internasional sebagai upaya untuk mengakomodasi pemahaman dimensi konsep CSR dari John Elkington di atas yang dikenal dengan "3P", di antaranya:

- *World Business Council for Sustainable Development (WSSD):*
 "Corporate social responsibility as 'business' commitment to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community, and society at large to improve their quality of life"

Komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Dari WSSD disepakati bahwa CSR harus dilakukan seluruh perusahaan di dunia dalam rangka terciptanya suatu

pembangunan yang berkelanjutan. Intinya terfokus pada pengentasan kemiskinan, penataan lingkungan hidup jadi lebih baik dan peningkatan perekonomian. Sebagai penerapan dari kesepakatan WSSD, dibutuhkan *three-sector partnership* yakni kemitraan antara pemerintah, perusahaan dan masyarakat/LSM. Dengan CSR, perusahaan tak lagi hanya berpijak pada *Single Bottom Line*, yaitu hanya fokus pada kondisi keuangan saja. Dengan CSR, perusahaan harus mengembangkan *Triple Bottom Line* dan tidak hanya fokus di keuangan, melainkan juga harus berperan serta pada kegiatan sosial dan penataan lingkungan. Laba dan ekonomi tidak sebatas untuk perusahaan dan karyawannya. Perusahaan harus berpikir dan bertindak untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar industrinya juga.

- *International Finance Corporation:*

Komitmen dunia bisnis untuk memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan.

- *Institute of Chartered Accountants, England and Wales:*

Jaminan bahwa organisasi-organisasi pengelola bisnis mampu memberi dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan dan memaksimalkan nilai bagi para pemegang saham (*shareholders*) mereka.

- *Canadian Government:*

Kegiatan usaha yang mengintegrasikan ekonomi, lingkungan, dan sosial ke dalam nilai, budaya, pengambilan keputusan, strategi, dan operasi perusahaan yang dilakukan secara transparan dan bertanggung jawab untuk menciptakan masyarakat yang sehat dan berkembang.

- *European Commission:*

Sebuah konsep yang mengintegrasikan perhatian terhadap sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis perusahaan dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan.

- *CSR Asia:*

Komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, sambil menyeimbangkan beragam kepentingan *stakeholders*.

International Organization for Standardization, sebuah lembaga sertifikasi internasional, mengembangkan standar internasional ISO 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility* dan memberikan definisi CSR. Menurut ISO 26000, CSR adalah “Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan para pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh” (ISO 26000, 2007).

Kotler dan Lee (2005) menyatakan “*Corporate social responsibility is a commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resources.*”

Ahli manajemen dari Harvard Business School, Michael Porter (2006), dalam tulisannya yang berjudul *Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility* pada *Harvard Business Review* telah melakukan riset dan mengemukakan bahwa konsep sosial harus menjadi bagian dari strategi perusahaan. Strategi perusahaan terkait erat dengan program tanggung jawab sosial. Perusahaan tidak akan menghilangkan program tanggung jawab sosial itu meski dilanda krisis kecuali ingin mengubah strateginya secara mendasar. Sementara, pada kasus program tanggung jawab sosial pada umumnya,

begitu perusahaan dilanda krisis, program tanggung jawab sosial akan dipotong lebih dulu (Porter, 2006).

Perubahan pandangan masyarakat akan keberadaan suatu perusahaan juga didapatkan dari hasil penelitian “*Envionics International*” yang menyatakan sebagian besar dari masyarakat di 23 negara memberikan perhatian yang tinggi terhadap perilaku sosial perusahaan (Gupta, 2003).

Konsumen semakin banyak mencari produk dan jasa yang lebih memperhatikan masalah lingkungan, sehingga pilihan terhadap produk cenderung semakin subjektif. Perusahaan yang mengabaikan masalah lingkungan akan mengalami kesulitan untuk ikut bersaing. *Bankers* dan *Investors* juga mulai memahami bahwa masalah lingkungan yang dapat menimbulkan risiko dan ini patut dipertimbangkan saat memutuskan untuk memberikan pinjaman atau berinvestasi (Medley, 1997).

Perubahan pandangan masyarakat, investor dan pemerintah pada gilirannya mendorong perusahaan untuk menunjukkan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang tidak terbatas hanya pada aktivitas perbaikan komposisi, kualitas dan keamanan produk yang dihasilkan, tetapi juga pada teknik dan proses produksi, serta penggunaan sumber daya manusia.

2.2.2 Konsep *Triple Bottom Line*

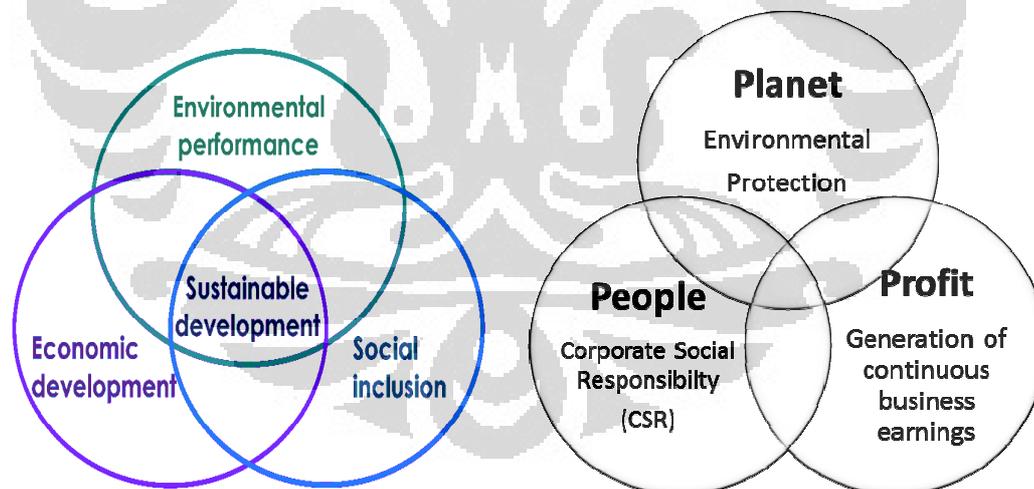
Seiring dengan perkembangan ide *sustainability development*, dunia usaha pun mulai menyerap ide tersebut ke dalam kebijakan bisnis mereka, terutama sebagai upaya keberlanjutan dari keuntungan yang bisa mereka dapatkan (Kingsbury, 2004).

Menurut Sukada (2008) adopsi prinsip *sustainability development* kemudian menghasilkan gagasan *bussines sustainability* atau *corporate sustainability* yang merupakan pengakuan dan pengintegrasian tujuan dunia bisnis dengan tujuan pembangunan berkelanjutan. Kebijakan tersebut melihat peran potensial perusahaan dalam pembangunan berkelanjutan adalah sebagai berikut:

“For the business enterprise, sustainable development means adopting business strategies and activities that meet the needs of the enterprise and its stakeholders today while protecting, sustaining and enhancing the human and natural resources that will be needed in the future.”

“...If sustainable development is to achieve its potential, it must be integrated into the planning and measurement systems of business enterprises.” (Sukada, Sonny & Jalal, 2008).

Ide tentang *sustainable development* inilah yang menjadi inspirasi bagi John Elkington pada bukunya *“Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business”* menghasilkan prinsip utama *Triple Bottom Line*, yakni hubungan yang seimbang antara *profit, people, and planet* dalam manajemen perusahaan. Perusahaan dituntut tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*Profit*). Melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*Planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*People*) yang dapat dilihat pada Gambar 2.5 di bawah ini (Suharto, 2008).

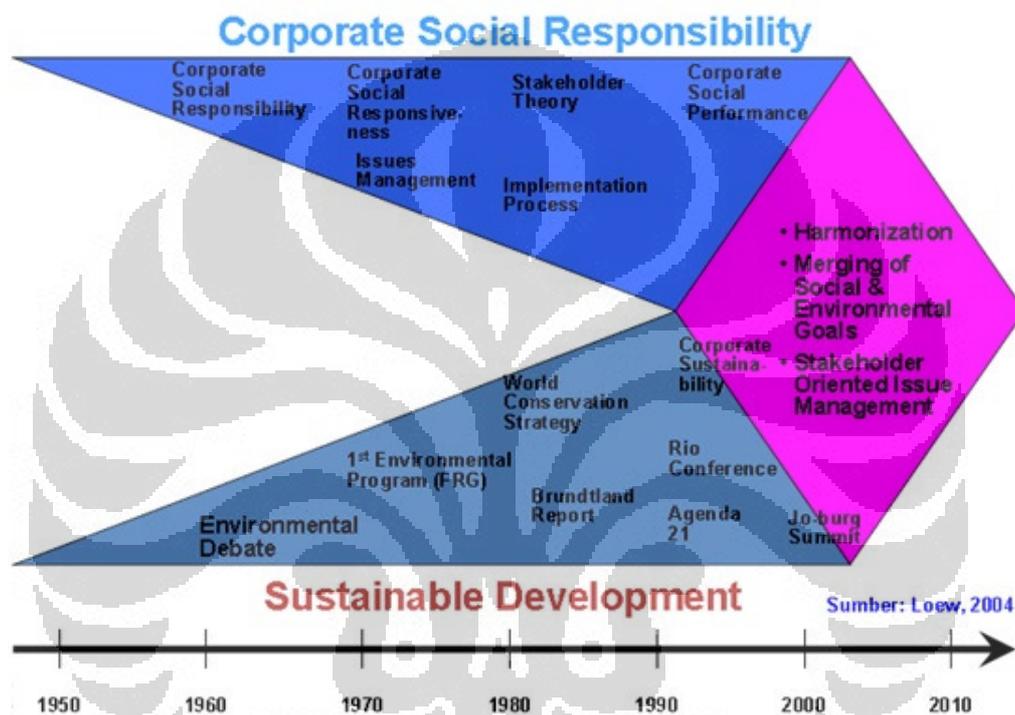


Gambar 2.5

Hubungan *People, Profit, dan Planet* menuju *Sustainable Development*

Sumber: Dave Stauffer (2010)

Prinsip *Triple Bottom Line* inilah yang kemudian menjadi landasan bagi konsep CSR yang modern. Konsep CSR yang modern dianggap sebagai pembunian gagasan besar “pembangunan berkelanjutan”. Sejarah panjang yang mempertemukan konsep dan praktik dari CSR dan *sustainable development* dijelaskan pada Gambar 2.6 di bawah yang merupakan *time-line* yang disarikan oleh Loew pada Jalal dalam Hubungan *Sustainable Development* dan CSR (Jalal, 2011).



Gambar 2.6

Hubungan *Sustainable Development* dan CSR

Sumber: Jalal (2011)

Konsep pemikiran dari John Elkington tersebut menggeser tanggung jawab pengelolaan perusahaan yang semula hanya kepada *stockholders* (pemegang saham) bergeser pada *stakeholders*/pemangku kepentingan (pemilik, karyawan, pemerintah dan masyarakat luas). Menurut Elkington, terdapat dua jenis *stakeholder* yaitu *traditional stakeholder* dan *emerging stakeholder*. Pemegang saham, pemberi pinjaman dan pemerintah sebagai pembuat kebijakan dan peraturan adalah pihak-pihak yang termasuk dalam *traditional stakeholder*. Sedangkan karyawan, konsumen, organisasi akademisi, asosiasi pedagang,

masyarakat luas, generasi di masa depan dan planet bumi termasuk *emerging stakeholder*. Menurut konsep *Triple Bottom Line*, keuntungan jangka panjang (*sustainability*) dapat dicapai ketika perusahaan mempertimbangkan kepentingan kedua jenis *stakeholder* yang pada umumnya memiliki konflik kepentingan.

Kesimpulan dari teori *Triple Bottom Line* ini adalah perusahaan bergantung pada *traditional stakeholder* dan *emerging stakeholder* serta kondisi lingkungan dalam mencapai keuntungan ekonomis (*economic profit*). Proses peningkatan nilai perusahaan harus sesuai dengan hukum dan etika yang berlaku serta harus sejalan dengan kepentingan dan harapan dari kedua jenis *stakeholder*.

Konsep *Triple Bottom Line* pada *Corporate Social Responsibility*

Fenomena nasional dan internasional mengimplikasikan dengan jelas bahwa perusahaan pada masa kini tidak bisa hanya sekedar memperhatikan keuntungan (*profit*) saja. Sebagai contoh di dalam negeri, pada tahun 2010 Burger King, Unilever, Nestle dan Kraft Foods memutuskan menghentikan pembelian minyak kelapa sawit yang diproduksi oleh Grup Sinar Mas dengan alasan adanya dugaan perusakan hutan tropis yang membahayakan kehidupan satwa, mengurangi kemampuan penyerapan karbon dioksida yang merupakan salah satu penyebab utama perubahan iklim global yang lebih dikenal dengan *global warming* (www.nasional.news.viva.co.id, 2010).

Di luar negeri, Timberland, salah satu produsen pakaian dan sepatu *outdoor* juga mengalami hal yang sama (*Harvard Business Review*, 2010). Pagi hari 1 Juni 2009, Jeff Swartz, menerima *e-mail* dari 65 ribu aktivis dan pelanggan yang marah. Mereka menuduh Timberland membeli materialnya dari hutan yang ditebang secara ilegal di Amazon. Keadaan semakin diperburuk karena Timberland tidak mengetahui apakah material yang mereka beli benar berasal dari Amazon atau tidak, yang mengimplikasikan mungkin saja tuduhan tersebut benar. Kemudian pada Mei 2010, seluruh dunia gempar dengan kasus bunuh diri di pabrik FoxConn, Cina. Delapan pegawainya tewas karena bunuh diri dalam waktu lima bulan.

Peristiwa yang terjadi semakin memperkuat bahwa konsep *Triple Bottom Line* (TBL)-*People, Planet and Profit* merupakan pilar yang mengukur nilai kesuksesan suatu perusahaan dengan tiga kriteria: ekonomi, lingkungan, dan sosial. Pendekatan ini telah banyak digunakan sejak awal tahun 2007 seiring perkembangan pendekatan akuntansi biaya penuh (*full cost accounting*) yang banyak digunakan oleh perusahaan sektor publik. Pada perusahaan sektor swasta, penerapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility/CSR*) pun merupakan salah satu bentuk implementasi TBL. Konsep TBL mengimplikasikan bahwa perusahaan harus lebih mengutamakan kepentingan *stakeholder* (semua pihak yang terlibat dan terkena dampak dari kegiatan yang dilakukan perusahaan) daripada kepentingan *shareholder* (pemegang saham).

Konsep ini diaplikasikan pada program CSR pada perusahaan di Indonesia dengan mengimplementasikan konsep sebagai berikut:

1. *People* menekankan pentingnya praktik bisnis suatu perusahaan yang mendukung kepentingan tenaga kerja. Lebih spesifik konsep ini melindungi kepentingan tenaga kerja dengan menentang adanya eksploitasi yang mempekerjakan anak di bawah umur, pembayaran upah yang wajar, lingkungan kerja yang aman dan jam kerja yang dapat ditoleransi. Bukan hanya itu, konsep ini juga meminta perusahaan memperhatikan kesehatan dan pendidikan bagi tenaga kerja.
2. *Planet* berarti mengelola dengan baik penggunaan energi terutama atas sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui. Mengurangi hasil limbah produksi dan mengolah kembali menjadi limbah yang aman bagi lingkungan, mengurangi emisi CO₂ ataupun pemakaian energi, merupakan praktik yang banyak dilakukan oleh perusahaan yang telah menerapkan konsep ini. The Body Shop, dalam *Values Report 2005* mencantumkan salah satu target inisiatif *Protect Our Planet* untuk tahun 2006 dengan mengurangi hingga 5% emisi CO₂ dari listrik yang digunakan di gerainya. Starbucks memiliki program *Coffee and Farmer Equity* (CAFE) untuk memperoleh dan mengolah kopi dengan memperhatikan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan. Starbucks mendefinisikan *sustainability* sebagai model yang layak secara ekonomis

untuk menjawab kebutuhan sosial dan lingkungan dari semua partisipan dalam rantai pasokan dari petani sampai konsumen.

3. *Profit* di sini lebih dari sekadar keuntungan. *Profit* di sini berarti menciptakan *fair trade* dan *ethical trade* dalam berbisnis. Starbucks dan The Body Shop selalu mengaplikasikan *fair trade* – bukan mencari harga termurah – dalam mencari bahan bakunya.

Dalam perkembangan dan penerapannya tidak dapat dipungkiri masih banyak perusahaan yang melihat program ini sebagai suatu program yang menghabiskan banyak biaya dan merugikan. Bahkan, beberapa perusahaan menerapkan program ini karena “terpaksa” untuk mengantisipasi penolakan dari masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Selain sisi internal perusahaan, hambatan lainnya dari sisi eksternal karena belum adanya dukungan regulator dan profesi akuntansi tentang penyajian pelaporan non-keuangan (Neviana, 2010).

2.3 Perkembangan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia

Corporate Social Responsibility merupakan isu yang berkembang baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Hal yang sama juga terjadi di Indonesia, perkembangan CSR dapat dijelaskan sebagai berikut:

2.3.1 Aktivitas *Corporate Social Responsibility*

Ada berbagai pendapat mengenai aktivitas-aktivitas yang dapat dikategorikan sebagai aktivitas sosial yang menunjukkan bentuk keterlibatan sosial perusahaan terhadap masyarakat. Kotler dan Lee (2005) merumuskan aktivitas yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial dalam 6 (enam) kelompok kegiatan: *promotion*, *marketing*, *corporate social marketing*, *corporate philanthropy*, *community volunteering*, dan *social responsibility business practices*.

Promotion adalah aktivitas sosial yang dilakukan melalui *persuasive communications* dalam rangka meningkatkan perhatian dan kepedulian terhadap

hal-hal yang berkaitan dengan isu sosial yang sedang berkembang. *Marketing*, dilakukan melalui *commitment* perusahaan untuk menyumbangkan sebesar persentase tertentu hasil penjualannya untuk kegiatan sosial. *Corporate Sosial Marketing*, dilakukan dengan cara mendukung atau pengembangan dan/atau penerapan suatu *behavior change* dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kesehatan masyarakat. *Corporate Philantropy* merujuk pada kegiatan yang diberikan langsung. *Community Volunteering* merupakan bentuk aktivitas sosial yang diberikan perusahaan dalam rangka memberikan dukungan bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Dukungan tersebut dapat diberikan berupa keahlian, talenta, ide, dan atau fasilitas laboratorium. *Social Responsibility Business Practices* merupakan kegiatan penyesuaian dan pelaksanaan praktik-praktik operasional usaha dan investasi yang mendukung peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat dan melindungi atau menjaga lingkungan, misalnya membangun fasilitas pengolahan limbah, memilih memilih pemasok dan atau kemasan yang ramah lingkungan, dan lain-lain (Kotler and Lee, 2005).

Berbeda dengan Kotler dan Lee, menurut *The Committee on Accounting for Corporate Social Performance of Nation Association of Accountants* bentuk kegiatan sosial perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Keterlibatan komunitas (*Community Involvement*), mencakup aktivitas berbentuk donasi atau bantuan untuk kegiatan rohani, olahraga, bantuan bagi pengusaha kecil, pelayanan kesehatan masyarakat, bantuan penelitian dan sebagainya.
2. Sumber daya manusia (*Human Resources*), meliputi program pendidikan dan pelatihan karyawan, fasilitas keselamatan kerja, kesehatan, kerohanian, serta tunjangan karyawan.
3. Lingkungan Hidup dan Sumberdaya Fisik (*Environmental and Physical Resources*) yang terdiri dari antara lain keterlibatan perusahaan dalam pengolahan limbah, program penghijauan, pengendalian polusi, dan pelestarian lingkungan hidup.

4. Kontribusi produk atau jasa (*Product or services contribution*) yang mencakup keamanan dan kualitas produk, kepuasan konsumen, dan sebagainya (Yuniati, 2002).

2.3.2 Pengungkapan Aktivitas *Corporate Social Responsibility* dalam Laporan Tahunan

Informasi non-keuangan dan keterlibatan sosial perusahaan dikomunikasikan kepada para *stakeholder*. Pengkomunikasian aktivitas tersebut dilakukan dengan berbagai cara dan media pengungkapan. Salah satu alat atau media yang dapat digunakan adalah laporan tahunan. Pengungkapan (*disclosures*) berarti penyampaian (*release*) informasi. Akuntan cenderung menggunakan dalam pengertian yang lebih terbatas yaitu penyampaian informasi keuangan tentang suatu perusahaan di dalam laporan keuangan, biasanya laporan tahunan (Hendriksen dan Van Breda, 2000).

Di Indonesia, media yang dapat digunakan untuk mengungkapkan informasi sosial dan lingkungan perusahaan adalah melalui laporan tahunan (*Annual Report*) yang diterbitkan oleh perusahaan. Penyajian laporan keuangan dan pelaporan non-keuangan ini sudah terakomodasi dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 tahun 2004 tentang Penyajian laporan Keuangan.

