

Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat

Andi Mapisangka

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is the firm commitment to the environment in achieving social live welfare. This research aims to analyze the effect of CSR of PT. Batamindo Investment Cakrawala to social live welfare. The indicators of CSR are corporate social responsibility goal, corporate social issues, and corporate relation program. The indicators of welfare live are progress on health, education, and economic activity. Based on ordinary least square, this research concludes: corporate social responsibility goal, corporate social issue, and corporate relation program PT. BIC have a positive effect on social live welfare at Batamindo Industrial Area.

Based on the findings, the policy of corporate social responsibility by PT. Batamindo Investment Cakrawala should be focused on local social values. This approach is very important in order the CSR program by firm can effectively and efficiently functioning. Besides that, the CSR program must involve all people in company environment, so they will take advantage form the CSR program.

Keywords : corporate social responsibility goal, corporate social issue, corporate relation program, ordinary least square, social live welfare

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah kesepakatan dari *World Summit on Sustainable Development (WS-SD)* di Johannesburg Afrika Selatan 2002 yang ditujukan untuk mendorong seluruh perusahaan di dunia dalam rangka terciptanya suatu pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Peranan CSR dapat dipandang sebagai upaya untuk mewujudkan *good corporate governance*, *good corporate citizenship* dan *good business ethics* dari sebuah entitas bisnis. Sehingga perusahaan tidak cukup hanya memikirkan kepentingan *shareholder* (pemilik modal), tetapi juga mempunyai orientasi untuk memenuhi kepentingan seluruh *stakeholders* (Lihat, misalnya: Amba-Rao, 1993; Anderson, Jr., 1989; Kim, 2000; dan Raynard & Forstater, 2002).

Tanggung jawab sosial perusahaan secara yuridis telah dinyatakan sebagaimana dalam Undang-undang No. 40 Tahun

2007, tentang Perseroan Terbatas, Bab V, Pasal 74. Dalam pasal tersebut dijelaskan tanggung jawab sosial dan lingkungan dari perusahaan atas eksistensinya dalam kegiatan bisnis. Dewasa ini, menghadapi dampak globalisasi, kemajuan informasi teknologi, dan keterbukaan pasar, perusahaan harus secara serius memperhatikan CSR.

Untuk melindungi perusahaan dari berbagai risiko tuntutan hukum, kehilangan *partner* bisnis maupun risiko terhadap citra perusahaan (*brand risk*) tidak cukup hanya taat kepada peraturan perundang-undangan. Tekanan secara nasional dan internasional sedang dan terus akan berlanjut untuk mempengaruhi perilaku bisnis korporasi. Tekanan ini datang antara lain dari para pemegang saham, LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), *partner* bisnis (terutama dari negara yang komunitas bisnisnya peka terhadap CSR) dan advokat yang memperjuangkan kepentingan publik (*public inter-*

est lawyers). (Lihat Aupplerle, 1990; Baron, 1996; dan Drucker, 1984). Dalam hal ini CSR merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Untung, 2008:1).

Secara implementatif, perkembangan CSR di Indonesia masih membutuhkan banyak perhatian bagi semua pihak, baik pemerintah, masyarakat luas dan perusahaan. Di antara ribuan perusahaan yang ada, diindikasikan belum semua perusahaan benar-benar menerapkan konsep CSR dalam kegiatan perusahaannya. CSR masih merupakan bagian lain dari manajemen perusahaan, sehingga keberadaannya dianggap tidak memberikan kontribusi positif terhadap kelangsungan perusahaan. Padahal sesuai dengan UU yang ada, keberadaan CSR melekat secara *inherent* dengan manajemen perusahaan, sehingga bidang kegiatan dalam CSR pun masih dalam kontrol manajemen perusahaan (Freemand, 1984). Lebih jauh lagi dalam lingkungan bisnis perusahaan, masyarakat di sekitar perusahaan pada dasarnya merupakan fihak yang perlu mendapatkan apresiasi. Apresiasi ini dapat diwujudkan dalam bentuk peningkatan kesejahteraan hidup mereka melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh kegiatan CSR perusahaan. Hal ini karena perusahaan dan masyarakat pada dasarnya merupakan kesatuan elemen yang dapat menjaga keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

