

Share: Social Work Jurnal	VOLUME: 8	NOMOR: 2	HALAMAN: 211 - 218	ISSN: 2339-0042 (p) ISSN: 2528-1577 (e) Doi: 10.24198/share.v8i2.20082
---------------------------	-----------	----------	--------------------	--

IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) EL-CORPS*

Lin Aqiela¹, Santoso Tri Raharjo², Risna Resnawaty³

¹Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Padjadjaran,
lin15001@mail.unpad.ac.id

²Pusat Studi CSR, Kewirausahaan Sosial dan Pengembangan Masyarakat, Universitas Padjadjaran
santoso.tri.raharjo@unpad.ac.id

³Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Padjadjaran,
risna.resnawaty@unpad.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi program CSR yang dilakukan oleh perusahaan EI-Corps ditinjau dari motif, bentuk atau model implementasi CSR yang dilakukan. Pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi yang menunjukkan hasil bahwa motif perusahaan EI-Corps dalam melaksanakan program CSR adalah berdasarkan pada konsep political theories. Selain itu terdapat berbagai bentuk, model dan sifat yang dapat menjelaskan bentuk implementasi suatu perusahaan dalam menjalankan program CSR-nya. Berdasarkan model program, CSR perusahaan EI-Corps memadukan berbagai model penyaluran CSR dalam pelaksanaannya yaitu dengan cara terlibat langsung dalam kegiatan, menyalurkannya melalui lembaga sosial atau yayasan independent, bermitra dengan lembaga atau yayasan lain ataupun memberikan dukungan dan bergabung dalam sebuah kegiatan. Selanjutnya bila tiga bentuk implementasi CSR menunjukkan bahwa program CSR EI-Corps terimplementasikan dalam dua bentuk, yaitu community relations yang dilakukan melalui program adik-kakak asuh, sponsorship, penggalangan dana yang bermitra dengan lembaga sosial ACT dan pelaksanaan seminar. Sedangkan implementasi dalam bentuk community assistance termasuk di dalamnya program Duta Dauky, dan bentuk kerja sama dengan majelis ta'lim Nurul Nisa. Kemudian bila dilihat dari sifatnya, terdapat dua bentuk CSR yang diberikan oleh perusahaan EI-Corps, yaitu dalam bentuk charity dan filantropi namun belum sampai pada citizenship yang bentuk program CSR-nya sampai pada pemberdayaan masyarakat.

Kata kunci; *Corporate Social Responsibility; community relations ; community assistance*

ABSTRACT

This study aims to describe the implementation of CSR programs carried out by EI-Corps companies in terms of motives, forms or models of CSR implementation carried out using qualitative research methods and data collection techniques in the form of interviews. The results of the study indicate that the EI-Corps company's motives in implementing CSR programs are based on political theories. In addition to the motives for implementing CSR, there are various forms, models and characteristics that can explain the form of implementation of a company in carrying out its CSR program. In this regard, based on the results of the study it was found that if the CSR program is reviewed from its distribution model, EI-Corps corporate CSR combines various CSR distribution models in its implementation, namely by directly engaging in activities, channeling them through social institutions or independent foundations, partnering with institutions or other foundations or provide support and join in an activity. Furthermore, when analyzed using three forms of CSR implementation, it shows that the EI-Corps CSR program is implemented in two forms, namely Community relations which is carried out through foster care programs, sponsorship, fundraising that is partnered with ACT social institutions and seminars. While the implementation in the form of community assistance includes the Dauky Ambassador program, and forms of cooperation with the Majelis ta'lim Nurul Nisa. Then when viewed from its nature, there are two forms of CSR provided by EI-Corps companies, namely in the form of charity

Share: Social Work Jurnal	VOLUME: 8	NOMOR: 2	HALAMAN: 211 - 218	ISSN: 2339-0042 (p) ISSN: 2528-1577 (e) Doi: 10.24198/share.v8i2.20082
---------------------------	-----------	----------	--------------------	--

and philanthropy but have not yet arrived at citizenship whose form of CSR program reaches community empowerment.

