

SKRIPSI

**PERSEPSI MASYARAKAT, PEMERINTAH, DAN
PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* (CSR)
DALAM MENGURANGI KEMISKINAN PADA
PT. ANTAM (PERSERO) tbk, UBPN
SULTRA - POMALA**

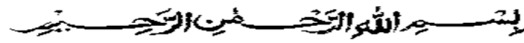
WAHYU

10572 04173 13



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2017**

KATA PENGANTAR



Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahillobbil'amin segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, kasih sayang, kemudahan dan segala anugerah-Nya yang tak terhingga kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Persepsi Masyarakat, Pemerintah, dan Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Mengurangi Kemiskinan pada PT. Antam (persero) tbk, UBPN Sultra Pomala”** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini masih jauh dari kesempurnaan, dan dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mengalami kesulitan, hambatan, dan rintangan akan tetapi berkat bimbingan dan arahan dari berbagai pihak serta kemauan keras maka ini dapat tersusun walaupun masih saja terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu, berbagai saran dan kritik yang sifatnya konstruktif senantiasa penulis harapkan untuk menyempurnakan penulisan yang serupa di masa yang akan datang.

Melalui skripsi ini, Penulis menghaturkan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Ibunda Jusnawati dan Ayahanda Baharuddin yang telah mencurahkan perhatian, kasih sayang, dan pengertian kepada anaknya selama menjalani hidup ini, khususnya dalam menjalani masa

perkuliahan, dan begitupula pujian dan terima kasih Penulis haturkan kepada:

1. Bapak Dr. H. Abd Rahman Rahim SE., MM, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, SE.,MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Moh. Aris Pasigai, SE.,MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Muh. Nur Rasyid, SE., MM., selaku sekretaris jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah makassar.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan ilmunya sehingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan dengan baik.
6. Bapak Drs Hj Ruliaty MM, selaku penasihat akademik (PA).
7. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi, terkhusus kepada Kakanda Masrullah, yang telah banyak membantu kelancaran urusan Penulis.
8. Manajemen PT. Antam (persero) tbk, masyarakat sekitar perusahaan, pemerintah Kelurahan Dawi- Dawi dan Kecamatan Pomala, atas bantuannya dalam memperoleh data untuk penelitian.
9. Teman-teman, kanda- kanda, adik-adik, dan alumni yang senantiasa mencurahkan perhatian dan ilmunya kepada Penulis, terkhusus kepada Didin Utami, Aprizaldy, Rudi, Indra Hidayat, Afif Afriansyah, Darmansyah, Andriano, Muh. Amran Nur Arifin H, Andi Syahrul Yusran, Dadang Nuryadi Dj, Muhammad Arfah, Ariska, Emil, Nur Jaya, Andi Nur

Fauzi, yang senantiasa menemani Penulis di saat suka maupun duka, terutama Mutmainnah yang senantiasa selalu memberikan support dalam banyak hal dan senantiasa selalu menemani dalam kondisi apapun.

10. Semua pihak yang telah membantu Penulis semasa kuliah dan terselesaikannya proposal ini yang tidak bisa Penulis tuliskan satu persatu. Semoga Allah membalas kebaikan kalian semua.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Olehnya itu, kritik dan saran sangat Penulis butuhkan untuk perbaikan karya sederhana ini.

Makassar, Mei 2017

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------|-----|
| Halaman judul | i |
| Halaman Pengesahan | ii |
| Kata Pengantar | iii |
| Abstrak | vi |
| Daftar Isi | x |
| Daftar Tabel | xi |
| Daftar Gambar | xii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|-----------------------------|---|
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|---|----|
| A. <i>Corporat Social Responsibility</i> | 7 |
| 1. Defenisi Corporat Social Resposnbility | 7 |
| 2. Perkembangan Corporat Social Resposnbility..... | 8 |
| a. Prinsip Derma dan Prinsip perwalian sebagai faktor Pendorong Lahirnya Konsep CSR Tahap Awal (Periode 1950-1960) | 9 |
| b. Pengaruh Konsep Stakeholder Management Terhadap Perkembangan CSR (Perioode 1960-1970) | 10 |
| c. Perkembangan Konsep CSR (periode 1980- saat ini | 11 |

| | |
|---|----|
| d. Peranan CSR | 13 |
| e. Model CSR..... | 14 |
| f. Manajemen CSR..... | 15 |
| g. Kesalah Pahaman dalam Memahami CSR..... | 18 |
| B. <i>Suistanibility Development</i> | 25 |
| C. <i>Sustainibility Reporting</i> | 27 |
| 1. Definisi Suistanibility Reporting | 27 |
| 2. Peranan Suistanibility Reporting | 28 |
| 3. Standar Suistanibility Reporting | 29 |
| 4. Penerapan Suistanibility Reporting | 31 |
| D. Definisi Persepsi | 33 |
| E. Kemiskinan | 34 |
| 1. Definisi Kemiskinan | 34 |
| F. Penelitian Terdahulu | 35 |
| G. Kerangka Pikir | 37 |

BAB III Metode Penelitian

| | |
|--------------------------------------|----|
| A. Lokasi dan Waktu Penelitian | 38 |
| 1. Lokasi Penelitian | 38 |
| 2. Waktu Penelitian | 38 |
| B. Metode Pengumpulan Data | 38 |
| C. Jenis dan Sumber Data | 39 |
| 1. Jenis Data | 39 |
| 2. Sumber Data | 40 |

| | |
|---------------------------------------|----|
| E. Populasi dan sampel | 40 |
| 1. Populasi | 40 |
| 2. Sampel | 40 |
| F. Definsi Operasional Variabel | 41 |
| G. Metode Analisis | 43 |

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

| | |
|---|----|
| A. Sejarah Perusahaan | 44 |
| 1. Sejarah PT. Antam, Tbk | 44 |
| B. Sejarah PT. Antam Tbk UBPN Pomalaa | 49 |
| C. Visi dan Misi Perusahaan PT. Antam, Tbk UBPN Pomalaa | 55 |
| 1. Visi Perusahaan | 55 |
| 2. Misi Prusahaan | 56 |
| D. Struktur Organisasi | 56 |

BAB V HASIL PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Deskripsi Sampel dan Hasil Penelitian | 62 |
| a. Pengetahuan Responden terhadap CSR | 62 |
| b. Persepsi Masyarakat Terhadap CSR | 70 |
| c. Konsep CSR PT. Antam, Tbk UBPN Pomalaa | 75 |
| 1. Tanggung jawab social perusahaan Internal | 75 |
| 2. Tanggung Jawab Sosial perusahaan Eksternal | 78 |
| d. Kebijakan Pelaksanaan Program | 81 |

| | |
|--|----|
| e. Persepsi Perusahaan, Pemerintah dan Masyarakat terhadap CSR dalam Mengurangi Kemiskinan | 86 |
|--|----|

BAB VI PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 92 |
| B. Saran | 94 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 42

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-------------------------|-----------|
| Gambar 1.1 | 37 |
| Gambar 1.2 | 61 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara umum tujuan utama dari pendirian sebuah perusahaan adalah mencari keuntungan (*profit*). Dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menaati semua peraturan hukum yang berlaku di sebuah negara, mulai dari aturan perburuhan hingga aturan kelestarian lingkungan. Korporasi pada saat ini bukan lagi hanya berorientasi pada keuntungan saja melainkan wajib memperhatikan kehidupan sosial, ekonomi dan lingkungan. Isu-isu tentang kurangnya kesejahteraan masyarakat sekitar, kerusakan lingkungan, perlakuan tidak adil bagi pekerja dan lain sebagainya menjadi hal yang tengah hangat di bicarakan.

Jenis perusahaan tertentu selama ini dianggap sebagai biang rusaknya lingkungan, mengeksploitasi sumber daya alam, dan hanya mementingkan keuntungan semata, seperti perusahaan yang bergerak dibidang pertambangan, perminyakan, dan sejenisnya. Kebanyakan perusahaan selama ini melibatkan dan memberdayakan masyarakat hanya untuk mendapat simpati. Program yang mereka lakukan hanya sebatas pemberian sumbangan, santunan dan pemberian sembakau. Dengan konsep seperti ini, kondisi masyarakat tidak akan mengalami perkembangan dari waktu ke waktu dan akan tetap menjadi bagian yang termarginalkan.

Teknologi informasi sekarang ini memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai informasi dari berbagai penjuru dunia. Jika perusahaan tidak menunjukkan komitmen sosial yang baik di suatu daerah, informasi ini akan

tersebar luas keberbagai penjuru dunia dan akibatnya akan terbentuk citra yang negatif. Sebaliknya, jika perusahaan menunjukkan komitmen sosial yang tinggi terhadap kegiatan kemanusiaan, pelestarian lingkungan, kesehatan masyarakat, pendidikan, penanggulangan bencana alam maka akan terbentuk citra yang positif.

Walaupun demikian, disisi lain eksploitasi-eksploitasi terhadap sumber daya alam yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaanpun semakin marak bahkan menyebabkan terjadinya degradasi lingkungan yang cukup parah. Sebagai bukti, Spillane (2011) mengemukakan ada beberapa kasus yang terkait dengan ketidakpuasan publik atas aktivitas perusahaan di Indonesia, seperti yang dilakukan oleh PT. Lapindo Brantas di Sidoarjo Jawa Timur, Newmont Minahasa Raya di Buyat Sulawesi, dan PT. Freeport di Papua. Bahkan khusus untuk PT. Freeport di Papua, pernah terjadi aksi penembakan terhadap beberapa pegawai perusahaan yang bersangkutan. Hal ini merupakan wujud dari ketidakpuasan masyarakat sekitar terhadap kinerja perusahaan dalam hal memberikan kontribusi balik untuk menyejahterakan masyarakat sekitar. Kasus-kasus di atas hanyalah sebagian kecil dari potret buram perusahaan-perusahaan, khususnya yang bergerak di bidang eksploitasi sumber daya alam, yang sempat terungkap.

