

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara geografis Indonesia adalah salah satu negara di Asia Tenggara yang merupakan negara kepulauan. Sebagai negara kepulauan, Indonesia memiliki berbagai potensi sumber daya alam yang dapat dikembangkan, misalnya pada sektor kelautan, pertanian, maupun perkebunannya.

Beberapa tanaman perkebunan yang diintroduksi oleh pemerintah Hindia Belanda seperti teh, kopi, karet, kakao dan tebu, dan lain-lain, kini menjadi komoditi andalan Indonesia. Namun, dari semua komoditi tersebut terdapat satu komoditi yang justru belum dikembangkan di era kolonial, namun kini menjadi komoditi primadona yang sangat berperan dalam perekonomian nasional, yaitu kelapa sawit.

Ditjen Perkebunan Kementrian Pertanian meyebutkan areal perkebunan kelapa sawit di indonesia pada 2014 mencapai 10.754.801 ha, sementara pada 2015 angka sementara mencapai 11.300.370 ha, padahal target renstra Kementan pada 2012 hanya 8.557.000 ha, itu berarti lahan luas lahan kelapa sawit indonesia saat ini meningkat dibanding tahun 2015, dan melebihi target renstra Kementan (Ditjenbun, 2015).

Seiring dengan laju perkembangan perekonomian bangsa, banyak perusahaan yang didirikan di Indonesia baik perusahaan nasional yang modalnya berasal dari negara, maupun perusahaan swasta yang modalnya berasal dari pihak swasta. Selama beroperasi di Indonesia, berbagai jenis perusahaan tersebut telah membantu dalam menunjang roda perekonomian

negara kita dalam bentuk keuntungan yang diberikan kepada negara maupun dalam bentuk pajak – pajak yang harus dibayarkan kepada negara.

Para pelaku industri memandang bahwa kontribusi kepada masyarakat cukup berupa penyediaan lapangan pekerjaan, pemenuhan kebutuhan masyarakat dan pembayaran pajak kepada negara. Namun seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat juga menuntut perusahaan untuk bertanggung jawab secara sosial. Hal ini cukup wajar mengingat terjadinya ketimpangan ekonomi antara pelaku usaha dengan masyarakat di sekitarnya, kegiatan operasional perusahaan biasanya juga memberikan dampak negatif, misalnya eksploitasi sumber daya alam dan rusaknya lingkungan di sekitar lokasi perusahaan (Hastomo, 2013).

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebuah konsep dimana perusahaan memutuskan untuk berkontribusi kepada masyarakat. Istilah CSR sebagai tanggungjawab sosial perusahaan masih diperdebatkan. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan kepada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yang dipopulerkan oleh Jhon Elkington pada tahun 1997 yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri, 2008).

Corporate Social Responsibility (CSR) atau yang lebih dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu komitmen berkelanjutan

dunia bisnis untuk bertanggung jawab atas dampak negatif yang ditimbulkan dan mencegah agar dampak negatif yang ditimbulkan tidak merugikan masyarakat dan lingkungan. Dunia bisnis juga dituntut untuk menyelaraskan pencapaian kinerja laba dengan kinerja sosial dan kinerja lingkungan. Pencapaian itu akan menempatkan perusahaan menjadi warga masyarakat yang baik (*good corporate citizen*) dan meraih keuntungan yang langgeng (Lako, 2011).

Hingga saat ini penerapan CSR dalam perusahaan sudah menjadi suatu kewajiban yang harus dilakukan apabila ingin bisnisnya berjalan secara berkelanjutan. Hal tersebut disebabkan penerapan CSR dalam perusahaan sudah diatur dalam peraturan hukum. Peraturan undang-undang yang mengatur masalah *Corporate Social Responsibility* ini tercantum pada Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Sesuai dengan penjelasan pada Undang-Undang tersebut, setiap perusahaan diwajibkan untuk menjalankan tanggung jawab sosial (CSR) agar tercipta keseimbangan antara kegiatan bisnis perusahaan dengan harapan-harapan dari masyarakat terhadap perusahaan. Hal tersebut juga merupakan salah satu tugas humas dalam menjalankan fungsi manajemen perusahaan, untuk menciptakan dan menjalin hubungan yang positif antara perusahaan atau organisasi dengan para stakeholder perusahaan.

Pelaksanaan program CSR yang optimal seharusnya sejalan dengan kebutuhan masyarakat setempat yang didalamnya terdapat partisipasi aktif masyarakat baik dari perencanaan kegiatan hingga implementasinya dalam

program CSR yang dilaksanakan. Partisipasi masyarakat sangat penting dalam hal ini, salah satunya sebagai pendorong perusahaan untuk mencapai tujuannya dalam memberdayakan masyarakat setempat melalui program CSR yang tersedia.

Tanpa adanya partisipasi keterlibatan masyarakat, baik dalam perencanaan kegiatan CSR bahkan hingga memanfaatkan program yang ada, CSR dinilai hanya sekedar bentuk tanggung jawab untuk memenuhi gengsi perusahaan sehingga mampu meningkatkan citra perusahaan yang pada akhirnya tuntutan masyarakat tidak diindahkan sepenuhnya oleh perusahaan. Keberhasilan suatu program akan ditentukan oleh keterlibatan dari seluruh pihak, oleh karena itu keterlibatan partisipasi masyarakat, perusahaan dan pemerintah sangat diperlukan demi tercapainya tujuan bersama.\

Sejalan dengan itu, menurut Siswoyo (2009) menyatakan bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dilaksanakan selama ini sering tidak terprogram dan tidak berkesinambungan, yang menyebabkan *overlapping* dan daya manfaat yang diterima masyarakat kurang optimal. *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada dasarnya mempunyai tujuan akhir yakni *sustainable development* (pembangunan berkelanjutan). Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berkelanjutan akan memberikan dampak positif dan manfaat yang lebih besar baik kepada perusahaan itu sendiri berupa citra perusahaan, para *stakeholder* yang terkait, dan membantu menciptakan kehidupan di masyarakat yang lebih sejahtera, harmonis, dan mandiri.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana Program *Corporate Social Responsibility* di PT. Sinarsiak Dian Permai ?
2. Bagaimana pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* di PT. Sinarsiak Dian Permai ?
3. Bagaimana keterlibatan masyarakat terhadap penyusunan Program *Corporate Social Responsibility* ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Program *Corporate Social Responsibility* di PT. Sinarsiak Dian Permai.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* di PT. Sinarsiak Dian Permai.
3. Untuk mengetahui keterlibatan masyarakat terhadap penyusunan Program *Corporate Social Responsibility*.

D. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan program *Corporate Social Responsibility* sehingga bermanfaat bagi masyarakat.
2. Untuk memberikan pengetahuan dan informasi lebih lanjut dari program *Corporate Social Responsibility* di perkebunan kelapa sawit.

3. Sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan di perkebunan kelapa sawit.