

IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) SEBAGAI MODAL SOSIAL PADA PT. TIRTA MUMBUL JAYA ABADI, SINGARAJA BALI

Kadek Desy Aprianthiny

Jurusan Pendidikan Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Indonesia

dessyaprianthiny@gmail.com

Abstrak

Corporate Social Responsibility (CSR) di implementasikan melalui model alternatif implementasi CSR yang berbasis pemanfaatan modal sosial, maka akan lebih bermakna bagi pemberdayaan masyarakat, baik ekonomi, sosial, maupun budaya secara berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi, perkembangan dan kendala yang dihadapi dalam mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi, Singaraja Bali. Penelitian ini menggunakan desain deskriptif. Data dikumpulkan dengan metode wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukan bahwa (1) PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi dalam mengimplementasikan Program CSR sepenuhnya bermanfaat untuk mensejahterakan masyarakat. (2) perkembangan *Coporate Social Responsibility* PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi sebagai modal sosial pada tahun 2013-2014 mengalami peningkatan yang cukup baik. (3) Kendala-kendala yang dihadapi PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi dalam usahanya melalui program CSR yaitu kurangnya pemahaman masyarakat terhadap kegiatan industri, kendala yang dihadapi perusahaan dapat diatasi dengan cara duduk bersama mencari solusi dan PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi semakin kompak dalam menjalankan tugas kedepannya.

Kata Kunci : Implementasi CSR, Modal Sosial

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is implemented through an alternative model-based implementation of CSR utilization of social capital, then it would be more meaningful for community empowerment, both economic, social, cultural and sustainable manner. This study aims to determine the implementation, progress and obstacles encountered in implementing *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Mumbul Tirta Jaya Abadi, Singaraja Bali. Data collected by the methods of observe and interviews. Results of research addressing that (1) PT. Mumbul Tirta Jaya Abadi in implementing CSR programs are fully beneficial to the welfare of society. (2) the development of *Coporate Social Responsibility* PT. Mumbul Tirta Jaya Abadi as social capital in the year 2013-2014 has increased quite good. (3) The constraints faced by PT. Mumbul Tirta Jaya Abadi in his quest through the CSR program is the lack of public understanding of industrial activity., obstacles facing the company can be addressed by sitting together to find solutions and PT. Tirta Jaya Abadi Mumbul more compact in the future duties.

Keywords : Implementation of CSR , Social Capital

PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan arti penting kesehatan menyebabkan kebutuhan akan air minum yang higienis semakin meningkat pula, maka PDAM Buleleng sebagai salah satu BUMD yang bergerak di bidang penyediaan air minum yang memenuhi syarat-syarat kesehatan untuk konsumsi masyarakat, berusaha menggali potensi yang ada/dimiliki untuk meningkatkan dan mengembangkan usahanya. Berpijak dari hal tersebut PDAM Buleleng berupaya melakukan usaha yaitu mengembangkan usaha air minum isi ulang atau air minum dalam kemasan, dengan memanfaatkan potensi mata air mumbul yang telah teruji kualitasnya.

Perkembangan era modernitas saat ini terus berjalan dan terus meningkat, termasuk bidang ekonomi. Berbicara bidang ekonomi berarti tidak bisa terlepas mengenai kegiatan bisnis dan usaha, karna itulah inti dari bidang ekonomi secara umum. Dalam perkembangan dunia bisnis, tidak hanya berbicara mengenai keuntungan dan kegiatan produksi saja karena lambat laun muncul pandangan bahwa lingkungan sosial merupakan bagian penting dalam perkembangan bidang ekonomi bagi perusahaan. Munculnya kesadaran bahwa kegiatan produksi suatu perusahaan secara tidak langsung telah menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan sosial maupun lingkungan fisik di sekitar tempat kegiatan produksi perusahaan, membuat beberapa perusahaan merasa penting untuk melakukan kegiatan yang bersifat sosial. Kegiatan atau aktivitas yang bersifat sosial ini akhirnya dijadikan sebagai kegiatan yang dapat dikatakan wajib bagi perusahaan-perusahaan yang banyak memberikan dampak negatif bagi lingkungan sekitarnya. Sulit dipungkiri, bahwa pergerakan industrialisasi berdampak negatif terhadap lingkungan dan pranata sosial sekitarnya. Hal itu karena industrialisasi membutuhkan mobilisasi sumberdaya sehingga kecil ataupun besar, cepat ataupun lambat dapat mengganggu keseimbangan sumberdaya tersebut. Disitulah letak pentingnya pembagian tanggung jawab perusahaan