Fachrul Islam (2010) mengatakan bahwa hal tersebut di atas sangat erat kaitannya dengan ketercapaian *sustainability development*, yang merupakan hak generasi masa kini untuk membangun tanpa menghilangkan rasa hormat dan peluang generasi masa mendatang untuk membangun pula. *Sustainable development* menekankan agar generasi masa kini harus melakukan kegiatan-

kegiatan pembangunan secara baik dan bertanggung jawab, sehingga tidak menimbulkan dampak negatif yang menyebabkan generasi masa depan tidak dapat memenuhi kebutuhannya.

Corporate Social Responsibility (CSR) kemudian hadir sebagai salah satu solusi dalam upaya mencapai *sustainable development*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini menekankan agar setiap perusahaan memiliki komitmen untuk tidak hanya berorientasi profit semata, tetapi juga memperhatikan aspek lingkungan dan sumber daya manusia. Menurut John Elkington, jika sebuah perusahaan ingin bertahan lama, maka perusahaan tersebut perlu memerhatikan 3P, yaitu bukan cuma mencari laba (*profit*), tapi juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Wibisono, 2012).

CSR ini kemudian juga mempengaruhi konsep dunia bisnis modern termasuk pada aspek pelaporan dan pertanggung jawaban. Hal ini juga terkait dengan tuntutan akan adanya transparansi dan akuntabilitas yang berkaitan dengan konsep *good corporate governance* sehingga mengharuskan adanya perubahan konsep pencatatan dalam sistem pelaporan organisasi. Hal tersebut memacu munculnya sebuah bidang baru dalam ilmu akuntansi yang terkait dengan konsep pelaporan CSR yaitu akuntansi sosial. Laporan yang diungkapkan kepada publik tersebut saat ini dikenal dengan sebutan *sustainability report*. Melalui *sustainability report*, perusahaan melaporkan secara berkelanjutan dampak-dampak positif dan negatif dari tiga jenis kinerjanya, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan.

CSR merupakan istilah yang mulai digunakan dalam konteks global sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (2013), karya John Elkington. Mengembangkan tiga komponen penting sustainable development, yakni *economic growth, environmental protection, dan social equity*, yang digagas the World Commission on Environment and Development (WCED) dalam Brundtland Report (1987). Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) atau “aktivitas sosial perusahaan”. Walaupun tidak menamainya sebagai CSR, secara factual aksinya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk peran serta dan kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Kemudian, perkembangan CSR semakin pesat terutama setelah dinyatakan dengan tegas dalam UU PT No.40 Tahun 2007. Disebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1).

Pemerintah dan masyarakat tentunya sangat berharap pada perusahaan dengan berbagai konsep ideal dan tujuan mulia dari penerapan CSR ini dalam peranannya untuk membantu negara dalam meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat. Perusahaan, terutama yang bergerak di bidang pertambangan, yang telah mengeksploitasi sumber daya alam Indonesia tentunya harus memberikan timbal balik, minimal untuk membantu meningkatkan tingkat kesejahteraan hidup masyarakat sekitar

Korporat mempunyai peran yang sangat penting dalam mereduksi angka kemiskinan dan pengangguran di Indonesia. Diantaranya lewat program CSR. Namun program itu harus diarahkan untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan. Pemberdayaan yang perlu dilakukan adalah dalam bidang ekonomi masyarakat. Ini bias dilakukan karena perusahaan memiliki sejumlah keunggulan, seperti kompetensi, manajemen, teknologi, sumber daya manusia, dan finansial.

Bentuk pemberdayaan yang paling nyata dan langsung adalah kemitraan. Kalau program pemberdayaan dilakukan secara sungguh-sungguh, maka akan menimbulkan *multiplier effect* yang besar. Semua bidang usaha bisa dikembangkan dengan model kemitraan. Yang diperlukan adalah keseriusan perusahaan untuk menjalankan program kemitraan dan pemberdayaan itu.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk menganalisis **Persepsi Masyarakat, Pemerintah, dan Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Mengurangi Kemiskinan pada PT. Antam (persero) tbk, UBPN Sultra Pomala.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana implementasi *corporate social responsibility* pada PT. Antam (persero) tbk, UBPN Sultra Pomalaa dapat mengurangi kemiskinan menurut persepsi masyarakat lokal, pemerintah, dan karyawan itu sendiri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk memperoleh gambaran dan menganalisis implementasi *corporate social responsibility* dalam upaya mengurangi kemiskinan menurut persepsi masyarakat lokal, pemerintah, dan karyawan pada PT. Antam (persero) tbk, UBPN Sultra Pomala

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi riil, baik bagi masyarakat, pemerintah, maupun perusahaan yang bersangkutan. Masyarakat yang dahulu belum pernah mengenal istilah *corporate social responsibility* diharapkan tidak hanya sekedar mengetahui secara ringkas konsep ini, tapi juga tersadarkan akan hak yang harus diperolehnya. Penelitian ini dapat dijadikan data ilmiah yang dapat digunakan pemerintah dalam merancang strategi mereduksi kemiskinan maupun pihak perusahaan dalam menyusun konsep petanggung jawaban sosialnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

1. Definisi *Corporate Social Responsibility*

Perbedaan perspektif di dalam memandang CSR telah mengakibatkan munculnya berbagai rumusan CSR saat ini dan berbagai elemen atau program yang terkandung dalam aktivitas CSR, sesuai dengan perspektif masing-masing pihak sebagai berikut:

- 1) *Business for Social Responsibility BSR* (2010) mendefinisikan CSR sebagai: “*business practice that strengthen accountability, respecting ethical values in the interest of all stakeholders*”. BSR juga menyatakan bahwa pelaku bisnis yang bertanggung jawab menghormati dan memelihara lingkungan hidup serta membantu meningkatkan kualitas hidup melalui pemberdayaan masyarakat dan melakukan investasi di dalam masyarakat di mana perusahaan beroperasi.
- 2) Rumusan CSR dari *The World Business Council for Sustainable Development* (2009) adalah: “*the continuing commitment by business to behave ethically and contribute 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.*” Adapun prioritas kegiatan CSR menurut organisasi ini mencakup: *human rights, community involvement, stakeholder rights*.

3) Rumusan CSR dari *The Global Reporting Initiative /GRI* (2000-2006). Organisasi ini telah mengembangkan suatu kerangka yang dapat membedakan kerangka ekonomi, sosial, dan lingkungan dari suatu perusahaan. Bagi GRI, dimensi sosial dari *sustainability* yang menyebabkan diperlukannya pelaksanaan CSR meliputi berbagai dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas organisasi terhadap masyarakat, termasuk di dalamnya karyawan, konsumen, komunitas lokal, rantai pasokan, serta rekan bisnis. Aktivitas CSR dalam hal ini mencakup empat konteks, yaitu: *the workplace (health and safety, wages and benefits, non discrimination, training, child labor, etc.)*, *human rights, supplier, products, and services*.

Carrol mengemukakan CSR (2012/:499), yaitu *economic responsibilities, legal responsibilities ethical responsibilities*, dan *discretionary responsibilities*.

2. Perkembangan Corporate Social Responsibility

Program CSR yang saat ini banyak didengung-dengungkan oleh berbagai kalangan lahir dari dinamika perkembangan bisnis yang semakin kompleks. Konsep CSR tidak terlepas dari konteks waktu pada saat konsep ini berkembang dan berbagai faktor yang terjadi di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan yang memengaruhi perkembangan konsep CSR.

**a. Prinsip Derma dan Prinsip Perwalian sebagai Faktor Pendorong
Lahirnya Konsep CSR Tahap Awal (Periode 1950-1960)**

Konsep CSR sebagai salah satu tonggak penting dalam perjalanan manajemen korporat cukup panjang. Meskipun konsep CSR seperti yang dikenal saat ini baru dikenal pada awal tahun 1970-an, namun konsep tanggung jawab sosial (*social responsibility*) sudah dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953 (Carrol,2012:270) dalam karyanya *Social Responsibilities of the Businessman*. Oleh karenanya Carrol menyebut Bowen sebagai "The Father's of Corporate Social Responsibility" yang merumuskan konsep tanggung jawab sosial sebagai: "The obligations of the businessman to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in term of the objectives and values of our society." Steiner (2013: 105-110) memandang rumusan Bowen mengenai tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh pelaku bisnis sebagai kelanjutan dari pelaksanaan berbagai kegiatan derma (*charity*) sebagai wujud kecintaan manusia terhadap sesama manusia (*philantrophy*) yang banyak dilakukan oleh para pengusaha ternama pada akhir abad ke sembilan belas sampai periode tahun 1930-an.

Sejak kurun waktu tahun 1930-an sampai periode tahun 1960-an, terdapat tiga tema cara pandang yang berkaitan untuk menjelaskan tanggung jawab sosial korporasi yang digunakan oleh para pemimpin

bisnis, yaitu *trusteeship, balancing of interests, and service* yang telah memperoleh penerimaan yang semakin besar dari para pelaku bisnis. Pertama, manajer dianggap sebagai wali (*trustee*) dari berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (Post, Lawrence, and Weber, 2015: 83). Oleh sebab itu manajer harus mempertimbangkan berbagai kepentingan pihak-pihak yang terpengaruh oleh keputusan dan kebijakan perusahaan.

b. Pengaruh Konsep *Stakeholder Management* terhadap Perkembangan Konsep CSR (Periode 1960-an – 1970-an)

Perkembangan konsep CSR berjalan seiring dengan perkembangan konsep *stakeholder*. Adapun konsep *stakeholder* sendiri tidak dapat dilepaskan perkembangannya dari adopsi pendekatan sistem ke dalam teori manajemen. Melalui pengakuan terhadap berbagai elemen di lingkungan luar perusahaan yang akan berpengaruh terhadap efektivitas pencapaian tujuan, para peneliti di *Stanford Research Institute* (SRI) memperkenalkan konsep *stakeholder* pada tahun 1963 (Freeman dan Reid, 2009: 89) yang mula-mula merujuk kepada pengertian: “*those groups without whose support the organization would cease to exist.*”

Freeman dalam Kartini (2014), mendefinisikan *stakeholder* sebagai “setiap kelompok atau individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan perusahaan.” Pada awalnya yang dimaksud dengan *stakeholder* mencakup para pemegang saham (*stockholder*), para karyawan (*employees*), para pelanggan (*customers*),

para pemasok (*supplier*), para pemberi pinjaman (*lenders*) dan masyarakat luas (*society*).