Hal tersebut tentunya sangat jauh dari harapan dan tujuan ideal dari peranan CSR perusahaan dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Menurut Kim (2000) praktek CSR perusahaan dapat diidentifikasi dalam berbagai tujuan, yakni hukum, ekonomi, moral, dan filantropi. Namun demikian, tujuan tersebut masih dapat dikembangkan sesuai dengan kondisi aktual di masyarakat terkait dengan tekanan yang terjadi dalam kehidupan masyarakat. Salah

satu tujuan CSR yang sangat urgen khususnya di negara sedang berkembang adalah peningkatan kualitas pendidikan masyarakat. Oleh karena itu penerapan CSR di Indonesia pada dasarnya dapat diarahkan pada penguatan ekonomi rakyat yang berbasis usaha kecil dan menengah serta peningkatan kualitas SDM masyarakat melalui perbaikan sarana dan prasarana pendidikan.

PT. Batamindo Investement Cakrawala (PT. BIC) merupakan salah satu perusahaan Penanaman Modal Asing yang berlokasi di Batam, Indonesia bergerak di bidang penyediaan dan pelayanan kawasan industri secara internasional. Sejak diresmikan pada tanggal 28 Februari 1990, kini PT. BIC telah mampu menghadirkan puluhan perusahaan asing (seperti Jepang, Eropa, USA, Korea, Taiwan, dan Singapura) beroperasi di Indonesia. Jenis industri yang ada umumnya adalah komponen ICT, peralatan presisi, pengepakan, farmasi, pencetakan plastik dengan berbagai jenis produk. Keberadaan industri-industri tersebut telah mampu menyerap lapangan kerja domestik kurang lebih 200 ribu tenaga kerja. Sedangkan manajemen PT. BIC sendiri memiliki tenaga kerja sekitar 500 orang.

Sadar akan tugas dan tanggung jawab sosial seperti yang telah diamanatkan dalam Undang-Undang, PT. BIC secara kontinyu dan terprogram telah menerapkan konsep CSR dalam implementasi manajemen usahanya. Secara garis besar, strategi pelaksanaan CSR PT. BIC mencakup beberapa wilayah yang ada di sekitar perusahaan. Cakupan wilayah ini dibagi ke dalam 3 ring (zona), yakni ring I meliputi daerah-daerah di sekitar perusahaan, ring II meliputi daerah-daerah di luar ring I, dan ring III meliputi daerah-daerah di luar ring I dan ring II. Strategi pengembangan berdasarkan wilayah ini juga ditunjang oleh berbagai jenis kegiatan yang sesuai dengan karakteristik kegiatan masing-masing daerah, seperti layanan publik di bidang kesehatan, keagamaan dan pendidikan.

Namun demikian disadari bahwa dinamika perkembangan lingkungan perusahaan

berjalan sedemikian cepat, sehingga membutuhkan berbagai inovasi dan kreasi kegiatan CSR yang mampu dirasakan secara optimal oleh masyarakat. Dinamika lingkungan perusahaan tersebut seperti adanya tuntutan otonomi daerah, sehingga harapan/cita-cita kesejahteraan masyarakat menjadi semakin tinggi. Padahal kemampuan pemerintah daerah masih dibatasi oleh keterbatasan anggaran daerah untuk pembangunan secara menyeluruh. Di sinilah peran CSR perusahaan, khususnya PT. BIC, untuk melaksanakan fungsi-fungsi sosial di luar kegiatan pokok perusahaan, agar kepentingan masyarakat luas dapat terpenuhi semaksimal mungkin, sehingga kesejahteraan hidup mereka dapat mengalami kenaikan. Salah satu elemen penting dalam kesejahteraan hidup tersebut adalah adanya kegiatan pemberdayaan masyarakat sekitar perusahaan. Dalam hal ini peran manajemen sangat penting dalam upaya untuk memformulasikan berbagai program dan kegiatan dalam CSR PT. BIC, sehingga terjadi hubungan simbiosis mutualisme antara perusahaan dan masyarakat luas. Pada akhirnya berbagai program kegiatan dalam kegiatan CSR PT. BIC diharapkan dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat. Berdasarkan uraian di atas perlu dilakukan sebuah kajian tentang dampak implementasi program CSR terhadap kesejahteraan hidup masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan adalah deskriptif dan analitik dengan pendekatan *cross sectional*. Penggunaan desain ini bertujuan untuk menggambarkan pengaruh di antara berbagai variabel *corporate social responsibility goal*, *corporate social issues*, dan *corporate relation program* terhadap kesejahteraan masyarakat. Pendekatan *cross sectional* digunakan karena pengumpulan data dari kedua variabel dikumpulkan dan diukur dalam waktu yang bersamaan saat penelitian dilakukan. Berdasarkan karakteristik dalam rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori, yakni jenis