Dalam PSAK No.1 tahun 2004 tentang Penyajian Laporan Keuangan, bagian Tanggung jawab atas Laporan Keuangan paragraf 09 dinyatakan bahwa:

”Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri yang memegang peranan penting bagi faktor-faktor lingkungan dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.”

2.3.3 Cara Pandang Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility*

Penerapan CSR sangat dipengaruhi oleh pandangan perusahaan mengenai CSR. Wibisono (2007) menjelaskan beberapa cara pandang perusahaan terhadap CSR, sebagai berikut :

1. Sekedar basa-basi atau keterpaksaan. Perusahaan mempraktikkan CSR karena *external driven* (faktor eksternal), *environmental driven* (karena terjadi masalah lingkungan dan *reputation driven* (karena ingin mendongkrak citra perusahaan);
2. Sebagai upaya memenuhi kewajiban (*compliance*);
3. CSR diimplementasikan karena adanya dorongan yang tulus dari dalam (*internal driven*).

Saidi dalam Tanudjaja (2008) membagi CSR menjadi 4 model, yaitu keterlibatan langsung, melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan, bermitra dengan pihak lain, dan mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium (Tanudjaja, 2008). Sementara itu, Wibisono (2007) menjelaskan bahwa penerapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat dibagi menjadi empat tahapan, yaitu tahap perencanaan, implementasi, evaluasi dan pelaporan.

CSR yang diterapkan oleh perusahaan akan mendatangkan berbagai manfaat bagi perusahaan dan masyarakat yang terlibat dalam menjalankannya. Menurut Wibisono (2007) manfaat implementasi CSR bagi perusahaan, yaitu dapat mempertahankan atau mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan, layak mendapatkan *social licence to operate*, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumberdaya, memperluas akses menuju pasar, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*, memperbaiki hubungan dengan regulator, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan serta berpeluang mendapatkan penghargaan. Sedangkan manfaat CSR bagi masyarakat menurut Ambadar (2008) yaitu dapat meningkatkan kualitas sumberdaya manusia, kelembagaan, tabungan, konsumsi dan investasi dari rumah tangga warga masyarakat.

Implementasi CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan akan berdampak pada perusahaan itu sendiri dan pada masyarakat yang tinggal di lokasi pelaksanaan

CSR. Dampak yang dapat dirasakan oleh masyarakat di antaranya adalah peningkatan taraf hidup dan kelembagaan berkelanjutan. peningkatan taraf hidup masyarakat akan dilihat dari peningkatan pendapatan, rumah atau papan, kesehatan, pangan dan (sarana) komunikasi. Sedangkan dampak yang akan dirasakan oleh perusahaan adalah peningkatan citra perusahaan di mata masyarakat. Selain saling mempengaruhi dengan tingkat partisipasi masyarakat, strategi pengembangan masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan sangat dipengaruhi oleh kebijakan perusahaan tersebut mengenai CSR. Karena suatu perusahaan akan melaksanakan CSR apabila memiliki kebijakan atau peraturan mengenai implementasi CSR dalam menjalankan usahanya. Kebijakan perusahaan mengenai CSR juga dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu kebijakan pemerintah dan pandangan perusahaan mengenai CSR.

CSR pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Penerapan *Corporate Social Responsibility* juga dilakukan pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN). BUMN memiliki peran dan fungsi yang strategis, sebagai pelaksana pelayanan publik, penyeimbang kekuatan-kekuatan swasta besar, dan turut membantu pengembangan usaha kecil/koperasi. Demikian pentingnya keberadaan suatu BUMN dan untuk memberikan landasan hukum bagi ruang gerak usaha BUMN, maka pemerintah bersama-sama dengan DPR menyetujui dan mengesahkan Undang-undang (UU) No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN (UU BUMN) yang mulai berlaku sejak tanggal 19 Juni 2003. Pasal 2 ayat (1) huruf e UU BUMN menyebutkan bahwa salah satu maksud dan tujuan pendirian BUMN adalah turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan lemah, koperasi dan masyarakat. Selanjutnya di dalam Pasal 88 ayat (1) UU BUMN tersebut disebutkan bahwa BUMN dapat menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan usaha kecil dan koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN.

Sebagai tindak lanjut dari UU BUMN tersebut, khususnya Pasal 2 dan Pasal 88, diterbitkan Keputusan Menteri Negara BUMN (Kepmen.BUMN) No. Kep-

236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, yang selanjutnya dilakukan penyempurnaan dengan Peraturan Menteri Negara BUMN (Permen.BUMN) No. Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Berdasarkan keputusan menteri tersebut, bentuk kepedulian BUMN dijabarkan kedalam 2 (dua) program, yaitu: Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Yang dimaksud dengan Program Kemitraan adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN, sedangkan yang dimaksud dengan Program Bina Lingkungan adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Peran perseroan milik pemerintah telah dimulai sejak tahun 1983 seiring dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah (PP) No. 3 Tahun 1983 tentang Tata Cara Pembinaan dan Pengawasan Perusahaan Jawatan (Perjan), Perusahaan Umum (Perum), dan Perusahaan Perseroan (Persero). Di dalam pasal 2 PP tersebut disebutkan bahwa salah satu dari maksud dan tujuan kegiatan Perjan, Perum, dan Persero adalah turut aktif memberikan bimbingan kegiatan kepada sektor swasta, khususnya pengusaha golongan ekonomi lemah dan sektor koperasi. Pada masa itu perseroan milik pemerintah yang melaksanakan kegiatan pembinaan usaha kecil dan masyarakat sering disebut-sebut dengan predikat “Bapak angkat usaha kecil/industri kecil.” Baru setelah muncul Keputusan Menteri Keuangan (Kepmenkeu) No. 1232/KMK.013/1989 tanggal 11 Nopember 1989 tentang Pedoman Pembinaan Pengusaha Ekonomi Lemah dan Koperasi Melalui BUMN, nama program tersebut dikenal dengan “Program Pegelkop”.

Kepmenkeu No.1232/KMK.013/1989 menyebutkan bahwa BUMN wajib melakukan pembinaan terhadap pengusaha ekonomi lemah dan koperasi (Pasal 2). Pembinaan diberikan dalam bentuk peningkatan kemampuan manajerial, teknik berproduksi, peningkatan kemampuan modal kerja, kemampuan pemasaran dan pemberian jaminan untuk mendapatkan kredit perbankan (Pasal 3). Kepmenkeu No. 1232 Tahun 1989 tersebut juga secara eksplisit menegaskan bahwa

pembiayaan untuk kegiatan pembinaan yang dilakukan oleh BUMN disediakan dari bagian laba BUMN yang bersangkutan, dengan besaran antara 1%-5% setiap tahun dari laba setelah pajak (Pasal 4). Dengan Kepmenkeu No. 306/KMK.013/1991 Tanggal 20 Maret 1991, yang merupakan penyempurnaan Kepmenkeu No. 1232 /KMK.013/1989, diberikan batasan maksimal pembiayaan yang diperlukan untuk melaksanakan pembinaan sebesar Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). Status dana pembinaan dapat ditetapkan sebagai hibah atau pinjaman kepada pengusaha golongan ekonomi lemah dan koperasi (Pasal 7 ayat 2). Pelaksanaan pembinaan sepenuhnya menjadi tanggung jawab direksi BUMN yang bersangkutan (Pasal 10).

Berdasarkan Kepmenkeu No. 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994 tentang Pedoman Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi Melalui Pemanfaatan Dana dari Bagian Laba BUMN, nama program diubah menjadi "PUKK". Pasal 2 Kepmenkeu No. 316 Tahun 1994 tersebut ditegaskan bahwa BUMN wajib melakukan pembinaan terhadap pengusaha ekonomi lemah dan koperasi. Sumber dana pembinaan berasal dari bagian pemerintah atas laba BUMN sebesar antara 1%-5% dari seluruh laba perusahaan setelah pajak. Bentuk pembinaan berupa pendidikan, pelatihan, penelitian dan perdagangan, untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan, manajemen, serta teknik berproduksi, jaminan kredit dan penyertaan pada perusahaan modal ventura yang membantu pengusaha golongan ekonomi lemah dan koperasi.

Pada tahun 1995 diterbitkan UU No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, yang di dalamnya terkandung komitmen secara eksplisit yaitu pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, Sumber Daya Manusia (SDM), dan teknologi (Pasal 14). Pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat menyediakan pembiayaan bagi pengembangan usaha kecil meliputi adanya kredit perbankan, pinjaman lembaga keuangan bukan bank, modal ventura, pinjaman dari penyisihan sebagian laba BUMN, hibah, dan jenis pembiayaan lain (Pasal 21).

Perkembangan berikutnya terbit PP No. 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil, yang di dalam Penjelasan Pasal 10 huruf e

ditegaskan bahwa penyediaan dana dilakukan oleh departemen teknis, kantor menteri Negara, pemerintah daerah (pemda), BUMN, Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), anggaran perusahaan sesuai dengan program pembinaan dan pengembangan usaha kecil di masing-masing sektor, sub sektor, pemda, BUMN, dan BUMD yang bersangkutan. Hingga pada akhirnya, tahun 2003 terbit UU No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN yang kemudian khusus menyangkut TJSL dijabarkan lebih lanjut dengan Kepmen.BUMN No. Kep-236/MBU/2003 juncto Permen. BUMN No. Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

2.4 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yaitu laba (*profit*), masyarakat (*people*), dan lingkungan (*planet*). Perusahaan harus memiliki tingkat profitabilitas yang memadai sebab laba merupakan dasar bagi perusahaan untuk dapat berkembang dan mempertahankan eksistensinya. Dengan perolehan laba yang memadai, perusahaan dapat membagi dividen kepada pemegang saham, memberi imbalan yang layak kepada karyawan, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh untuk pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, membayar pajak kepada pemerintah, dan memberikan *multiplier effect* yang diharapkan kepada masyarakat. Performa CSR dari perusahaan dapat memberikan manfaat baik kepada perusahaan maupun pihak lain seperti masyarakat sebagai *stakeholder* yang memiliki peran signifikan maupun kepada lingkungan.

2.4.1 Manfaat bagi perusahaan

CSR dapat dipandang sebagai aset strategis dan kompetitif bagi perusahaan di tengah iklim bisnis yang makin sarat kompetisi. CSR dapat memberi banyak keuntungan yaitu:

1. Peningkatan profitabilitas bagi perusahaan dan kinerja finansial yang lebih baik. Banyak perusahaan-perusahaan besar yang mengimplementasikan program CSR menunjukkan keuntungan yang nyata terhadap peningkatan nilai

saham. Pengungkapan informasi CSR ini diharapkan dapat mempengaruhi harga saham perusahaan di pasar modal. Pengungkapan CSR dipandang sebagai suatu indikasi adanya manajemen yang baik dan karenanya perusahaan tersebut merupakan target investasi yang baik (Gray, 1990).

2. Menurunkan risiko benturan dengan komunitas masyarakat sekitar, karena sesungguhnya substansi keberadaan CSR adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri di sebuah kawasan dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitar atau dalam pengertian kemampuan perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan *stakeholder* yang terkait.
3. *Corporate image building* karena dengan pelaksanaan CSR yang baik, mana perusahaan akan memperoleh citra yang baik yang dapat mempengaruhi pandangan pihak luar terhadap suatu perusahaan. Perusahaan juga memperoleh pengakuan dari pihak-pihak lain atas performa CSR-nya sehingga akan membangun suatu citra sebagai perusahaan yang peduli bukan hanya keuntungan melainkan juga memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan disekitarnya.
4. Mampu meningkatkan reputasi perusahaan yang dapat dipandang sebagai *social marketing* bagi perusahaan tersebut yang juga merupakan bagian dari pembangunan citra perusahaan (*corporate image building*). *Social Marketing* akan dapat memberikan manfaat dalam pembentukan *brand image* suatu perusahaan dalam kaitannya dengan kemampuan perusahaan terhadap komitmen yang tinggi terhadap lingkungan selain memiliki produk yang berkualitas tinggi. Hal ini tentu saja akan memberikan dampak positif terhadap volume unit produksi yang terserap pasar yang akhirnya akan mendatangkan keuntungan yang berpengaruh pada laba perusahaan.

Kegiatan CSR yang diarahkan memperbaiki konteks korporasi inilah yang memungkinkan kesetaraan antara manfaat sosial dan bisnis yang muaranya untuk meraih keuntungan materi dan sosial dalam jangka panjang. Susanto (2007) mengemukakan bahwa dari sisi perusahaan terdapat 6 (enam) manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR sebagai berikut:

1. Mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang menjalankan CSR secara konsisten akan mendapat dukungan luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari aktivitas yang dijelankannya. CSR akan mengangkat citra perusahaan, yang dalam rentang waktu yang panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan.
2. CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Sebagai contoh adalah sebuah perusahaan produsen *consumer goods* yang beberapa waktu yang lalu dilanda isu adanya kandungan bahan berbahaya dalam produknya. Namun karena perusahaan tersebut dianggap konsisten dalam menjalankan CSR-nya maka masyarakat menyikapinya dengan tenang sehingga relatif tidak mempengaruhi aktivitas dan kinerjanya.
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kebanggaan ini pada akhirnya akan menghasilkan loyalitas sehingga mereka merasa lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras demi kemajuan perusahaan.
4. CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholders*. Pelaksanaan CSR secara konsisten menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap pihak-pihak yang berkontribusi terhadap lancarnya berbagai aktivitas serta kemajuan yang mereka raih.
5. Meningkatnya penjualan. Konsumen akan lebih menyukai produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang secara konsisten menjalankan CSR sehingga memiliki reputasi yang baik.
6. Insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya.

Wibisono (1997) menyatakan mengenai keuntungan melakukan program *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *image* perusahaan. Perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan, sebaliknya kontribusi positif pasti akan mendongkrak *image* dan reputasi positif perusahaan. Citra yang positif ini penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan.
2. Layak mendapatkan *social licence to operate*. Masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan keuntungan dari perusahaan, maka dengan sendirinya mereka akan merasa memiliki perusahaan. Sehingga imbalan yang diberikan kepada perusahaan adalah keleluasaan untuk menjalankan roda bisnisnya di kawasan tersebut.
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan. Mengelola resiko di tengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial untuk suksesnya usaha. Disharmoni dengan *stakeholders* akan mengganggu kelancaran bisnis perusahaan. Bila sudah terjadi permasalahan, maka biaya untuk *recovery* akan jauh lebih berlipat bila dibandingkan dengan anggaran untuk melakukan program *Corporate Social Responsibility*. Oleh karena itu, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan *stakeholders* perlu mendapat perhatian.
4. Melebarkan akses sumber daya. *Track records* yang baik dalam pengelolaan *Corporate Social Responsibility* merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
5. Membentangkan akses menuju *market*. Investasi yang ditanamkan untuk program *Corporate Social Responsibility* ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang yang lebih besar. Termasuk di dalamnya memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.
6. Mereduksi biaya. Banyak contoh penghematan biaya yang dapat dilakukan dengan melakukan *Corporate Social Responsibility*. Misalnya: dengan mendaur ulang limbah pabrik ke dalam proses produksi. Selain dapat menghemat biaya produksi, juga membantu agar limbah buangan ini menjadi lebih aman bagi lingkungan.

7. Memperbaiki hubungan dengan *Stakeholder*. Implementasi *Corporate Social Responsibility* akan membantu menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholder* sehingga komunikasi ini akan semakin menambah kepercayaan *stakeholders* kepada perusahaan.
8. Memperbaiki hubungan dengan *Regulator*. Perusahaan yang melaksanakan *Corporate Social Responsibility* umumnya akan meringankan beban pemerintah sebagai *regulator* yang sebenarnya bertanggung jawab terhadap kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. *Image* perusahaan yang baik di mata *stakeholders* dan kontribusi positif yang diberikan perusahaan kepada masyarakat serta lingkungan, akan menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi karyawan yang bekerja dalam perusahaan mereka sehingga meningkatkan motivasi kerja mereka.
10. Peluang mendapatkan penghargaan. Banyaknya penghargaan atau *reward* yang diberikan kepada pelaku *Corporate Social Responsibility* sekarang, akan menambah peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan *award*.

Kotler dan Lee (2005) menyatakan bahwa partisipasi perusahaan dalam berbagai bentuk tanggung jawab sosial dapat memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, antara lain:

1. Meningkatkan penjualan dan *market share*,
2. Memperkuat *brand positioning*,
3. Meningkatkan *image* dan pengaruh perusahaan,
4. Meningkatkan kemampuan untuk menarik hati, memotivasi, dan mempertahankan (*retain*) karyawan
5. Menurunkan biaya operasional, dan
6. Meningkatkan hasrat bagi *investor* untuk berinvestasi.

Satyo (2005) menyatakan penyajian laporan berkaitan aktivitas sosial dan lingkungan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan antara lain meningkatkan citra perusahaan, disukai konsumen, dan diminati investor. Bukti-bukti tersebut menunjukkan beragam aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *stakeholdersnya*. Tanggung jawab sosial perusahaan tersebut

memberikan keuntungan bersama bagi semua pihak, baik perusahaan sendiri, karyawan, masyarakat, pemerintah maupun lingkungan.

2.4.2 Manfaat bagi masyarakat dan lingkungan

Dengan memperhatikan masyarakat, perusahaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat. Perhatian terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan cara perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup dan kompetensi masyarakat di berbagai bidang.

Dengan memperhatikan lingkungan, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas hidup umat manusia dalam jangka panjang. Keterlibatan perusahaan dalam pemeliharaan dan pelestarian lingkungan berarti perusahaan berpartisipasi dalam usaha mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana yang diakibatkan oleh kerusakan lingkungan. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar laba jangka pendek, tetapi juga ikut berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan (terutama lingkungan sekitar) dalam jangka panjang.

BAB 3

LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

3.1 Profil Perusahaan

PT Perkebunan Nusantara IV (Persero) (PTPN-IV) didirikan pada tanggal 11 Maret 1996 berdasarkan akta No. 37 Notaris Harun Kamil S.H. dan telah disahkan oleh Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. C2-8332.HT.01.01.TH96 tanggal 8 Agustus 1996 dan diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 81 tanggal 8 Oktober 1996, Tambahan No. 8675/1996. Perusahaan adalah hasil peleburan tiga Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu PT Perkebunan VI (Persero), PT Perkebunan VII (Persero) dan PT Perkebunan VIII (Persero). Peleburan ketiga BUMN tersebut ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 9/1996. Berdasarkan peraturan tersebut, setelah PTPN-IV didirikan maka ketiga BUMN yang dilebur dinyatakan bubar dan segala hak dan kewajibannya beralih kepada PTPN-IV. Pada tahun 2004, kantor pusat perusahaan berada di Jl. Kartini No.23, Medan, Sumatera Utara. Saat ini kantor pusat telah pindah ke Jl. Letjen Suprpto No.2, Medan, Sumatera Utara.

3.2 Visi, Misi, Budaya serta Maksud dan Tujuan Perusahaan

a. Visi perusahaan

PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) “Menjadi Pusat keunggulan pengelolaan perusahaan agroindustri kelapa sawit dengan tata kelola perusahaan yang baik serta berwawasan lingkungan.”

b. Misi Perusahaan

PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) memiliki misi sebagai berikut:

1. Menjamin keberlanjutan usaha yang kompetitif.

2. Meningkatkan daya saing produk secara berkesinambungan dengan sistem, cara dan lingkungan kerja yang mendorong munculnya kreativitas dan inovasi untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi.
3. Meningkatkan laba secara berkesinambungan.
4. Mengelola usaha secara profesional untuk meningkatkan nilai perusahaan yang mempedomani etika bisnis dan tata kelola perusahaan yang baik (GCG).
5. Meningkatkan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
6. Melaksanakan dan menunjang kebijakan serta program pemerintah pusat/daerah.

Untuk mencapai sasaran yang jelas dalam koridor visi dan misi tersebut, diperlukan suatu *corporate plan* atau perencanaan strategis jangka panjang yang akan menjadi pedoman manajemen dalam menjalankan keputusan strategis. Penyusunan rencana jangka panjang adalah bagian dari upaya yang konsisten dalam pelaksanaan dan pencapaian *good corporate governance* (GCG).

c. Maksud dan Tujuan Perusahaan

Maksud dan tujuan Perusahaan menurut Anggaran Dasar perusahaan, antara lain:

1. Turut melaksanakan dan menunjang kebijakan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya, khususnya di sub-sektor pertanian dalam arti seluas-luasnya dengan tujuan memupuk keuntungan berdasarkan prinsip-prinsip perusahaan yang sehat.
2. Melaksanakan kegiatan usaha, antara lain:
 - i. Mengusahakan budi-daya tanaman, meliputi pembukaan dan pengolahan lahan, pembibitan, penanaman dan pemeliharaan serta melakukan kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan budi-daya tanaman tersebut.
 - ii. Produksi, meliputi pemungutan hasil tanaman, pengolahan hasil tanaman sendiri maupun pihak lain menjadi barang setengah jadi atau barang jadi.

iii. Perdagangan, meliputi penyelenggaraan kegiatan pemasaran berbagai macam hasil produksi serta melakukan kegiatan perdagangan barang lainnya yang berhubungan dengan kegiatan usaha perusahaan.

iv. Pengembangan usaha di bidang perkebunan, agro usaha dan agro bisnis.