Keywords; *Corporate Social Responsibility; community relations ; community assistance*

PENDAHULUAN

Tanggung Jawab Sosial atau yang lebih kita kenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dewasa ini merupakan aspek yang tidak dapat terpisahkan dari perusahaan. CSR pertama kali dikenal di negara-negara maju yang mana dalam konteksnya CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan yang bersifat internal maupun eksternal, yang berarti kesejahteraan pegawai perusahaan termasuk di dalam kegiatan CSR. Negara Republik Indonesia mengepadakan kegiatan CSR dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) khususnya untuk BUMN dan telah mengeluarkan kewajiban pada perusahaan untuk melakukan program CSR. Ada 5 (lima) peraturan yang mewajibkan perusahaan tertentu untuk menjalankan program tanggungjawab sosial perusahaan atau CSR: (1) Keputusan Menteri BUMN Tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL), (2) Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, (3) Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007, dan (4) Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001, dan (5) Guidance ISO 26000. Dalam UU tersebut dijelaskan bahwa perusahaan yang wajib melakukan kegiatan CSR adalah perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam, sedangkan program CSR bagi perusahaan lain di bidang non-sumber daya alam merupakan kewajiban moral.

Setidaknya terdapat dua hal yang menjadi landasan pelaksanaan program CSR dalam sebuah perusahaan. Landasan pertama yaitu sebagai bagian dari etika bisnis atas dasar agama, kebudayaan atau etika kebaikan lainnya. Landasan kedua ialah CSR sebagai dimensi sosial dari aktivitas bisnis.

Implementasi CSR di perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain komitmen pimpinan perusahaan, ukuran dan kematangan perusahaan, regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah. Didalam prakteknya, penerapan CSR disesuaikan dengan kemampuan masing-masing perusahaan dan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan CSR sangat beragam. Hal ini bergantung pada proses interaksi sosial, bersifat sukarela didasarkan

pada dorongan moral dan etika, dan biasanya melebihi dari hanya sekedar kewajiban memenuhi peraturan perundang-undangan (Asy'ari: 2009).

EI-Corps merupakan sebuah perusahaan yang tidak bergerak di bidang sumber daya alam namun menjalankan kewajiban pelaksanaan kegiatan atau program CSR dengan cukup baik. Perusahaan ini menjalankan bisnisnya berlandaskan pada prinsip-prinsip dan ajaran agama Islam. CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi inhern dari ajaran Islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam (Maqashid al syariah) adalah masalah sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan masalah, bukan sekedar mencari keuntungan. Hal ini dapat dijelaskan pula secara teori konsep-konsep CSR yang dikemukakan oleh Garriga dan Mele (2004; 51-71) yang mana salah satu konsepnya menyatakan bahwa CSR dipahami sebagai konsekuensi, tanggung jawab yang melekat pada kekuatan dan kekuasaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan bisnis.

Kajian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan meninjau pelaksanaan program CSR yang dijalankan oleh EI-Corps, khususnya bagaimana pengimplementasian program CSR oleh EI-Corps.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan EI-Corps. Subjek penelitian ini adalah Perusahaan EI-Corps. Jenis data yang digunakan adalah data primer, merupakan data yang diperoleh dari wawancara (interview) terhadap kepala bagian CSR EI-Corps terhadap implementasi *corporate social responsibility* (CSR) pada perusahaan EI-Corps.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah (1) penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian secara langsung dengan kepala bidang CSR perusahaan EI-Corps yang menjadi obyek penelitian dengan tujuan untuk memperoleh data yang dibutuhkan sehubungan dengan pembahasan, (2) penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh konsep dan landasan teori dengan mempelajari berbagai literatur, buku, referensi, dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan obyek

Share: Social Work Jurnal	VOLUME: 8	NOMOR: 2	HALAMAN: 211 - 218	ISSN: 2339-0042 (p) ISSN: 2528-1577 (e) Doi: 10.24198/share.v8i2.20082
---------------------------	-----------	----------	--------------------	--

pembahasan sebagai bahan analisis. Data-data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan mendeskripsikan implementasi CSR pada perusahaan El-Corps.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada banyak ragam penafsiran terhadap CSR. Salah satunya melihat CSR sebagai komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. (Holme dan Watts CSR: Meeting Changing Expectations, 1999).

Menurut *The World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD), definisi CSR adalah

"corporate social responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of local community and society at large (WSBC, 2002)."

Komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat (lokal), dan masyarakat luas secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memeliharanya.

CSR dalam sebuah definisi yang dijabarkan oleh Schermerhorn dalam Suharto (2006), yaitu suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal. Sedangkan menurut Nuryana dalam Suharto (2006), CSR merupakan sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.