penelitian yang mencoba menjelaskan hubungan antar variabel. Dalam pembahasannya metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan analitik. Metode ini dilakukan dengan cara melakukan deskripsi terhadap fenomena yang ada dan kemudian melakukan analisis guna menjelaskan fenomena yang terjadi yang didalamnya terdapat suatu hubungan antar variabel.

Penelitian ini akan dilaksanakan di lingkungan kawasan industri PT. BIC, Batam, Kepulauan Riau. Periode observasi dilakukan terhadap obyek penelitian selama 2 bulan, yakni dari Februari 2009 - Maret 2009. Hal ini dilandasi oleh pertimbangan untuk mendapatkan informasi yang valid terkait dengan implementasi program CSR PT. BIC di Batam. Metode Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* artinya ditentukan dengan mempertimbangkan tujuan penelitian berdasarkan kriteria-kriteria yang ditentukan terlebih dahulu. Agar sampel yang diambil dalam penelitian ini dapat mewakili populasi, maka dapat ditentukan jumlah sampel yang dihitung dengan menggunakan rumus Slovin (dalam Umar, 1999). Berdasarkan rumus di atas dan persen kelonggaran ketidaktelitian 5%, artinya tingkat keyakinan bahwa sampel mewakili populasi adalah 95%, maka besar sampel penelitian yang dibutuhkan adalah responden. Dengan menggunakan rumus di atas, maka diperoleh besarnya sampel penelitian yakni sebesar 222 orang.

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini model estimasi terhadap pengaruh variabel CSR terhadap kesejahteraan masyarakat dapat dituliskan dengan persamaan regresi linier berganda berikut:

$$Y_t = a + b_1X_{1t} + b_2X_{2t} + b_3X_{3t} + e_t$$

Dimana:

Y = variabel kesejahteraan hidup masyarakat

a = besarnya intersep atau konstanta

X_1 = variabel *corporate social responsibility goal*

X_2 = variabel *corporate social issues*

X_3 = variabel *corporate relation program*

b_1 – b_3 = besarnya koefisien dari variabel X_1 , X_2 dan X_3

e = standar *error* atau kesalahan pengganggu

Selain itu, dari analisis regresi linier berganda ini juga diperoleh koefisien regresi (b) yang menunjukkan arah hubungan dari variabel independen tersebut dengan variabel dependen. Untuk menguji secara simultan apakah hubungan antara variabel-variabel X di atas dengan variabel Y signifikan atau tidak maka dilakukan pengujian melalui Uji-F, $\alpha = 5\%$, dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Dimana:

F = pendekatan distribusi probabilitas

k = banyaknya variabel *independent*

R^2 = koefisien determinasi

n = ukuran sampel

Nilai F_{hitung} selanjutnya dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada $\alpha = 0,05$. Bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya garis regresi tersebut tidak dapat digunakan sebagai penduga, karena nilai Y belum terbukti tergantung kepada nilai-nilai X_1 , X_2 , dan X_3 . Bila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti paling sedikit ada satu variabel independen yang mempengaruhi nilai dependen Y . Sedangkan untuk menguji koefisien regresi secara parsial antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen maka digunakan uji t . Untuk menguji hipotesis utama maka dilakukan perbandingan antara t_{hitung} dengan t tabel pada $\alpha = 0,05$. Bila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1

diterima. Sebaliknya bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Penggunaan analisis regresi berganda dimaksudkan untuk memperoleh nilai prediksi yang tidak bias. Sehingga analisis tersebut harus memenuhi asumsi-asumsi klasik yang mendasari model regresi, meliputi: asumsi normalitas, analisis multikolinieritas analisis heteroskedastisitas uji dan asumsi autokorelasi (Gujarati, 1999: 173; Ghozali, 2001: 75).