3. Mendirikan/menjalankan perusahaan dan usaha lainnya yang mempunyai hubungan dengan usaha bidang pertanian, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama dengan badan-badan lainnya, sepanjang hal itu tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

d. Budaya Perusahaan

Memberi, membimbing dan mendorong perilaku seluruh karyawan perusahaan agar dalam melaksanakan tugas selalu:

1. Berpikir positif untuk dapat menangkap setiap peluang.
2. Proaktif dalam menghasilkan inovasi dan prestasi.
3. Kerjasama tim untuk membangun kekuatan.
4. Menempatkan kepentingan perusahaan sebagai pertimbangan utama bagi setiap keputusan yang diambil oleh setiap jajaran perusahaan.
5. Menempatkan peningkatan kesejahteraan karyawan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari pencapaian sasaran perusahaan.

e. *Corporate Value*

Corporate value adalah nilai-nilai yang dianut oleh suatu perusahaan yang mengakar dan menjadi patokan yang dipegang oleh seluruh pekerja untuk menjalankan aktivitasnya serta internalisasi diri. PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) memiliki *Corporate value* yang terdiri dari 5 (lima) nilai, yaitu:

P : *Profitability* (mengutamakan *profit*)

R : *Responsibility* (bertanggung jawab terhadap *stakeholder*)

I : *Integrity* (integritas)

M : *Market ahead* (selalu terdepan)

A : *Accountability* (terpercaya)

3.3 Sasaran dan Strategi Perusahaan

a. Sasaran

Menempatkan PT. Perkebunan Nusantara IV pada “*Leading Position*” di BUMN Perkebunan yang memiliki keunggulan mutu produk, harga pokok, kemampuan, pengembangan, budaya kerja, kesejahteraan karyawan, hubungan masyarakat dan kepedulian terhadap lingkungan hidup.

b. Strategi

Strategi dalam perusahaan terbagi atas strategi *corporate*, strategi bisnis dan strategi operasional.

i. Strategi *Corporate*

Strategi utama yang ditempuh untuk mencapai sasaran perusahaan tahun 2008 adalah Strategi Kombinasi, yaitu penggabungan antara Strategi Stabilitas, Pertumbuhan (Ekspansi) dan Penciutan yang dilaksanakan secara simultan. Strategi Pertumbuhan (Ekspansi) adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang dengan pengembangan (perluasan) areal kelapa sawit (strategi pertumbuhan konsentrasi horizontal) dan pengembangan industri hilir (strategi pertumbuhan konsentrasi vertikal). Strategi Stabilitas adalah untuk meningkatkan kemampuan dari jenis usaha dan areal yang ada yaitu kelapa sawit. Strategi Penciutan adalah untuk mengurangi resiko dari usaha perkebunan teh dengan mengurangi areal tanaman yang ada.

ii. Strategi Bisnis

Strategi Kepemimpinan Biaya (*Overall Cost Leadership*), dengan memberikan perhatian pada aspek skala usaha (ekonomi), biaya input, teknologi produksi, pemanfaatan kapasitas, dan efektifitas organisasi serta manajemen. Fokus kepada *Core* Bisnis dan melakukan diferensiasi pada produk industri hilir teh.

iii. Strategi Operasional

Perusahaan menerapkan strategi operasional secara umum dengan cara-cara sebagai berikut:

1. Meningkatkan nilai perusahaan dengan perluasan areal dan pengembangan industri hilir.
2. Menerapkan SOP (*Standard Operations Procedure*) pemeliharaan, panen, pengolahan, dan perawatan pabrik secara konsisten.
3. Mengadakan peremajaan/*replanting* tanam secara teratur setiap tahun.
4. Mengurangi/meniadakan kerugian dari usaha perkebunan teh.
5. Mengintensifkan lahan produktif.
6. Meningkatkan produktivitas dan efisiensi melalui penerapan praktek-praktek bisnis terbaik mencakup baku teknis, manajemen dan sistem kerja.
7. Meningkatkan kemampuan dengan efisiensi di segala bidang.
8. Membangun dan mengembangkan sistem penilaian kinerja, sistem penghargaan, pengembangan karir dan renumerasi yang objektif, rasional, adil, serta mendorong motivasi.
9. Meningkatkan kesadaran biaya (*cost consciousness*) semua personil perusahaan.
10. Melaksanakan proses bisnis dengan berdasar pada prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG).
11. Mengembangkan inovasi penciptaan jenis produk-produk baru untuk lebih diterima pasar.
12. Membangun Sistem Informasi Manajemen yang integratif dan berbasis komputer.

Sementara apabila dilihat berdasarkan bidang-bidangnya, strategi operasional perusahaan yaitu :

- Produksi

- Penanaman ulang/*replanting*.
 - Tahun 2006 = 11.582 ha
 - Tahun 2007 = 11.142 ha

- Tahun 2008 = 8.072 ha
- Tahun 2009 = 8.019 ha
- Tahun 2010 = 6.188 ha
- Perluasan areal kelapa sawit dari konversi kakao.
 - Tahun 2006 = 1.856 ha
 - Tahun 2007 = 560 ha
- Keuangan
 - Meningkatkan kesadaran biaya (*cost consciousness*) semua personil perusahaan.
 - Peningkatan manajemen kas (*cash management*).
 - Peningkatan efektivitas pengendalian biaya melalui pengendalian biaya yang sudah ada.
 - Pembangunan Sistem Informasi keuangan berbasis komputer.
- Pemasaran
 - Melakukan analisis pasar secara rutin dan membuat laporan hasil analisis sebelum dilakukan penjualan CPO dan teh jadi.
 - Menjaga konsistensi mutu dan mempertahankan ISO 9001 dan 14000.
- Sumber Daya Manusia
 - Membangun insan PTPN-IV yang produktif yang ditandai dengan tingginya kualitas, kreativitas, kompetensi, integritas, dan spiritual (nilai-nilai kemanusiaan dan pengabdian kepada Tuhan).
 - Mendistribusikan SDM secara seimbang pada setiap bidang sesuai kebutuhan.
 - Melaksanakan penilaian karyawan, pemberian penghargaan, karier dan renumerasi yang mendorong motivasi karyawan untuk berprestasi terbaik.
 - Memenuhi hak-hak normatif karyawan sesuai dengan ketentuan dan perundang-undangan.
 - Merasionalkan/mengoptimalkan norma penggunaan tenaga kerja.
 - Memprogram peningkatan kualitas organisasi Serikat Pekerja (SP).

- Kemitraan
Memaksimalkan hubungan kemitraan dengan *stakeholders*.
- Pengabdian Masyarakat
Bagian kemitraan Bina Lingkungan (KBL) merupakan unit khusus yang menangani program kemitraan BUMN dengan usaha kecil dan bina lingkungan (Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara no.:KEP-236/MBU/2003, tanggal 17 Juni 2003).
- Komunitas
 - Semua kebun melakukan program *Community Development* (CD) terhadap masyarakat sekitarnya.
 - Mengalokasikan dana CD berdasarkan prioritas sesuai kondisi unit usaha.
 - Prioritas penyaluran CD yang memberi efek jangka panjang misalnya pendidikan, pelatihan dan beasiswa.
 - Kebun/unit dilibatkan dalam evaluasi dan pengawasan program CD dan PUKK.
 - Semakin meningkat citra positif perusahaan yang ditandai kuatnya kemitraan, hubungan yang saling memberi manfaat, kepedulian terhadap masyarakat sekitar.
- Peduli Lingkungan
 - Menjaga kelestarian lingkungan dengan program *Zero Waste* yaitu dengan memanfaatkan limbah padat dan cair menjadi kompos.
 - Meminimalisasi dampak keberadaan Pabrik Kelapa Sawit (PKS) dengan teknologi yang akrab lingkungan.
- Layanan
 - Menjaga dan mempertahankan mutu produk yang dijual sesuai permintaan konsumen.
 - Meningkatkan sistem pelayanan kepada konsumen.
 - Mengutamakan kepuasan konsumen.

3.4 Usaha Pokok Perusahaan

PTPN-IV bergerak di bidang usaha industri perkebunan meliputi budidaya kelapa sawit, teh dan kakao.

- Kelapa Sawit

PTPN-IV memiliki 24 unit perkebunan kelapa sawit yang tersebar di 7 Daerah Kabupaten di Propinsi Sumatera Utara dengan luas tanaman 120.167 Ha dengan Tanaman Menghasilkan (TM) 99.516 Ha, Tanaman Belum Menghasilkan (TBM) 8.584 Ha serta Tanaman Ulang dan Tanaman Baru 12.067 Ha yang didukung 16 unit Pabrik Kelapa Sawit (PKS) dengan jumlah kapasitas 606 ton Tandan Buah Segar per jam.

Pengelolaan industri hilir budidaya sawit dilakukan dengan operasi satu unit Pemurnian Minyak Sawit/Pabrik Minyak Nabati dengan kapasitas 300 ton minyak sawit per hari dan satu unit *Pabrik Ekspeller* dengan kapasitas 400 ton inti sawit per hari.

Berdasarkan akta penyertaan No. 26 tanggal 23 Desember 2004 notaris Syahril Sofyan, SH., PT Perkebunan Nusantara IV melepaskan unit Pabrik Minyak Nabati (PMN) Belawan dan digabungkan dalam unit organisasi dan manajemen PT Pamina Adolina.

- Teh

PTPN-IV memiliki 6 unit perkebunan teh dengan luas seluruhnya 5.396,11 Ha dengan TM 3.776,34 dan TBM 1.619,77 Ha yang didukung 6 unit pabrik teh dengan jumlah kapasitas 367 ton daun teh basah per hari.

- Kakao

PTPN-IV memiliki 4 unit kebun kakao seluas 4.135 Ha yang seluruhnya merupakan TM dan didukung 4 unit Pabrik Pengering Biji Kakao dengan kapasitas 152 ton biji kakao basah per hari.

3.5 Produk dan Layanan

Berikut adalah produk dan layanan dari PTPN-IV:

- **Crude Palm Oil (CPO)**

Merupakan Bahan Baku Industri, dengan deskripsi:

- Minyak kelapa sawit yang diekstraksi dari daging buah (*Mesocarp*).
- Mempunyai titik beku pada suhu kamar.
- Mempunyai warna merah jingga.
- Diperoleh sebanyak 22-23 % dari Tandan Buah Segar (TBS).

Fitur:

Mengandung *Beta Carotene* yang tinggi, yang merupakan *anti-oksidant* dan *provitamin A*.

- **Inti Sawit (*Palm Kernel*)**

Merupakan bahan baku industri pangan, dengan deskripsi:

- Diperoleh dari biji sawit, melalui proses pemecahan biji.
- Diperoleh sebanyak 4-5 % dari Tandan Buah Segar (TBS).

Fitur:

- Inti sawit mengandung *Palm Kernel Oil* sebanyak $\pm 45-48\%$ yang kaya akan gugus Asam laurat bersifat cair pada suhu kamar.
- Dapat digunakan sebagai bahan baku industri makanan dan oleo kimia seperti *cocoa butter substituted* (lemak coklat) dan *Surface Active Agent* (*Surfactant*).

- **Teh Hitam**

Merupakan Bahan Baku Industri Pangan, dengan deskripsi:

Diproses melalui pelayuan, penggulungan, fermentasi, pengeringan dan sortasi. Teh hitam menghasilkan larutan yang berwarna merah tembaga. Teh hitam ini mempunyai rasa dan aroma berbeda tergantung pada ketinggian tempat tumbuh dan jenis teh serta proses pembuatannya.

Manfaat Teh bagi kesehatan:

- Meningkatkan metabolisme.
- Mengurangi nafsu makan.
- Mengurangi resiko serangan jantung.
- Menstimulir pembentukan sel darah putih.
- Membantu melawan keracunan makanan.
- Digunakan sebagai obat luar.
- Digunakan sebagai bahan kosmetik.

3.6 Struktur Organisasi

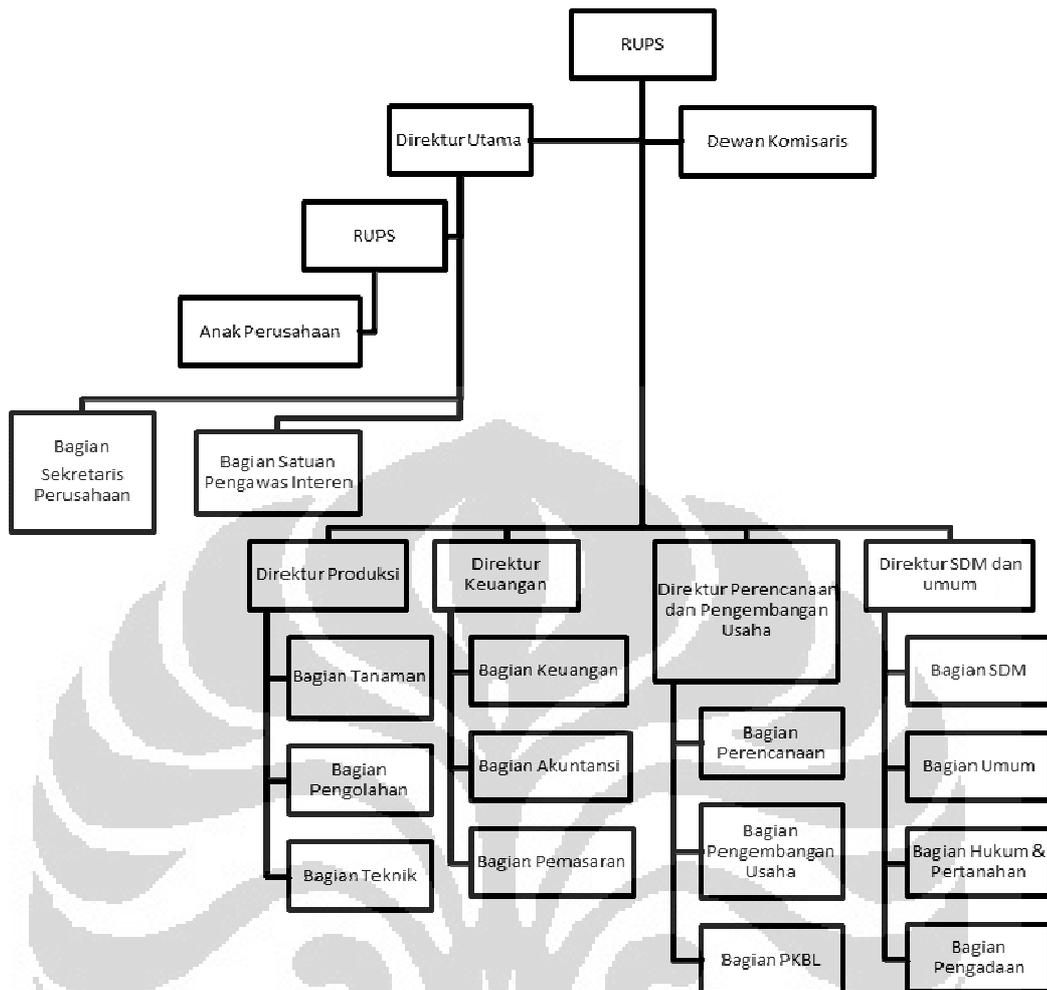
Struktur organisasi dari PT. Perkebunan Nusantara IV-Medan dapat dilihat pada Gambar 3.1 di halaman 61. Berikut adalah jajaran Komisaris dan Direktur dari PTPN-IV dan Kepala Bagian PKBL terkait dengan topik penelitian:

Susunan Komisaris

Komisaris Utama	: Mohammad Said Didu
Komisaris	: Usman Damanik
Komisaris	: Irwansyah Nasution
Komisaris	: Zainal Arifin
Komisaris	: A. Latied Rabar
Komisaris	: Tungkot Sipayung

Susunan Direksi

Direktur Utama	: Erwin Nasution
Direktur Produksi	: Ahmad Haslan Saragih
Direktur Keuangan	: Setia Dharma Sebayang
Direktur Perencanaan dan Pengembangan Usaha	: Memed Wiramihardja
Direktur SDM dan Umum	: Andi Wibisono
Kepala Bagian PKBL	: Muhtadin Harahap



Gambar 3.1

Struktur Organisasi dari PT. Perkebunan Nusantara IV-Medan

Sumber: PTPN-IV (2011)

3.7 Perusahaan Afiliasi

Berikut adalah perusahaan afiliasi dari PTPN-IV:

1. PT. Pamina Adolina Industri hilir

Keterangan : Pabrik Fraksionasi & Rafinasi kap. 500 ton CPO/hari dan Pabrik Margarin kap. 10 ton/hari.

Produk & Layanan : *RBD Olein, RBD Stearine, Fatty Acid* dan Margarin.

Alamat : Kelurahan Batang Terap Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai – SUMUT.

2. Pabrik Mesin Tenera (PMT) Dolok Ilir.

Keterangan : Bergerak dalam bidang rekayasa dan rancang bangun

yang berfungsi sebagai *work-shop dan supporting* pabrik-pabrik kelapa sawit, kakao dan teh. Telah berpengalaman membangun beberapa pabrik, yaitu : PKS kapasitas 30 ton TBS/Jam di Gunung Meliau, Ngabang Kalimantan Barat dan PKS kapasitas 60 ton TBS/Jam di Pasir Mandoge serta pabrik fraksionasi/rafinasi PMN Belawan.

- Produk & Layanan : Segala jenis *Spare-part* pabrik kakao, teh dan PKS, kecuali Boiler, Turbin dan Diesel.
- Alamat : Dolok Ilir, Kecamatan Dolok Batu Nanggar, Kabupaten Simalungun-SUMUT.
3. PT.Sarana Agro Nusantara
- Keterangan : Sarana Penimbunan CPO dan turunannya. Berlokasi di Pelabuhan Belawan, Medan dan di Pelabuhan Dumai.
- Produk & Layanan : Pelayanan Penampungan, Penimbunan dan Pemompaan CPO ke kapal.
- Alamat : Medan, Belawan.

3.8 Kinerja Perusahaan

Berikut adalah kinerja PTPN-IV yang berupa fasilitas dan kapasitas produksi:

a. Fasilitas Produksi

Pabrik Kelapa Sawit	: 15 Unit
Pabrik Fraksionasi & Rafinasi	: 1 Unit
Pabrik Pengolahan Inti Sawit	: 1 Unit
Pabrik Teh	: 3 Unit
Pabrik Perakitan Mesin	: 1 Unit

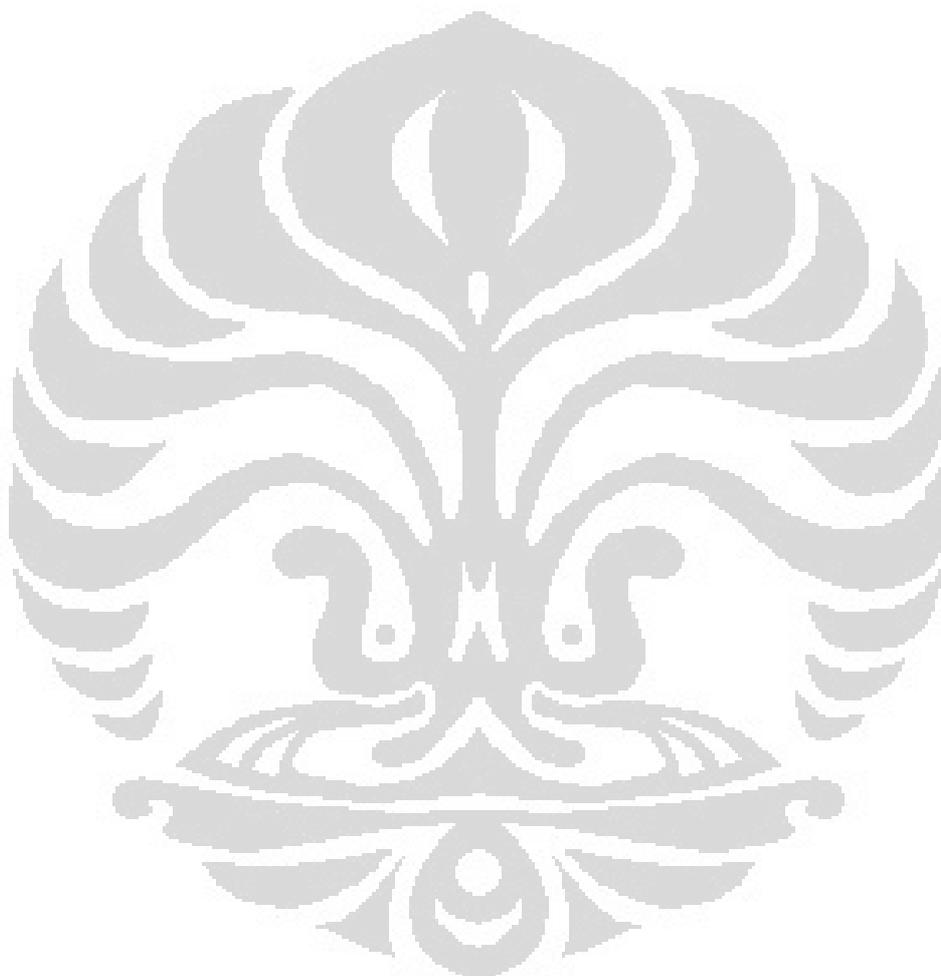
b. Kapasitas Terpasang

Pabrik Kelapa Sawit	: 560 ton TBS/Jam
Pabrik Fraksionasi & Rafinasi	: 300 ton CPO/hari
Pabrik Pengolahan Inti Sawit	: 400 ton IS/hari
Pabrik Teh	: 266 ton DTB/hari

c. Kapasitas Terpakai

Pabrik Kelapa Sawit	: 474 ton TBS/Jam
---------------------	-------------------

Pabrik Fraksionasi & Rafinasi	: 310 ton CPO/hari
Pabrik Pengolahan Inti Sawit	: 350 ton IS/hari
Pabrik Teh	: 254 ton DTB/hari



BAB 4

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Pemahaman PT. Perkebunan Nusantara IV atas *Corporate Social Responsibility*

Bagian ini mengungkapkan mengenai bagaimana PTPN-IV memahami pentingnya nilai-nilai CSR yang kemudian akan diterapkan pada berbagai aspek di dalam perusahaan. CSR yang dipandang sebagai suatu bentuk implementasi etika bisnis telah ditanggapi dengan baik oleh PTPN-IV. Komitmennya yang tinggi terhadap CSR telah ditanamkan sejak awal oleh perusahaan. Hal ini merupakan sangat penting bagi perusahaan jika perusahaan ingin mendapatkan *sustainable development*, dan dalam menerapkan CSR ini perusahaan harus memiliki strategi yang tepat sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Pada penelitian ini, penulis menggunakan *Strategic CSR Model* yang dikembangkan oleh Hendeberg (2009) seperti yang terdapat pada Gambar 2.4 di halaman 26 sebagai pengujian terhadap CSR pada PT. Perkebunan Nusantara-IV.