terhadap lingkungan dan masyarakat, agar terjadi keseimbangan eksploitasi. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) Nomor 40 Tahun 2007. Melalui undang-undang ini, industri atau korporasi wajib untuk melaksanakannya, korporasi tidak hanya dituntut memiliki kepedulian pada isu-isu lingkungan hidup, tetapi juga pada isu-isu sosial dari masyarakat yang merasakan langsung dampak-dampak negatif dari operasi perusahaan. Industri atau korporasi berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup (Siregar, 2007:1).

Suharto (2005:2) menjelaskan bahwa modal sosial adalah sumber (*resource*) yang timbul dari adanya interaksi antara orang-orang dalam suatu komunitas, sehingga timbul kepercayaan, serta saling pengertian. Pola hubungan sosial inilah yang mendasari kegiatan bersama atau kegiatan kolektif antar warga masyarakat. Kegiatan bersama antar warga masyarakat dapat terbangun bila terpenuhi ketersediaan elemen-elemen modal sosial. Elemen-elemen modal sosial tersebut adalah kepercayaan, kohesifitas, altruisme, gotong-royong, jaringan, dan kolaborasi sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi melalui beragam mekanisme, seperti meningkatnya rasa tanggungjawab terhadap kepentingan publik, meluasnya partisipasi dalam proses demokrasi, menguatnya keserasian masyarakat dan menurunnya tingkat kekerasan serta kejahatan (Suharto, 2005:2).

Ketika CSR diimplementasikan melalui model alternatif implementasi CSR yang berbasis pemanfaatan modal sosial, maka akan lebih bermakna bagi pemberdayaan masyarakat, baik ekonomi, sosial, maupun budaya secara berkelanjutan. Teori kontrak sosial adalah salah satu teori yang menjelaskan tentang bagaimana suatu perusahaan memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat agar bisa bertahan hidup dengan memberikan manfaat bagi masyarakat, yaitu melalui interaksi

perusahaan dengan masyarakat. PT Tirta Mumbul Jaya Abadi, Singaraja Bali adalah salah satu perusahaan yang telah menerapkan CSR sebagai modal sosial untuk keamanan dan kelancaran operasi melalui simpati dan kepercayaan masyarakat sekitar. Keberlangsungan usaha PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi tidak lepas dari peran serta masyarakat. Untuk itu PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi menyadari betul pentingnya membina hubungan baik dengan masyarakat. Dengan kata lain PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi ada karena masyarakat, dan PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi ada untuk masyarakat. Maka dari itu program CSR yang dilakukan oleh PT Tirta Mumbul Jaya Abadi, Singaraja Bali diharapkan meminimalkan kesenjangan sosial yang terjadi di masyarakat. Seperti yang kita ketahui kesenjangan sosial dapat menyebabkan konflik sosial, serta ketidakperhatian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan juga dapat menyebabkan konflik sosial. Sementara apabila terjadi konflik antara perusahaan dengan masyarakat, maka akan terjadi kerugian yang amat besar, bukan hanya bagi perusahaan, namun juga bagi masyarakat maupun bagi Negara. Sebagai warga dunia usaha yang berhubungan dengan kepentingan masyarakat, PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi, Singaraja Bali secara konsisten terus berupaya untuk maju sekaligus memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitarnya, terutama untuk menghindari isu-isu maupun *sentiment negative* dari masyarakat yang terkait dengan dampak negatif yang timbul dari akibat operasional perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul **“Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Modal Sosial Pada PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi, Singaraja Bali Pada tahun 2013-2014”**.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebagai komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajibannya didasarkan atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memperhatikan para *stakeholder* dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitasnya yang berlandaskan pada