Hasil analisis dan pembahasan

Implementasi program CSR diarahkan pada tercapainya peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat. Sejak awal berdiri, komitmen PT. BIC Batam dalam menjaga keseimbangan dan keharmonisan hubungan dengan masyarakat sangat kuat. Hal ini dibuktikan dengan serangkaian kegiatan sosial kemasyarakatan yang dicanangkan perusahaan mendapatkan apresiasi yang positif dari masyarakat. Berdasarkan analisis statistik yang dilakukan dapat diketahui seberapa besar pengaruh CSR PT. BIC dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hasil analisis statistik tersebut dapat dituliskan pada persamaan berikut:

$$Y = 0,112 + 0,280X_1 + 0,179X_2 + 0,499 X_3$$

(3,86) (2,07) (5,99)

Keterangan:

Angka dalam kurung merupakan nilai t hitung

Berdasarkan pada hasil estimasi tersebut pengaruh CSR terhadap kesejahteraan hidup masyarakat dapat dijelaskan oleh besarnya koefisien dari masing-masing variabel X_1 , X_2 dan X_3 . Secara lebih lengkap makna dari besarnya koefisien masing-masing variabel tersebut dapat dijelaskan dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1.
Koefisien Estimasi Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	Makna
Konstanta	0,112	Apabila dianggap tidak ada kegiatan CSR perusahaan, maka kesejahteraan masyarakat sebesar 0,112
<i>Corporate Social Responsibility Goal</i> (X_1)	0,280	Apabila terjadi kenaikan dalam variabel <i>CSR goal</i> sebesar 1 persen dan variabel lain dianggap konstan, maka kesejahteraan hidup masyarakat akan meningkat secara rata-rata sebesar 0,280 persen
<i>Corporate Social Issue</i> (X_2)	0,179	Apabila terjadi kenaikan dalam variabel <i>corporate social issue</i> sebesar 1 persen dan variabel lain dianggap konstan, maka kesejahteraan hidup masyarakat akan meningkat secara rata-rata sebesar 0,179 persen
<i>Corporate Relation Program</i> (X_3)	0,499	Apabila terjadi kenaikan dalam variabel <i>corporate relation program</i> sebesar 1 persen dan variabel lain dianggap konstan, maka kesejahteraan hidup masyarakat akan meningkat secara rata-rata sebesar 0,499 persen

Berdasarkan pada Tabel 1 di atas dapat dijelaskan bahwa secara umum semua variabel bebas dalam penelitian ini seperti variabel *Corporate Social Responsibility Goal* (X_1), *Corporate Social Issue* (X_2) dan variabel *Corporate Relation Program* (X_3) berpengaruh terhadap kesejahteraan hidup masyarakat. Namun demikian diantara semua variabel bebas yang ada, hanya variabel *Corporate Relation Program* (X_3) yang memiliki pengaruh terbesar terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan PT. BIC Batam yakni dengan koefisien pengaruh sebesar 0,499.

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji secara statistik dari hipotesis utama yang diajukan dalam penelitian ini. Uji dapat dilakukan baik secara parsial maupun secara simultan. Uji hipotesis secara parsial dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Sedangkan uji hipotesis secara simultan dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama dari variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Secara lebih lengkap hasil uji hipotesis tersebut dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2.
Koefisien Estimasi Regresi Linier Berganda

Uji Hipotesis	Nilai t/F hitung	P value
Uji t		
<i>Corporate Social Responsibility Goal</i> (X_1)	3,86	0,000
<i>Corporate Social Issue</i> (X_2)	2,07	0,039
<i>Corporate Relation Program</i> (X_3)	5,99	0,000
Uji F	70,101	0,000