Company Goal and Company Identity

Komitmen perusahaan yang tinggi terhadap CSR telah ditanamkan sejak awal dan diterapkan melalui visi-misi perusahaan. Visi perusahaan yaitu “Menjadi Pusat keunggulan pengelolaan perusahaan agroindustri kelapa sawit dengan tata kelola perusahaan yang baik serta berwawasan lingkungan”. Visi ini mengungkapkan secara jelas bahwa perusahaan telah memiliki komitmen yang tegas dalam mengarahkan perusahaannya di masa depan dengan kegiatan usaha yang memperhatikan lingkungan dan menjadikannya suatu keunggulan yang signifikan. Hal ini juga menunjukkan bahwa PTPN-IV ingin menempatkan CSR sebagai nilai (*value*) yang dihormati untuk kepentingan seluruh *stakeholder*, baik yang ada di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan.

Lebih lanjut, dalam mengimplementasikan visi perusahaan, maka PTPN-IV memiliki misi yang jelas dan terarah, serta tetap berkomitmen dalam pelaksanaan CSR dengan bertujuan:

1. Menjamin keberlanjutan usaha yang kompetitif.
2. Meningkatkan daya saing produk secara berkesinambungan dengan sistem, cara dan lingkungan kerja yang mendorong munculnya kreativitas dan inovasi untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi.
3. Meningkatkan laba secara berkesinambungan.
4. Mengelola usaha secara profesional untuk meningkatkan nilai perusahaan yang mempedomani etika bisnis dan tata kelola perusahaan yang baik (GCG).
5. Meningkatkan tanggung jawab sosial dan lingkungan .
6. Melaksanakan dan menunjang kebijakan serta program pemerintah pusat/daerah.

Dari pernyataan-pernyataan dalam visi-misi perusahaan yang menyiratkan bahwa perusahaan ini sangat memiliki perhatian terhadap lingkungan dan masyarakat sekitarnya, yang dijadikan landasan strategi bekerjanya aktivitas perusahaan. Visi PTPN-IV “Menjadi Pusat keunggulan pengelolaan perusahaan agroindustri kelapa sawit dengan tata kelola perusahaan yang baik serta berwawasan lingkungan”, dan misi “ Meningkatkan tanggung jawab sosial dan lingkungan” merupakan bentuk *Company Goal* dan *Company Identity* yang dilakukan PTPN-IV.

Selain itu sebagai pendukung dari *Company Identity* pada PTPN-IV, perusahaan ini memiliki *Corporate Value* yaitu *Responsibility* (bertanggung-jawab terhadap *stakeholder*) yang dalam hal ini juga termasuk kepada komunitas lokal dan lingkungan yang memiliki peran signifikan atas keberlangsungan operasional perusahaan.

Internal and Eksternal Analysis

Analisis secara internal dan eksternal dilakukan dalam menerapkan CSR. seperti mengidentifikasi *stakeholder* yang memiliki peranan penting, keadaan ekonomi, kekuatan, kelemahan, ancaman dan kemungkinan. Berdasarkan analisis pendekatan *stakeholder*, dimensi ekonomi, sosial-kemasyarakatan dan lingkungan

tersebut telah disadari akan bersinggungan dengan berbagai kepentingan dari pihak-pihak *stakeholder* primer dan sekunder.

1. Kepentingan *stakeholder* primer (Internal Perusahaan), meliputi:
 - a. Pekerja (Serikat Pekerja), terkait dengan penyediaan kebutuhan pekerja perusahaan.
 - b. Penanam modal, terkait dengan pemenuhan modal perusahaan.
 - c. *Customer*, terkait dengan pemakai produk perusahaan.
2. Kepentingan *stakeholder* sekunder (Eksternal Perusahaan), meliputi:
 - a. Masyarakat umum, terkait dengan lapangan kerja dan opini positif/negatif tentang keberadaan perusahaan.
 - b. Pemerintah (Kota/Propinsi/Pusat), terkait dengan peraturan/ kebijakan.
 - c. Media massa, terkait dengan publikasi dan pembangunan citra perusahaan.

Dalam menentukan siapa *stakeholder* yang paling penting dan berpengaruh dalam pelaksanaan CSR di Indonesia jelas sekali bahwa masyarakat dan komunitas lokal yang berada di sekitar tempat operasional perusahaan menjadi *stakeholder* paling penting dalam pengambilan keputusan mengenai CSR. Komunitas lokal menjadi *stakeholder* paling berpengaruh bagi CSR di Indonesia, hal ini dikarenakan dampaknya bagi performa CSR yang dilakukan perusahaan dengan aktivitas perusahaan. Tanpa adanya klarifikasi dari komunitas lokal, akan menjadi sulit bahkan mustahil bagi perusahaan untuk beroperasi di daerah yang jauh dan terpencil di Indonesia. Hal ini terjadi di tempat perusahaan menggunakan sumber daya alam dari lokasi tersebut. Perusahaan harus memenuhi dan memuaskan komunitas lokal dengan membangun daerah sekitarnya. Hal ini dapat berupa pembangunan *Community Development*, yang mencakup adanya sarana kesehatan, pendidikan, infrastruktur maupun kegiatan sosial lainnya.

Komunitas lokal mempunyai peranan yang penting dan memberikan dampak yang luas bagi perusahaan dalam menjalankan bisnis di Indonesia, terutama di daerah yang jauh dan terpencil. Setiap perusahaan yang akan melaksanakan bisnis pada daerah ini harus meraih penerimaan dan legitimasi dengan tujuan dapat menjalankan bisnis dan usahanya. Ketika memasuki wilayah yang baru,

perusahaan menggunakan CSR untuk memperkenalkan dirinya kepada penduduk lokal dan *stakeholder* lainnya.

Beberapa perusahaan juga memberikan kontribusi dengan memberikan sumbangan kepada organisasi seperti NGO yang akan menyalurkan kembali dana tersebut ke komunitas lokal. Hal lain yang bisa dilakukan adalah menggunakan tenaga kerja dari penduduk sekitar yang biasanya dilakukan oleh perusahaan dengan skala yang lebih kecil.

Sesuai dengan pernyataan Carroll (1991) mengenai *legitimacy*, menjadi suatu hal yang penting bagi perusahaan untuk menganalisis *stakeholder* yang paling berpengaruh dan memiliki peran signifikan dalam pengambilan keputusan. Selain itu pemilihan *stakeholder* ini kemudian akan menjadi landasan bagi perusahaan atas segala tindakan yang akan dilakukan perusahaan dan menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan dalam rangka menjalankan kegiatan operasional.

PTPN-IV sangat memperhatikan *stakeholder* yang terkait dengan penerapan CSR yang dilakukan. Setelah itu PTPN-IV mempertimbangkan beberapa langkah yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan baik secara internal maupun eksternal dan mengidentifikasi *stakeholder* yang memiliki peranan penting. *Stakeholder* ini kemudian diidentifikasi sebagai *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. Dari pertimbangan perusahaan, perusahaan menganggap bahwa masyarakat sekitar merupakan *stakeholder* yang perannya sangat penting dalam kegiatan operasional perusahaan. Hal ini berkaitan dengan peran masyarakat yang sangat penting dalam kegiatan operasional perusahaan.

Selain itu masyarakat semakin menyadari bahwa perusahaan telah menggali kekayaan alamnya namun tidak dapat perhatian yang layak bahkan lingkungan sekitarnya terganggu dengan hadirnya perusahaan sehingga melakukan penuntutan yang berakibat dapat mengganggu bahkan menghentikan operasional perusahaan. Walaupun demikian masyarakat juga memberikan dukungan terhadap program-program yang dijalankan perusahaan sehingga kegiatan perusahaan terselenggara secara aman dan lancar. PTPN-IV yang melakukan kegiatan pada

daerah rural akan mengalami banyak kesulitan bahkan tidak dapat beroperasi jika masyarakat sekitar tidak mendukung maupun memberi ijin. Komunitas lokal sangat diperhatikan oleh PTPN-IV, karena menentukan bisa atau tidaknya perusahaan melakukan kegiatan usaha. Masyarakat dapat menjadi gangguan bagi operasional perusahaan terutama gangguan keamanan.

Indonesian CSR Pyramid

Seperti yang telah dibahas pada Gambar 2.3 di halaman 25 mengenai Piramida CSR di Indonesia yang dikemukakan oleh Carroll (2004) dan dikembangkan oleh Hendeberg (2009), pertimbangan mengenai identitas dari perusahaan maupun citra perusahaan yang diinginkan, menjadi sangat penting untuk dipertimbangkan mengenai identitas dari perusahaan maupun citra perusahaan yang diinginkan. Setelah tahap ini dilewati, piramida CSR di Indonesia akan mengidentifikasi apa yang diharapkan, diminta dan diinginkan di daerah ditempat program CSR akan dilakukan. Ketika perusahaan sudah melewati tahap ini maka mereka akan menemukan landasan yang kuat untuk strategi program CSR.

PTPN-IV dalam hal ini melakukan program CSR-nya melalui Program Kemitraan BUMN dengan usaha kecil dan program Bina Lingkungan yang dilakukan pada daerah-daerah di sekitar lokasi operasional perusahaan.

Strategic CSR Program

Dengan memberikan sesuatu kembali kepada masyarakat, suatu perusahaan dapat menerima pengakuan dan penerimaan untuk menjalankan bisnisnya. Menggunakan CSR sebagai strategi dari perusahaan dan menerima perlindungan dari penduduk lokal di sekitarnya dan mengurangi resiko adanya konflik yang akan muncul. Fungsi CSR sebagai strategi pemasaran juga didapatkan karena hal ini dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan yang kemudian akan mempengaruhi bertambahnya nilai yang selanjutnya akan memberikan kontribusi kepada profit perusahaan yang semakin tinggi. CSR juga digunakan sebagai pencapaian atas permintaan dan harapan perusahaan asing, hal ini dilakukan jika

memiliki tujuan ekspor. Perusahaan menggunakan CSR untuk mendapatkan masa depan yang berkelanjutan dengan tujuan berkembang dengan pesat.

Strategic CSR Program, yang dilakukan oleh PTPN-IV tercermin pada strategi perusahaan khususnya pada Strategi Operasional yaitu melalui program Kemitraan, perusahaan memaksimalkan hubungan kemitraan dengan *stakeholders* dan melakukan Pengabdian Masyarakat dengan Bagian kemitraan Bina Lingkungan (KBL) merupakan unit khusus yang menangani program kemitraan BUMN dengan usaha kecil dan Bina Lingkungan.

Implementation

Selanjutnya perusahaan akan menuju kepada tahap implementasi, pada tahap ini perusahaan harus mengevaluasi jika ada pihak luar yang dibutuhkan untuk mengimplementasikan dan melaksanakan strategi program CSR tersebut. Tahap ini sama pentingnya dengan tahap awal karena tidak peduli seberapa terencananya suatu strategi CSR yang telah direncanakan jika menjadi hal yang mustahil untuk dilakukan.

CSR pada PTPN-IV telah diwujudkan ke dalam berbagai tindakan berdimensi ekonomi, sosial kemasyarakatan dan lingkungan. Kelompok Aktivistis sosial, terkait dengan permintaan kontra sosial dan kontrol sosial.

Evaluation of CSR Performance

Proses selanjutnya yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan adalah untuk mengevaluasi dan menganalisis hasil dari Program Kemitraan BUMN dengan usaha kecil dan program Bina Lingkungan yang sedang berlangsung dengan oleh pihak eksternal untuk mendapatkan opini secara obyektif yang mengeluarkan laporan keuangan beserta laporan auditor independen untuk tetap mengawasi implementasi dari CSR PTPN-IV.

Semua komponen tersebut telah diperhitungkan keberadaannya oleh perusahaan dan dijaga hubungan dan kepentingannya. Dengan komitmen yang tinggi terhadap implementasi CSR, PTPN selalu berusaha memelihara dan mempertahankan

keseimbangan antara kepentingan internal perusahaan dengan kepentingan pihak-pihak di luar perusahaan. Tindakan konkrit CSR yang paling dominan adalah dari sisi ekonomi, sosial-kemasyarakatan dan lingkungan.

PTPN-IV juga memaknai CSR sebagai filosofi bisnis, yaitu perusahaan bertindak sebagai warga negara yang baik, bukan hanya mematuhi hukum, tetapi juga melaksanakan aktivitas agro bisnis dan agro industri secara bertanggung-jawab baik secara ekonomi, sosial-kemasyarakatan dan juga masalah lingkungan.

Dengan analisis berdasar kepada *Strategic CSR Cycle Model* yang dikemukakan oleh Hendeberg (2009) dan dibandingkan dengan apa yang telah dilakukan oleh PTPN-IV terlihat bahwa perusahaan ini sudah memahami tahapan-tahapan yang diperlukan secara baik. Pada setiap tahapan yang dikemukakan, jelas sekali perusahaan ini sudah mengikuti tahapan tersebut secara baik dalam performa CSR yang dilakukan.

4.2 Penerapan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Perkebunan Nusantara-IV.

Penerapan CSR pada PTPN-IV akan diuji kesesuaiannya dengan menggunakan konsep *Triple Bottom Line* dan *Hendeberg's CSR Pyramid* yang telah dijelaskan pada Bab 2 dari penelitian ini. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang dilakukan oleh PTPN-IV akan dibandingkan dengan teori yang terkait untuk kesesuaian penerapan CSR ini. Sebagai pengantar atas program CSR yang dilakukan akan dijelaskan mengenai PKBL sebagai bentuk implementasi CSR pada perusahaan ini.

4.2.1 Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT. Perkebunan Nusantara-IV, Medan.

Penerapan CSR merupakan langkah pilihan masing-masing perusahaan sebagai kebijakan perusahaan itu sendiri, bukan karena adanya paksaan atas aturan

tertentu maupun dikarenakan adanya aturan masyarakat. Implementasi CSR merupakan sarana edukasi dan komunikasi dengan masyarakat dan menciptakan situasi kebersamaan. Pada PTPN-IV, Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) tidak berbeda dengan yang dilakukan perusahaan swasta dengan CSRnya. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa PKBL merupakan CSR yang dilakukan bagi perusahaan BUMN.

Peran PKBL mempunyai cakupan yang lebih luas dibandingkan praktek CSR yang dilakukan oleh perusahaan swasta karena PKBL juga diharapkan mampu mewujudkan 3 (tiga) tujuan utama pemerintah dalam pembangunan yaitu: pengurangan jumlah pembangunan, pengurangan jumlah penduduk miskin dan peningkatan pertumbuhan ekonomi. Melalui program PKBL ini diharapkan terjadi peningkatan partisipasi bagi BUMN untuk memberdayakan potensi dan kondisi ekonomi, sosial dan lingkungan masyarakat dengan fokus diarahkan pada pengembangan ekonomi kerakyatan untuk menciptakan pemerataan pembangunan. Berikut adalah contoh perbandingan ruang lingkup PKBL dan CSR pada perusahaan swasta dapat dilihat pada Tabel 4.1 di halaman 70.

PKBL merupakan Program Pembinaan Usaha Kecil dan pemberdayaan kondisi lingkungan oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari sebagian laba Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Jumlah penyisihan laba untuk pendanaan program maksimal sebesar 2 % (dua persen) dari laba bersih untuk Program Kemitraan dan maksimal 2 % (dua persen) dari laba bersih untuk Program Bina Lingkungan.

Keberadaan usaha kecil dan menengah berperan aktif dalam pertumbuhan perekonomian di masyarakat, dengan jumlah yang banyak jika dibandingkan dengan pengusaha besar yang ada. Secara umum kegiatan usaha kecil memerlukan modal yang kecil dan menyerap tenaga kerja yang cukup besar namun belum mampu memberikan devisa bagi negara, dengan kata lain pengusaha kecil yang ada di tengah masyarakat masih sedikit yang mampu mengeksport produknya ke luar negeri.

Krisis keuangan yang terjadi pada tahun 1998 yang mengakibatkan terpuruknya perekonomian nasional berakibat banyaknya pengusaha besar yang mengalami

kehancuran, namun pengusaha kecil dapat mempertahankan keberadaannya dan melakukan kegiatan ekonomi di tengah-tengah masyarakat.

Tabel 4.1 Perbandingan Ruang Lingkup PKBL dan CSR

Ruang Lingkup PKBL	PTPN-IV	Praktek CSR Sampoerna	Praktek CSR Grup Astra
Program Kemitraan	Pinjaman Modal Kerja	*Mitra Produksi Sigaret *Pendidikan Pelatihan Kewirausahaan Sampoerna di Pasuruan seluas 10 Ha	Pembiayaan dan pembinaan kepada supplier Astra
Program Bina Lingkungan	Bencana Alam	Pembentukan " <i>Sampoerna Resque</i> "	Donasi 2.5 Milyar untuk Aceh.
	Pendidikan Pelatihan	Pemberian Beasiswa kepada Mahasiswa Perguruan Tinggi	Beasiswa Astra untuk SD-Perguruan Tinggi
	Peningkatan Kesehatan	Sumbangan sembako kepada tukang becak	FIF Peduli Bocah Hydrocephalus
	Pengembangan Sarana dan Prasarana Umum	Sumbangan pembangunan ruang belajar di beberapa kampus " <i>Sampoerna Room</i> "	Sumbangan air bersih, ambulance MCK
	Sarana Ibadah	Sumbangan sarana ibadah di sekitar lokasi operasional	Sumbangan mesjid, gereja dan perayaan keagamaan
	Pelestarian Alam	Partisipasi Malang Ijo Royo Royo	<i>Go Green with Astra</i>

Sumber: PTPN-IV

BUMN yang seluruh atau sebagian besar modalnya berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan, merupakan salah satu pelaku ekonomi dalam sistem perekonomian nasional di samping usaha swasta dan koperasi. Di samping menghasilkan barang dan atau jasa untuk kemakmuran masyarakat, BUMN dipandang memiliki peran yang strategis dalam membantu pembinaan dan pengembangan usaha swasta dan koperasi.