Pengakuan terhadap adanya berbagai *stakeholders* di luar pemegang saham (*shareholder*) yang dapat memengaruhi efektivitas pencapaian tujuan perusahaan telah mengubah dimensi tanggung jawab sosial, Robbins dan Coulter (2012:123) menggambarkan perkembangan tanggung jawab sosial korporat dalam sebuah kontinum yang menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan kepada berbagai konstituen.

c. Perkembangan Konsep CSR Periode 1980-an – Saat Ini

Menurut Carrol dalam Kartini (2012), konsep CSR memuat komponen- komponen sebagai berikut:

1. Economic Responsibilities

Tanggung jawab sosial utama perusahaan adalah tanggung jawab ekonomi, karena lembaga bisnis terdiri dari aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.

2. Legal Responsibilities

Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan menaati hukum dan peraturan yang berlaku yang pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif.

3. *Ethical Responsibilities*

Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Menurut Epstein (2011: 584-585), etika bisnis menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun secara kelembagaan (organisasi) untuk menilai suatu isu di mana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat.

4. *Discretionary Responsibilities*

Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat filantropis. Dalam kaitan ini perusahaan juga ingin dipandang sebagai warga negara yang baik (*good citizen*) di mana kontribusi yang mereka berikan kepada masyarakat akan memengaruhi reputasi perusahaan. Oleh sebab itu aktivitas yang dilakukan perusahaan sebagai manifestasi *discretionary responsibilities* sering juga disebut sebagai *Corporate Citizenship*.

Aktivitas *corporate citizenship* yang bertujuan untuk mengembangkan kesejahteraan masyarakat (misalnya melalui pemberian pelatihan usaha, pemberian pinjaman lunak, dll) disebut sebagai *community development*.

Konsep CSR saat ini dapat dipandang sebagai titik berangkat dari lahirnya konsep-konsep yang memiliki keterkaitan sangat erat dengan CSR. Selain *stakeholder management*, konsep-konsep tersebut adalah *Corporate Social Performance*, *Corporate Social Responsiveness*, dan *Corporate Citizenship*. *Corporate Social Responsibility* dan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) ibarat dua sisi mata uang. Keduanya sama penting dan tidak terpisahkan. Salah satu dari empat prinsip GCG adalah prinsip *responsibility*. Tiga prinsip GCG lainnya adalah *fairness*, *transparency*, dan *accountability*.

d. Peranan *Corporate Social Responsibility*

Dewasa ini telah banyak perusahaan di Indonesia, khususnya perusahaan besar yang telah melakukan berbagai bentuk kegiatan CSR apakah itu dalam bentuk *community development*, *charity*, atau kegiatan-kegiatan filantropi. Melakukan program CSR yang berkelanjutan akan memberikan dampak positif dan manfaat yang lebih besar baik untuk perusahaan yang bersangkutan maupun untuk stakeholder yang lainnya, Peranan CSR adalah sebagai berikut:

- a. *Brand Differentiation*. Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, CSR bisa memberikan citra perusahaan yang khas, baik, dan etis di mata publik yang pada gilirannya menciptakan *customer loyalty*.
- b. *Human Resources*. Program CSR dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama yang memiliki kualifikasi

tinggi. Saat *interview*, calon karyawan yang memiliki pendidikan dan pengalaman tinggi sering bertanya tentang CSR dan etika bisnis perusahaan, sebelum mereka memutuskan untuk menerima tawaran. Bagi staf lama, CSR juga dapat meningkatkan persepsi, reputasi, dan dedikasi dalam bekerja.

c. *Licence to operate*. Perusahaan yang menjalankan CSR dapat mendorong pemerintah dan publik memberi ijin atau “restu” bisnis. Karena dianggap telah memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas.

d. *Risk management*. Manajemen risiko merupakan isu sentral bagi setiap perusahaan. Reputasi perusahaan yang dibangun bertahun-tahun bisa runtuh dalam sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan karyawan, atau kerusakan lingkungan. Membangun budaya “*doing the right thing*” berguna bagi perusahaan dalam mengelola risiko-risiko bisnis.

e. **Model Corporate Social Responsibility**

Saidi dan Abidin dalam Afdal (2009) menyatakan ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu:

1. Keterlibatan langsung, dimana perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan biasanya

menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas pejabat *public relation*

2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan, dimana perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan.
3. Bermitra dengan pihak lain, dimana perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/organisasi non-pemerintah (ornop), instansi pemerintah universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.
4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat "hibah pembangunan". Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara pro aktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

f. Manajemen *Corporate Social Responsibility*

Wibisono (2009) mengatakan bahwa pada umumnya, perusahaan menerapkan CSR dengan menggunakan tahapan sebagai berikut:

1. Tahap perencanaan

Dalam tahap perencanaan ini, terdapat tiga langkah utama, yaitu:

- a. *Awareness building*, merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai arti penting *CSR* dan komitmen manajemen. Upaya ini dapat dilakukan antara lain melalui seminar, lokakarya, dsikusi kelompok, dan lain-lain.
- b. *CSR assessment*, merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapan *CSR* secara efektif.
- c. *CSR manual building*, hasil *assessment* merupakan dasar untuk menyusun manual atau pedoman implementasi *CSR*. Upaya yang mesti dilakukan antara lain melalui benchmarking, menggali dari referensi atau bagi perusahaan yang menginginkan langkah instan, penyusunan manual ini dapat dilakukan dengan meminta bantuan tenaga ahli independen dari luar perusahaan.

2. Tahap implementasi

Dalam memulai implementasi, pada dasarnya ada tiga pertanyaan yang mesti dijawab, yakni siapa orang yang menjalankan, apa yang mesti dilakukan, dan bagaimana cara melakukan sekaligus alat apa yang diperlukan. Dalam istilah manajemen populer, pertanyaan tersebut diterjemahkan menjadi:

- a. Pengorganisasian (organizing) sumber daya yang diperlukan.
 - b. Penyusunan (staffing) untuk menempatkan orang yang sesuai dengan jenis tugas atau pekerjaan yang dilakukannya.
 - c. Pengarahan (directing) yang terkait dengan bagaimana cara melakukan tindakan.
 - d. Pengawasan atau koreksi (controlling) terhadap pelaksanaan. .
 - e. Pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan rencana.
 - f. Penilaian (evaluating) untuk mengetahui tingkat pencapaian tujuan.
3. Tahap evaluasi

Setelah program CSR diimplementasikan, langkah berikutnya adalah evaluasi. Tahap evaluasi merupakan tahap yang perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauh mana efektivitas penerapan CSR. Evaluasi selain dari internal perusahaan, juga dapat dilakukan dengan meminta pihak independen dengan melakukan audit implementasi atas praktik CSR yang dilakukan. Langkah ini tidak terbatas pada kepatuhan terhadap peraturan dan prosedur operasi standar, tetapi juga mencakup pengendalian risiko perusahaan. Evaluasi dalam bentuk *assessment* audit atau *scoring* juga dapat dilakukan secara mandatory misalnya seperti yang diterapkan dalam lingkungan BUMN, untuk beberapa aspek penerapan CSR. Evaluasi tersebut dapat membantu perusahaan untuk menekankan kembali kondisi dan situasi serta capaian perusahaan dalam

implementasi CSR sehingga dapat mengupayakan perbaikan-perbaikan yang perlu berdasarkan rekomendasi yang diberikan.

4. Tahap pelaporan

Pelaporan diperlukan dalam rangka membangun sistem informasi, baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan, maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai perusahaan. Jadi, selain berfungsi untuk keperluan *shareholders*, juga berfungsi untuk *stakeholders* yang lain.

g. **Kesalah pahaman dalam Memahami *Corporate Social Responsibility***

Dewasa ini, ketika korporasi terutama di Indonesia mendengar konsep CSR, timbul banyak berbagai persepsi menyangkut hal tersebut. Ada yang memandang CSR identik dengan pemberdayaan lingkungan sosial saja, atau hanya berkecimpung di aktivitas lingkungan hidup tanpa mempedulikan situasi sosialnya atau masih banyak persepsi lainnya yang sifatnya tidak menyeluruh, setengah-setengah memahaminya, bahkan terlampau dangkal dalam mencerna CSR itu sendiri. Namun demikian, persepsi yang masih awam bisa diperbaiki dengan secara utuh memahami apa itu CSR. Dwi Kartini (2009) menjelaskan beberapa kesalahpahaman mengenai konsep *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut.

1. *Community Development* sama dengan CSR

Kesalahan paling umum dijumpai mungkin adalah menyamakan *community development* (CD) atau pengembangan masyarakat dengan CSR. Pengembangan masyarakat sebetulnya adalah upaya sistematis untuk meningkatkan kekuatan kelompok-kelompok masyarakat yang kurang beruntung (*disadvantaged groups*) agar menjadi lebih dekat kepada kemandirian. Jadi, Perusahaan jelas memiliki kepentingan besar untuk melakukan CD, karena kelompok ini adalah yang paling rentan terhadap dampak negatif operasi, sekaligus paling jauh aksesnya dari dampak positifnya. Kalau tidak secara khusus perusahaan membuat kelompok ini menjadi sasaran, maka ketimpangan akan semakin terjadi dan disharmonisasi hubungan pasti akan terjadi suatu saat. Hanya saja, menyamakan CD dengan CSR adalah kekeliruan yang harus dikembalikan ke konsep semula. CD hanyalah bagian kecil dari CSR. CSR punya cakupan yang sangat luas, yaitu terhadap seluruh pemangku kepentingan.

2. CSR hanya menonjolkan aspek sosial semata

Banyak perusahaan juga pengamat yang menekankan CSR pada aspek sosial semata. Padahal, sebagian besar literature mengenai CSR sekarang sudah bersepakat bahwa CSR mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Olehnya itu, timbullah apa yang disebut sebagai *triple bottom line* perusahaan.

Proses pelaporan bagaimana kinerja perusahaan dalam tiga aspek itu, selain dikenal sebagai *triple bottom line reporting* juga dikenal sebagai *sustainability reporting*. Padahal, penonjolan satu aspek saja adalah hal yang ditentang oleh ide dasar CSR dan pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*).