Berdasarkan pada Tabel 2 tersebut dapat dijelaskan bahwa secara statistik, semua hasil uji hipotesis (uji t/uji F) menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini secara sederhana dapat dilihat dari besarnya nilai *P value* yang dihasilkan dari olah data dengan menggunakan program *SPSS for Window*. Tingkat signifikansi untuk uji t menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility goal* (X_1) dan variabel *corporate relation program* (X_3) memiliki tingkat signifikansi sebesar 99% (alfa 1%). Hal ini terjadi karena nilai *p value* hasil perhitungan pada tabel di atas lebih kecil dari tingkat alfanya (nilai *p value* < 1%). Sedangkan untuk variabel *corporate social issue* (X_2) memiliki tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 5\%$), sehingga variabel ini signi-

fikan pada level 5% (nilai p value < 5%). Untuk variabel F hitung tingkat signifikansi sebesar 99% ($\alpha = 1\%$), sehingga variabel ini signifikan pada level 1% (nilai p value < 1%). Sebagai hasil akhir dari uji hipotesis ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial, masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap kesejahteraan hidup masyarakat dan secara simultan semua variabel bebas memiliki pengaruh signifikan pula terhadap kesejahteraan hidup masyarakat Batam.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Goal Terhadap Kesejahteraan Hidup

Berdasarkan pada temuan penelitian di atas dapat dijelaskan lagi bahwa program CSR perusahaan ditujukan untuk meningkatkan peran perusahaan dalam komunitas sosial masyarakat. Hal ini penting, karena secara sebuah entitas bisnis keberadaan sebuah korporat tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya dukungan dan suport dari masyarakat. Secara ekonomi, filosofi *profit maximizing* perusahaan tidak akan tercapai manakala produk yang dijual di pasar tidak laku. Dalam hal ini peran konsumen sebagai bagian dari komunitas masyarakat sangat penting dalam menunjang keberlangsungan perusahaan. Pada sisi lain juga dapat dijelaskan bahwa, keberadaan perusahaan di suatu lingkungan masyarakat akan terasa nyaman dan tenang dalam kegiatan operasionalnya manakala masyarakat sekitar perusahaan bersifat kooperatif dengan perusahaan. Oleh karena itulah peranan CSR perusahaan sangat penting manakala perusahaan masih tetap ingin menjalankan fungsi bisnisnya.

Menurut Susanto (2007: 26) perusahaan dapat melaksanakan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yakni *profit*, lingkungan dan masyarakat. Dalam kaitannya dengan fungsi CSR korporat, ketiga hal tersebut merupakan satu kesatuan aktifitas perusahaan yang dapat dilakukan secara simultan sesuai dengan kondisi sosio-kemasyarakatan yang berkembang. Dengan menja-

lankan tanggung jawab sosialnya perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungannya saja, akan tetapi juga dapat memberikan kontribusinya yang arif dan bijaksana dalam peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat di sekitar perusahaan.

Implementasi program-program CSR PT. BIC dilakukan sedemikian rupa secara sistematis, terstruktur dan periodik. Kegiatan yang dilakukan senantiasa mengedepankan persoalan-persoalan vital yang dihadapi masyarakat dalam peningkatan kesejahteraannya, seperti bidang agama, ekonomi, pendidikan dan kesehatan. Berbagai kegiatan tersebut dapat dilaksanakan manakala perusahaan telah memiliki visi, misi, strategi kebijakan dan program yang jelas dan terarah dalam pelaksanaannya. Seperti telah diuraikan di atas visi CSR PT. BIC adalah mampu mewujudkan PT. BIC sebagai perusahaan yang beroperasi secara *excellent* bertumpu kepada harmoni antara kepentingan bisnis, peningkatan kualitas sosial serta kelestarian lingkungan (*triple bottom line*). Tujuan ini dapat dicapai melalui berbagai upaya/langkah yang tersaji dalam rumusan misi CSR perusahaan, yakni: dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan entitas sosial-budaya, dapat meningkatkan kapasitas sosial yang sangat dibutuhkan bagi terbentuknya kemandirian masyarakat dan mengembangkan sumber daya alam dan lingkungan.