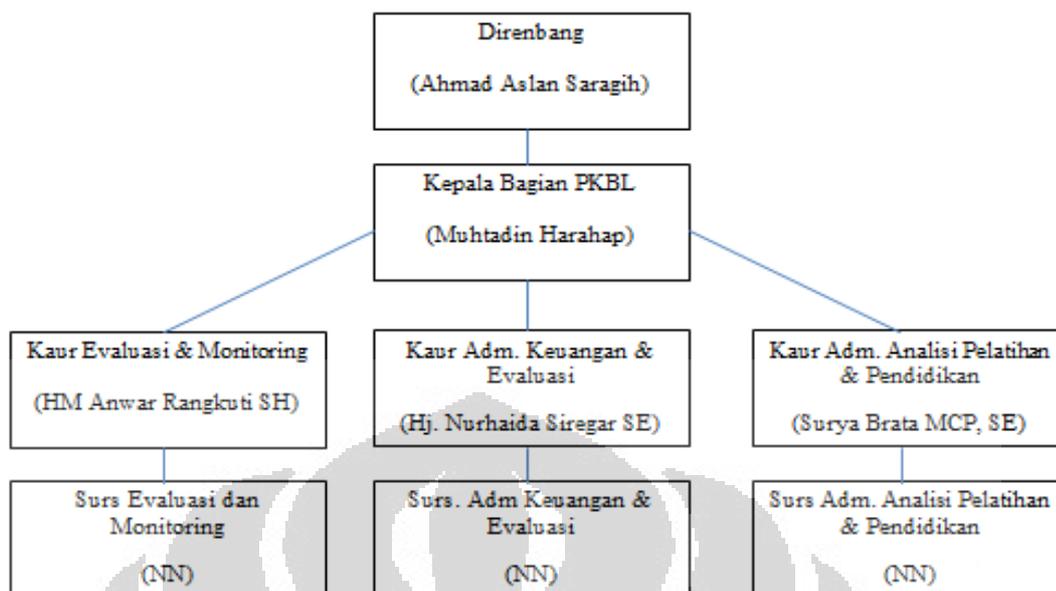
PT. Perkebunan Nusantara-IV (Persero) didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 9 tahun 1996 merupakan penggabungan dari beberapa perusahaan perkebunan di wilayah Sumatera Utara yaitu PT. Perkebunan VI, PT.

Perkebunan VII dan PT. Perkebunan VII. Pendirian PTPN-IV disahkan berdasarkan Akta Notaris Harun Kamil, SH Nomor 37 tertanggal 11 Maret 1996, dan Surat Keputusan Menteri Kehakiman Nomor C2.8332.HT.01.01 Th 96 tanggal 8 Agustus 1996 serta dicantumkan dalam Tambahan Berita Negara RI No.81 Tanggal 8 Oktober 1996.

PTPN-IV bergerak dibidang usaha agro bisnis dan agro industri dan seluruh sahamnya dimiliki Pemerintah Republik Indonesia. PTPN-IV memiliki 37 unit usaha yang terletak di 8 kabupaten yaitu Kabupaten Langkat, Serdang Bedagai, Asahan, Labuhan Batu, Toba Samosir, Tapanuli Selatan dan Mandailing Natal.

Mitra Binaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PTPN-IV berjumlah 5.250 mitra tahun 2010 dan 4.768 mitra tahun 2009 yang tersebar di kabupaten/kota di wilayah propinsi Sumatera Utara dan di beberapa propinsi lain di Indonesia. PKBL PTPN-IV berpedoman pada Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia No.PER-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil.

Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan di PTPN-IV dikelola oleh bagian PKBL di kantor pusat yang merupakan suatu unit tersendiri di bawah Direnbang. Bagian PKBL dibentuk berdasarkan SK Direksi No. 04.13/Kpts/08/III/2000 tanggal 10 Maret 2000 dan bertanggung jawab atas pengelolaan dana PKBL. Struktur organisasi bagian PKBL pada PTPN-IV dijelaskan pada Gambar 4.1 di halaman 72.



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bagian PKBL

Sumber: PTPN-IV (2012)

Bagian PKBL dipimpin oleh Kepala Bagian, dan dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh 3 (tiga) orang Kepala Urusan (Kaur) yaitu Kaur Evaluasi dan Monitoring, Kaur Administrasi Keuangan dan Bina Lingkungan dan Kaur Administrasi Analisis, Pelatihan dan Pendidikan. Masing-masing Kaur dibantu oleh seorang asisten.

A. Program Kemitraan PTPN-IV

Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil, yang selanjutnya disebut Program Kemitraan adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Program kemitraan adalah kerja sama usaha antara usaha kecil dan menengah atau dengan usaha besar disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh usaha

menengah atau usaha besar dengan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan. Program ini meliputi:

- a. Memberikan pinjaman untuk membiayai modal kerja dan atau pembelian aktiva tetap dalam rangka meningkatkan produksi dan penjualan.
- b. Memberikan pinjaman khusus yang digunakan untuk membiayai kebutuhan dana pelaksanaan kegiatan usaha Mitra Binaan (MB) yang bersifat pinjaman tambahan dan jangka pendek dalam rangka memenuhi pesanan dari rekanan usaha MB.
- c. Memberikan dana pembinaan kemitraan yang digunakan untuk membiayai pendidikan, pelatihan, pemagangan, pemasaran, promosi dan hal-hal lain yang menyangkut peningkatan produktivitas MB serta untuk penelitian yang berkaitan dengan Program Kemitraan.

Program kemitraan yang dilakukan oleh PTPN-IV, meliputi:

1. Pembiayaan modal kerja dan investasi.
 - Penggunaan dana pinjaman dapat dibagi beberapa sektor antara lain: Sektor Industri, Sektor Perdagangan, Sektor Pertanian, Sektor Peternakan, Sektor Perkebunan, Sektor Perikanan, Sektor Jasa dan Sektor lainnya.
2. Pinjaman Khusus (Jangka Pendek)
3. Hibah, seperti:
 - Pendidikan, pelatihan, pemagangan, pemasaran, promosi, pameran dan lain-lain.

Tabel 4.2 di halaman 74 menjelaskan penyaluran program Kemitraan berdasarkan wilayah dari tahun 2007-2011. Dari tabel tersebut dapat dianalisis sebaran lokasi daerah penyaluran program kemitraan berada pada lokasi-lokasi tempat perusahaan memiliki kebun, sehingga dapat dikatakan bahwa program ini ditujukan kepada masyarakat dan komunitas lokal di mana perusahaan menjalankan kegiatan usahanya. Hal ini sebagai bentuk partisipasi perusahaan

dalam membantu perekonomian masyarakat sekitar dan menjadi mitra bagi masyarakat dalam meningkatkan kemampuan ekonomi.

Tabel 4.2 Penyaluran Program Kemitraan Berdasarkan Wilayah Tahun 2007 s/d 2011

(Rp,000,000)

No	Sumatera Utara	Jumlah Penyaluran Program Kemitraan				
		Tahun 2007	Tahun 2008	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011
1	Asahan	125	355	1,315	318	570
2	Batubara				212	705
3	Binjai		40	25	306	70
4	Dairi	50	40	195	40	255
5	Deli Serdang	105	320	800	1,070	895
6	Humbahas	15	0	0	30	0
7	Koperasi		0	470	285	0
8	Labuhan Batu	115	165	515	970	1,225
9	Langkat	55	180	520	765	950
10	Madina	125	135	480	305	355
11	Medan	1,080	1,495	3,580	965	2,225
12	Padang Lawas				344	210
13	Pem. Siantar		685	1,170	400	900
14	Serdang Bedagei	85	30	725	475	1,665
15	Sibolga				418	0
1	Simalungun	595	1,875	4,095	2,325	3,700
2	Tanah Karo	185	0	775	330	205
3	Tapanuli Selatan	280	0	320	516	780
4	Tapanuli Tengah	180	325	1,340	321	190
5	Tapanuli Utara	40	75	40	70	60
6	Tebing Tinggi	75	125	715	655	1,525
7	Tobasa	140	40	0	85	0
	Jumlah	3,250	5,885	17,080	11,205	16,485

Sumber: PTPN-IV, 2012

Sesuai dengan komitmen perusahaan yang penyisihan laba untuk pendanaan program maksimal sebesar 2 % (dua persen) dari laba bersih untuk Program Kemitraan, dari Tabel 4.3 di halaman 75 dapat diamati sumber dan alokasi Dana Mitra Binaan dari tahun 2010-2011 berfluktuasi sesuai dengan bagian laba yang diterima atas laba bersih perusahaan di tahun yang bersangkutan.

**Tabel 4.3 Akumulasi Sumber dan Penggunaan Dana Mitra Binaan
s/d Tahun 2011**

(Rp.,000,000)

Uraian	s/d. Tahun 2010	Tahun 2011	s/d. Tahun 2011
Sumber Dana			
Saldo Awal		1,111	
Bagian laba	65,130	11,855	76,985
Pengembalian:			
- Pokok Pinjaman	25,775	5,175	30,950
- Bunga Pinjaman	1,711	669	2,381
Jasa Giro	1,705	74	1,780
Dana tersedia	94,323	18,886	112,098
Pengeluaran Dana			
a. Bantuan Pinjaman:			
- Usaha Kecil (5,579 unit)	66,687	16,165	82,852
- KUD/ KPN (317 unit)	8,962	150	9,112
- Kopkar BUMN (30 unit)	1,448	170	1,618
Jlh Pinjaman untuk Mitra Binaan	77,097	16,485	93,582
- Penugasan NAD	3,000	-	3,000
- Penyaluran kepada PT SHS	840	-	840
Jumlah Pinjaman (5.926 Unit)	80,937	16,485	97,422
b. Hibah	10,747	1,678	12,426
c. Biaya Operasional	1,050	55	1,105
d. Pinjaman BUMN Lain	0	-	-
f. Penempatan dana KUM-LTA	476	-	476
Jumlah Pengeluaran Dana	93,212	18,218	111,430
Saldo Akhir	1,111	667	667

Sumber: PTPN-IV, 2012

Tabel 4.4 Penyaluran Pinjaman Dana Program Kemitraan

(Rp.,000,000)

No.	URAIAN	Tahun 2008	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011	S/D TAHUN 2011
1	Sektor Industri	915	1,690	1,145	1,165	10,027
2	Sektor Perdagangan	3,340	8,040	5,570	9,365	40,772
3	Sektor Pertanian	100	1,120	250	165	3,965
4	Sektor Peternakan	160	895	535	815	3,955
5	Sektor Perkebunan	0	325	500	1,250	2,960
6	Sektor Perikanan	420	1,200	590	615	5,091
7	Sektor Jasa	950	329,5	2,230	2,790	20,710
8	Sektor Lainnya	0	515	385	320	6,101
	Jumlah	5,885	14,114,5	11,205	16,485	93,581

Sumber: PTPN-IV, 2012

Tabel 4.5 Perkembangan Mitra Binaan

No.	U R A I A N	Tahun 2008	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011	Unit
						S/D TAHUN 2011
1	Sektor Industri Sektor	44	55	42	44	659
2	Perdagangan	158	329	250	399	2,549
3	Sektor Pertanian	5	55	15	7	336
4	Sektor Peternakan	8	36	25	47	294
5	Sektor Perkebunan	0	10	19	45	133
6	Sektor Perikanan	21	48	25	25	357
7	Sektor Jasa	51	125	97	105	1,335
8	Sektor Lainnya	0	9	9	4	263
	Jumlah	287	667	482	676	5,926

Sumber: PTPN-IV, 2012

Pada Tabel 4.4 di halaman 75 dan Tabel 4.5 di halaman ini dapat diamati jenis-jenis sektor yang dibina oleh perusahaan dalam bentuk pembiayaan modal kerja dan investasi pada sektor: Sektor Industri, Sektor Perdagangan, Sektor Pertanian, Sektor Peternakan, Sektor Perkebunan, Sektor Perikanan, Sektor Jasa dan Sektor lainnya. Walaupun PTPN-IV sebagai perusahaan yang bergerak di bidang agro bisnis khususnya kelapa sawit, namun penyaluran dana Mitra Binaan tidak hanya pada sektor pertaniannya saja. Sektor-sektor lain juga mendapat perhatian dan bantuan dari perusahaan, namun jika melihat sebaran lokasi, mana lokasi penerima dana bantuan berada pada lingkungan perusahaan beroperasi.

B. Program Bina Lingkungan PTPN-IV

Program Bina Lingkungan yang selanjutnya disebut Program BL, adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN (*Community Development*). Program bina lingkungan yang dilakukan oleh PTPN-IV, meliputi: memberikan bantuan untuk korban bencana alam, untuk pendidikan dan atau pelatihan peningkatan kesehatan, pengembangan prasarana dan atau sarana umum, sarana ibadah, serta pelestarian alam.

Tabel 4.6 di halaman ini dan Tabel 4.7 di halaman 78, menjelaskan penyaluran program Bina Lingkungan berdasarkan wilayah dari tahun 2007-2011. Dari tabel tersebut dapat dianalisis sebaran lokasi daerah penyaluran program ini berada pada lokasi-lokasi di mana perusahaan di mana perusahaan menjalankan kegiatan usahanya.

Pada Sumber dana dan alokasi penggunaan, sesuai dengan komitmen perusahaan yang penyisihan laba untuk pendanaan program maksimal sebesar 2 % (dua persen) dari laba bersih untuk Program Bina Lingkungan, maka bagian laba bagian laba yang diterima mengikuti laba bersih perusahaan di tahun yang bersangkutan. Dengan kecenderungan naiknya laba perusahaan setiap tahunnya maka alokasi dana untuk PKBL juga akan meningkat.

Tabel 4.6 Penyaluran Bina Lingkungan Berdasarkan Wilayah Tahun 2007-2011

(Rp 000,000)

No	Sumatera Utara	Jumlah Penyaluran Bina Lingkungan				
		Tahun 2007	Tahun 2008	Tahun 2009	Tahun 2010	Tahun 2011
1	Asahan	95	245	435	128	989
2	Batubara		30	468	185	152
3	Binjai			17	25	30
4	Deli Serdang		175	348	220	461
5	Humbahas	80				
6	Labuhan Batu	50	504	237	538	961
7	Langkat	200	185	78	162	303
8	Madina	25	436	163	188	579
9	Medan	1,316	2,156	2,487	2,343	2,498
10	Padang Lawas		20		102	351
11	Pem. Siantar		270	665	255	156
12	Serdang Bedagai	125	278	249	261	758
1	Simalungun	4,194	3,348	4,559	2,739	7,424
2	Tanah Karo		10	53	307	59
3	Tanjung Balai		8		100	
4	Tapanuli Selatan	13	25	88	373	99
5	Tapanuli Tengah	76		15	12	
6	Tapanuli Utara					428
7	Tebing Tinggi	3	88	168	127	138
8	Tobasa			17		885
	Jumlah	6,178	7,781	10,055	8,071	16,280

Sumber : PTPN IV, 2012

Tabel 4.7 Akumulasi Sumber dan penggunaan Dana Bina Lingkungan s/d Tahun 2011

(Rp. 000,000)

Uraian	s/d Tahun 2010	Tahun 2011	s/d Tahun 2011
Sumber Dana			
Saldo awal		11,521	
Bagian laba	72,724	11,855	84,579
Jasa Giro	694	138	833
Dana tersedia	73,419	23,515	85,413
Penggunaan Dana			
Bantuan Bina Lingkungan			
- Bantuan BL BUMN Peduli	9,525	-	9,525
- Bantuan Bina Lingkungan PTPN IV	51,133	16,280	67,413
Biaya Operasional			
- Biaya Bank	107	28	136
- Operasional Lainnya	1,132	796	1,928
Jumlah Pengeluaran Dana	61,897	17,105	79,003
Saldo Akhir	11,521	6,410	6,410

Sumber : PTPN IV, 2012

Dari analisis yang dilakukan terhadap program yang dilakukan PTPN-IV dalam rangka melaksanakan CSR-nya, penulis menganalisis bahwa perusahaan ini telah memahami Pasal 88 ayat (1) UU BUMN yang menyebutkan bahwa BUMN dapat menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan usaha kecil dan koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN. Selain itu wujud penerapan CSR di PTPN-IV telah sesuai dengan regulasi pemerintah dalam aktivitas Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang mengacu pada PER-05/MBU/2007 dan SE-04/MBU.S/2007 tentang penerapan pedoman Akuntansi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

4.2.2 Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Triple Bottom Line*

Konsep *Triple Bottom Line* (TBL) yang secara luas diperkenalkan oleh John Elkington, terkait dengan operasi perusahaan yang berkelanjutan akan tercapai jika perusahaan memperhatikan bukan hanya aspek ekonomis maupun keuntungan (*Profit*) semata, namun harus memperhatikan keadaan masyarakat (*People*) dan keadaan lingkungan (*Planet*) sekitar. Ketiga faktor ini saling

berkaitan antara satu dengan yang lainnya dan bersifat dinamis tergantung pada kondisi dan tekanan sosial, politik, ekonomi dan lingkungan, serta adanya kemungkinan konflik kepentingan. TBL digunakan sebagai kerangka dalam mengukur dan melaporkan kinerja perusahaan mencakup parameter-parameter ekonomi, sosial dan lingkungan dengan memperhatikan kebutuhan *stakeholder* (konsumen, pekerja, mitra bisnis, pemerintah, masyarakat lokal dan masyarakat luas) dan *shareholders* untuk meminimalkan adanya gangguan atau kerusakan pada manusia dan lingkungan dari berbagai aktivitas perusahaan.

TBL pada penerapan CSR di PTPN-IV bukan hanya merupakan sekedar laporan kinerja tetapi juga sebagai suatu pendekatan untuk memperbaiki pengambilan keputusan tentang kebijakan dan program ke arah yang lebih baik dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, lingkungan dan masyarakat sekaligus. Implementasi CSR pada konsep TBL seringkali menjadi bias ketika kelihatannya perusahaan hanya melakukan kegiatan bantuan sebagai pemadam konflik sementara kepada masyarakat dan mengklaim telah melakukan CSR. Hal ini sangat bertolak belakang dengan konsep CSR yang tidak hanya sebagai program bantuan untuk menghindari tekanan dari pihak lain, misalnya tekanan masyarakat ataupun merupakan alat dalam membentuk citra baik dari perusahaan melainkan merupakan kegiatan pemberdayaan yang berkesinambungan ke arah yang lebih baik. Tabel 4.8 di halaman 82 menjelaskan mengenai *Framework Audit Program CSR* yang digunakan untuk mengetahui apakah beberapa hal yang dianggap penting dalam pelaksanaan CSR dalam suatu perusahaan sudah dianggap memenuhi kriteria yang diharapkan atau belum dibandingkan dengan penerapan CSR yang dilakukan oleh PTPN-IV.

Tabel tersebut juga memberikan gambaran mengenai pelaksanaan CSR di perusahaan ini dibandingkan dengan kriteria yang diberikan pada *framework* audit. Aspek-aspek dalam tabel ini dikembangkan berdasarkan definisi CSR sebagai kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*Profit*) bagi kepentingan manusia (*People*) dan lingkungan (*Planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*Procedure*) yang tepat dan profesional, dalam hal ini dibandingkan dengan program-program yang sudah dilakukan oleh

PTPN-IV. Prosedur atas pelaksanaan program ini disertakan di lampiran 2 di halaman 103.

Tabel 4.8 Framework Audit Program CSR

Aspek	Penjelasan
<i>Profit</i>	<p>Pertanyaan Dasar:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Seberapa besar proporsi uang yang dikeluarkan perusahaan untuk CSR? *Dari manakah porsi anggaran CSR tersebut diambil, apakah diperhitungkan sebagai biaya perusahaan atau diambil dari laba kotor atau bersih? <p>Kriteria CSR yang baik:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Anggaran sebesar 2% yang disisihkan dari laba bersih perusahaan. *Semakin besarnya perhatian para penentu kebijakan perusahaan terhadap prioritas anggaran CSR. <p>Sumber data:</p> <ul style="list-style-type: none"> *CEO Board of Directors *Pegawai/Staf perusahaan *LSM *Mitra Kontraktor
PTPN-IV	<ol style="list-style-type: none"> 1. PTPN-IV menyisihkan dana PKBL-nya disesuaikan dengan laba perusahaan tiap tahun, yang berarti jika laba perusahaan naik sebagaimana kecenderungannya tiap tahun, maka alokasi dana untuk PKBL juga akan meningkat. 2. Dana PKBL proporsinya maksimal sebesar 2% setiap tahun dari laba setelah pajak yang dinyatakan dalam Risalah RUPS PTPN-IV.
<i>Planet</i>	<p>Pertanyaan Dasar:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Apa kegiatan CSR yang berkaitan dengan pelestarian lingkungan? *Apa dampaknya bagi kondisi lingkungan sekitar? <p>Kriteria CSR yang baik:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Adanya program-program nyata pelestarian lingkungan. *Adanya sarana pengelolaan dampak lingkungan (misalnya limbah) *Adanya program yang berdampak positif bagi lingkungan *Dampak negatif yang relatif kecil dan terkontrol pada kerusakan lingkungan. <p>Sumber data:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Pegawai Perusahaan *Kontraktor *Supplier *Pemerintah *Masyarakat Sekitar *LSM *Media Massa
PTPN-IV	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan bantuan untuk korban bencana alam serta pelestarian alam. 2. Kegiatan PKBL dilakukan pada daerah di mana perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya. 3. Menjaga kelestarian lingkungan dengan program <i>Zero Waste</i> yaitu dengan memanfaatkan limbah padat dan cair menjadi kompos. 4. Meminimalisasi dampak keberadaan Pabrik Kelapa Sawit (PKS) dengan teknologi yang akrab lingkungan.