3. Organisasi CSR cuma tempelan

Banyak perusahaan yang mula-mula mengadopsi CSR merasa punya kebutuhan untuk membuat struktur baru, yang diberi nama-nama yang berhubungan dengan CSR. Membuat organisasi yang *bolt on* atau tempelan, bukan yang *built in* atau integratif adalah langkah sebagian perusahaan.

Karenanya seluruh bagian dalam perusahaan sesungguhnya juga terlibat dalam manajemen CSR. Tentu saja ada hal-hal yang harus dilakukan para spesialis. Namun, CSR tidak mungkin dilakukan oleh satu bagian saja dari perusahaan. Seluruh bagian harus memberikan perhatian terhadap CSR dan bertindak bersama terkoordinasi sesuai dengan komitmen CSR yang telah dinyatakan oleh manajemen puncaknya.

4. CSR dianggap hanya untuk perusahaan besar saja

Banyak kengganannya perusahaan untuk tidak mengadopsi CSR karena anggapan bahwa CSR adalah untuk perusahaan berskala besar saja. Hal ini boleh jadi merupakan kesalahan besar dari mereka yang membiarkannya di depan CSR tetap sebagai singkatan dari *corporate*. Sebagaimana yang banyak diketahui, *corporate* juga *corporation* berarti perusahaan besar.

Sementara istilah Generic untuk entitas bisnis yang mencari keuntungan tanpa memperhatikan ukuran adalah *company*. Karenanya, prihatin dengan ketidak tertatannya perusahaan skala sedang dan kecil pada CSR serta kerancuan akibat digunakannya *social*, Edward Freeman dan Ramakrishna Velamuri mengusulkan agar CSR diartikan sebagai *company stakeholder responsibility*.

Dengan demikian, CSR berarti tanggung jawab perusahaan (apa pun ukurannya) terhadap (seluruh) pemangku kepentingan mereka. Kalau perdebatan mengenai istilah ini hendak disingkirkan, apabila kita kembali pada ide dasar CSR, maka memang CSR itu berlaku untuk seluruh perusahaan.

5. CSR dipisahkan dari bisnis inti perusahaan

Banyak sekali perusahaan yang membuat berbagai program CSR dengan curahan sumber daya yang sangat besar, namun hingga sekarang belum banyak perusahaan yang membuat program-program yang berkaitan dengan bisnis intinya. Tidak mengherankan kalau kebanyakan program CSR dikotak-kotakkan ke dalam bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, sarana fisik, dan sebagainya.

Tentu boleh saja CSR dilakukan di luar bisnis intinya. Namun, dampak negative dari operasi perusahaan harus benar-benar telah minimum, dan dampak residunya telah dikompensasi secara layak. Kalau perusahaan melakukan CSR di luar bisnis inti mereka, mengabaikan dampak negatif yang mereka buat, dan hanya sibuk dengan kegiatan sosial di luar bisnis intinya, maka tuduhan *greenwash* atau pengelabuan citra belaka dapat di alamatkan kepada mereka..

6. CSR dianggap tidak berkaitan dengan pelanggan

Dalam perkembangan awal, seluruh perusahaan membatasi CSR-nya sampai di tangan salah satu pemangku kepentingan terpenting konsumen. Belakangan, setelah sampai di tangan konsumen, perusahaan yang bersungguh-sungguh ingin memberikan kepuasan kepada mereka menambahkan

after sales services. Garansi produk adalah salah satu bentuk dari jasa itu.

7. CSR menyebabkan tambahan biaya

Ketika perusahaan mulai mengadopsi CSR, tidak terelakkan adanya penambahan pengeluaran. Ini mungkin penyebab utama keengganan untuk mengadopsi CSR. Banyak pihak yang menyatakan tambahan pengeluaran itu sia-sia belaka, dan boleh jadi juga bahwa anggapan tersebut memiliki dukungan empiris.

Bila sebuah perusahaan beroperasi dengan tidak memperdulikan masyarakat sekitar perusahaan yang bersangkutan pasti akan mendapatkan banyak masalah.

8. CSR hanya bersifat kosmetik bagi citra perusahaan

Ketika insiatif CSR digulirkan, banyak organisasi gerakan sosial yang langsung skeptis dengannya. Menurut mereka, CSR hanya akan menjadi cara baru untuk memoles citra perusahaan. Kalau citra ramah lingkungan yang diinginkan perusahaan padahal kinerja lingkungannya tidak setinggi pencitraan yang dilakukan, hal itu disebut sebagai *greenwash*.

Masih banyak terjadi perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan momentum bencana alam untuk sekadar membantu dan kemudian mengklaim telah melakukan CSR. Padahal, bantuan itu walaupun merupakan perbuatan yang

mulia, tetapi belum tentu merupakan bagian dari CSR yang substansial.

Program CSR boleh-boleh saja disebarluaskan atau dipublikasikan. Perusahaan juga berhak untuk menunjukkan citra dirinya. Ini berarti dalam CSR perusahaan terutama harus benar-benar menata dirinya, meningkatkan kinerja sosial dan lingkungannya secara substansial, baru kemudian mengiklankan dirinya sebatas yang mereka telah capai.

a. CSR dianggap hanya ditujukan kepada pihak eksternal saja

Banyak kejadian beberapa tahun belakangan ini, ketika perusahaan hendak mulai menerapkan CSR-nya, banyak pekerja bertanya-tanya mengapa mereka merasa menjadi ‘anak tiri’. Memang, belakangan banyak sekali perusahaan tiba-tiba mencurahkan uang dalam jumlah yang sangat besar, yang seakan-akan member sinyal bahwa kondisi perusahaan sedang sangat membaik.

Upah yang rendah, jam kerja yang panjang tanpa tambahan upah lembur, kondisi kerja yang tidak sehat, dan sebagainya kerap terdengar. Hal itu berarti bahwa hubungan perusahaan dengan para pekerja sebagai pemangku kepentingan tidak dapat dianggap baik. Kalau berbagai standar CSR diperhatikan, sangatlah jelas bahwa CSR tidak pernah mengabaikan pemangku kepentingan internal. Seluruh

standar CSR yang mencakup seluruh pemangku kepentingan, memasukkan pekerja di dalamnya.

Poin-poin di atas sangat esensial guna membentuk pola pikir yang benar menyangkut keberadaan ide dasar CSR. Kesalahan dalam memahami dan menghayati ide dasar CSR akan menimbulkan distorsi atau kesalahan-kesalahan fundamental dalam pelaksanaan CSR. Persepsi ini harus dikembalikan kepada konsep sebenarnya yang lebih utuh dan holistik.

B. *Sustainability Development*

Sejarah perkembangan pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) dimulai sejak tahun 1798, saat Malthus mengkhawatirkan ketersediaan lahan di Inggris akibat ledakan penduduk yang pesat. Satu setengah abad kemudian, perhatian terhadap pembangunan berkelanjutan ini semakin mengental setelah Meadow dan kawan-kawan pada tahun 1972 menerbitkan publikasi yang berjudul *The Limit to Growth*, yang dalam kesimpulannya menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi akan sangat dibatasi oleh ketersediaan sumber daya alam. Dengan ketersediaan sumber daya alam yang terbatas, arus barang dan jasa yang dihasilkan dari sumber daya alam tidak akan selalu bisa dilakukan secara terus-menerus (*on sustainable basis*).

Elkington (2010) mengemas *sustainability development* ke dalam tiga fokus: 3P, singkatan dari *profit*, *planet*, dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya berorientasi keuntungan ekonomi semata (*profit*) tetapi juga harus memperhatikan aspek lingkungan sekitar (*planet*) dan karyawan serta masyarakat disekitar perusahaannya (*people*).

Senada dengan konsep diatas, Sutamihardja (2009) menyatakan sasaran pembangunan berkelanjutan mencakup pada upaya untuk mewujudkan terjadinya:

1. Pemerataan manfaat hasil-hasil pembangunan antar generasi (*intergeneration equity*) yang berarti bahwa pemanfaatan sumberdaya alam untuk kepentingan pertumbuhan perlu memperhatikan batas-batas yang wajar dalam kendali ekosistem atau sistem lingkungan serta diarahkan pada sumberdaya alam yang *replaceable* dan menekankan serendah mungkin eksploitasi sumber daya alam yang *unreplaceable*.
2. Safeguarding atau pengamanan terhadap kelestarian sumber daya alam dan lingkungan hidup yang ada dan pencegahan terjadi gangguan ekosistem dalam rangka menjamin kualitas kehidupan yang tetap baik bagi generasi yang akan datang.

Pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya alam semata untuk kepentingan mengejar pertumbuhan ekonomi demi kepentingan pemerataan pemanfaatan sumberdaya alam yang berkelanjutan antar generasi.

3. Mempertahankan kesejahteraan rakyat (masyarakat) yang berkelanjutan baik masa kini maupun masa yang mendatang (*inter temporal*).
4. Mempertahankan manfaat pembangunan ataupun pengelolaan sumberdaya alam dan lingkungan yang mempunyai dampak manfaat jangka panjang ataupun lestari antar generasi.

Sustainability development mensyaratkan adanya perubahan dalam kualitas pertumbuhan sehingga akan menghasilkan keseimbangan yang dinamis, dimana terdapat keseimbangan sistem yang mengalami perubahan dengan parameter perubahan yang konstan. Pembangunan berkelanjutan yang berorientasi pada konsep *triple bottom line* memiliki tiga pilar tujuan: pertama, pembangunan ekonomi yang berorientasi pada pertumbuhan, stabilitas, dan efisiensi. Pilar kedua, pembangunan sosial yang bertujuan untuk mengentaskan kemiskinan, pengakuan jati diri, dan pemberdayaan masyarakat. Dan pilar ketiga, pembangunan lingkungan yang berorientasi pada perbaikan lingkungan lokal, seperti sanitasi lingkungan, industri yang lebih bersih dan rendah emisi, dan kelestarian sumber daya alam.

Dalam beberapa dekade terakhir, dimana kita berada dalam era percepatan informasi, wacana mengenai pembangunan berkelanjutan tentu saja dengan cepatnya mengalir ke Negara kita. Eksploitasi sumber daya alam secara membabi buta masih saja terjadi di beberapa industri

pertambangan di Indonesia, perhatian perusahaan terhadap pencemaran yang ditimbulkan oleh limbah pabrik seakan tidak pernah ada, kemiskinan dan pengangguran masih saja meraja lela di negeri ini, perselingkuhan para pemilik modal dan pemerintah untuk mempermudah berbagai urusan penguasa dan pengusaha.