Berdasarkan pada hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa *corporate social responsibility* goal PT.BIC dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat Batam. Hal ini terjadi karena secara konseptual program-program CSR perusahaan sudah diarahkan pada pencapaian tujuan-tujuan sosial seperti terungkap pada rumusan visi dan misi perusahaan. Berdasarkan tujuan-tujuan CSR tersebut, implementasi kegiatan-kegiatan CSR perusahaan senantiasa akan mengikuti arah dari kepentingan perusahaan di tengah-tengah komunitas lingkungan hidup masyarakat. Tujuan-tujuan CSR tersebut seperti tujuan dalam kerangka tanggung jawab

pendidikan, ekonomi, moral, filantropi (kedermawanan) dan tujuan dalam tanggung jawab hukum.

Pengaruh *Corporate Social Issue* Terhadap Kesejahteraan Hidup

Isu-isu sosial akan terus berkembang seiring dengan dinamika yang terjadi dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Isu-isu sosial tersebut berkembang sebagai wujud dari adanya perubahan dalam cara pandang hidup masyarakat yang harus segera direspon oleh perusahaan. Ekses dari ketidakmampuan perusahaan dalam menangkap isu sosial yang berkembang di masyarakat akan berdampak pada gesekan/bentrok yang terjadi di tengah-tengah komunitas kehidupan sosial masyarakat. Apalagi dalam suasana krisis ekonomi dunia yang sedang terjadi, persoalan-persoalan perburuhan, komunikasi pemerintah dan perusahaan, bahkan hubungan pekerja di dalam perusahaan sendiri akan dapat terganggu dari mencuatnya isu sosial dalam masyarakat.

Dalam hal ini menurut Giddens (dalam Budimanta *et al.*, 2008: 14) dampak dari globalisasi yang terjadi dewasa ini, tidak hanya mempunyai dimensi ekonomi saja akan tetapi juga mempunyai dimensi politik, teknologi dan budaya. Pemikiran tersebut juga akan mempengaruhi cara berfikir kalangan usahawan dalam memandang strategi usahanya. Korporat tidak lagi dipandang sebagai bagian luar dari masyarakat tetapi perusahaan sudah menjadi bagian dari masyarakat itu sendiri. Dari sinilah sebenarnya letak korporat dalam komunitas masyarakat yang heterogen.

Berdasarkan pada temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social issue* PT. BIC telah mampu meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat. Hal ini terjadi karena dalam penyusunan program CSR-nya, PT. BIC senantiasa memperhatikan isu-isu sosial yang hangat berkembang di masyarakat. Hal ini dapat dilihat dengan jelas kebijakan umum perusahaan dalam menempatkan CSR perusahaan sebagai instrumen investasi sosial perusahaan guna tercipta lingkungan bisnis

yang harmonis diantara kepentingan para *stakeholdernya*, yaitu pengusaha berikut karyawannya, komunitas masyarakat dan lingkungan hidup sekitarnya. Oleh karena itu prinsip yang menjadi dasar pelaksanaan CSR adalah kepatuhan terhadap semua peraturan dan persyaratan (*compliance responsibilities*) bagi terselenggaranya kegiatan usaha baik persyaratan mutu, perlindungan lingkungan hidup, ketenagakerjaan, imigrasi dan kepabeanaan serta keamanan dan ketertiban masyarakat atau kamtibmas. *Kedua*, adalah prinsip pengembangan sosial kemasyarakatan baik bersifat penyiapan infrastruktur sarana dan prasarana, maupun dukungan kegiatan dan kelembagaan. *Ketiga* adalah keberlanjutan dari setiap program baik sosial maupun ekonomi (*sustainable empowerment*) sehingga tumbuh modal sosial yang kuat menuju masyarakat mandiri.

Dengan berpedoman pada berbagai kebijakan dan prinsip dalam pengembangan CSR tersebut, PT. BIC Batam dapat memposisikan dirinya sebagai sebuah korporat yang peduli terhadap kondisi lingkungan sosialnya. Hal ini juga ditunjukkan oleh sikap/persepsi masyarakat yang cenderung memberikan apresiasi positif (setuju) terhadap upaya perusahaan dalam penyusunan program CSR perusahaan.