<i>People</i>	<p>Pertanyaan Dasar:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Apa kegiatan CSR yang berkaitan dengan peningkatan kesejahteraan sosial? *Apa dampaknya bagi kondisi masyarakat khususnya komunitas lokal? <p>Kriteria CSR yang baik:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Adanya program-program nyata pelayanan sosial dan pemberdayaan masyarakat (Penguatan layanan kesehatan dan pendidikan, pemberian bantuan sosial, modal usaha dan pelatihan wirausaha, kecakapan hidup). *Adanya sistem perlindungan sosial terhadap kelompok-kelompok rentan, termasuk penghargaan-penghargaan terhadap kearifan lokal. *Adanya program yang berdampak positif bagi peningkatan kualitas hidup, mata pencaharian dan kemandirian masyarakat. *Dampak negatif yang relatif kecil dan terkontrol pada kerusakan sistem sosial (jarak sosial kecemburuan sosial, konflik) <p>Sumber data:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Pegawai Perusahaan *Pemerintah *Masyarakat Sekitar *LSM *Media Massa
	<p>PTPN-IV</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil, yang adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN yang akan membantu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. 2. Diberikan dalam bentuk: Pembiayaan modal kerja dan investasi, Pinjaman Khusus (Jangka Pendek), Hibah, Pendidikan, pelatihan, pemagangan, pemasaran, promosi, pameran dan lain-lain.
<i>Procedure</i>	<p>Pertanyaan Dasar:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Bagaimana program CSR tersebut dilaksanakan? *Apakah prosesnya dilakukan sesuai prosedur? <p>Kriteria CSR yang baik:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Dilakukan oleh lembaga yang “terpisah” dari perusahaan (Misalnya bermitra dengan perguruan tinggi, LSM atau organisasi lain). *Melibatkan ahli Profesional. <p>Sumber data :</p> <ul style="list-style-type: none"> *Integrasi CSR dengan kebijakan perusahaan. *Pegawai Perusahaan *Pemerintah *Masyarakat sekitar *LSM *Media Massa *As. Profesi
	<p>PTPN-IV</p> <p>PTPN-IV menggunakan Petunjuk <i>Pelaksanaan (Standard Operating Procedure/SOP)</i> Program Kemitraan dan Bina Lingkungan melalui Keputusan Direksi PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) Nomor 04.11/Kpts/04/VI/2009 dalam memudahkan pelaksanaan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan secara benar dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku serta mengantisipasi segala permasalahan yang timbul dalam pelaksanaan pembinaan.</p>

Sumber: Retro Training Centre, 2010 dan diolah peneliti.

Dari tabel dihalaman 80-81 dapat diketahui bahwa PTPN-IV telah menerapkan program CSR-nya yaitu Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dengan memperhatikan bukan hanya *Profit*, namun juga peduli akan komunitas dan masyarakat lokal di daerah sekitar operasional perusahaan (*People*) dan kepada lingkungan sekitarnya (*Planet*) sesuai dengan konsep *Triple Bottom Line* yaitu suatu perusahaan yang menerapkan konsep *Profit, Planet, People*. Bahkan, PTPN-IV telah memiliki prosedur (*Procedure*) dalam pengimplementasian program-programnya.

Selain CSR yang dilakukan PTPN-IV ini yang diimplementasikan dalam bentuk PKBL, perusahaan ini juga ikut serta dalam beberapa program yang memperhatikan masyarakat dan lingkungan sekitarnya yang dilakukan oleh pemerintah daerah. Beberapa program yang dilakukan seperti:

1. Program Langit Biru, mendukung program pemerintah tentang langit biru dengan mengurangi berkurangnya ozon yang semakin lama semakin berkurang karena dampak polusi dan dananya dimasukkan ke dalam biaya perusahaan.
2. Pelestarian lingkungan yang diadakan Kodam I-Bukit Barisan melalui program Toba *Go Green* untuk mendukung lingkungan yang nyaman, kondusif melalui program pemeliharaan lingkungan. Toba *Go Green* telah menanam sekitar 593 pohon dan direncanakan untuk lahan seluas 400.000 hektar akan membutuhkan 40.000.000 pohon.

4.2.3 Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Hendeberg's CSR Pyramid*

Penerapan CSR pada PTPN-IV dianalisis penulis dengan menggunakan *Hendeberg's CSR Pyramid* yang dikemukakan oleh Hendeberg (2009) di halaman 25 sesuai dengan keadaan Indonesia sebagai negara berkembang.

Ethical Responsibility berada di paling bawah sebagai landasan bagi pelaksanaan CSR. Tanggung jawab etika atas pentingnya nilai budaya dan kepercayaan yang

dianggap sebagai komponen yang paling rumit dalam melaksanakan CSR di Indonesia. Keadaan ini juga dipengaruhi adanya perbedaan norma yang berlaku di masyarakat pada masing-masing daerah, Indonesia yang memiliki nilai kultur yang sangat bervariasi dan pemahaman atas suatu nilai yang berbeda-beda pada masing-masing daerah juga merupakan faktor yang krusial yang harus menjadi pertimbangan perusahaan dalam melaksanakan CSR di daerah lokasi kegiatan usahanya berada. Perusahaan yang tidak mempertimbangkan masalah etika, maka perusahaan akan mendapatkan masalah dalam menjalankan CSR.

Legal dan Economical Responsibility berada pada bagian tengah piramida, hal ini terjadi karena walaupun perusahaan menganggap pentingnya tanggung jawab ekonomis dalam pelaksanaan CSR, namun dikarenakan terdapat ketentuan bahwa perusahaan harus mengikuti hukum yang berlaku di mana pelaksanaan CSR di Indonesia diatur dalam peraturan yang merupakan syarat bagi perusahaan yang menggunakan sumber daya alam untuk melakukan CSR. Hal ini yang menyebabkan kedua hal ini berada bersebelahan.

Philanthropic responsibility menempati puncak piramida karena dianggap sebagai hal yang kurang penting bagi perusahaan untuk melakukan kegiatan yang bersifat *philanthropy*. Namun di pihak lain, tahap ini merupakan tahap yang paling tinggi dalam pelaksanaan CSR, karena jika perusahaan sudah melakukan sampai dengan tahap ini, perusahaan tidak hanya memiliki tujuan menaati etika komunitas setempat, mengutamakan keuntungan maupun hanya untuk menaati dan patuh pada peraturan yang ada, melainkan merupakan komitmen perusahaan menjadi perusahaan yang benar-benar memperhatikan apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh para *stakeholdernya*. Dengan segala komitmen, tanggung jawab dan penerapan yang dilakukan oleh perusahaan akan menjadikan perusahaan sebagai perusahaan yang memiliki tujuan berskala global, namun di Indonesia biasanya hanya dilakukan pada perusahaan yang berskala besar.

Program CSR yang dilakukan PTPN-IV melalui PKBL, menunjukkan bahwa perusahaan melandasi kegiatannya berdasarkan *Ethical Responsibility* dengan memperhatikan *stakeholder* yang dianggap paling penting dan memberikan *multiplier effect* yang paling signifikan dalam kegiatan operasionalnya yaitu

komunitas dan masyarakat lokal yang biasanya berada di sekitar lingkungan kegiatan operasional perusahaan berada. Hal ini sebagai kepedulian perusahaan dalam bentuk sosial atas kegiatan operasional yang dilakukan di sekitar masyarakat berada.

Pada *Legal* dan *Economic Responsibility* sudah dilakukan oleh PTPN-IV dengan pembentukan Bagian Kemitraan dan Bina Lingkungan, bahkan perusahaan ini mendirikan suatu bagian yang khusus bertanggung-jawab mengenai PKBL sesuai dengan peraturan yang dikeluarkan pemerintah melalui Undang-undang maupun Keputusan Menteri BUMN.

Walaupun PTPN-IV belum menempati *Philantropic Responsibility*, namun sesuai dengan sasaran perusahaan yang ingin menempatkan PT. Perkebunan Nusantara IV pada “*Leading Position*” di BUMN Perkebunan yang memiliki keunggulan mutu produk, harga pokok, kemampulabaan, pengembangan, budaya kerja, kesejahteraan karyawan, hubungan masyarakat dan kepedulian terhadap lingkungan hidup maka arah menuju *Philantropic Responsibility* sudah terlihat dengan jelas dan mendekati sasaran menjadi perusahaan yang berskala global.

memberikan gambaran mengenai pelaksanaan CSR di perusahaan ini dibandingkan dengan kriteria yang diberikan pada *framework* audit. Aspek-aspek dalam tabel ini dikembangkan berdasarkan definisi CSR sebagai kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*Profit*) bagi kepentingan manusia (*People*) dan lingkungan (*Planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*Procedure*) yang tepat dan profesional, dalam hal ini dibandingkan dengan program-program yang sudah dilakukan oleh PTPN-IV. Prosedur atas pelaksanaan program ini disertakan di lampiran 2 di halaman 103.

PKBL sebagai salah satu *mandatory* yang diharuskan bagi perusahaan ini, namun komitmen perusahaan yang tinggi terhadap CSR telah ditanamkan sejak awal dan diterapkan melalui visi-misi perusahaan. Hal ini membedakan PTPN-IV dengan BUMN lainnya, karena komitmen ini menjadi landasan bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Adanya visi perusahaan “Menjadi Pusat keunggulan pengelolaan perusahaan agroindustri kelapa sawit dengan tata kelola

perusahaan yang baik serta berwawasan lingkungan” dan misi “Meningkatkan tanggung jawab sosial dan lingkungan” secara jelas menyiratkan bahwa walaupun PKBL merupakan suatu kewajiban perusahaan, namun perusahaan perusahaan telah memiliki komitmen yang tegas dalam mengarahkan perusahaannya di masa depan dengan kegiatan usaha yang memperhatikan lingkungan dan menjadikannya suatu keunggulan yang signifikan. PKBL sebagai hal yang wajib namun pada perusahaan ini dijadikan juga sebagai salah satu strategi dalam menciptakan *Corporate Image* yang akan membedakan perusahaan ini dengan perusahaan sejenis. *Image* ini yang nantinya diharapkan akan menjadi salah satu strategi perusahaan dalam memperoleh pengakuan di kalangan bisnis maupun adanya penghargaan yang ingin dicapai dalam rangka tercapainya visi dan misi perusahaan. Perusahaan ini mendapatkan banyak *award* atas kegiatan operasionalnya maupun prestasinya pada berbagai bidang yang dikemukakan pada lampiran 1 di halaman 98.

Sesuai dengan uraian yang dikemukakan pada 4.2.1, 4.2.2 dan 4.2.3 mengenai penerapan CSR pada PTPN-IV, dapat disimpulkan bahwa PTPN-IV telah memiliki penerapan yang baik dalam program CSR-nya. Hal ini dapat dilihat dari tanggung jawabnya terhadap program CSR melalui PKBL yang sudah sesuai dengan peraturan yang dibuat oleh pemerintah dan sesuai dengan konsep CSR yang terkait yaitu *Triple Bottom Line* dan *Hendeberg's CSR Pyramid*.

4.3 Manfaat dari Penerapan Corporate Social Responsibility pada PT.

Perkebunan Nusantara-IV

Aktivitas CSR perusahaan harus memberi manfaat bagi para *stakeholder* sekaligus memberikan manfaat bagi perusahaan. PTPN-IV memandang bahwa implementasi CSR yang baik akan memberi makna keuntungan jangka panjang dan diyakini bahwa implementasi CSR akan lebih baik dan menguntungkan. Pengeluaran dana perusahaan (jangka pendek) untuk kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan dapat membawa keuntungan jangka panjang diberbagai bidang, seperti:

1. Perekonomian masyarakat akan ikut berkembang.
2. Perbaikan pada aspek-aspek lain selain ekonomi dalam masyarakat, seperti bidang pendidikan, kesehatan maupun bantuan kepada korban bencana alam.
3. Citra perusahaan akan lebih baik pada masyarakat.

Hal ini merupakan suatu implementasi yang diarahkan menuju keseimbangan dari sisi ekonomi, sosial-kemasyarakatan dan lingkungan yang diwujudkan ke dalam visi dan misi perusahaan.

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, PTPN-IV yang telah memperhatikan perhatiannya kepada tiga hal yaitu laba (*profit*), masyarakat (*people*), dan lingkungan (*planet*) akan memberikan manfaat *multiplier effect* yang diharapkan kepada masyarakat, lingkungan maupun terhadap perusahaan itu sendiri.

Manfaat bagi stakeholder

Implementasi CSR yang secara langsung memberi dampak ekonomi bagi masyarakat adalah besarnya dana yang mengalir dari perusahaan untuk berbagai kepentingan yang terkait dengan masyarakat. Aliran dana dari perusahaan untuk implementasi program CSR ini telah secara langsung ikut menggerakkan perekonomian masyarakat.

Berbagai wujud aktivitas CSR yang berupa Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang secara langsung menggerakkan perekonomian masyarakat adalah :

1. Pemberian pinjaman untuk modal kerja dan/atau pembelian Aktiva Tetap Produktif.
2. Pinjaman khusus bagi UMK yang telah menjadi binaan yang bersifat pinjaman tambahan dalam rangka memenuhi pesanan dari rekanan usaha UMK Binaan.

3. Program pendampingan dalam rangka peningkatan kapasitas (*capacity building*) UMK binaan dalam bentuk bantuan pendidikan/pelatihan, pemagangan, dan promosi.

PKBL merupakan bagian dari tanggung jawab perusahaan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan cara mendorong pengembangan usaha mikro kecil menengah dengan memberi pinjaman modal kerja. Program ini merupakan komitmen PTPN-IV untuk turut mendorong kesejahteraan masyarakat di sekitar wilayah Unit Usaha, yang bukan hanya sesaat dan jangka pendek, namun ditujukan untuk kesejahteraan jangka panjang melalui pemberdayaan masyarakat sehingga akan mendorong pertumbuhan ekonomi secara luas.

Dengan program yang memperhatikan masyarakat, PTPN-IV dalam hal ini telah berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat, di sisi lain juga telah meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup dan kompetensi masyarakat di berbagai bidang.

Dengan memperhatikan lingkungan, PTPN-IV juga telah berpartisipasi dalam usaha pelestarian lingkungan. Keterlibatan perusahaan dalam pemeliharaan dan pelestarian lingkungan berarti perusahaan berpartisipasi dalam usaha mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana yang diakibatkan oleh kerusakan lingkungan.

Manfaat bagi PT. Perkebunan Nusantara IV

Program PKBL yang dilakukan PTPN-IV tidak hanya mengejar laba jangka pendek, tetapi juga ikut berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan (terutama lingkungan sekitar) dalam jangka panjang. Manfaat yang diterima PTPN-IV atas penerapan CSR dengan merujuk pada pandangan Wibisono (2007) dengan menganalisis kondisi pada perusahaan meliputi:

1. Reputasi dan *image* perusahaan (*corporate image building*) yang baik sesuai yang diharapkan oleh perusahaan. PTPN-IV sebagai perusahaan dengan visi “Meningkatkan tanggung jawab sosial dan lingkungan” sekaligus mengarahkan menjadi salah satu perusahaan BUMN yang memiliki kesadaran pada keadaan sosial dan lingkungannya dan membentuk *image* sebagai perusahaan yang bukan hanya mementingkan keuntungan tetapi juga peduli akan sosial dan lingkungan.
2. Mendapatkan *social licence to operate*. Masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan keuntungan dari perusahaan, maka dengan sendirinya mereka akan merasa memiliki perusahaan dan akan memberikan keleluasaan kepada perusahaan untuk menjalankan operasional di kawasan tersebut. Implementasi CSR pada PTPN-IV menyebabkan perusahaan dapat melakukan kegiatan operasional di sekitar kawasan masyarakat berada.
3. Risiko bisnis perusahaan yang menurun. Dengan program PKBL terjalin hubungan yang baik dengan *stakeholder* sehingga menghindarkan memburuknya hubungan dengan *stakeholders* di masa yang akan datang.
4. Akses sumber daya yang semakin luas. Sejarah yang baik dalam pengelolaan PKBL ini menjadikan keunggulan bersaing bagi PTPN-IV yang membantu memperoleh sumber daya yang diperlukan perusahaan. Program ini merupakan kontribusi perusahaan yang menggunakan sumber daya alam untuk kembali melestarikan alam. Dengan lingkungan yang terjaga dan seimbang, maka PTPN-IV juga akan menerima manfaat dari karena daerah penyaluran dana Bina Lingkungan umumnya berada di sekitar lingkungan operasional perusahaan.
5. Akses menuju *market* yang semakin luas. Investasi yang ditanamkan untuk program CSR ini menjadi suatu nilai tambah bagi PTPN-IV bagi peluang yang lebih besar. Termasuk di dalamnya memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru misalnya ekspor ke negara-negara tertentu yang sangat memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan di mana perusahaan beroperasi.

6. Terdapat biaya-biaya yang dapat direduksi. Kegiatan pengolahan limbah dalam proses produksi yang dilakukan PTPN-IV dapat menghemat biaya produksi, juga membantu agar limbah buangan ini menjadi lebih aman bagi lingkungan.
7. Hubungan dengan *Stakeholders* yang semakin baik dan menambah kepercayaan *stakeholders* kepada perusahaan. Implementasi CSR dengan perusahaan berperan aktif dalam menjaga lingkungan sekitar dalam bentuk memberikan bantuan untuk korban bencana alam, untuk pendidikan dan atau pelatihan peningkatan kesehatan, pengembangan prasarana dan atau sarana umum, sarana ibadah, serta pelestarian alam menjadikan hubungan yang baik terpelihara.
8. Hubungan dengan *Regulator* yang semakin baik. Perusahaan yang melaksanakan CSR akan meringankan beban pemerintah sebagai *regulator* yang sebenarnya bertanggung jawab terhadap kesejahteraan lingkungan dan masyarakat. PTPN-IV yang membangun masyarakat dan menjaga lingkungan di sekitar daerah operasional perusahaan akan menjadi mitra pemerintah yang baik dan membantu meningkatkan perekonomian suatu daerah.
9. Semangat dan produktivitas karyawan yang semakin meningkat. PTPN-IV dengan citra sebagai BUMN yang sangat memperhatikan sosial dan lingkungan menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi karyawan yang bekerja dalam perusahaan mereka sehingga meningkatkan motivasi kerja mereka. Kebanggaan ini pada akhirnya akan menghasilkan loyalitas sehingga mereka lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras demi kemajuan perusahaan.
10. Adanya penghargaan yang diterima perusahaan sebagai pengakuan pihak luar atas kinerja perusahaan. Banyaknya penghargaan atau *reward* yang diberikan kepada pelaku *Corporate Social Responsibility* sekarang, akan menambah peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan *award*. PTPN-IV mendapatkan banyak penghargaan yang terkait dengan lingkungan sebagai bukti kepeduliannya dalam menjaga lingkungan maupun sosial dalam menjalankan kegiatan operasional. Berbagai penghargaan yang diterima oleh PTPN-IV dapat dibaca di halaman lampiran 1 di halaman 98.

Dengan banyaknya manfaat yang diterima baik oleh perusahaan maupun masyarakat dan lingkungan, penelitian ini menyimpulkan bahwa PTPN-IV sebagai BUMN telah memahami dengan sangat baik tentang manfaat yang akan diterimanya dengan melaksanakan PKBL ini. Perusahaan sadar bahwa walaupun mengalokasikan dana yang signifikan sesuai dengan laba yang memiliki kecenderungan naik tiap tahunnya, namun manfaat jangka panjangnya juga sangat signifikan dan sesuai dengan tujuan dari perusahaan ini sendiri.

Masyarakat dan lingkungan di sekitar daerah operasional juga menerima manfaat dari penerapan PKBL ini dan menjadikan suatu lingkungan yang harmonis. Adanya keselarasan antara PKBL, perusahaan, masyarakat dan lingkungan menunjukkan bahwa perusahaan telah sukses menerapkan PKBL ini sebagai salah satu strategi dan tujuan perusahaan.

Dalam pengimplementasian CSR pada PTPN-IV, perusahaan juga menghadapi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Dalam pelaksanaan program CSR sering dikhawatirkan akan ada masyarakat yang sebenarnya sudah menerima bantuan namun juga tetap mengajukan permohonan pinjaman atau bantuan sejenis bahkan jika ada masyarakat yang sama sekali belum menerima bantuan.
2. Kurangnya konvergensi perencanaan dan pelaksanaan program antara pemerintah dengan perusahaan yang mengakibatkan pemborosan pembiayaan pembangunan, oleh karena itu diperlukan koordinasi terhadap CSR agar distribusi pelaksanaan menjadi efektif, baik dalam program pemeliharaan lingkungan maupun program pemerintah lainnya.
3. Efektifitas implementasi penyaluran dana yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat sulit diukur dan bagaimana keberhasilan masyarakat ataupun bagaimana dampak yang dirasakan masyarakat atas bantuan pinjaman dengan keberhasilan usaha mereka juga sulit untuk dinilai.
4. Ketidاكلancaran pengembalian pinjaman oleh mitra binaan dan alternatif penyelesaian penyebab ketidاكلancaran pengembalian pinjaman oleh mitra binaan pada Program Kemitraan.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

PTPN-IV memiliki komitmen yang tinggi untuk selalu memelihara dan mempertahankan keseimbangan antara kepentingan internal perusahaan dengan kepentingan pihak-pihak di luar perusahaan. PTPN-IV disimpulkan telah memahami tanggung jawabnya atas CSR dengan analisis berdasar kepada *Strategic CSR Cycle Model* yang dikemukakan oleh Hendeberg dengan mengikuti setiap tahapan secara baik dalam performa CSR-nya.