C. *Sustainability Reporting*

1. *Definisi Sustainability Reporting*

Corporate social responsibility diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Report*. *Global Reporting Initiative* mendefinisikan *sustainability report* sebagai berikut:

Sustainability reporting is a practice of measuring, disclosing, and being accountable to internal and external stakeholders for organizational performance towards the goal of sustainable development. 'Sustainability reporting' is a broad term considered synonymous with other used to describe reporting on economic, environmental, and social impacts (e.g., triple bottom line, corporate responsibility reporting, etc.). A sustainability report should provide a balanced and reasonable representation of the sustainability performance of a reporting organization—including both positive and negative contributions.

Menurut *Association Chartered Certified Accountants* (ACCA), *sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan, dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi.

2. Peranan *Sustainability Reporting*

Menurut *Global Reporting Initiative* GRI 2000-2006, *sustainability report* dapat digunakan untuk tujuan:

- a. *Benchmarking and assessing sustainability performance with respects to laws, norms, codes, performances standards, and voluntary initiative;*
- b. *Demonstrating how the organization influences and is influenced by expectations about sustainable development;*

Menurut Ramanathan dalam Afdal (2009), tujuan disajikannya informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan adalah:

- a. Untuk mengidentifikasi dan mengukur kontribusi sosial bersih perusahaan setiap periode, yang tidak hanya berupa internalisasi *social cost* dan *social benefits*, tetapi juga pengaruh eksternalitas tersebut terhadap kelompok sosial berbeda.
- b. Untuk membantu menentukan apakah strategi dan praktik perusahaan secara langsung mempengaruhi sumber daya alam dan status kekuatan dari individu, masyarakat, dan kelompok

sosial dan generasi yang konsisten dengan prioritas di satu sisi dengan aspirasi individu di pihak lain.

- c. Untuk menyediakan secara optimal informasi-informasi yang relevan dengan unsur-unsur sosial dalam tujuan, kebijakan, program kinerja, dan sumbangan perusahaan terhadap tujuan sosial.

3. Standar Sustainability Reporting

Beberapa institusi yang telah menawarkan pedoman dalam pelaporan *sustainability reporting*, antara lain:

- a. *The Corporate Report*. Laporan ini merekomendasikan beberapa hal kategori dalam akuntansi sosial, seperti *value added statement*, laporan ketenaga kerjaan, laporan prospek mendatang, *statement of corporate objective*, dan pelaporan segmen.
- b. *The UK Government Green Paper*. Saran yang direkomendasikan dalam bagian khusus (*separate action*) dari laporan tahunan ini meliputi hal yang hampir sama dengan *The Corporate Report*, yaitu *value added statement*, laporan ketenagakerjaan, laporan prospek mendatang, dan pengungkapan terhadap penggunaan energi.
- c. *The Blind Social*. Dimulai tahun 1977 dan mengatur masalah ketenagakerjaan. Informasi yang harus disediakan oleh perusahaan meliputi bagian item yang terklarifikasi dalam tujuh kategori utama, yaitu jumlah tenaga kerja, gaji dan tunjangan

tambahan, kondisi kesehatan dan keselamatan kerja, kondisi pekerjaan lain yang terkait dengan ketenaga kerjaan, pelatihan, dan pendidikan, hubungan industrial, dan hal lain yang berkaitan dengan kualitas pekerjaan yang meliputi tahun berjalan dan dua tahun sebelumnya.

- d. Model *Ernst & Ernst*. Studi dilakukan oleh Ernst dan Ernst sejak tahun 1972 hingga tahun 1978 ini menelusuri perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam fortune 500, sumber daya manusia, keterlibatan perusahaan dalam komunitas, produk dan pengungkapan pertanggungjawaban sosial lainnya.
- e. *The Union Europes des Experts, Economiques, et Financiers* (UEC) 1983 mengeluarkan rekomendasi tentang *social reporting* yang terdiri dari tiga bagian, yaitu ringkasan laporan, laporan sosial, dan catatan atas laporan keuangan.
- f. *Institute of Chartered Accountants in England and Wales* (ICAEW) mengeluarkan beberapa rekomendasi pada tema lingkungan yang perlu diungkap dalam laporan tahunan, seperti kebijaksanaan lingkungan oleh perusahaan, informasi aksi lingkungan yang telah dilakukan, dan lain-lain.
- g. Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) juga mengeluarkan rekomendasi daftar item di lingkungan ekologi yang perlu diungkap oleh perusahaan dalam laporan tahunannya.

h. Global Reporting Initiative (GRI). Pada bulan Maret 1999, lembaga ini mengeluarkan sejumlah *draft Sustainability Report Guidelines (SRG)* yang berisi sejumlah item yang terklarifikasi dalam tiga kelompok utama yaitu: ekonomi, sosial, dan lingkungan.

4. Penerapan Sustainability Reporting

Menurut PSAK no. 1 Tahun 2009, tentang *sustainability report* dinyatakan bahwa Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*) khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna yang memegang peranan penting.

Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan mengenai tanggung jawab sosial dalam *sustainability report* perusahaan di Indonesia masih bersifat sukarela. Sampai dengan saat ini, Indonesia belum memiliki pedoman secara hukum yang dikeluarkan oleh badan yang berwenang, sehingga perusahaan di Indonesia masih bebas dalam membuat format pelaporannya.

Informasi-informasi sosial yang seharusnya diungkapkan dalam pelaporan sosial perusahaannya antara lain:

- a. Yang berkaitan dengan lingkungan, meliputi pengendalian polusi, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan yang berkaitan dengan pemrosesan sumber daya alam serta konservasi sumber daya alam.
- b. Energi, meliputi konservasi energi dalam operasi bisnis dan produk-produk dengan efisiensi energi.
- c. Praktik bisnis yang wajar, meliputi mempekerjakan dan memperhatikan kemajuan kelompok minoritas dan perempuan.
- d. Sumber daya manusia meliputi kesehatan, keamanan, dan pengembangan diri karyawan.
- e. Keterlibatan masyarakat, meliputi aktivitas masyarakat yang berhubungan dengan kesehatan, pendidikan, dan kesenian.
- f. Produk, meliputi keamanan produk dan pengurangan polusi penggunaan produk.

Selain itu, Wibisono mengemukakan bahwa pada umumnya perusahaan yang melaporkan kinerja tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan perusahaan, mengandung unsur-unsur antara lain:

1. *CEO statement*.
2. Profil perusahaan.
3. Ruang lingkup.
4. Dampak.
5. Tata kelola.

6. Kebijakan-kebijakan.
7. Sistem manajemen dan prosedur.
8. Hubungan dengan *stakeholder*.
9. Kinerja dan pemenuhan terhadap standar.
10. Target dan pencapaiannya.
11. Penghargaan-penghargaan / *external assurance*.

D. Definisi Persepsi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2017) persepsi diartikan sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu atau merupakan proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Sedangkan menurut Rakhmat (2009) disebutkan bahwa persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Menurut Ikhsan dan Ishak (2010), persepsi adalah bagaimana orang-orang melihat atau menginterpretasikan peristiwa, objek, serta manusia. Pada kenyataannya, masing-masing orang memiliki persepsinya sendiri atas suatu kejadian sehingga berbeda satu dengan yang lainnya.

Riset tentang persepsi secara konsisten menunjukkan bahwa individu yang berbeda dapat melihat hal yang sama tetapi memahaminya secara berbeda. Yang kita lakukan adalah menginterpretasikan apa yang kita lihat dan menyebutnya sebagai realitas. Persepsi setiap individu mengenai suatu objek atau peristiwa sangat tergantung pada kerangka ruang dan waktu yang berbeda (Salam, 2010)

E. Kemiskinan

1. Definisi Kemiskinan

Kemiskinan adalah keadaan dimana terjadi ketidakmampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti makanan, pakaian, tempat berlindung, pendidikan, dan kesehatan. Kemiskinan dapat disebabkan oleh kelangkaan alat pemenuh kebutuhan dasar, ataupun sulitnya akses terhadap pendidikan dan pekerjaan. (Wikipedia)

World Bank (2010) mendefinisikan kemiskinan sebagai suatu keadaan di mana seseorang atau sekelompok orang tidak mampu memenuhi hak-hak dasarnya guna mempertahankan dan mengembangkan kehidupan yang bermartabat. Dari penjelasan ini, kemiskinan dapat diartikan sebagai kondisi serba ketidakcukupan yang dialami seseorang atau keluarga dalam memenuhi kebutuhan hidup minimal.

Konsep kemiskinan dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni kemiskinan absolut dan kemiskinan relatif. Keluarga dikatakan miskin absolut (mutlak) apabila tidak mampu memenuhi kebutuhan standar minimal. Sedangkan apabila suatu keluarga telah mampu memenuhi kebutuhan standar minimal tetapi tingkat pendapatan/kualitas kehidupannya lebih rendah dibandingkan dengan keluarga lain dalam komunitasnya maka keluarga tersebut mengalami kemiskinan relatif.

Kepala Badan Pusat Statistik, Rusman Heriawan, mengatakan seseorang dianggap miskin apabila dia tidak mampu memenuhi kebutuhan hidup minimal. Kebutuhan hidup minimal itu adalah kebutuhan untuk

mengonsumsi makanan dalam takaran 2100 kilo kalori per orang per hari dan kebutuhan minimal non makanan seperti perumahan, pendidikan, kesehatan dan transportasi.