Konsep piramida CSR yang dikembangkan oleh Archie B. Carrol dalam Suharto (2006), CSR adalah puncak piramida yang erat terkait dan

bahkan identik dengan tanggung jawab filantropis. Tanggung jawab filantropis bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup semua, artinya selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum, dan berperilaku etis (bagian lain dari piramida), perusahaan dituntut agar dapat memberikan kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggung jawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada publik, yang dikenal dengan istilah *non-fiduciary responsibility*.

Implementasi CSR dapat mengambil beberapa bentuk. Dalam bentuk legal, CSR bisa menjadi *corporate responsibility* (CR), misalnya penerapan undang-undang pajak lingkungan. Namun juga dapat dalam bentuk lain, yakni komitmen nyata perusahaan untuk pengembangan kualitas hidup masyarakat sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan. Komitmen nyata ini tentunya mempunyai konsekuensi pengalokasian dana untuk itu, misalnya pengembangan pendidikan, pendampingan manajerial UMK dan masih banyak yang lain. Dari sisi perusahaan, implementasi CSR ini merupakan strategi membangun keterkaitan (*linkage*) perusahaan dengan *stakeholders* mereka. Jadi CSR merupakan salah satu bentuk modal sosial (*social capital*) perusahaan.

Jika perusahaan memandang bahwa CSR adalah bentuk modal sosial, mestinya CSR itu tidak harus diatur, karena ia merupakan kebutuhan perusahaan juga. Tetapi karena belum adanya jaminan bahwa perusahaan mesti melaksanakan CSR dan belum kuatnya kesadaran terhadap perlunya CSR ini, maka diperlukan aspek legal yang mengaturnya. Kepentingan pemerintah dalam hal ini adalah menjaga agar komitmen tersebut dipenuhi. Dalam pelaksanaannya, pemerintah bersama dunia usaha perlu merumuskan aspek aspek yang lebih teknis, di antaranya adalah apa saja *outcome*, *output*, dan indikator-indikator yang harus dipenuhi dalam penerapan CSR tersebut, kemudian juga ketentuan waktu kapan organisasi bisnis harus mulai mengimplementasikannya, berapa alokasi minimal dana yang harus dialokasikan untuk implementasi tersebut.

Garriga & Mele (2004: 51-71) memetakan konsep-konsep CSR ke dalam empat kelompok besar, yaitu; (1) *Instrumental theories* yang memahami CSR sebagai alat belaka untuk memperoleh keuntungan; (2) *Political theories*, melihat bahwa kekuasaan sosial dari perusahaan menjadi tekanan, khususnya dalam hubungannya dengan masyarakat dan tanggung jawabnya dalam

Share: Social Work Jurnal	VOLUME: 8	NOMOR: 2	HALAMAN: 211 - 218	ISSN: 2339-0042 (p) ISSN: 2528-1577 (e) Doi: 10.24198/share.v8i2.20082
---------------------------	-----------	----------	--------------------	--

arena politis berkaitan dengan kekuatan ini. Hal tersebut mengarahkan perusahaan untuk menerima tugas-tugas dan hak-hak sosial atau berpartisipasi dalam kerjasama sosial tertentu; (3) *Integrative theories*, menganggap bahwa bisnis bergantung pada masyarakat untuk kelanjutan dan pertumbuhannya. Menurut teori ini sudah seharusnya bisnis terintegrasi dengan tuntutan sosial yang dapat diselesaikan dengan pelaksanaan CSR; (4) *Ethical theories*, memahami CSR dari suatu perspektif etis, perusahaan harus menerima tanggung jawab sosial sebagai sebuah kewajiban etis di atas pertimbangan lainnya.

Ditinjau dari empat konsep yang dikemukakan oleh Garriga & Mele, EI-Corp merupakan korporasi bisnis yang lahir dengan prinsip-prinsip agama Islam. Dalam ajarannya, bisnis selain sebagai alat untuk mencari keuntungan juga dianggap sebagai cara untuk menyejahterakan ummat. Dengan kata lain, dibalik keuntungan yang didapatkan oleh para *stakeholder* perusahaan dari berdirinya suatu bisnis, terdapat hak atau kepentingan ummat didalamnya. Dengan begitu, konsep CSR Garriga & Mele yang tepat untuk menjelaskan latar belakang pelaksanaan CSR oleh EI-Corps adalah konsep *political theories*.