Dari analisis yang dilakukan terhadap program yang dilakukan PTPN-IV dalam rangka melaksanakan CSR-nya, penelitian ini menyimpulkan bahwa perusahaan ini telah memenuhi peraturan yang dibuat oleh pemerintah, baik dalam Undang-Undang BUMN yang menyebutkan bahwa BUMN dapat menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan usaha kecil dan koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN, maupun mengenai wujud penerapan CSR di PTPN-IV telah sesuai dengan regulasi pemerintah dalam aktivitas Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang mengacu pada PER-05/MBU/2007 dan SE-04/MBU.S/2007 tentang penerapan pedoman Akuntansi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Penerapan CSR di PTPN-IV sebagai pendekatan untuk memperbaiki pengambilan keputusan tentang kebijakan dan program ke arah yang lebih baik dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, lingkungan dan masyarakat sekaligus. PTPN-IV telah memperhatikan perhatiannya kepada tiga hal yaitu laba (*profit*), masyarakat (*people*), dan lingkungan (*planet*) akan memberikan manfaat *multiplier effect* yang diharapkan kepada masyarakat, lingkungan maupun terhadap perusahaan itu sendiri bahkan perusahaan ini sudah memiliki SOP yang

baik (*Procedure*) dalam penerapan PKBL hal ini sangat sesuai dengan konsep *Triple Bottom Line*.

Dengan menggunakan piramida Hendeberg, walaupun PTPN-IV belum menempati *Philantropic Responsibility*, namun sesuai dengan sasaran perusahaan yang ingin menempatkan PT. Perkebunan Nusantara IV pada "*Leading Position*" di BUMN Perkebunan maka arah menuju *Philantropic Responsibility* sudah terlihat dengan jelas dan mendekati sasaran menjadi perusahaan yang berskala global.

PTPN-IV dalam pengimplementasian CSR yang awalnya bersifat *mandatory* namun telah membuktikan dengan memberikan komitmen sebagai landasan awal berdirinya perusahaan serta *image* yang akan dibangun dengan menggunakan CSR sebagai salah satu strategi telah membedakan perusahaan ini dengan perusahaan sejenis yang melaksanakan CSR sebagai *mandatory*.

Implementasi PKBL dalam perusahaan disimpulkan telah memberikan manfaat bagi para *stakeholder* sekaligus memberikan manfaat bagi perusahaan. PTPN-IV memandang bahwa implementasi CSR yang baik akan memberi keuntungan jangka panjang. Pengeluaran dana perusahaan (jangka pendek) untuk kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan membawa keuntungan jangka panjang diberbagai bidang. Hal ini kemudian memberi dampak ekonomi bagi masyarakat dengan besarnya dana yang mengalir dari perusahaan untuk berbagai kepentingan yang terkait dengan masyarakat. Adanya keselarasan antara PKBL, perusahaan, masyarakat dan lingkungan menunjukkan bahwa perusahaan telah sukses menerapkan PKBL ini sebagai salah satu strategi dan tujuan perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka berikut ini adalah beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak sebagai berikut :

- a. Bagi PT. Perkebunan Nusantara IV(PTPN-IV)

1. Dalam tahap perencanaan, sebaiknya PTPN-IV memiliki pemetaan program CSR pada jangka pendek dan jangka panjang yang lebih bersifat memberdayakan dan mengembangkan potensi dan sumber daya masyarakat sekitar sebagai *stakeholder* yang penting dan berpengaruh maupun bagi karyawan perusahaan sehingga tidak terjadi tumpang-tindih maupun adanya masyarakat yang tidak terbantu maupun lingkungan yang tidak diperhatikan.
2. Peningkatan hubungan antara perusahaan dengan pemerintah, termasuk dalam adanya informasi atau perencanaan dari kedua belah pihak atas suatu sasaran sehingga pelaksanaan CSR menjadi efektif dan berkesinambungan.
3. PTPN-IV memandang bahwa implementasi CSR yang baik akan memberi makna keuntungan jangka panjang dan diyakini bahwa implementasi CSR akan lebih baik dan menguntungkan. Pengeluaran dana perusahaan (jangka pendek) untuk kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan akan dapat membawa keuntungan jangka panjang di berbagai bidang. Program CSR yang berkelanjutan diharapkan akan membentuk atau menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri. Setiap kegiatan tersebut akan melibatkan semangat dan sinergi dari semua pihak secara terus menerus membangun dan menciptakan kesejahteraan dan pada akhirnya akan tercipta kemandirian dari masyarakat yang terlibat dalam program tersebut, hal ini yang kemudian pada jangka panjang akan membentuk citra positif bagi perusahaan, oleh sebab itu PTPN-IV harus memiliki rumusan indikator secara jelas dan eksplisit untuk menilai penyaluran dana CSR dan pihak-pihak lain sebaiknya juga berupa peningkatan ekonomi masyarakat sekitar yang terukur sehingga program CSR yang dilakukan PTPN-IV ini tepat sasaran.
4. Dengan masuknya CSR sebagai bagian dari strategi bisnis, maka akan dengan mudah unit-unit usaha yang berada dalam suatu perusahaan untuk mengimplementasikan rencana kegiatan dari program CSR yang dirancangnya. Adanya ketidaklancaran pengembalian pinjaman oleh mitra binaan maka dilihat dari sisi pertanggungjawaban keuangan atas setiap

investasi yang dikeluarkan dari program CSR harus lebih jelas dan tegas, sehingga pada akhirnya keberlanjutan yang diharapkan akan dapat terimplementasikan.

b. Bagi peneliti selanjutnya.

Penelitian ini masih memiliki beberapa kelemahan dalam analisis karena hanya menganalisis dari sudut pandang perusahaan saja, maka disarankan pada penelitian selanjutnya dapat dilengkapi dengan pelaksanaan observasi secara langsung di lapangan dan mencakup seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) baik internal maupun eksternal perusahaan.



DAFTAR REFERENSI

- A.B. Susanto (2007), *Corporate Social Responsibility*, The Jakarta Consulting Group, hal. 3
- Ambadar, J (2008), *Corporate Social Responsibility dalam praktek di Indonesia*, Edisi 1, Penerbit Elex Media Komputindo
- Baron, D. P. (2006), *Business and Its Environment*, 5th Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey
- Carroll, A.B.(1991), *The Pyramid of Corporate Social Responsibility-Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, Business Horizon, July-August
- Carroll, A.B.(2004), *Managing Ethically with Global Stakeholders-A Present and Future Challenge*, Academy of Management Executive,2, Vol.18
- Darwin, Ali, (2006), Laporan Keberlanjutan; Kompetensi Baru profesi Akuntan Manajemen, Ebar, Edisi April 2006
- Friedman, Andrew L. (2006), *Stakeholders: Theory and Practice*. Jakarta: Economic Business Review, Edisi III September-Desember
- Gupta, Ashok (2003), Why Should Companies Care, *Mid-American Journal of Business*, Spring, pg.3
- Gray, R.H. (1990), *Corporate Social Reporting by UK Companies: A Cross-Sectional and Longitudinal Study an Interim Report*, Draft/Working Paper
- Hendeberg Simon (2008), *CSR in Indonesia, A qualitative study from a managerial perspective regarding views and other important aspects of CSR in Indonesia*
- Hendriksen, Eldon S. dan Michael F. Van Breda (2002),Teori Akunting. Terjemahan oleh Herman Wibowo, Buku 2,Edisi Kelima, Jakarta: Interaksara
- Jalal (2011), Sejarah dan Perkembangan CSR di Tingkat Global dan Nasional, Lingkar Studi CSR, Disampaikan dalam Journalist Conference on CSR, 18 Juni 2011
- Kingsbury, Damien (2004), Introduction in Kingsbury, *Key Issues in Development*, New York; Palgrave Macmillan
- Kiroyan, Note (2006),*Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR), Adakah Kaitan Diantara Keduanya?*, Jakarta Economic Business Review Edisi III September-Desember

- Kotler, Philip dan Nancy Lee (2005), *Corporate Social Responsibility: Doing the good for your company and your cause*, Jakarta, Jakarta Economic Business Review Edisi III September-Desember
- Lee, Min-Dong Paul (2007), A Review of the theories of Corporate Social Responsibilities: Its Evolutionary Path and the Road Ahead, *International Journal of Management Review*, Vol.10
- Medley, Patrick (1997), Environmental Accounting–What Does It Mean to Professional Accountants? *Journal of Accounting Auditing & Accountability*, Vol.10 No.4, pp. 594-600
- Monik, Elsa Rumiris (2008), *The Relationship between Corporate Social Performance-Corporate Financial Performance*, CSR: Sebuah Langkah Menuju Good Corporate Governance, Buletin Akuntansi, FE-UI, Edisi Mei 2008
- Neviana, (2010), Triple Bottom Line : Lebih dari sekedar profit
- PT. Perkebunan Nusantara IV (PERSERO), (2011), *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Forum Pengembangan Perkebunan Strategis Berkelanjutan
- Porter, Michael (2006), *Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*, Harvard Business Review
- Satyo (2005), Media Akuntansi, Edisi 47/Tahun XII/Juli 2005
- Sudewo, Erie (2008), Round Table Discussion AAI
- Suharto, Edi (2008), *Corporate Social Responsibility: Perspektif Ilmu Sosial*, makalah yang disampaikan pada Seminar Sehari Corporate Social Responsibility, Dinas Sosial Kota Surabaya di Hotel J.W. Marriot Surabaya, 24 April 2008
- Sukada, Sonny dan Jalal (2008), Pelaporan Keberlanjutan: Alat Akuntabilitas dan Manajemen, makalah yang disajikan pada Seminar Dua Hari, Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta 13-14 Februari
- Tanudjaja, (2006), Perkembangan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia, NIRMANA, VOL.8, NO. 2, Juli 2006: 92-98
- Wibisono, Yusuf (2007), Membedah konsep dan aplikasi CSR, Surabaya : Fascho Publishing
- Wineberg, Danette and Phillip H. Rudolph. (2004), *Corporate Social Responsibility-What Every In House Counsel Should Know*, dalam ACC Docket Edisi May 2004.

Yuniati, Gunawan (2000), Analisis Pengungkapan Informasi Laporan Tahunan pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Simposium Nasional Akuntansi III

www.bumn.go.id

www.csrindonesia.com

www.nasional.news.viva.co.id

www.prnewsonline.com

www.ptpn4.co.id

www.sawitwatch.or.id

www.sinarharapan.co.id

ISO 26000 (2007), *Guidance on Social Responsibility*

PER-05/MBU/2007 dan SE-04/MBU.S/2007 penerapan pedoman Akuntansi PKBL

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 tahun 2004 tentang Penyajian Laporan Keuangan

Undang-undang (UU) No.19 Tahun 2003 tentang BUMN

Undang-undang (UU) No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Lampiran 1
Penghargaan dan sertifikasi yang diterima PTPN-IV

Penghargaan dan sertifikasi yang diterima PTPN-IV Periode 2005 – 2011 :

Bidang Ketenegakerjaan:

1. Piagam Penghargaan Perusahaan Terbaik Pembina Tenaga kerja Perempuan Tahun 2005 dari Meneg Perberdayaan Perempuan RI.
2. Piagam Penghargaan Perusahaan Terbaik Pembina Tenaga Kerja Perempuan Tahun 2005 dari Gubernur Sumatera Utara.
3. Sertifikat Bendera Emas dari Departemen Tenaga Kerja dan Transmigrasi dalam pelaksanaan SMK3 (Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja) untuk 14 unit usaha dengan masa berlaku selama 4 tahun (2008 – 2011), yaitu Kebun Bah Jambi, Tonduhan, Sidamanik, Bukit Lima, Pasir Mandoge, RS Laras, PKS Sosa, Pabatu, Ajamu, Laras, Tobasari, Sawit Langkat, RS Balimbingan, RS Pabatu.
4. Penghargaan Program Pencegahan Penanggulangan (P2)-HIV & AIDS di Tempat Kerja dengan kategori Silver, diberikan kepada RSU Balimbingan PTPN-IV Kab Simalungun, dari Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi RI tanggal 30 Nopember 2010 di Jakarta.
5. Piagam dan Sertifikat Penghargaan Mitra Sukses Pengembangan Pola PIR dari Ditjerbun, diserahkan Menteri Pertanian RI Suswono, pada acara peringatan Hari Perkebunan ke-53 di Lembaga Pendidikan Perkebunan (LPP) Kampus, Jumat (10/12/2010) Medan.
6. Penghargaan Program Pencegahan Penanggulangan (P2)-HIV & AIDS di Tempat Kerja dengan kategori Silver, diberikan kepada RSU Balimbingan PTPN-IV Kab Simalungun, dari Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi RI tanggal 30 Nopember 2010 di Jakarta.
7. Piagam dan Sertifikat Penghargaan Mitra Sukses Pengembangan Pola PIR dari Ditjerbun, diserahkan Menteri Pertanian RI Suswono, pada acara peringatan Hari Perkebunan ke-53 di Lembaga Pendidikan Perkebunan (LPP) Kampus, Jumat (10/12/2010) Medan.

Lampiran 1 (lanjutan)
Penghargaan dan sertifikasi yang diterima PTPN-IV

Bidang Lingkungan Hidup:

1. Penghargaan Pekan Lingkungan Indonesia 2009 dari Meneg Lingkungan Hidup.
2. Anugerah Lingkungan PROPER Tahun 2010 bagi PKS PTPN-IV Kebun Bah Jambi dari Kementerian Lingkungan Hidup diserahkan Wapres RI Boediono, dengan Peringkat BIRU diantara 690 perusahaan lainnya, pada “Malam Anugerah Lingkungan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) Tahun 2010”, bertempat di Panti Prajurit Balai Sudirman Jl Dr Saharjo 268, Jumat (26/11/2010) Jakarta.

Bidang Keuangan:

1. Laporan Tahunan Terbaik Peringkat Ketiga, Penghargaan Laporan Tahunan 2004, Kategori BUMN Non Keuangan tidak tercatat tahun 2005.
2. *Investor Award* 2008 sebagai BUMN Perkebunan Terbaik dari Majalah *Investor* yang tergabung dalam Group Media.
3. Penghargaan Menteri BUMN 2010 atas partisipasi aktif dan kesungguhan PTPN-IV dalam upaya mempertahankan dan menguasai kembali asetnya.
4. Anugerah BUMN Award 2010 dengan kategori Juara 3 GCG Terbaik BUMN *non-listed* dari Forum Humas BUMN dan Majalah *BUMN Track*
5. Sertifikat *Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)* kepada Kebun Pabatu Kab Serdang Bedagai, Kebun Dolok Ilir Kab Simalungun, Kebun Pulu Raja Kab Asahan, dari PT TUV Nord Indonesia, tanggal 23 Maret 2011.
6. PTPN-IV di peringkat ke-5 dari 48 perusahaan BUMN yang berpredikat “SANGAT BAGUS”, menurut data Biro Riset Infobank 2011 atas laporan keuangan perusahaan selama dua tahun berturut-turut yaitu 2009 dan 2010 dengan kriteria rating Pertumbuhan (30%), dan Rasio Keuangan (70%), tanggal 5 September 2011.

Lampiran 1 (lanjutan)
Penghargaan dan sertifikasi yang diterima PTPN-IV

7. Pemenang Ketiga *Annual Report Award* 2010 Kategori BUMN/BUMN Non-keuangan *non-listed*, diserahkan oleh Menteri Keuangan Agus Martowardojo di Jakarta, tanggal 14 September 2011.

Bidang Fasilitas Produksi :

1. ISO 9001:2000 untuk Pabrik Teh Bah Butong, Tobasari dan Sidamanik Tahun 2006.
2. SNI untuk Pabrik Teh Bah Butong, Tobasari dan Sidamanik Tahun 2006.
3. ISO 14000:2004 untuk PKS Adolina, Pabatu, Dolok Sinumbah, Pulu Raja dan PPIS Tahun 2006.
4. *Sawit Nusantara Award* Kategori Kebun Sawit Terbaik I dan II serta PKS Terbaik I dan II Tahun 2007.
5. *Sawit Nusantara Award* 2008 Kategori Kebun Inti untuk Kebun Balimbingan.
6. *Sawit Nusantara Award* 2009 Kategori Peningkatan Produktivitas Kebun Terbaik I Kebun Tonjowan.
7. *Sawit Nusantara Award* 2009 Kategori Kebun Terbaik III Kebun Balimbingan.
8. *Sawit Nusantara Award* 2009 Kategori PKS Terbaik II PKS Gunung Bayu dan Terbaik III PKS Pabatu.
9. *Sawit Nusantara Award* 2009 Kategori Peningkatan Rendemen PKS Terbaik II PKS Gunung Bayu.
10. *Teh Nusantara Award* 2009 Kategori Peningkatan Produktivitas Terbaik II Kebun Tobasari.

Anugerah Inovasi Perkebunan 2010, atas peran dan perhatian dalam penerap, pengawal dan pengembang Inovasi Perkebunan di Indonesia dari Mentan RI Ir H Suswono MMA kepada Dirut PTPN-IV Dahlan Harahap, Jumat (12/11) di Jakarta International Convention Centre (JICC).

Lampiran 1 (lanjutan)
Penghargaan dan sertifikasi yang diterima PTPN-IV

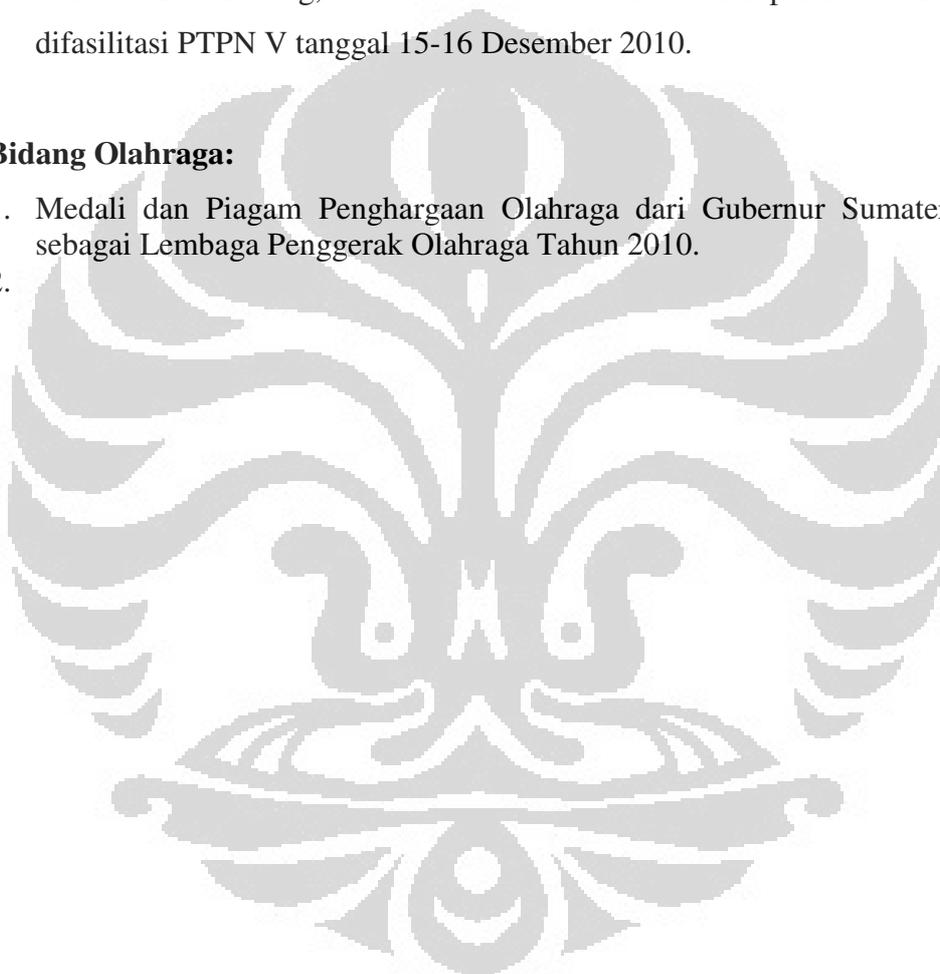
11. ISO 9001:2008 Tahun 2010 untuk Kantor Pusat, GUU I, GUU II, GUU III, GUU IV, GUU V, Unit RS Laras, dan Unit PMT; untuk PKS (Adolina, Pabatu, Dolok Ilir, Bah Jambi, Mayang, Pulo Raja, Gunung Bayu, Air Batu, Tinjowan, Ajamu, Pasir Mandoge, Sawit Langkat, PKS Sosa, Berangir, dan Dolok Sinumbah); untuk Kebun (Adolina, Pabatu, Dolok Ilir, Bah Jambi, Mayang, Pulo Raja, Gunung Bayu, Air Batu, Tinjowan, Ajamu, Pasir Mandoge, Sawit Langkat, Sosa, Berangir, Dolok Sinumbah, Laras, Tonduhan, Sei Kopas, Bukit Lima, dan Marihat).
12. ISO 14001:2004 Tahun 2010 untuk PKS (Adolina, Pabatu, Dolok Ilir, Bah Jambi, Mayang, Pulo Raja, Gunung Bayu, Air Batu, Tinjowan, Ajamu, Pasir Mandoge, Sawit Langkat, PKS Sosa, Berangir dan Dolok Sinumbah).
13. *Sawit Nusantara Award* 2010 Kategori Peningkatan Produktivitas Kebun Sawit, TERBAIK I Kebun Tonduhan, di hotel Labersa Siak Hulu Kampar Pekanbaru yang difasilitasi PTPN V tanggal 15-16 Desember 2010.
14. *Sawit Nusantara Award* 2010 Kategori Pabrik Kelapa Sawit, TERBAIK III PKS Pabatu, di hotel Labersa Siak Hulu Kampar Pekanbaru yang difasilitasi PTPN V tanggal 15-16 Desember 2010.
15. *Sawit Nusantara Award* 2010 Kategori Kebun Kelapa Sawit TERBAIK II, Kebun Balimbingan, di hotel Labersa Siak Hulu Kampar Pekanbaru yang difasilitasi PTPN V tanggal 15-16 Desember 2010.
16. *Sawit Nusantara Award* 2010 Kategori Inovasi Kelapa Sawit, TERBAIK I Kebun Air Batu, di hotel Labersa Siak Hulu Kampar Pekanbaru yang difasilitasi PTPN V tanggal 15-16 Desember 2010.
17. *Sawit Nusantara Award* 2010 Kategori Inovasi Kelapa Sawit, TERBAIK II PKS Pasir Mandoge, di hotel Labersa Siak Hulu Kampar Pekanbaru yang difasilitasi PTPN V tanggal 15-16 Desember 2010.
18. *Sawit Nusantara Award* 2010 Kategori Inovasi Kelapa Sawit, TERBAIK III Kebun Pasir Mandoge, di hotel Labersa Siak Hulu Kampar Pekanbaru yang difasilitasi PTPN V tanggal 15-16 Desember 2010.