F. Penelitian Terdahulu

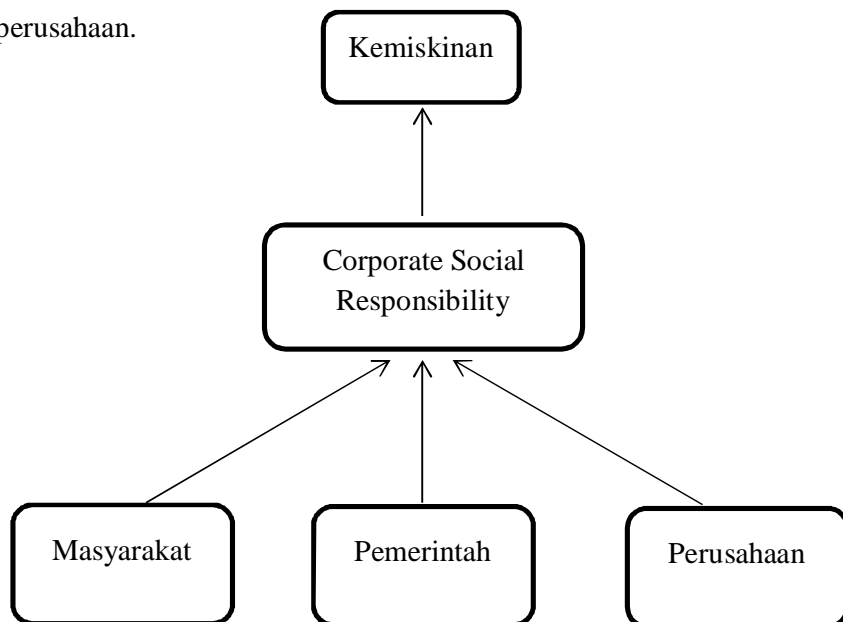
Adapun penelitian ini merujuk kepada beberapa penelitian oleh beberapa peneliti sebelumnya, antara lain :

- a. Kusumudilaga (2010) **Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating**. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1). Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. 2). Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas perusahaan sebagai variabel moderating. 3). Perbedaan luas pengungkapan pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. Terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas.
- b. Susilawati (2012). **Pengaruh Corporat Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating**. Penelitian ini membahas

mengenai apakah CSR memiliki pengaruh terhadap ROA dan ROE sebagai pengukur kinerja perusahaan, dan apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap hubungan antara CSR dengan kinerja perusahaan tersebut.. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh CSR yang cukup signifikan terhadap ROA dan ROE sebagai pengukur kinerja perusahaan. Begitu pula dengan ukuran perusahaan yang sifatnya memperkuat pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan.

G. Kerangka Pikir

Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Antam, (persero) Tbk. UBPN Pomalaa diharapkan mampu memberikan kontribusi yang riil terhadap kemiskinan yang ada disekitar perusahaan dan merubah pola pandang masyarakat, pemerintah dan perusahaan (Karyawan) di lingkungan perusahaan.



Gambar 1.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih objek penelitian PT.Antam (persero) tbk. UBPN Sultra-Pomala, merupakan sebuah perusahaan milik pemerintahan yang produksi utamanya berupa nikel, emas, dan batu bara yang terletak di Jl. Ahmad Yani No.5 Dawi-Dawi, Kec. Pomala, Kabupaten Kolaka, Provinsi Sulawesi Tenggara, Indonesia.

2. Waktu Penelitian

Pada waktu penelitian untuk memperoleh data, maka pengambilan data direncanakan oleh penulis kurang lebih 2 (dua) bulan, dimulai dari bulan Maret sampai dengan Mei 2017.

B. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang relevan dengan masalah yang dibahas, peneliti menggunakan metoda pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancah lapangan kerja. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data di lapangan sebagai berikut:
 - a. Wawancara, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab dengan pihak responden atau pihak yang berkompeten, dalam hal ini adalah bagian-bagian yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan CSR perusahaan yang bersangkutan.
 - b. Daftar pertanyaan (kuesioner). Menurut Sugiyono 2010, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat

pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, peneliti akan menyebarkan angket kepada masyarakat sekitar, karyawan, dan pemerintah lokal untuk mendapatkan gambaran mengenai peranan CSR dalam mengurangi kemiskinan.

2. Tinjauan kepustakaan (*library research*). Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan dan mempelajari literatur-literatur yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Hal tersebut dimaksudkan sebagai acuan untuk membahas teori yang mendasari pembahasan masalah dalam penelitian ini.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

- a. Data kualitatif, yaitu data dari perusahaan dalam bentuk informasi baik lisan maupun tulisan seperti sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi perusahaan yang disertai uraian tugasnya, serta data-data lain yang sifatnya kualitatif yang dibutuhkan dalam rangka penulisan.

- b. Data kuantitatif, yaitu data yang berupa angka-angka yang diambil dari pengelolaan *corporate social responsibility*.

2. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dengan mempelajari berbagai literatur-literatur seperti buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang terkait dengan penelitian ini.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek-obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat, Perusahaan (Karyawan), dan Pemerintah yang berada disekitar perusahaan PT. Antam (persero) tbk.

UBPN

Sultra-Pomala.

E. Defenisi Operasional Variabel

Devenisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel bebas (*independent variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, yang menyebabkan timbulnya atau berubahnya variabel terikat, variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat, perusahaan dan pemerintah.

2. Variabel terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini dalam *Corporat social Responsibility* dalam mengurangi kemiskinan.

Devenisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

| Jenis variabel | Definisi | Indikator | Skala |
|---|--|--|---------------|
| Masyarakat (X1) | Masyarakat adalah sejumlah manusia yang merupakan satu kesatuan golongan yang berhubungan tetap dan mempunyai kepentingan yang sama. | 1. Jaminan ekonomi dan kontribusi terhadap keluarga 2. Jaminan Pendidikan dan kesehatan. | <i>Likert</i> |
| Perusahaan (X2) | Perusahaan adalah organisasi yang didirikan oleh sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan manusia | 1. Manager 2. Karyawan | <i>Likert</i> |
| Pemerintah (X3) | Pemerintah adalah organisasi yang memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan kebijakan dan hukum di wilayah tertentu. | 1. Pembayaran pajak 2. Kemitraan 3. Pembangunan infrastruktur dari perusahaan 4. Kelestarian alam | <i>Likert</i> |
| <i>Corporat Social responsibility (y)</i> | <i>Corporat Social Responsibility</i> adalah suatu usaha konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai | 1. <i>Profit</i> (keuntungan) 2. <i>Planet</i> (Lingkungan) 3. <i>People</i> (masyarakat) | <i>likert</i> |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | <p>tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. CSR hadir guna untuk mengubah kesejahteraan ekosistem yang berada dilingkungan perusahaan</p> | | |
|--|--|--|--|

F. Metode Analisis

Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Dengan metode analisis deskriptif kualitatif, data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif, yaitu dengan mengkaji, memaparkan, menelaah, dan menjelaskan data-data yang diperoleh mengenai implementasi CSR pada perusahaan yang bersangkutan.

Untuk mengetahui bagaimana konsep dan format CSR yang telah diimplementasikan oleh PT. Antam (persero) Tbk. UBPB Sultra-Pomala digunakan analisis secara deskriptif. Begitu pula mengenai persepsi masyarakat, pemerintah, dan perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* dalam mengurangi kemiskinan juga menggunakan metode analisis deskriptif.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. SEJARAH PERUSAHAAN

a. Sejarah PT. Antam, Tbk.

Perusahaan Perseroan (persero) PT. Aneka Tambang Tbk, (“perusahaan”) didirikan pada tanggal 5 juli 1968 berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 22 Tahun 1968 dengan nama “perusahaan negara (PN) Aneka Tambang” dan diumumkan dalam tambahan No. 36, Berita Negara No. 56 tanggal 5 juli 1968. Pada saat pembentukannya, ANTAM merupakan penggabungan dari Tujuh perusahaan negara yaitu :

1. BPU perusahaan-perusahaan Tambang umum Negara-Jakarta
2. PN Tamabang emas Cikotok-Banten Selatan
3. PN Pertambangan Bauksit Kijang-Pulau Bintan
4. PN Logam Mulia-Jakarta.
5. PT (Negara) Pertambangan Nikel Indonesia-Sulawesi Tenggara
6. Proyek Pertambangan Intan Martapura-Kalimantan Selatan
7. Proyek Emas Logas-Pekanbaru, Riau

Pada tanggal 14 Juni 1974, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 26 Tahun 1974, status perusahaan diubah dari perusahaan Negara menjadi perusahaan Negara Perseroan Terbatas (“Perusahaan perseroan”) dan sejak itu dikenal sebagai “Perusahaan Perseroan (Persero) Aneka Tambang.

Dalam perkembangan selanjutnya, ANTAM memperluas operasinya dengan tambahan Tiga unit pertambangan lainnya dan Satu unit eksplorasi. Pertambangan Pasir Besi Cilacap memulai operasinya pada tanggal 10 juni 1971, sedangkan pertambangan Nikel Gebe dimulai pada tahun 1979, kegiatan eksplorasi emas di Pongkor dimulai pada tahun 1988 dan mulai berproduksi pada tahun 1994, karena meningkatnya aktivitas eksplorasi, ANTAM memutuskan untuk membentuk unit Geologi didirikan pada tanggal 29 Februari 1980 yang melaksanakan eksplorasi. Sejak tahun 1980, aktivitas unit Geologi telah menjangkau hampir seluruh wilayah Indonesia dan menghasilkan data eksplorasi yang sangat berharga untuk ANTAM.

Pada saat ini ANTAM amemiliki Tujuh unit operasi, yaitu :

1. Unit Pertambangan Bauksit Kijang-Kijang, Riau.
2. Unit Pertambangan Nikel Pomala-Pomala, Sulawesi Tenggara
3. Unit pertambangan Nikel Gebe-P.Gebe, Maluku
4. Unit Pertambangan Emas Ponkor-Pongkor, Jawa Barat
5. Unit Pertambangan Pasir Besi Cilacap-Cilacap, Jawa Tengah
6. Unit Pengolahan dan Pemurnian Logam Mulia-Jakarta, DKI
7. Unit Geologi-Jakarta, DKI

Kantor pusat perusahaan berlokasi di Gedung Aneka Tambang Jl. Letjen T.B Simatupang No. 1, Lingkar Selatan, Tanjung Barat, Jakarta, Indonesia. Disamping itu, perusahaan juga memiliki Kantor Perwakilan Makassar yang berada di Jl. Dr. Ratulangi No. 60, yang membantu pembelian persediaan barang dan perindustrian produk Nikel.

