

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini wacana tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan - *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi perhatian serius dari berbagai kalangan masyarakat luas, baik pemerintah, kalangan akademisi, praktisi, LSM dan organisasi sosial lainnya. Berbagai pihak sudah mengampanyekan pentingnya Tanggung Jawab Sosial ini bagi perusahaan baik untuk menjaga kelangsungan produksi sampai tujuan membangun legitimasi sosial. Makna kata CSR ini kemudian diterjemahkan secara berbeda pula, sehingga kemudian muncul istilah lain yang sepadan dengan makna CSR, misalnya: *corporate citizenship*, *corporate responsiveness*, *corporate responsibility*, dan lain sebagainya (Hopkins, 2004). Perusahaan sendiri menjalankan kegiatan CSR-nya dengan sangat beragam bentuk dari yang sifatnya karitas, filantropi, sampai kegiatan yang memberdayakan masyarakat secara utuh.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) merupakan suatu komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama dengan para pihak yang terkait, utamanya masyarakat di sekelilingnya dan lingkungan sosial di mana perusahaan tersebut berada, yang dilakukan terpadu dengan kegiatan usahanya secara berkelanjutan (Prawirokusumo, 1992). Sedangkan menurut Sumardjo (2004), CSR adalah suatu komitmen bersama dari seluruh stakeholder perusahaan (para Pihak) untuk bertanggung jawab terhadap masalah-masalah sosial dan lingkungan. CSR bukan merupakan kegiatan sumbangan (*charity-philantropy*) dari salah

satu atau lebih *stakeholder* perusahaan, justru keterlibatan langsung dan kontinuitas kegiatan inilah yang menjadi ciri khas dari CSR.

Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR), muncul sebagai akibat adanya kenyataan bahwa pada dasarnya karakter alami dari setiap perusahaan adalah mencari keuntungan semaksimal mungkin tanpa memperdulikan kesejahteraan karyawan, masyarakat dan lingkungan alam. Perusahaan seharusnya juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan sekitar, sebab jika tidak dampak negatif dari beroperasinya perusahaan tersebut dapat menimbulkan resistensi masyarakat atau gejolak masyarakat. Adanya keselarasan antara keuntungan yang diperoleh perusahaan dengan pemberian kontribusi secara langsung kepada masyarakat dan lingkungannya merupakan mekanisme *check and balances* antara pihak perusahaan dengan masyarakat. Dengan kata lain, CSR juga dipandang sebagai tolok ukur untuk reputasi perusahaan. Seberapa jauh suatu CSR perusahaan akan berpengaruh pada reputasi perusahaan itu (Hafsah, 1999).

Tiga alasan penting kalangan dunia usaha harus merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya, yaitu perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial (Hopkins, 2004).

Di Indonesia CSR adalah sebuah kewajiban yang dibebankan pada Perseroan Terbatas melalui Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat (1) UU 40 tahun 2007 ini menjelaskan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Dengan adanya Undang-Undang ini, industri atau korporasi-korporasi wajib untuk melaksanakannya, namun kewajiban ini bukan merupakan suatu beban yang memberatkan. Karena pembangunan suatu negara tidak hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja. Oleh karena itu, Pemerintah meminta komitmen pihak swasta secara khusus sebagai wujud pertanggungjawaban atas dampak negatif yang ditimbulkan praktek bisnisnya. CSR merupakan suatu bentuk komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama *stakeholders* terkait, terutama adalah masyarakat disekeliling perusahaan tersebut beroperasi.

Perusahaan sebagai entitas bisnis yang hidup dan berkembang di tengah masyarakat, tidak bisa lepas dari tanggung jawab sosialnya kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. *Stakeholders* bukan hanya sekedar masyarakat dalam arti sempit yaitu masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi perusahaan melainkan masyarakat dalam arti luas, misalnya pemerintah, investor, elit politik, pelanggan. Program-program CSR yang dilaksanakan untuk kesejahteraan masyarakat dan pada akhirnya akan berbalik arah yaitu memberikan keuntungan kembali bagi perusahaan tersebut.

Pada awal perkembangannya, bentuk CSR yang paling umum adalah pemberian bantuan terhadap organisasi organisasi lokal dan masyarakat miskin di lingkungan perusahaan. Pendekatan CSR yang berdasarkan motivasi karikatif dan kemanusiaan ini pada umumnya dilakukan secara partial, dan tidak melembaga. Dewasa ini semakin banyak perusahaan yang kurang menyukai pendekatan karikatif semacam itu, karena dianggap kurang mampu meningkatkan keberdayaan atau kapasitas masyarakat lokal. Pendekatan pembangunan masyarakat kemudian semakin banyak diterapkan karena lebih mendekati konsep pemberdayaan masyarakat dan pembangunan berkelanjutan. Kegiatan CSR yang dilakukan saat ini juga sudah mulai beragam, disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat berdasarkan *need assessment*. pengembangan skemaperlindungan sosial berbasis masyarakat.