Lampiran 1 (lanjutan)
Penghargaan dan sertifikasi yang diterima PTPN-IV

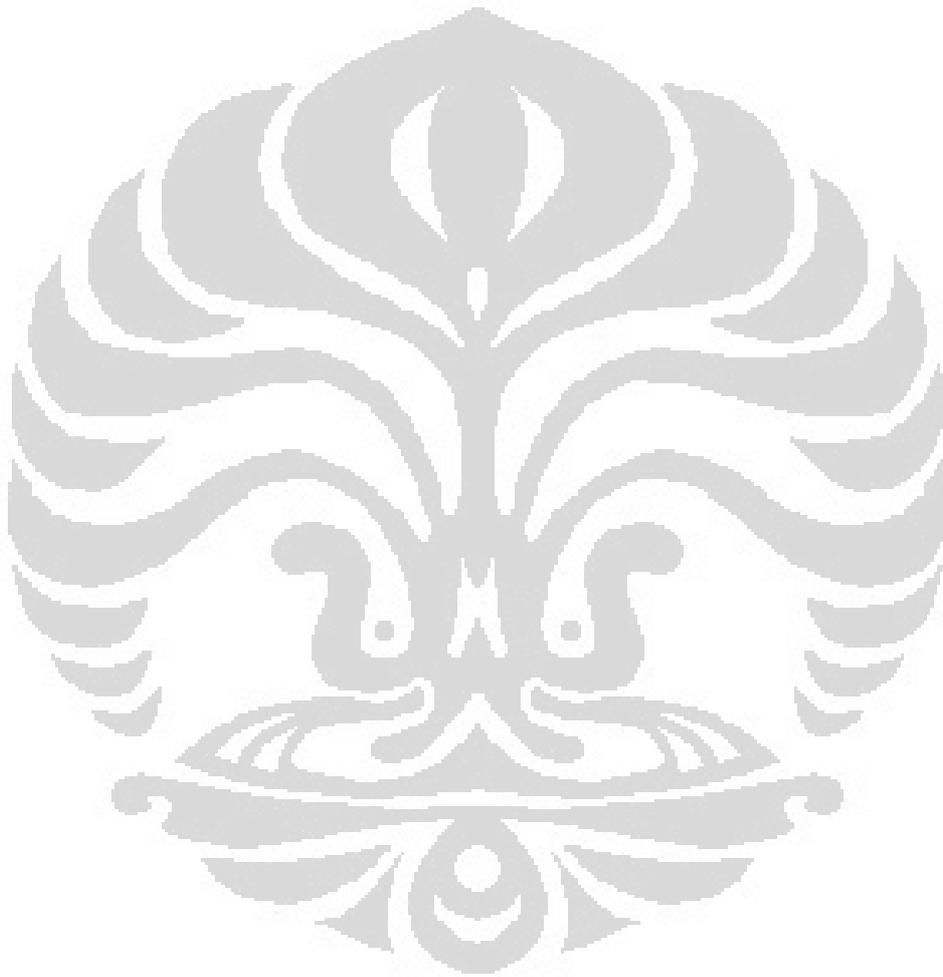
19. *Teh Nusantara Award 2010* Kategori Peningkatan Produktivitas Teh, TERBAIK III Kebun Bah Butong, di hotel Labersa Siak Hulu Kampar Pekanbaru yang difasilitasi PTPN V tanggal 15-16 Desember 2010.
20. *Teh Nusantara Award 2010* Kategori Tanaman Menghasilkan Teh, TERBAIK I Kebun Bah Butong, di hotel Labersa Siak Hulu Kampar Pekanbaru Baru yang difasilitasi PTPN V tanggal 15-16 Desember 2010.

Bidang Olahraga:

1. Medali dan Piagam Penghargaan Olahraga dari Gubernur Sumatera Utara sebagai Lembaga Penggerak Olahraga Tahun 2010.
- 2.



Lampiran 2
Petunjuk Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan
PT. Perkebunan Nusantara IV, Medan



KEPUTUSAN DIREKSI PT. PERKEBUNAN NUSANTARA-IV (PERSERO)

Nomor : 04.11/Kpts/04 / VI / 2009

Tentang

PETUNJUK PELAKSANAAN
(STANDARD OPERATING PROCEDURE / SOP)
PROGRAM KEMITRAAN DAN PROGRAM BINA LINGKUNGAN
PTP.NUSANTARA IV(PERSERO)

DIREKSI PTP NUSANTARA - IV (PERSERO)

MENIMBANG

1. Bahwa untuk memudahkan pelaksanaan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan secara benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan untuk mengantisipasi segala permasalahan yang timbul dalam pelaksanaan pembinaan tersebut diperlukan ketentuan mengenai Petunjuk Pelaksanaan (Standard Operating Procedure) Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PTP.Nusantara IV (PERSERO).;
2. Bahwa FTP Nusantara IV(PERSERO) belum mempunyai ketentuan mengenai Petunjuk Pelaksanaan (Standart Operating Procedure) Program Kemitraan dan Bina Lingkungan

MENINGGAT

1. Akte Pendirian PT. Perkebunan Nusantara-IV (Persero) Nomor 37 tanggal 11 Maret 1996 dan telah diubah dengan Akte Notaris Sri Rahayu Hadi Prasetyo, SH No 48 tanggal 26 September 2002.
2. Undang-Undang No.19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara.;
3. Keputusan Menteri BUMN No.KP.246/MBU/2003 tanggal 19 Juni 2003, tentang Pengangkatan Direktur Utama dan Anggota-Anggota Direksi PTP Nusantara IV(PERSERO).
4. Surat Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor Kep-236/MBU/2003 tanggal 17 Juni 2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Bina Lingkungan.
5. Surat Edaran Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor : SE-433/MBU/2003 tanggal 16 September 2003 tentang Petunjuk Pelaksanaan Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.
6. Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-05/MBU/2003 tanggal 27 April 2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.
7. Surat Keputusan Direksi PTP. Nusantara-IV Nomor : 04.13/Kpts/03 VIII/2003 tanggal 27 Agustus 2003 tentang Pedoman Organisasi dan Penetapan Kedudukan Kantor Pusa: PTP.Nusantara IV (Persero).

MENETAPKAN

MEMUTUSKAN

KEPUTUSAN DIREKSI PT. PEEKEBUNAN NUSANTARA IV (PERSERO)
TENTANG PETUNJUK PELAKSANAAN PROGRAM KEMITRAAN
(STANDARD OPERATING PROCEDURE / SOP) DAN PROGRAM BINA
LINGKUNGAN PTP NUSANTARA IV (PERSERO)

Pertama

Memberlakukan ketentuan mengenai Pedoman Pelaksanaan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan PTP NUSANTARA IV (PERSERO) sebagaimana tercantum dalam lampiran Keputusan ini dengan susunan sebagai berikut ;

- I. Ketentuan Umum
- II. Program Kemitraan Dan Program Bina Lingkungan
- III. Penetapan Dan Penggunaan Dana Program Kemitraan Dan Program Bina Lingkungan
- IV. Mekanisme Penyaluran Pinjaman Dana Program Kemitraan
- V. Penyaluran Bantuan Program Bina Lingkungan
- VI. Penutup

Kedua

Petunjuk pelaksanaan sebagaimana dimaksud dalam amar Pertama berlaku sebagai dasar dan pedoman pelaksanaan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan di PTP NUSANTARA IV (PERSERO).

Ketiga

Dengan berlakunya Keputusan ini maka SOP mengenai Petunjuk Pelaksanaan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan yang bertentangan dengan Keputusan ini dinyatakan tidak berlaku lagi.

Keempat

Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari terdapat perubahan peraturan dan kebijakan akan diperbaiki dan disesuaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : M e d a n
Pada Tanggal : 01 Juni 2009
PTP NUSANTARA IV (PERSERO)
Direksi,


Ahmad Haslan Saripih
Direktur Perencanaan dan Pengembangan Usaha

Tembusan :

- Direksi 4x
- 04.07
- 04.08
- 04.12
- Pertinggal

LAMPIRAN KEPUTUSAN DIREKSI PT. PERKEBUNAN NUSANTARA-IV (PERSERO)

Nomor: 04/II/Kpts/ 04 /VI/2009

Tanggal: 01 Juni 2009

**PETUNJUK PELAKSANAAN
(STANDARD OPERATING PROCEDURE/SOP)
PROGRAM KEMITRAAN DAN PROGRAM BINA LINGKUNGAN
PTP NUSANTARA IV(PERSERO)**

**BAB I
Ketentuan Umum
Pasal 1**

Dalam keputusan ini yang dimaksud dengan :

1. Perusahaan adalah PT. Perkebunan Nusantara IV (Persero) sebagai mana dimaksud dalam peraturan pemerintah No.9 tahun 1996.
2. Program kemitraan Perusahaan dengan usaha kecil yang selanjutnya disebut Program Kemitraan adalah Program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui penempatan dana dari bagian laba perusahaan.
3. Program Bina Lingkungan yang selanjutnya disebut Program BL adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh perusahaan di wilayah usaha perusahaan melalui penempatan dana dari bagian laba perusahaan.
4. Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang bersekala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam keputusan ini.
5. Mitra Binaan adalah usaha kecil yang mendapatkan pinjaman dari Program Kemitraan.

**BAB II
Program Kemitraan dan Program BL
Pasal 2**

Usaha kecil yang dapat ikut serta dalam Program Kemitraan adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000,- (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha ; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.1.000.000.000,- (satu milyar rupiah;
- c. Milik warga negara Indonesia;
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.

- e. Berbetuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.
- e. Mempunyai potensi dan prospek usaha untuk dikembangkan,
- f. Telah melakukan kegiatan usaha minimal 1 (satu) tahun,
- g. Belum memenuhi persyaratan perbankan (non Bankable).

Pasal 3

Mitra Binaan mempunyai kewajiban sebagai berikut :

- a. Melaksanakan kegiatan usaha sesuai dengan rencana yang telah disetujui oleh perusahaan.
- b. Menyelenggarakan pencatatan/ pembukuan dengan tertib.
- c. Membayar kembali pinjaman secara tepat waktu sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.
- d. Menyampaikan laporan perkembangan usaha setiap triwulan kepada perusahaan.

BAB III

Penetapan dan Penggunaan Dana Program Kemitraan dan Program BL

Pasal 4

- 1) Dana program kemitraan bersumber dari :
 - a. Penyisihan laba perusahaan setelah pajak.
 - b. Hasil bunga pinjaman, bunga deposito dan atau jasa giro dari dana program kemitraan setelah dikurangi beban operasional.
 - c. Pelimpahan dana program kemitraan dari BUMN lain jika ada.
- 2) Dana program BL bersumber dari :
 - a. Penyisihan laba perusahaan setelah pajak.
 - b. Hasil bunga deposito dan atau jasa giro dari dana program BL
- 3) Besarnya dana program kemitraan dan program BL yang berasal dari penyisihan laba perusahaan setelah pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2) ditetapkan oleh RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) Perusahaan.
- 4) Dana program kemitraan dan program BL yang berasal dari penyisihan laba perusahaan setelah pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) disetorkan oleh perusahaan kepada rekening program kemitraan dan program BL selambat-lambatnya 1 (satu) bulan setelah penetapan sebagaimana dimaksud pada ayat (3).
- 5) Pembukuan dana program kemitraan dan program BL dilaksanakan secara terpisah dari pembukuan Perusahaan.

Pasal 5

- 1) Dana program kemitraan diberikan dalam bentuk :
 - a. Pinjaman untuk membiayai modal kerja dan atau pembelian aktiva tetap dalam rangka meningkatkan produksi dan penjualan.
 - b. Pinjaman khusus :
 - (1). Untuk membiayai kebutuhan dan pelaksanaan kegiatan usaha mitra binaan yang bersifat jangka pendek dalam rangka memenuhi pesanan dari rekanan usaha mitra binaan.

d. Proposal yang masuk dicatat pada buku agenda dan menjadi milik PTPN-IV serta masa berlakunya hanya 2 (dua) tahun. Hal ini disebabkan data proposal sudah tidak up to date lagi dengan kegiatannya.

(2) Pelaksanaan Seleksi / Evaluasi

Perusahaan melaksanakan seleksi/ evaluasi terhadap proposal pinjaman calon mitra binaan melalui 2 (dua) tahap sebagai berikut :

- 1) Tahap seleksi / evaluasi administrasi dan keuangan meliputi :
 - Memeriksa kelengkapan Data Proposal serta lampirannya. apabila proposal dianggap layak maka diteruskan untuk dievaluasi lapangan, tetapi apabila tidak layak akan dibalas dengan surat resmi untuk ditolak.
- 2) Tahap seleksi / evaluasi lapangan meliputi :
 - Peninjauan langsung ke unit usaha calon mitra binaan untuk menilai kelayakan guna memperoleh pinjaman.

(3) Pelaksanaan penyaluran Pinjaman

- Calon Mitra Binaan yang telah Lulus seleksi pada ayat 2.2 diatas setelah mempertimbangkan tersedianya dana dan alokasi daerah, dimasukkan kedalam " Daftar Calon Mitra Binaan Terseleksi "
- Daftar Calon Mitra Binaan Terseleksi tersebut diajukan oleh Bagian PKBL ke Direksi PTPN.IV untuk mendapat persetujuan
- Memberitahu dan mengundang calon Mitra Binaan untuk menandatangani kontrak.
- Dari Daftar Calon Mitra Binaan yang telah disetujui Direksi ditindak lanjuti dengan pembuatan kontrak/Surat Perjanjian Kredit dalam rangkap 2(dua) yang ditanda-tangani oleh Calon Mitra Binaan dan Direksi yang berkekuatan hukum sama yang isinya memuat antara lain ;
 1. Nama dan alamat perusahaan dan mitra binaan
 2. Hak dan kewajiban perusahaan dan mitra binaan
 3. Jumlah pinjaman dan peruntukannya
 4. Syarat-syarat pinjaman (jangka waktu pinjaman, angsuran pokok dan bunga)
 5. Agunan
- Surat Perjanjian Pinjaman tersebut dilengkapi dengan Kwitansi Tanda Terima Pinjaman bermaterai cukup serta Daftar Cicilan pinjaman.
- Jangka waktu pinjaman ditetapkan selama 36 bulan dengan masa grace priode 3 bulan.
- Besarnya bunga pinjaman antara 6% pertahun dengan sistem perhitungan bunga efektif.
- Penyaluran dana pinjaman dilakukan melalui transfer langsung ke rekening calon mitra binaan.

Mitra Binaan kemudian akan menerima 1(satu) set surat perjanjian yang telah ditanda-tangani oleh kedua belah pihak serta surat tanda terima agunan dari Bagian PKBL bagi yang menyerahkan agunan.

Pasal 7

Pemantauan Mitra Binaan / Monitoring

- (1) Pemantauan kepada Mitra Binaan jika memungkinkan dilakukan setiap bulan oleh Karyawan Bagian PKBL di Kabupaten/Kota baik di Propinsi Sumatera Utara maupun diluar Propinsi Sumatera Utara.
- (2) Khusus untuk Propinsi Sumatera Utara pemantauan Mitra Binaan di Kabupaten Labuhan Batu, Tapanuli Tengah, Tapanuli Utara, Tapanuli Selatan, Madina dan Dairi karena

- mempertimbangkan kondisi lapangan dan jarak tempuh maka Biaya Perjalanan Dinasnya disamakan dengan Biaya Perjalanan Dinas ke Kebun Sosa dan Ajamu yaitu diberikan BPD Luar Wilayah selama 2(dua) hari dan selebihnya BPD dalam Wilayah sesuai ketentuan.
- (3) Jika diperlukan Pemantauan / Monitoring pada Mitra Binaan pelaksanaannya dapat didampingi oleh Instansi terkait atau Petugas Kebun Unit PTPN.IV terdekat.
 - (4) Monitoring meliputi pemenuhan kewajiban, pengembangan usaha, permasalahan yang dihadapi oleh Mitra Binaan dan lain-lain.
 - (5) Hasil Monitoring petuugas Bagian PKBL dituangkan dalam bentuk laporan untuk disampaikan kepada Kepala Bagian P KBL dan selanjutnya diteruskan kepada Direktur Perencanaan dan Pengembangan Usaha PTPN.IV.
 - (6) Bagi Mitra Binaan yang kurang disiplin dalam mengembalikan pinjaman ditindak lanjuti dengan pemberian surat peringatan tertulis yang ditanda-tangani oleh Kepala Bagian PKBL PTPN.IV.

Pasal 8 H i b a h

- (1) Bantuan Dana Hibah di alokasikan untuk kepentingan Mitra Binaan dalam rangka pengembangan Bisnis dan kewirausahaan.
- (2) Besarnya Dana Hibah ditetapkan maksimal 20% dari Dana yang disediakan setiap tahun.
- (3) Hibah diberikan dalam bentuk;
 - Hibah pelatihan yang dapat dilaksanakan sendiri oleh Bagian PKBL atau bekerja sama dengan Instansi terkait sesuai dengan kebutuhan dan Program kerja Bagian PKBL.
 - Hibah promosi dan pameran antara lain mengikut sertakan Mitra Binaan pada Pameran Nasional maupun Internasional, pembuatan Brosur mengenai Produk Mitra Binaan dan sebagainya.

BAB V

Pasal 9 Penyaluran Bantuan Program Bina Lingkungan

- (1) Tata cara Penyaluran dan Program Bina Lingkungan melalui Unit Usaha
 - a. Calon penerima bantuan BL membuat dan mengirimkan permohonan kepada unit usaha dilingkungan yang membuat kebutuhan dana dan peruntukannya.
 - b. Manajer unit mengevaluasi permohonan calon penerima bantuan meliputi kebenaran proyek bantuan, urgensi, jumlah dana serta dampak terhadap perusahaan dan masyarakat sekitar.
 - c. Berdasarkan hasil evaluasi yang dimaksud pada pasal 7 ayat (1) huruf b, Manajer unit menetapkan calon yang layak menerima bantuan dan mengajukan ke Direksi Cq Bagian PKBL.
 - d. Bagian PKBL melakukan seleksi terhadap seluruh calon penerima bantuan yang telah diajukan unit berdasarkan alokasi dana yang tersedia dan mengajukan daftar calon penerima bantuan BL ke Direktur Perencanaan dan Pengembangan Usaha
 - e. Penyaluran bantuan BL ditransfer ke rekening unit dan seterusnya Manajer unit menyerahkan secara langsung kepada penerima bantuan BL atau diserahkan langsung melalui Bagian PKBL.