Hasil produksi PT. Antam Tbk, adalah :

1. Nikel

Bijih nikel Antam terbagi atas bijih nikel saprolit dan limonit. Bijih nikel limonit adalah biji nikel laterit dengan kadar rendah dan mengandung 0,8% -

1,5% nikel, 25% - 35% kobalt. Limonit terletak diatas lapisan saprolit dan lebih murah dan lebih mudah untuk di tambang. Bijih nikel saprolit terbentuk dibawah zona limonit. Saprolit secara umum mengandung sekitar 1,5% - 2,5% nikel dan digolongkan sebagai bijih laterit kadar tinggi. Dengan melalui proses pirometalurgi, saprolit digunakan sebagai bahan baku untuk produksi feronikel. Feronikel Antam mengandung sekitar 20% nikel dan sekitar 80% besi. Diproduksi dalam bentuk shots (butiran) atau ingots (batangan) serta dengan karbon kadar tinggi atau karbon kadar rendah, feronikel digunakan sebagai bahan baku untuk produksi baja nirkarat.

Penambangan bijih nikel saat ini di Pomala (Sulawesi tenggara) dan Pulau Gebe (Maluku) sedangkan pengolahannya berada di Pomalaa. Nikel sebagai salah satu “usaha inti” PT. Antam, Tbk ditunjang oleh potensi cadangan nikel yang cukup besar. Upaya lebih lanjut dalam memantapkan bisnis inti adalah dengan jalan membangun pabrik *stainless steel* dengan bahan baku utama feronikel.

Telah dilaksanakan pembangunan perluasan pabrik feronikel di Pomalaa sejak 1992, bekerja sama dengan Mitsui and Co.Ltd. Sejak awal tahun 1995 sudah beroperasi secara komersial dengan kapasitas 11.000 ton nikel pertahun. Citra mutu feronikel Pomalaa sangat baik dan terus diupayakan peningkatannya untuk mendukung diversifikasi pasar nikel.

Pada tanggal 3 April 1996, PT. Antam, Tbk UPNP (Unit pembangunan Nikel Pomalaa) telah mendapatkan sertifikat ISO 9002 dari SGS Yaesley. Hal ini menunjukkan bahwa komitmen PT. Antam, Tbk untuk selalu menjaga mutu produk serta meningkatkan kualitas manajemen, telah dilaksanakan dengan konsisten.

2. Emas dan Perak

Indonesia sesuai struktur geologinya dinilai sebagai salah satu Negara yang memiliki potensi emas dan perak yang cukup besar. PT. Antam,Tbk melakukan program eksplorasi secara terencana dan sistematis terutama di daerah Jawa Barat. Dari hasil eksplorasi telah ditemukan cadangan baru emas dan perak dalam jumlah besar di daerah gunung Pongkor, Kabupaten Bogor dan mulai berproduksi secara komersial sejak bulan Mei 1994.

Fasilitas pengolahannya mampu menghasilkan 2,5 ton emas dan 20 ton perak pertahunnya dengan cadangan untuk masa eksploitasi kurang lebih empat puluh tahun.

PT Antam,Tbk memiliki unit pengolahan dan pemurnian logam mulia dengan kapasitas produksi per tahunnya sebesar 100 ton emas dan 270 ton perak. Emas dan perak hasil produksi PT Antam,Tbk telah dipasarkan secara luas di dalam negeri maupun ke mancanegara dengan merek LM (Logam Mulia). Produk emas dan perak logam mulia telah terakreditasi lisensi merek dagang internasional dari London Bullion Market Association (LBMA).

3. Bauksit

Bauksit adalah sumber bijih yang utama untuk produksi aluminium. Bauksit mengandung 30% - 54% aluminium (Al_2O_3) dan selebihnya terdiri dari campuran silika, berbagai oksida besi dan titanium dioksida. Indonesia memiliki potensi bauksit yang cukup besar. Pada saat ini, pertambangan bauksit di Indonesia hanya terdapat di Kijang, Pulau Bintan, yang baru mulai ditambang dan diekspor pada tahun 1935 oleh NV NIBEM (*NV Nederlansach indische Bauxite Eksploratie Maatschappij*), yang kemudian berkembang menjadi bagian

dari PT Antam. Sejak tahun 1988, PT Antam, Tbk memperoleh pangsa pasar baru di Amerika Serikat, selain Jepang.

4. Pasir Besi

Kegiatan penambangan pasir besi dimulai sejak 1971 di daerah Cilacap dan dilanjutkan ke daerah Kutoarjo, Jawa Tengah sejak 1980. Produk pasir besi PT Antam, Tbk dipergunakan hampir semua pabrik semen di Sumatra, Jawa dan Sulawesi.

Cadangan pasir besi terdapat di sepanjang pantai selatan pulau Jawa dalam jumlah yang cukup banyak. Cadangan terbesar terdapat di daerah Yogyakarta antara sungai progo dan Bogowonto.

5. Geologi

Unit geologi merupakan satu dari tujuh unit usaha PT Antam, Tbk. Misi yang diemban oleh unit tersebut, ditujukan untuk menawarkan jasa-jasa eksplorasi baik itu untuk PT Antam maupun perusahaan-perusahaan lainnya.

Keberhasilan unit Geologi dalam menjalankan usahanya antara lain terlihat dari keberhasilan menemukan deposit emas di gunung Pongkor Jawa Barat, yang saat ini merupakan salah satu dari “tambang utama” PT Antam, Tbk.

b. Sejarah PT Antam, Tbk UBPN Pomalaa

Penambangan bijih nikel di Pomalaa, Sulawesi Tenggara dimulai sekitar tahun 1909, saat itu hasil eksplorasi menunjukkan endapan bijih nikel wilayah ini sekitar 3% - 3,5%. Usaha penambangan di Pomalaa, semula berada dalam lingkungan Biro Urusan Perusahaan-perusahaan tambang Negara (BUPTAN). Sejak tahun 1961 perusahaan ini berada dalam lingkungan Badan Pimpinan Umum Perusahaan-Perusahaan Tambang Umum (BPU PERTAMBUN).

Persiapan dan pekerjaan-pekerjaan konstruksi sehubungan dengan pembangunan pabrik tersebut telah dimulai akhir tahun 1973. Dalam waktu 2 tahun keseluruhan pembangunan pabrik telah dapat diselesaikan pada tanggal 29 November 1975 didapur listrik dengan kekuatan 20.000 KVA mulai dihidupkan sebagai tanda dimulainya pabrik pengolahan biji nikel menjadi feronikel di Pomalaa. Penambangan bijih nikel terletak di Pomalaa Kabupaten Kolaka Propinsi Sulawesi Tenggara. Pomalaa dapat dicapai dengan kendaraan dari Kolaka dan Kendari, juga dengan pesawat udara dari Makassar.

Kegiatan penambangan dilaksanakan untuk memenuhi kebutuhan ekspor bijih nikel dan umpan balik Feronikel. Alir kegiatannya sebagai berikut :

1. Eksplorasi

Dalam usaha mencari cadangan bijih nikel (*Nickel ore*) dilakukan penyelidikan baik secara umum (Geologi Permukaan), eksplorasi pendahuluan, eksplorasi detail, sampai perhitungan cadangan dengan maksud untuk mengetahui seberapa jauh kandungan Ni yang ada pada daerah tersebut. Upaya ini dilakukan dengan pengambilan contoh (*Sampel*) dengan menggunakan alat bor.

2. Pengupasan Tanah Pentup (*Over Burden*)

Sebelum penambangan dimulai, terlebih dahulu dilakukan pembersihan dari pohon-pohon dan semak-semak. Setelah dilakukan *stripping* (pengupasan) lapisan tanah penutup sampai pada kedalaman tertentu menggunakan pendorong (*Buldozer*)

3. Penambangan

Penambangan termasuk klasifikasi tambang terbuka (sistem berjenjang) dengan menggunakan alat-alat produksi sebagai berikut: *buldozer* sebagai alat pendorong, *Dozer Shovel* sebagai alat gali dan muat, seta *Dump Truck* sebagai alat angkut.

4. Pengangkutan

Alat angkut yang digunakan adalah *Dump Truck* yang berkapasitas antara 15-30 ton.

5. Penumpukan/Penyimpanan Bijih

Bijih nikel baik untuk umpan pabrik maupun untuk ekspor ditumpuk di *stockyard*, setelah bantuan besar/*boulldozer* (>20cm), dipisahkan. *Boulldozer* dipecahkan dengan mesin pemecah batu (*Crushing Plant*) sampai ukuran >20 cm dan dikirim ke pabrik sebagai bijih umpan pabrik.

Proses pengolahan nikel di Pomalaa melalui proses Elkem. Secara garis besar proses pengolahan bijih nikel ini dibagi dalam 3 tahap yaitu:

1. Tahap Praolahan

Bijih basah akan dicampur (*blending*) untuk mendapatkan komposisi yang sesuai. Campuran bijih (*blended ore*) ini dikeringkan didalam suatu *Rotary Dryer*. Selanjutnya bijih kering mengalami proses kalsimasi didalam *Rotary Klin* untuk menghilangkan kandungan *Loss on Ignition* (LOI).

Debu yang berasal dari tahap pengolahan ini ditangkap pada unit penangkapan debu, lalu diproses dalam *Pelletizer* untuk membuat *pellet* yang akan diumpan kembali ke dalam *rotary kiln*.

2. Tahap Peleburan

Pada tahap ini *calcined ore* dilebur dan direduksi di dalam dapur listrik dengan menggunakan tenaga listrik berkapasitas 20 MVA untuk satu unit dapur. Sebagai bahan produksi digunakan *antracite*.

Proses reduksi ini menghasilkan *crudre* metal yang akan dimurnikan pada tahap pemurnian, sedangkan bahan yang tidak tereduksi berupa *slag*

dikeluarkan dari dapur listrik pada waktu tertentu di buang. Untuk pengaturan kebasaaan slag ditambahkan batu dapur.