Sedikitnya ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu:

1. Keterlibatan langsung. Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas pejabat *public relation*.
2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau groupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di negara maju. Biasanya, perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan. Beberapa yayasan yang didirikan perusahaan diantaranya adalah Yayasan Coca Cola Company, Yayasan Rio Tinto (perusahaan pertambangan), Yayasan Dharmam Bhakti Astra, Yayasan Sahabat Aqua, GE Fund.

3. Bermitra dengan pihak lain. Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/ organisasi non-pemerintah (NGO /LSM), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya. Beberapa lembaga sosial/Ornop yang bekerjasama dengan perusahaan dalam menjalankan CSR antara lain adalah Palang Merah Indonesia (PMI), Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), Dompot Dhuafa; instansi pemerintah (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia/LIPI, Depdiknas, Depkes, Depsos); universitas (UI, ITB, IPB); media massa (DKK Kompas, Kita Peduli Indosiar).
4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat "hibah pembangunan". Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara pro aktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama (Saidi & Abidin 2004:64-65).

Berbicara tentang bagaimana EI-Corps melaksanakan kegiatan CSR, berdasarkan hasil temuan, EI-Corps menerapkan ke-empat pola dalam pelaksanaan CSR nya. Hasil wawancara diperoleh gambaran bahwa kegiatan CSR yang dilakukan oleh EI-Corps meliputi:

1. Program adik-kakak asuh, yaitu program pemberian bantuan biaya pendidikan bagi anak dengan keluarga yang kurang mampu dengan menjadikan karyawan yang mau dan mampu sebagai kakak asuhnya yang akan membantu pembiayaan pendidikannya.
2. Bekerja sama dengan Majelis Ta'lim masyarakat yang bernama Majelis Ta'lim Nurul Nisa dengan memberikan dukungan berupa barang ataupun finansial dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan majelis ta'lim
3. Memberikan bantuan dana, sebagai sponsorship untuk setiap kegiatan yang

Share: Social Work Jurnal	VOLUME: 8	NOMOR: 2	HALAMAN: 211 - 218	ISSN: 2339-0042 (p) ISSN: 2528-1577 (e) Doi: 10.24198/share.v8i2.20082
---------------------------	-----------	----------	--------------------	--

- bertemakan sosial, pendidikan ataupun religi
4. Membentuk komunitas Duta Dauky yang yang bergerak dalam bidang pendidikan dan sosial dengan cara memberikan dukungan secara finansial terhadap kegiatan yang dilakukan Duta Dauky termasuk kegiatan kaderisasi para Duta Dauky
 5. Melaksanakan kegiatan seminar keluarga, dan seminar pra nikah
 6. Bermitra dengan lembaga sosial ACT dalam menggalang dana bagi peristiwa-peristiwa kebencanaan.

Model atau pola CSR yang umum diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia, yaitu Pertama, CSR bisa dilaksanakan secara langsung oleh perusahaan. Kedua, CSR bisa pula dilaksanakan oleh yayasan atau organisasi sosial milik perusahaan atau groupnya. Ketiga, sebagian besar perusahaan di Indonesia menjalankan CSR melalui kerjasama atau bermitra dengan pihak lain. Keempat, beberapa perusahaan bergabung dalam sebuah konsorsium untuk secara bersama-sama menjalankan CSR (Susiloadi: 2008).

Meninjau dari pola CSR yang dipaparkan sebelumnya, terlihat bahwa setiap kegiatan CSR yang dilakukan EL-Corps mencakup semua pola yang telah dijelaskan sebelumnya. Pada kegiatan seminar keluarga dan pranikah EI-Corps terlibat langsung dalam pelaksanaan termasuk juga pemberian bantuan dana sebagai sponsorship merupakan pola atau model pemberian bantuan secara langsung tanpa melalui perantara, sedangkan dalam kegiatan adik-kakak asuh EI-Corps menyalurkan bantuan melalui yayasan atau lembaga lain begitu pula pada kegiatan Majelis Ta'lim EI-Corps tidak terlibat langsung dalam kegiatannya. Selanjutnya EI-Corps bermitra dengan ACT dalam menggalang dana kebencanaan hal ini tergolong pada model CSR yang disampaikan melalui kemitraan. Pola atau model yang terakhir merupakan program CSR dalam bentuk dukungan, Duta Dauky dapat dikatakan merupakan pelaksanaan CSR dengan model dukungan. Hal ini dikarenakan pada pelaksanaannya, Duta Dauky diberikan sejumlah dana dan dipercaya untuk melakukan sebuah program atau kegiatan sosial yang akan disetujui oleh EI-Corps. Dalam hal ini, baik program Duta Dauky, Pemberian Sponsorship ataupun Majelis Ta'lim sama-sama merupakan model CSR yang dilaksanakan dengan cara

memberikan dukungan pada suatu kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan sosial.