Model pelaksanaan CSR yang umum diterapkan di perusahaan perusahaan yang ada di Indonesia, yaitu Pertama, CSR bisa dilaksanakan secara langsung oleh Perusahaan. Kedua, CSR dapat juga dilaksanakan melalui yayasan atau organisasi sosial milik perusahaan atau grupnya. Ketiga, sebagian besar perusahaan menjalankan CSR melalui kerjasama atau bermitra dengan pihak lain. Keempat, beberapa perusahaan bergabung dalam sebuah konsorsium untuk menjalankan CSR. (Sumardjo, 2004).

Kegiatan program CSR pun beragam, tidak hanya terbatas pada program sosial maupun ekonomi. Ada beberapa bidang lain yang dapat dijadikan sasaran pertanggung-jawaban sosial perusahaan, seperti; sosial,

pendidikan, dan lingkungan. Dalam bidang ekonomi, model kegiatan yang dilakukan untuk membangun masyarakat sekitar yang lebih berkualitas adalah melalui pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Peran perusahaan dalam pengembangan UKM dapat dilakukan dengan memberikan bantuan kepada pelaku-pelaku UKM sehingga pelaku UKM tersebut dapat membentuk *capacity building*, *financial support* dan jalur pemasaran yang kuat sebagai salah satu solusi kemitraan yang dapat memperkuat daya saing UMKM.

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan salah satu elemen utama kebijakan ekonomi strategis negara negara berkembang. Keberadaan BUMN diperlukan dalam pengaturan infrastuktur dan public utilities, dan menempatkan dirinya untuk berperan pada hampir seluruh sektor aktivitas ekonomi (Fernandes, 1985:470). Namun demikian, disadari bahwa posisi perusahaan BUMN ini dipandang “ambigu” karena terletak di dua sisi; yakni sebagai instuisi bisnis dan alat negara. Sebagai instuisi bisnis, terdapat ekspektasi yang kuat agar BUMN seharusnya beroperasi sebagaimana layaknya perusahaan perusahaan bisnis untuk menghasilkan laba/keuntungan dan menyediakan sumber daya bagi publik. Tetapi disisi lain, pada saat yang bersamaan terdapat keinginan agar BUMN harus berfungsi sebagai instrumen pembangunan nasional dan kebijakan sosial.

Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan PT. Perkebunan Nusantara IV menarik untuk dikaji, karena keberadaannya di satu sisi sebagai institusi bisnis/ekonomi yaitu penghasil laba/keuntungan dan sisi lain

merupakan institusi sosial dimana dengan keberadaan perusahaan yang ambigu tersebut dapat maju dan berkembang secara harmonis dengan masyarakat sekitar perusahaan. Penelitian ini akan mengkaji bagaimanakah sebenarnya PTPN IV dalam menjalankan praktik tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat yang ada di sekitarnya. Karena ketika program CSR tersebut dilaksanakan dengan memberdayakan masyarakat akan berdampak kepada peningkatan kesejahteraan serta kualitas hidup dan kemandirian masyarakat dan pada akhirnya akan berbalik arah memberikan keuntungan bagi perusahaan, seperti rasa aman dan peningkatan citra atau reputasi perusahaan.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka rumusan masalah yang di tetapkan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi kemitraan UKM binaan yang dilaksanakan oleh Perseroan terbatas Perkebunan Nusantara IV ?
2. Bagaimana perkembangan UKM binaan setelah mengikuti program mitra binaan Perseroan terbatas Perkebunan Nusantara IV ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui implementasi kemitraan UKM binaan dengan Perseroan terbatas Perkebunan Nusantara IV
2. Mengetahui perkembangan UKM binaan setelah mengikuti program kemitraan dari Perseroan terbatas Perkebunan Nusantara IV

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang kemitraan serta sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Institut Pertanian STIPER

2. Bagi perusahaan PTPN IV penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta bahan pertimbangan dalam rangka perbaikan maupun peningkatan kualitas pelaksanaan sistem kemitraan di kemudian hari

3. Bagi pemerintah penelitian ini diharapkan untuk menjadi acuan untuk membentuk kebijakan terkait kemitraan antara perusahaan BUMN dengan rakyat agar dapat berjalan dengan baik tumbuh dan besar bersama dalam rangka mensejahterakan UKM dan menambah pemasukan devisa negara dari sektor perkebunan

4. Bagi Masyarakat, diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai sumber pengetahuan dan menambah khasanah tentang kemitraan usaha kecil dan menengah, serta sebagai bahan kajian dan pembandingan dalam pembahasan permasalahan yang sejenis