ketentuan hukum yang berlaku (Wahyudi dan Azheri, 2008:36). Tanggung jawab sosial masih diposisikan secara marginal dan cenderung kurang memiliki apresiasi secara tepat. Konteks seperti itu terjadi paling tidak dipicu oleh kondisi, yaitu: (1) masih belum seragam dan jelas batasan tanggung jawab sosial; (2) sikap oportunis perusahaan, terlebih *social responsibility* mengandung biaya yang cukup besar yang belum tentu memiliki relevansi terhadap pencapaian tujuan yang bersifat *economic motive*; (3) kurang respon *stakeholder* sehingga kurang menciptakan *social control* meskipun masyarakat merupakan *social agent*; (4) dukungan tata perundangan yang masih lemah; (5) standar operasional yang kurang jelas; (6) belum jelasnya ukuran evaluasi (Nor Hadi, 2009). Konteks seperti itu, relatif menciptakan praktik *corporate social responsibility* sebagai polesan, meskipun terdapat beberapa perusahaan memiliki komitmen dan serius dalam menjalankan strategi *social responsibility*. Ranah tanggungjawab sosial (*social responsibility*) mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks. Disamping itu, tanggung jawab sosial juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama dikaitkan dengan kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholder*). Untuk itu, dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhanaan banyak ahli mencoba menggaris bawahi prinsip dasar yang terkandung dalam tanggung jawab sosial.

Johnson (2006) mendefinisikan “*Corporate social responsibility is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society*”. Definisi tersebut pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Untuk itu, perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) yang merupakan lembaga internasional yang berdiri tahun 1955 dan beranggotakan 120 perusahaan multinasional yang berasal dari

30 negara dunia, lewat publikasinya "*Making Good Business Sense*" mendefinisikan *Corporate Social Responsibility*: "*Continuing commitment by business to behave ethically and contributed to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*".

Definisi tersebut menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

Sejarah merupakan torehan kejadian masa lampau yang mengungkapkan fenomena realitas sosial yang bisa menjadi kajian menarik dan bermanfaat di masa kini dan mendatang. Dengan memahami sejarah tentang obyek kajian akan bermakna bagi pengungkapan realitas sosial yang lebih obyektif. Gagasan mengenai *Corporate Social Responsibility* di Amerika Serikat dimulai pada awal abad ke-20. Pada saat itu banyak perusahaan yang mendapat kritik karena dianggap melakukan praktek monopoli, kecurangan dan tidak peka terhadap masalah-masalah sosial. Usaha-usaha dilakukan untuk meredam kekuatan korporat melalui kekuatan hukum yang menentang penggabungan industri (*antitrust laws*) dan peraturan-peraturan lainnya.

Dalam konteks global, istilah CSR digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. Dia mengemas CSR dalam tiga fokus atau 3P, yang merupakan singkatan dari *profit*, *planet* dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*), melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*), (Rachman, 2011:83).

Konsep CSR dimunculkan pertama kali tahun 1953, yaitu dengan diterbitkannya buku yang berjudul "*Social Responsibility of Businessman*" karya Howard Bowen yang kemudian dikenal dengan "Bapak CSR". Gema CSR makin bertiup kencang di tahun 1960-an ketika persoalan kemiskinan dan keterbelakangan makin mendapat perhatian dari berbagai kalangan. Tahun 1987, *The World Commission on Environment and Development* (WCED) dalam Brundtland Report mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*. Tahun 1992, KTT Bumi di Rio De Janeiro menegaskan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yang didasarkan pada perlindungan lingkungan hidup serta pembangunan ekonomi dan sosial sebagai sesuatu yang mesti dilakukan semua pihak, termasuk perusahaan.