Terdapat tiga bentuk implementasi CSR, yaitu; (1) *Community Relations*, perusahaan sekedar memberikan bantuan yang dirasa diperlukan masyarakat dilihat dari sudut pandang subjektif perusahaan. Dengan kata lain perusahaan memberikan apa yang ingin perusahaan berikan sebagai bantuan (2) *Community Assistance*, pemberian bantuan dengan mempertimbangkan kebutuhan yang benar-benar diperlukan oleh masyarakat. dalam hal ini perusahaan melakukan assessmen terhadap kondisi masyarakat dan memberikan apa yang masyarakat perlukan sesuai dengan hasil assessmen. (3) *Community Empowerment*, merupakan implementasi CSR yang menjadikan masyarakat berdaya dengan bantuan yang diberikan oleh perusahaan (Raharjo, 2015).

Selain itu, terdapat tiga tingkat kegiatan program CSR:

1. Charity, kegiatan program CSR yang bersifat 'pemberian sumbangan'
2. Philanthropy, kegiatan program CSR yang membantu penyelesaian masalah secara 'parsial'
3. Citizenship, berorientasi membangun daya saing masyarakat

Mengacu pada tiga bentuk implementasi yang telah dikemukakan di atas, berdasarkan hasil penelitian pada program CSR yang dilaksanakan oleh EI-Corps, dari berbagai kegiatan CSR diimplementasikan ke dalam dua bentuk implementasi, yaitu *Community Relations* dan *Community Assistance*. Dalam hal ini perusahaan EI-Corps belum sampai pada implementasi CSR yang memberdayakan masyarakat. bila dijabarkan kembali masing-masing program, pertama program adik-kakak asuh merupakan program implementasi dalam bentuk community relations yang bersifat charity dengan memberikan sumbangan dalam bentuk dana kepada orang-orang yang memerlukannya. Kemudian program CSR yang bekerjasama dengan Majelis Ta'lim tergolong pada implementasi Community assistance yang ana dalam memberikan bantuannya mempertimbangkan hal-hal yang memang dibutuhkan oleh majelis ta'lim dan bersifat pemberian *philanthropy* yang mana dalam praktiknya dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh majelis ta'lim. Selanjutnya program pemberian dana dan berperan sebagai sponsorship dapat tergolong dalam implmentasi

Share: Social Work Jurnal	VOLUME: 8	NOMOR: 2	HALAMAN: 211 - 218	ISSN: 2339-0042 (p) ISSN: 2528-1577 (e) Doi: 10.24198/share.v8i2.20082
---------------------------	-----------	----------	--------------------	--

community relations dan bersifat *charity* dengan memberikan sejumlah dana untuk mendukung keberlangsungan pelaksanaan program yang diajukan kepada perusahaan melalui proposal kegiatan. Kemudian untuk program CSR Duta Dauky merupakan program yang diimplementasikan dengan cara community assistance yang mana dalam pelaksanaannya Duta Dauky mencanangkan suatu program yang sesuai dengan permasalahan atau isu sosial yang ada di masyarakat. dalam program ini pelaksanaan CSR masih bersifat *Philanthropy*, tidak sampai pada pemberdayaan masyarakat. Selanjutnya pada kegiatan seminar yang diadakan perusahaan EI-Corps merupakan implementasi dalam bentuk *Community Relations* yaitu dengan mengadakan suatu kegiatan edukasi atau seminar yang dirasa perlu oleh perusahaan. Dan yang terakhir adalah program kemitraan EI-Corps dengan Lembaga Sosial ACT dalam hal penggalangan dana untuk peristiwa-peristiwa bencana. Dalam hal ini jelas implementasi CSR dilaksanakan dalam bentuk *community relations* yang bersifat *charity*, yaitu pemberian bantuan atau sumbangan berupa dana atau lainnya yang disalurkan melalui lembaga sosial independent di luar perusahaan.

