

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tanaman kelapa sawit (*Elaeis guineensis Jack*) berasal dari Nigeria, Afrika Barat. Namun, ada beberapa pendapat yang bahkan menyatakan bahwa kelapa sawit berasal dari kawasan Amerika Selatan yaitu Brazil. Hal ini dikarenakan lebih banyak ditemukan spesies kelapa sawit di hutan Brazil dibandingkan dengan Afrika. Pada kenyataannya tanaman kelapa sawit hidup subur di luar daerah asalnya, seperti Malaysia, Indonesia, Thailand dan Papua Nugini. Bahkan, Negara tersebut mampu memberikan hasil produksi per hektar yang lebih tinggi.

Bagi Indonesia, tanaman kelapa sawit memiliki arti penting bagi pembangunan perkebunan nasional. Selain mampu menciptakan kesempatan kerja yang mengarah pada kesejahteraan masyarakat, juga sebagai sumber perolehan devisa Negara. Indonesia merupakan salah satu produsen utama minyak sawit, bahkan saat ini telah menempati posisi kedua di dunia, yaitu sebesar 34,18% dari luas areal kelapa sawit dunia.

Di Indonesia ada beberapa perusahaan yang pastinya memiliki tujuan untuk meningkatkan laba yang diperoleh. Tetapi untuk menjalankan kelangsungan hidup, perusahaan memiliki tanggung jawab sosial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan tersebut yang biasa disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)*

CSR merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat disekitar sesuai dengan pasal 74 Undang – Undang Perseroan Terbatas (UUPT) yakni UU Nomor 40 Tahun 2007 yaitu Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan ; Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan

diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran ; Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang – undangan ; Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah. CSR adalah upaya sungguh – sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Defenisi tersebut berarti mengajak perusahaan untuk bersungguh – sungguh dalam upaya memberikan manfaat atas kehadirannya bagi umat manusia saat ini. Meminimalkan dampak negatif adalah bagian dari usaha memberikan manfaat di masa yang akan datang.

CSR adalah suatu kewajiban yang harus dilakukan perusahaan kepada masyarakat tetapi ada beberapa manfaat yang penting bagi perusahaan terhadap CSR ini yaitu untuk meningkatkan citra perusahaan ; dapat mengembangkan kerja sama dengan para pemangku kepentingan maksudnya dalam menjalankan kegiatan CSR, perusahaan tidak bekerja sendirian melainkan bekerja sama dengan pemerintah daerah setempat dalam menjalankan program CSR nya. Terjalinnya relasi antar perusahaan dan pemangku kepentingan guna untuk mengembangkan kerja sama kedepannya ; membedakan perusahaan dengan pesaingnya yaitu dengan melakukan CSR, perusahaan akan berusaha tampil beda dari pesaingnya guna untuk menunjukkan bahwa perusahaannya peduli dengan masyarakat sekitar ; menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan, CSR bukan sekedar kegiatan putus yang dilakukan perusahaan kepada masyarakat melainkan CSR adalah kegiatan yang berkesinambungan dalam rangka memberdaya masyarakat dan dengan CSR pula perusahaan sebenarnya bisa menghasilkan inovasi dan pembelajaran yang dapat meningkatkan pengaruh perusahaan di masyarakat, industri terkait bahkan pemerintah ; meningkatkan harga saham, jika perusahaan rutin melaksanakan

CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan.

Dengan adanya tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat, maka masyarakat tentu saja merasa di perhatikan dan merasa bahwa perusahaan memberikan kepedulian terhadap masyarakat sekitar. Sehingga juga masyarakat pastinya sangat mendukung penuh program – program yang dilakukan. Dan dengan adanya tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat, masyarakat tentu saja akan memberikan dampak positif juga bagi perusahaan seperti menjaga lingkungan perusahaan, memperhatikan setiap masalah yang ada di sekitar perusahaan, dan juga masyarakat akan ikut berpartisipasi dalam membantu perusahaan apabila perusahaan membutuhkannya.

Saat ini ada dua kelemahan implementasi CSR yaitu pertama, perusahaan melaksanakan CSR dengan program yang sangat beragam dan didorong atas permintaan masyarakat. Semestinya program CSR dirancang dan terkait dengan strategi bisnis perusahaan. Konsekuensinya, CSR ini menjadi biaya yang dianggarkan oleh manajemen perusahaan. Dengan demikian, karena terkait strategi bisnis maka CSR akan bermanfaat bagi perusahaan dan masyarakat. CSR sudah seharusnya ditempatkan sebagai upaya memperkuat kinerja perusahaan. CSR yang hanya diposisikan sebagai upaya pencitraan semata, tentu tidak akan menjamin keberlanjutan perusahaan, apalagi pembangunan masyarakat sekitar. Kedua, umumnya CSR yang dilakukan tidak tuntas, tidak dapat menyelesaikan masalah, bahkan CSR memperbesar ketergantungan masyarakat kepada perusahaan. CSR selama ini hanya memenuhi permintaan masyarakat atau hanya memenuhi aturan. Dengan pola ini, sering kali program CSR tidak dapat memberikan jalan keluar bagi persoalan masyarakat.

Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat dari sarana biaya (*cost centre*) melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit centre*).

Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Tanpa adanya komitmen dan dukungan penuh dari karyawan akan menjadikan program itu tidak akan terlaksana. Disisi lain juga masyarakat mempertanyakan perusahaan yang berorientasi pada usaha memaksimalkan keuntungan – keuntungan secara ekonomis memiliki komitmen moral untuk mendistribusikan keuntungannya guna membangun masyarakat local karena seiring waktu, masyarakat tak sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan, melainkan juga untuk menuntut untuk bertanggung jawab sosial.

PT. ALAM adalah salah satu perusahaan swasta yang bergerak di bidang perkebunan kelapa sawit pada tahun 1988 yang terletak di Kecamatan Sei Lelan dengan luas areal lahan 786,49 Ha. PT. ALAM mengartikan CSR sebagai suatu usaha yang dimana tujuannya untuk meningkatkan kualitas kehidupan yang lebih baik dengan pihak masyarakat yang ada disekitar perkebunan kelapa sawit secara berkelanjutan.

PT. ALAM sangat mendukung adanya program CSR dan itu adalah suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan guna untuk kesejahteraan masyarakat maka dari itu PT. ALAM juga melaksanakan program CSR yang didasari dari permintaan masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apa saja program CSR yang lakukan PT. ALAM ?
2. Apa saja faktor yang menghambat program CSR di PT. ALAM ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Program CSR yang dilakukan PT. ALAM

2. Faktor yang menghambat Program CSR di PT. ALAM

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan peneliti tentang program CSR dan faktor penghambat program CSR yang ada di PT. ALAM.

2. Bagi Kampus INSTIPER Yogyakarta

Sebagai tambahan literatur kepustakaan Institut di bidang penelitian tentang program CSR