Tahun 1998, konsep CSR semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks : The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. Dia mengemas CSR dalam tiga fokus atau 3P yang merupakan singkatan dari *profit*, *planet*, dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*), melainkan memiliki kepedulian pada kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Pada tahun 2002, *World Summit Sustainable Development* di Johannesburg memunculkan konsep *Social Responsibility* yang mengiringi dua konsep sebelumnya, yaitu *economic* dan *environment sustainability* (Rachman, 2011:81-82).

CSR saat ini ditandai dengan adanya inisiatif standar secara internasional dalam bentuk ISO, yaitu ISO 26000. ISO 26000 menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah bentuk kepedulian sosial perusahaan yang saat ini menjadi aspek penting dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan, disamping (ISO 9000) isu kualitas dan (ISO 14000) lingkungan (Rachman, 2011:37).

Ranah tanggung jawab sosial (*social responsibility*) mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks. Disamping itu,

tanggung jawab sosial juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama dikaitkan dengan kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholder*). Untuk itu, dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhanaan banyak ahli mencoba menggaris bawahi prinsip dasar yang terkandung dalam tanggung jawab sosial.

Crowther David (2008) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial menjadi tiga, sebagai berikut.

1. Sustainability

Sustainability berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa datang. *Sustainability therefore implies that society must use no more than can be regenerated. This can be defined in term of the carrying capacity of the ecosystem* (Hawken, 1993).

2. Accountability

Merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal (Crowther David, 2008). Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan. Nor Hadi (2009) menunjukkan bahwa tingkat keluasaan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki konsekuensi social maupun ekonomi. Tingkat akuntabilitas dan tanggung jawab perusahaan menentukan legitimasi stakeholder eksternal, serta meningkatkan transaksi saham perusahaan. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Memed (2002), Belkaoui dan Karpik (1989).

3. Transparency

Merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Crowther David (2008) menyatakan:

Transparency, as a principle, means that the external impact of the actions of the organization can be ascertained from that organisation's reporting and pertinent facts are not disguised within that reporting.....the effect of the action of the organization, including external impacts, should be apparent to all from using the information provided by the organisation's reporting mechanism.

Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggung jawaban berbagai dampak dari lingkungan.

Landasan Teoritis Social Responsibility

a. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengontruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju.

Merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik. O'Donovan (2002) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Deegan (2002) menyatakan legitimasi sebagai *"...a system oriented perspective, the entity is assumed to influenced by, and in turn to have influence upon, the society in which it operates. Corporate disclosure are considered to represent one important means by witch management can influence external perceptions about organization"*. Definisi tersebut, mencoba menggeser secara tegas perspektif perusahaan kearah

stakeholder orientation (society). Batasan tersebut mengisyaratkan bahwa legitimasi perusahaan merupakan arah implikasi orientasi pertanggungjawaban perusahaan yang lebih menitik beratkan pada *stakeholder perspective* (masyarakat dalam arti luas).

Legitimasi mengalami pergeseran sejalan dengan pergeseran masyarakat dan lingkungan, perusahaan harus dapat menyesuaikan perubahan tersebut baik produk, metode, dan tujuan. Deegan, Robin, dan Tobin (2002) menyatakan legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian, maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam.

b. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholder*) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*), selanjutnya disebut tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Fenomena seperti itu terjadi, karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi (Harahap, 2002). Untuk itu, tanggung jawab perusahaan yang semula diukur sebatas pada indikator ekonomi dalam laporan keuangan kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial terhadap *stakeholder*, baik internal maupun eksternal.