SIMPULAN

Corporate Sosial Responsibility (CSR) atau yang disetarakan dengan tanggung jawab sosial di Indonesia pada mulanya muncul di Negara-negara maju sebagai aspek yang tidak dapat terpisahkan dari sebuah perusahaan bisnis. Di Negara-negara maju sendiri, CSR termasuk didalamnya tanggung jawab perusahaan terhadap sosial karyawan atau pegawai dan keluarga karyawan. Namun, masyarakat umum lebih memahami CSR sebagai bidang yang bertanggung jawab secara eksternal, yaitu yang fokus kegiatannya berkaitan dengan bantuan dan program pemberdayaan masyarakat oleh perusahaan. Indonesia sendiri telah mewajibkan pelaksanaan bagi seluruh perusahaan terutama yang bergerak dalam bidang sumber daya alam untuk melaksanakan program CSR, sedangkan bagi perusahaan lain kewajiban pelaksanaan CSR ini sebatas kewajiban moral saja. Namun, seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan strategi bisnis, program CSR menjadi bagian dari aspek yang menentukan keberlangsungan suatu perusahaan bisnis dan keberadaan CSR menjadi salah satu aspek yang menguntungkan bagi perusahaan. Mengacu pada teori tentang motif

pelaksanaan CSR, terdapat motif yang disebut *political theories*, motif ini memahami CSR sebagai suatu kewajiban yang melekat seiring dengan kepemilikan kekuasaan dan kekuatan dari suatu perusahaan. Motif ini merupakan motif yang digunakan oleh perusahaan EI-Corps dalam melaksanakan program-program CSR nya. Selain motif pelaksanaan CSR, terdapat berbagai bentuk, model dan sifat yang dapat menjelaskan bentuk implementasi suatu perusahaan dalam menjalankan program CSR nya. Berkaitan dengan hal tersebut, berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa bila program CSR ditinjau dari model penyalurannya, CSR perusahaan EI-Corps memadukan berbagai model penyaluran CSR dalam pelaksanaannya yaitu dengan cara terlibat langsung dalam kegiatan, menyalurkannya melalui lembaga sosial atau yayasan independent, bermitra dengan lembaga atau yayasan lain ataupun memberikan dukungan dan bergabung dalam sebuah kegiatan. Selanjutnya bila dianalisis dengan menggunakan tiga bentuk implementasi CSR menunjukkan bahwa program CSR EI-Corps terimplementasikan dalam dua bentuk, yaitu *community relations* yang dilakukan melalui program adik-kakak asuh, sponsorship, penggalangan dana yang bermitra dengan lembaga sosial ACT dan pelaksanaan seminar. Sedangkan implementasi dalam bentuk community assistance termasuk di dalamnya program Duta Dauky, dan bentuk kerja sama dengan maelis ta'lim Nurul Nisa. Kemudian bila dilihat dari sifatnya, terdapat dua bentuk CSR yang diberikan oleh perusahaan EI-Corps, yaitu dalam bentuk *charity* dan filantropi namun belum sampai pada *citizenship* yang bentuk program CSR nya sampai pada pemberdayaan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Asy'ari, Hasan. 2009. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada PT. Newmont. Tesis Universitas Diponegoro. Semarang. Karya Ilmiah Tidak Dipublikasi. Diakses dari alamat http://eprints.undip.ac.id/17529/1/HASAN_ASY%E2%80%99ARI.pdf
- Badaruddin. 2008. Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Masyarakat Melalui Pemanfaatan Potensi Modal Sosial: Alternatif Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Indonesia. Sumatera Utara: Pidato Pengukuhan Jabatan Guru

Share: Social Work Jurnal	VOLUME: 8	NOMOR: 2	HALAMAN: 211 - 218	ISSN: 2339-0042 (p) ISSN: 2528-1577 (e) Doi: 10.24198/share.v8i2.20082
---------------------------	-----------	----------	--------------------	--