Pengaruh *Corporate Relation Program* Terhadap Kesejahteraan Hidup

Implementasi program CSR merupakan realisasi dan aktualisasi dari upaya perusahaan untuk terus dekat dengan masyarakat. Menurut Budimanta *et al.* (2008: 24) CSR pada dasarnya merupakan suatu elemen yang penting dalam kerangka *sustainability* yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial budaya yang merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholders* dan penanam modal), maupun eksternal (kelembagaan, pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain).

Berdasarkan pada hasil penelitian ini memberikan hasil bahwa *corporate relation program* PT. BIC dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat. Hal ini dapat dijelaskan karena strategi dalam implementasi CSR perusahaan merupakan respon atas kebutuhan riil masyarakat atas pemenuhan kebutuhan hidupnya. Seperti telah diuraikan di atas strategi pelaksanaan CSR perusahaan didasarkan pada pengaturan ring yang ada dari ring I hingga ring III. Masing-masing ring memiliki karakteristik persoalan yang berbeda-beda sehingga jenis dan macam kegiatannya juga berbeda-beda. (Lihat lebih lanjut dalam Zadek, Pruzon, & Evans, 1997).

Dalam hal ini menurut Untung (2008: 35) kontribusi CSR dalam pembangunan ekonomi masyarakat adalah dengan melibatkan seluruh komponen masyarakat dalam kegiatan CSR perusahaan. Kemiskinan sudah menjadi musuh bersama yang harus ditanggulangi oleh semua pihak. Untuk melasakanakan hal tersebut paling tidak terdapat 4 pilar utama yang harus diperhatikan, yaitu: pertama, format CSR yang sesuai dengan nilai lokal masyarakat; kedua, kemampuan diri perusahaan terkait dengan kapasitas SDM dan institusi, dan ketiga adalah peraturan dan kode etik dalam dunia usaha. Berdasarkan pada integrasi ketiga pilar tersebut, masyarakat akan dapat dibangun kemampuan dan kekuatannya dalam memecahkan permasalahan yang mereka hadapi dalam pencapaian kesejahteraan hidup yang lebih baik.

Berdasarkan sudut pandang yang ada menunjukkan bahwa apa yang telah dilakukan oleh PT. BIC telah menggambarkan keberhasilan dalam pelaksanaan CSR perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai indikator program-program kegiatan yang telah dapat dilaksanakan secara periode dan kontinyu. Santunan kepada fakir miskin dan pembinaan sosial kemasyarakatan dalam rangka menjaga ketertiban masyarakat merupakan contoh dari beberapa program CSR perusahaan yang dapat dirasakan secara positif oleh masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat dirumuskan kesimpulan penelitian sebagai berikut.

1. Penerapan program-program CSR PT. BIC tersebar pada berbagai aktivitas utama seperti: pendidikan, kesehatan, kemiskinan, sosial, agama, infrastruktur, dan lingkungan hidup.
2. Variabel-variabel seperti *corporate social responsibility goal*, *corporate social issue* dan *corporate relation program* secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat.
3. Diantara variabel-variabel tersebut, variabel *corporate relation program* memiliki pengaruh yang paling besar dalam mempengaruhi peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat di lingkungan kawasan industri Batamindo, Batam.

Saran

Berdasarkan pada temuan penelitian seperti diungkapkan pada kesimpulan di atas, saran dan rekomendasi bagi kebijakan antara lain:

1. Diperlukan strategi kebijakan CSR PT. BIC yang lebih memperhatikan nilai lokal masyarakat. Pendekatan ini dilakukan agar efektifitas dan efisiensi kegiatan dapat dicapai, karena program-program yang disusun benar-benar sesuai dengan kebutuhan masyarakat (*bottom up*) dan bukan menurut persepsi perusahaan saja.
2. Perlunya keikutsertaan seluruh lapisan masyarakat dan diperluas cakupannya sehingga pihak-pihak yang belum pernah mendapatkan program CSR perusahaan dapat merasakan pula aktivitas CSR perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat database yang *valid* terkait dengan obyek penerima program

CSR perusahaan dan manfaat yang dirasakannya.