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Dengan demikian, *stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (L S M dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas, dan lain sebagainya yang

keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Berdasar pada asumsi dasar *stakeholder theory* tersebut, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan social sekitarnya. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern* (Adam.C.H, 2002).

Esensi teori *stakeholder* tersebut di atas jika ditarik interkoneksi dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi *expectation gap* dengan masyarakat (publik) sekitar guna meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat, ternyata terdapat benang merah. Untuk itu, perusahaan hendaknya menjaga reputasinya yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation*, ke arah memperhitungkan faktor sosial (*social factors*) sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan (*stakeholder orientation*).

c. Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Kontrak sosial (*Social Contract*) muncul adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk terhadap lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, di mana antara keduanya saling pengaruh mempengaruhi. Untuk itu, agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial (*social contract*) baik secara eksplisit maupun implisit sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingannya.

Social contract dibangun dan dikembangkan, salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat (*society*). Di sini, perusahaan (ataupun organisasi bentuk

lainnya) memiliki kewajiban kepada masyarakat untuk memberi kemanfaatan bagi masyarakat setempat. Interaksi perusahaan dengan masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi dan mematuhi atura dan norma-norma yang berlaku di masyarakat, sehingga kegiatan perusahaan dapat dipandang legitimat (Deegan, 2000).

Shocker dan Sethi (dalam Chariri Anis, 2006) menjelaskan konsep kontrak sosial (*social contract*) bahwa untuk menjamin kelangsungan hidup serta kebutuhan masyarakat, kontrak sosial didasarkan pada,

1. Hasil akhir (*output*) yang secara social dapat diberikan kepada masyarakat luas.
2. Distribusi manfaat ekonomis, sosial, atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki.

Mengingat *output* perusahaan bermuara pada masyarakat, serta tidak ada sumber power institusi yang bersifat permanen, maka perusahaan membutuhkan legitimasi. Disitu perusahaan harus melebarkan tanggung jawab tidak hanya sekedar *economic responsibility* yang lebih diarahkan kepada *shareholder (shareholder orientation)*. Namun, perusahaan harus memastikan bahwa kegiatannya tidak melanggar dan bertanggung jawab kepada pemerintah yang dicerminkan dalam peraturan dan perundangan yang berlaku (*legal responsibility*). Di samping itu, perusahaan juga tidak dapat mengesampingkan tanggung jawab kepada masyarakat yang dicerminkan lewat tanggung jawab dan keberpihakan terhadap berbagai person sosial dan lingkungan yang timbul (*societal responsibility*).

Menurut Prusak dalam Satria (2008:1), memberikan definisi atau pengertian modal sosial sebagai kumpulan dari hubungan yang aktif di antara manusia, rasa percaya, saling pengertian dan kesamaan nilai dan perilaku yang mengikat anggota dalam sebuah jaringan kerja dan komunitas yang memungkinkan adanya kerjasama. Dari definisi modal sosial diatas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa modal sosial (*social capital*) merupakan suatu seperangkat alat yang digunakan untuk menarik investor, pemerintah serta

masyarakat untuk lebih mempercayai perusahaan dalam membangun suatu usaha, dengan jalan menjalin hubungan yang baik diantara investor pemerintah maupun masyarakat, serta menjaga kepercayaan yang telah merekaberikan kepada perusahaan dalam menjalankan usahanya.

Menurut Ridell dalam Suharto (2005:4), ada tiga parameter modal sosial, yaitu kepercayaan (*trust*), norma-norma (*norms*) dan jaringan-jaringan (*networks*).

1. Kepercayaan (*trust*)

Kepercayaan adalah harapan yang tumbuh di dalam sebuah masyarakat yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur, dan kerjasama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama.

2. Norma-Norma (*norms*)

Norma-norma terdiri dari pemahaman-pemahaman, nilai-nilai, harapan-harapan dan tujuan-tujuan yang diyakini dan dijalankan bersama oleh sekelompok orang. Norma-norma dapat bersumber dari agama, panduan moral, maupun standar-standar sekuler seperti kode etik bisnis, dan kode etik profesional.