- Besar Tetap dalam Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik diucapkan di hadapan Rapat Terbuka Universitas Sumatera Utara. Diakses dari alamat <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/733/1/08E00205.pdf>
- Bangun, Prisma. 2009. Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Guna Meningkatkan Kualitas Kehidupan dan Lingkungan Perusahaan. Jurnal Akuntansi. Vol. 9, no. 2, p. 95-110. Diakses dari alamat <http://www.ukrida.ac.id/jkunukr/jou/feak/2009/jkunukr-ns-jou-2009-4028-1843-csr-resource1.pdf>
- Chairil N. Siregar (2007). Jurnal sosioteknologi Edisi 12 tahun 6 Desember 2007. Diakses pada analisis terhadap Implementasi CSR di Indonesia, melalui alamat CSR di Indonesia. Chairil N. Siregar (2007). Jurnal sosioteknologi Edisi 12 tahun 6 Desember 2007.
- Elisabet Garriga and Domènec Melé. Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*. Vol. 53, No. 1/2, Building Ethical Institutions for Business: Sixteenth Annual Conference of the European Business Ethics Network (EBEN) (Aug., 2004), pp. 51-71
- Irawan, R. (2009) Model-Model Tanggung Jawab Sosial dan Aspek Perpajakannya. Jurnal Akuntansi kontemporer, 1, (1), 47-58.
- Kurniawan, Chandra. Yuhertiana. 2009. Studi Tentang Penerapan dan Pelaporan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada PT. Semen Gresik (Persero) Tbk. Surabaya: Call For Paper Hasil-Hasil Penelitian Dosen dan Seminar Nasional. Diakses dari alamat http://eprints.upnjatim.ac.id/2399/1/2009makalah_CSR_candra%26indra.pdf
- Kusniadji, Suherman. 2011. Mengkomunikasikan Program Corporate Social Responsibility Untuk Meningkatkan Citra Perusahaan. Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara. Tahun III/01/2011, p. 55-63. Diakses dari alamat <http://journal.tarumanagara.ac.id/index.php/FIKOM/article/view/1140/1232>
- Marnelly. (2012) CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia. Jurnal Aplikasi Bisnis, 2, (2), 49-59
- M.B. Hendrie Anto dan Dwi Retno Astuti, "Persepsi Stakeholder Terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Kasus Pada Bank Syariah di DIY", Sinergi: Kajian Bisnis dan Manajemen, Vol. 10 No.1, Januari 2008
- Phil Watts; Richard Holme. 1999. Corporate social responsibility: meeting changing expectations. World Business Council for Sustainable Development: geneva
- Raharjo, ST. CSR: Relasi Dinamis Antara Perusahaan Multinasional dengan Masyarakat Lokal. Penulis: Raharjo, ST. Penyunting: Wibhawa, B. & Apsari. NC.. -Cet. Ke-3- Bandung; Unpad Press; September 2018
- Saidi, Zaim dan Hamid Abidin. (2004). Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia. Jakarta: Pustaka
- Syukron, Adi. (2015) CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah. Economic: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, 5, (1)
- Susiloadi, Priyanto. 2008. Implementasi Corporate Social Responsibility Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan. Spirit Publik. Vol. 4, no. 2, p. 123-130. Diakses dari alamat http://bem.fisip.uns.ac.id/publikasi/sp4_2_priyanto.pdf
- Syahputra, Edi. 2008. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Masyarakat Lingkungan PTPN IV (Studi Pada Unit Kebun Dolok Ilir Kabupaten Simalungun). Tesis Universitas Sumatera Utara. Sumatera Utara. Karya Ilmiah Tidak Dipublikasi. Diakses dari alamat <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/4995/1/09E00158.pdf>
- Sulistyaningtyas, I. D. (2006). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Program Kampanye Sosial. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 3 No. 1, 63-76.
- Suharto, Edi. 2006. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan*

Share: Social Work Jurnal	VOLUME: 8	NOMOR: 2	HALAMAN: 211 - 218	ISSN: 2339-0042 (p) ISSN: 2528-1577 (e) Doi: 10.24198/share.v8i2.20082
---------------------------	-----------	----------	--------------------	--

Pekerjaan Sosial (edisi ke-2). Bandung :
Refika Aditama.

Tanudjaja. Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia. Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain –Universitas Kristen Petra: <http://www.petra.ac.id/~puslit/journals/diir.php?DepartmentID=DKV>

WBCSD. <https://www.wbcsd.org/Overview/Global-Network/Regions/Europe/Poland/Responsible-Business-Forum>

Yentifa, Arnel. Handayani, Desi. (2008) Implementasi Program "Corporate Social Responsibility" (CSR) PT. Semen Padang. *Jurnal Akuntansi & Manajemen*, 3, (2), 71-85