3. Perusahaan dapat melaksanakan program CSR dengan melihat kepentingan jangka panjang perusahaan dalam kepentingan bisnisnya dan program-program yang ada tidak hanya bersifat *charity* saja. Hal ini dapat dilakukan dengan pemberian bantuan usaha bagi masyarakat dalam pengembangan UMKM nya sehingga hasil dari produk tersebut dapat bermanfaat kembali bagi kepentingan industri perusahaan. Upaya lain seperti pemberian bantuan studi ke beberapa penduduk asli yang potensial untuk sekolah ke jenjang yang lebih tinggi sehingga nanti dapat direkrut dalam pemenuhan kebutuhan SDM perusahaan (mirip dengan CSR di Jepang, Wokutch, 1990).
4. Menjalinkan kerjasama dengan pemerintah daerah dan seluruh jajarannya perlu terus dilakukan untuk menjaga harmonisasi komunikasi, sehingga keberlanjutan dan keberlangsungan program-program CSR perusahaan dapat dipertahankan, Hal ini dapat dilakukan dengan membentuk forum tripartit yang terdiri dari unsur pemerintah, unsur perusahaan dan unsur masyarakat dalam penyusunan program dan pengembangan CSR perusahaan yang berorientasi pada peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat di lingkungan perusahaan pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Albert, M. & Hahnel, R. 2005. *Traditional Welfare Theory*, <www.zmag.org/books/1/html> (diakses: 2 -02 - 2009).
- Amba-Rao, S.C. 1993. Multinational Corporate Social Responsibility, Ethics, Interactions, and Third World Government: An Agenda for the 1990s. *Journal of Business Ethics*, **12**(7): 553-572.
- Anderson, Jr., J.W. 1989. *Corporate Social Responsibility: Guidelines for Top Management*. New York: Quorum Books.
- Aupplerle, K.E. 1990. An Empirical Measure of Corporate Social Orientation Studies in Theory and Measurement. Dalam L.E Preston (Ed.), *Corporation and Society Research: Studies in Theory and Measurement*. Greenwich, CT: JAI Press. Pp. 237-264.
- Baron, D.P. 1996. *Business and its Environment*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Budimanta, A., Prasetijo, A. & Rudito, B. 2008. *Corporate Social Responsibility, Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia*. Jakarta: Indonesian Centre for Sustainability Development (ICSD).
- Drucker, P.F. 1984. The New Meaning of Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, **26**(2): 53-63.
- Freemand, R.E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston, MA: Pitman.
- Ghozali, I. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gujarati, D.N. 1999. *Basic Econometrics 2nd edition*. Singapore: McGraw-Hill.
- Kim, K.S. 2000. *Corporate Social Responsibility And Strategic Management : An Empirical Study of Korean MNCs in The United States*. Unpublished Dissertation. West Heaven, Connecticut: The University Of Heaven.
- Raynard, P. & Forstater, M. 2002. *Corporate Social Responsibility : Implications for Small and Medium Enterprises in Developing Countries*, Reports, United Nations Industrial Development Organization, Vienna
- Santoso, K. 2007. Corporate Social Responsibility. Makalah disampaikan pada *Wokshop Optimalisasi Program CSR yang Berkelanjutan dalam Rangka Meningkatkan Corporate Image dan Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Perusahaan*, 21-22 November. LPPM-IPB.
- Susanto, A.B. 2007. *Corporate Social Responsibility: A Strategic Management Approach*. The Jakarta Consulting Group Partner in Change, Jakarta
- Umar, H. 1999. *Riset Strategi Perusahaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Untung, H.B. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Wokutch, R.E. 1990. Corporate Social Responsibility Japanese Style. *Academy of Management Executive*, **4**(2): 56-74.
- Zadek, S., Pruzon, P. & Evans, R. 1997. *Building Corporate Accountabilty. Emerging Practices in Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting*. London: Earthscan Papers.