3. Jaringan-Jaringan (*networks*)

Infrastruktur dinamis dari modal sosial berwujud jaringan-jaringan kerjasama antar manusia (Putnam, 1993 dalam Suharto, 2005:4). Jaringan tersebut memfasilitasi terjadinya komunikasi dan interaksi, memungkinkan tumbuhnya kepercayaan dan memperkuat kerjasama.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Moleong (dalam Tohirin 2012:1) mengatakan sumber data dalam penelitian kualitatif adalah berupa kata-kata, tindakan, dan ungkapan. Pengertian penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan naturalistik untuk mencari dan menemukan pengertian atau pemahaman tentang fenomena dalam suatu latar yang khusus. Penelitian kualitatif diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistic atau kuantifikasi lainnya (Tohirin, 2012:2). Penelitian ini dilakukan di kantor PT Tirta Mumbul Jaya Abadi,

Singaraja Bali. Metode pengumpulan data yang dipakai yakni metode wawancara dan observasi.

Metode analisis dilakukan untuk memperoleh gambaran umum dan menyeluruh tentang situasi sosial yang diteliti sebagai obyek penelitian. Obyek penelitian dalam penelitian kualitatif yang diteliti menurut Spradley (dalam Sugiyono, 2014:229) dinamakan situasi sosial, yang terdiri atas tiga komponen yaitu : (a) *place*, atau tempat dimana situasi sosial sedang berlangsung; (b) *actor*, atau pelaku yang sedang memainkan peran tertentu; dan (c) *activity*, atau kegiatan yang dilakukan aktor dalam sebuah situasi sosial yang sedang berlangsung.

PEMBAHASAN

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi, Singaraja Bali

Dalam mengimplementasikan tanggung jawab sosialnya, PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi melakukan kegiatan-kegiatan pembangunan masyarakat. Dari kegiatan-kegiatan tersebut PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi mendapatkan respon yang positif dan penilaian yang cukup baik dari masyarakat sekitar. Masyarakat sepenuhnya mendukung usaha-usaha yang dilakukan PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi dalam upaya mensejahterakan masyarakat melalui program CSR. Tujuan dari pembangunan masyarakat yang dilakukan PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi adalah untuk menaikkan kualitas hidup dari masyarakat dari eksplorasi mengalir kepada masyarakat sekitar area eksplorasi. Sasarannya adalah agar manfaat dari eksplorasi mengalir kepada masyarakat sekitar, tidak hanya dari memperkerjakan mereka secara langsung melalui perekrutan, namun juga dari kegiatan lainnya yang bisa didorong dari keberadaan eksplorasi. Yang juga menjadi tujuan PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi ini adalah agar manfaat ini dapat bertahan lebih lama dari umur eksplorasi, dan agar segala industri serta usaha yang berbentuk karena adanya eksplorasi akan terus berjalan biarpun eksplorasi sudah tidak ada.

Adapun misi dan tujuan CSR PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi sebagai berikut.

Misi

1. Melaksanakan komitmen perusahaan dalam menciptakan nilai tambah kepada *stakeholder* dan mendukung pertumbuhan perusahaan.
2. Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan untuk pengembangan masyarakat disekitar perusahaan.

Tujuan

1. Menciptakan hubungan yang harmonis dan iklim usaha kondusif dalam mendukung kegiatan perusahaan
2. Memberikan kontribusi dalam mengatasi masalah sosial yang dapat menghambat operasi perusahaan.
3. Meningkatkan citra dan reputasi perusahaan.

Manfaat dari tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan dengan baik juga dirasakan oleh pihak PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi yaitu:

1. Terjalin hubungan emosional (rasa memiliki, kepercayaan) yang baik dengan para *stakeholder* tersebut.
2. Menciptakan nama baik, reputasi, *image* yang baik dimata masyarakat luas sehingga memudahkan dalam proses bisnis.
3. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
4. Meningkatkan profitabilitas perusahaan dan keberlanjutan perusahaan.

Perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Modal Sosial di PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi, Singaraja Bali Pada Tahun 2013-2014

Implementasi CSR pada PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi dikategorikan sebagai modal sosial karena salah satu keberhasilan perusahaan adalah keberlanjutan usaha. Keberlanjutan usaha itu dapat dilihat dari organisasi pihak internal dan pihak eksternal. CSR adalah salah satu faktor keberlanjutan usaha dengan jalan meningkatkan kepercayaan terhadap pihak eksternal, khususnya kepada lingkungan masyarakat karena dengan diterapkannya CSR, perusahaan dituntut untuk lebih bertanggung jawab atas lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan.

Implementasi CSR yang dikategorikan sebagai modal sosial adalah ketika perusahaan mampu meyakinkan

masyarakat bahwa dengan berdirinya perusahaan tersebut dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat, seperti: memberikan bantuan dana kepada masyarakat peduli lingkungan, memberikan bantuan modal, memberikan biaya pendidikan, dan lain sebagainya. Tetapi dengan jalan adanya kesepakatan bersama antara pihak perusahaan maupun masyarakat sekitar perusahaan melalui dengan jalan melakukan kontrak sosial, sehingga implementasi CSR sebagai modal sosial dapat berjalan baik. Menurut Suharto (2005:2) pengukuran modal sosial yang baik ketika adanya hasil kesepakatan antara kedua belah pihak baik visi dan tujuan organisasi memiliki kesamaan. Dari rincian dana sosial, bisa dilihat bahwa perkembangan *Corporate Social Responsibility* PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi sebagai modal sosial pada tahun 2013-2014 mengalami peningkatan yang cukup baik dan PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi banyak berpartisipasi dalam kegiatan sosial di masyarakat. Sehingga implementasi CSR sebagai modal sosial dapat meredam beberapa masalah seperti:

1. Pencurian produk Yeh Buleleng
2. Tidak adanya demonstran yang menuntut perusahaan dalam hal kelalaian dalam menjalankan usahanya.
3. Tidak adanya kesenjangan social antara perusahaan dan masyarakat
4. Sabotase
5. Ancaman penutupan perusahaan.

Kendala-Kendala yang dihadapi PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi dalam Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Perkembangannya

Adapun kendala-kendala yang dirasakan oleh PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi dalam implementasi CSR sebagai berikut.

1. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap kegiatan industri. Sehingga terkesan industri tidak memberikan dampak langsung terhadap perbaikan kehidupan masyarakat di sekitar wilayah usaha.
2. Kurangnya kerjasama dan komunikasi antara Pemerintah Daerah dan masyarakat

sehinggamuncul program-program yang tidak tepat sasaran dan tidak sesuai dengan keinginan masyarakat.

3. Beberapa pihak mengambil keuntungan daripada usaha untuk membantu mensejahterakan masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian mengenai Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi dalam mengimplementasikan tanggung jawab sosial perusahaannya melalui Program CSR mendapat respon dan dukungan sepenuhnya dari masyarakat dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi yang bermanfaat untuk mensejahterakan masyarakat. Dari program CSR tersebut bukan hanya masyarakat saja yang merasakan dampaknya, tetapi PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi merasakan manfaat, seperti: (a) Terjalin hubungan emosional (rasa memiliki, kepercayaan) yang baik dengan para *stakeholder* tersebut, (b) Menciptakan nama baik, reputasi, *image* yang baik dimata masyarakat luas sehingga memudahkan dalam proses bisnis, (c) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, (d) Meningkatkan profitabilitas perusahaan dan keberlanjutan perusahaan.
2. Implementasi CSR pada PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi dikategorikan sebagai modal sosial karena salah satu keberhasilan perusahaan adalah keberlanjutan usaha. Keberlanjutan usaha itu dapat dilihat dari organisasi pihak internal dan pihak eksternal. CSR adalah salah satu faktor keberlanjutan usaha dengan jalan meningkatkan kepercayaan terhadap pihak eksternal, khususnya kepada lingkungan masyarakat karena dengan diterapkannya CSR,

perusahaan dituntut untuk lebih bertanggung jawab atas lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan. Dan itu yang sudah dilakukan oleh PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi dalam penerapan program CSR.

3. Kendala-kendala yang dihadapi PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi dalam usahanya melalui program CSR yaitu kurangnya pemahaman masyarakat terhadap kegiatan industri. Sehingga terkesan industri tidak memberikan dampak langsung terhadap perbaikan kehidupan masyarakat di sekitar wilayah usaha, kurangnya kerja sama dan komunikasi antara Pemerintah Daerah dan masyarakat sehingga muncul program-program yang tidak tepat sasaran dan tidak sesuai dengan keinginan masyarakat, beberapa pihak mengambil keuntungan daripada usaha untuk membantu mensejahterakan masyarakat. Tetapi kendala tersebut bisa diatasi oleh PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi dengan cara duduk bersama mencari solusi dan PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi semakin kompak dalam menjalankan tugas kedepannya.

SARAN

Peran staf dan karyawan PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi agar lebih dioptimalkan guna memperoleh dukungan dan respon positif secara berkelanjutan dikemudian hari oleh masyarakat.

Pemerintah Daerah Kabupaten Buleleng diharapkan mampu untuk terus memberikan dukungannya kepada PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi dan produknya, dikarenakan perusahaan ini merupakan salah satu kebanggaan bagi masyarakat Buleleng yang tidak kalah dengan para pesaing sehingga kemudian produk ini tak hanya menjadi kebanggaan masyarakat Buleleng saja, tetapi juga masyarakat Bali.

Bagi penelitian selanjutnya agar dapat meneliti perusahaan ini melalui sudut pandang yang berbeda, sehingga menambah pengetahuan dan keyakinan masyarakat pada PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi.

Kepada masyarakat agar dapat mencontoh lalu kemudian menumbuhkan rasa fanatisme yang dimiliki oleh masyarakat Kabupaten Buleleng, terutama pada hal yang berkaitan dengan produk local agar diberikan kesempatan untuk turut berkembang ditengah masyarakat luas, dimana persaingan juga telah menjadi sangat ketat terutama dalam dunia bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam. C. H. 2002. "Internal Organisational Factors Influencing Corporate Social and Ethical Reporting Beyond Current Theorizing". *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*. Vol. 15. No. 2.
- Badaruddin. 2006. *Modal Sosial dan Pengembangan Model Transmisi Modal Sosial dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Keluarga (Studi pada Tiga Komunitas Petani Karet di Kecamatan Rao Kabupaten Pasaman Sumatera Barat)*. Penelitian Hibah Bersaing Perguruan Tinggi, Dikti.
- Chairi Anis. 2006. *Kritik Sosial Atas Pemaknaan Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan*. MAKSI Undip.
- Deegan. C, Rankin. M, Tobin. J. 2002. "An Examination of The Corporate Social and Environmental Disclosure BHP from 1983-1997 a Test of Legitimacy Theory". *Accounting, Auditing, and Accountability*. Vol. 15. No. 3. Pp 312-343.
- Hadi, Nor. 2009. *Interaksi Biaya Sosial, Kinerja Sosial, Kinerja Keuangan, dan Luas Pengungkapan Sosial "Uji Praktik Social Responsibility Perusahaan Go Publik di Bursa Efek Indonesia"*. Disertai Universitas Diponegoro. Tidak dipublikasikan.
- O' Donovan, G. 2002. "Environmental Disclosure in the Annual Report: Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. 15. No. 3. pp. 344-371.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tohirin. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