3. Tahap Pemurnian

Crude Metal yang berasal dari tahap peleburan, dikurangi kandungan balerangnya di dalam *Rheinsthal/converter (desulphurization)*. Sedangkan untuk mngurangi kandungan Si, C dan P dilakukan *Oxygen blowing* dan penambahan *flux* terhadap *crude metal* di dalam unit *Shakking Converter*. *Oxigen* yang dipergunakan berasal dari *Oxigen Plant*. Untuk membuat produksi feronikel berbentuk batangan (*Ingot*), metal cair yang telah dimurnikan dengan spesifikasi dan komppoosisi tertentu dicetak pada unit *Continous Casting Machine*. Untuk membuat produk feronikel berbentuk butiran (*Shot*), metal cair ini dicetak pada unit *Making*. Bentuk batangan (*Ingot*) diproduksi dalam dua jenis, yaitu *High Carbon dan Low Carbon*, sedangkan bentuk butiran (*shot*) ddiproduksi hanya jenis *Low Carbon*.

PT Antam,Tbk UBPN Pomalaa memiliki pelabuhan yang dijadikan sebagai tempat bongkar muat feronikel yang nantinya akan di ekspor ke negara tujuan dan dilakukan dengan 2 cara yaitu :

1. Pemuatan tidak langsung dengan menggunakan tongkang yang ditarik oleh kapal tunda (*tug boat*) ke kapal (*ore ship*) untuk bijih nikel dan feronikel.
2. Pemuatan yang masih merupakan bahan baku di ekspor ke Jepang sebagai konsumen utama, sedangkan feronikeldi ekspor keberbagai Negara.

Fasilitas lain yang dimiliki PT Antam, Tbk UBPN Pomalaa untuk menunjang seluruh kegiatan produksi dan menunjang kehidupan sosial adalah sebagai berikut :

1. Bengkel perawatan alat-alat dankendaraan ringan.

2. Bengkel konstruksi dan bengkel listrik.
3. Perumahan untuk karyawan dengan fasilitas air minum dan listrik.
4. Rumah sakit untuk karyawan dan masyarakat sekitar.
5. Sekolah-sekolah TK, SD, SMP dan Madrasah, SMA Negeri Pomalaa.
6. Rumah ibadah Mesjid, Gereja katolik, Gereja Protestan dan Pura.

Selain itu terdapat juga fasilitas olahraga untuk meningkatkan produktifitas serta pemeliharaan kesehatan karyawan serta keluarganya. Beberapa fasilitas olahraga tersebut adalah :

1. Lapangan sepak bola.
2. Lapangan bola basket
3. Lapangan volley
4. Lapangan tennis
5. Lapangan golf
6. Gedung olahraga yang mempunya fasilitas ganda untuk berolahraga juga untuk acara-acara perusahaan.

B. VISI DAN MISI PERUSAHAAN PT. ANTAM, Tbk UBPN POMALAA

a. Visi Perusahaan

Adapun visi Antam 2020 adalah “menjadi korporasi global berbasis pertambangan dengan pertumbuhan sehat dan standar kelas dunia”. Arti Visi Antam :

1. Global

Menerapkan praktik manajemen bisnis bertaraf internasional serta meningkatkan skala usaha atau memperluas wilayah operasi keluar negeri untuk menjadi pelaku bisnis kelas dunia.

2. Berbasis Pertambangan

Berbasis sumber daya mineral dan batu bara dengan diversifikasi dan integritasi terkait dalam bisnis pertambangan.

3. Pertumbuhan Sehat

Pertumbuhan berkesinambungan di atas rata-rata industri pertambangan.

4. Standar Kelas Dunia

Kemampuan dan budaya organisasi berkinerja tinggi dan penerapan praktik-praktik terbaik kelas dunia.

b. Misi Perusahaan

Adapun Misi Antam adalah :

1. Membangun dan menerapkan praktik-praktik terbaik kelas dunia untuk menjadikan Antam sebagai pemain global.
2. Menciptakan keunggulan operasional berbasis biaya rendah dan teknologi tepat guna dengan mengutamakan kesehatan dan keselamatan kerja serta lingkungan hidup.
3. Mengolah cadangan yang ada dan yang baru untuk meningkatkan keunggulan kompetitif.
4. Mendorong pertumbuhan yang sehat dengan mengembangkan bisnis berbasis pertambangan, diversifikasi dan integrasi selektif untuk memaksimalkan nilai pemegang saham.
5. Meningkatkan kompetensi dan kesejahteraan pegawai serta mengembangkan budaya organisasi berkinerja tinggi.
6. Berpartisipasi meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama di sekitar wilayah operasi, khususnya pendidikan dan pemberdayaan ekonomi.

C. STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN

Salah satu tujuan perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang optimal dengan menggunakan segala sumber daya atau *resources* yang tersedia dalam perusahaan, salah satu dari sumber daya tersebut adalah sumber daya manusia (*man power*) yang harus bekerja sama dalam satu wadah organisasi dalam satu wadah organisasi dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan yang telah direncanakan. Maka dalam hal ini perusahaan memerlukan Struktur Organisasi. Karena perusahaan sebagai suatu jaringan antara beberapa fungsi, maka untuk mendapatkan hasil pekerjaan yang baik dari setiap personil harus terdapat adanya pembagian tugas dan wewenang serta tanggung jawab yang jelas.

Demikian pula halnya dengan perusahaan industri PT. Aneka Tambang yang merupakan salah satu produksi nikel. Dalam melaksanakan kegiatannya dipimpin oleh seorang Kuasa Direksi yang bertanggung jawab langsung pada Dewan Direksi yang berkedudukan di Jakarta, dan dibantu oleh tiga orang Asisten Dewan Direksi, yakni Asisten Kuasa Direksi Bidang Operasi, Asisten Kuasa Direksi Bidang Keuangan, serta Asisten Kuasa Direksi Bidang Sumber daya manusia.

Hal ini sesuai dengan Keputusan Direksi PT Antam, Tbk Nomor : 153.K/DAT/2015, yang tertanggal 1 Agustus 2015, sebagaimana yang diperlihatkan dalam Gambar 4.1 pada halaman berikut :

Berdasarkan struktur organisasi dapat dijelaskan uraian tugas masing-masing di atas

:

1. *Senior Vice President*

- a. Mengkoordinasikan, mengendalikan dan mengevaluasi tugas korporasi dan unit bisnis, agar seluruh kegiatan berjalan sesuai dengan visi, misi, sasaran usaha, strategi, kebijakan dan program kerja yang ditetapkan.
- b. Menyelaraskan seluruh inisiatif-inisiatif internal perusahaan, serta memastikan terjadinya peningkatan kemampuan bersaing perusahaan
- c. Mengkoordinasikan, mengendalikan dan mengevaluasi internalisasi prinsip-prinsip GCG dan standar etika secara konsisten dalam perusahaan.
- d. Memastikan informasi yang terkait dengan korporasi selalu tersedia bila diperlukan oleh komisaris.

2. *Deputi Senior vice president of operation*

- a. Mengkoordinasikan, mengendalikan dan mengevaluasi pelaksanaan tugas operasional bidang produksi, pemasaran, keselamatan kerja, lingkungan, pemeliharaan dan rekayasa, penutupan tambang, serta kantor-kantor perwakilan di luar negeri.
- b. Mengembangkan program efisiensi dan manajemen mutu serta memastikan dilaksanakannya secara konsisten dilingkungan unit-unit kerja.
- c. Memastikan informasi yang terkait dengan unit kerjanya selalu tersedia untuk komisaris.

3. *Deputi Senior Vice President of Financial*

- a. Mengkoordinasikan, mengendalikan dan mengevaluasi pelaksanaan tugas operasional bidang kebendaharaan, pendanaan, akuntansi, anggaran serta teknologi informasi.

- b. Merencanakan, mencari dan memastikan penyediaan dana untuk pengembangan perusahaan sesuai dengan rencana strategis perusahaan.
 - c. Memastikan informasi yang terkait dengan unit kerjanya selalu tersedia untuk komisaris.
4. *Deputi Senior Vice President of Human Resource and General Affairs*
- a. Mengkoordinasikan, mengendalikan dan mengevaluasi pelaksanaan tugas operasional bidang organisasi, SDM, pendidikan dan pelatihan, kesehatan, pelayanan umum serta pengembangan masyarakat.
 - b. Mengembangkan hubungan baik dengan kalangan pemerintah, segenap pihak luar dan *stakeholders* lainnya serta memastikan terselenggaranya kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan secara efektif dan tepat guna.
 - c. Memastikan informasi yang terkait dengan unit kerjanya selalu tersedia untuk komisaris.
5. *Deputi Senior Vice President of Development*
- a. Mengkoordinasikan, memonitor dan mengevaluasi penyusunan dan pelaksanaan rencana jangka panjang perusahaan (RJPP).
 - b. Mengkoordinasikan hubungan baik dengan mitra strategis serta mencari dan menangkap peluang bisnis baru.
 - c. Mengembangkan hubungan baik dengan mitra strategis serta mencari dan menangkap peluang bisnis baru.
 - d. Memastikan informasi yang terkait dengan unit kerjanya selalu tersedia untuk komisaris.

Evaluasi kinerja direksi dilakukan oleh komisaris dengan penilaian kinerja berdasarkan kriteria yang dituangkan dalam KPI (*Key Performance Indikator*). Beberapa kriteria umum tersebut diantaranya kinerja direksi kolektif terhadap

pencapaian perusahaan sesuai dengan RUPP/RKAP, pelaksanaan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance*, dan tidaknya benturan kepentingan yang muncul serta ketaatan dalam melaksanakan anggaran dasar, peraturan perundang-undangan, ketetapan RUPS dan ketetapan komisaris.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap **Persepsi Masyarakat, Pemerintah, Dan Perusahaan Terhadap Csr Dalam Mengurangi Kemiskinan Pada Pt Antam, Tbk Ubpn Pomalaa**, dapat diambil kesimpulan:

1. Konsep CSR yang telah diimplementasikan PT Antam, Tbk UBPN Pomalaa kepada masyarakat adalah:
 - a. PT Antam, Tbk UBPN Pomalaa belum memiliki dokumen perencanaan dan strategi dalam pencapaian target dan masih dianggap sebagai biaya sehingga belum memiliki program yang mampu memandirikan dan memberdayakan masyarakat.
 - b. Tingkat pengetahuan dan keterlibatan masyarakat terhadap keberadaan program CSR PT Antam, Tbk UBPN Pomalaa masih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa PT Antam, Tbk UBPN Pomalaa belum melakukan pendekatan dalam proses pembentukan tanggung jawab sosial melalui etika moral, keputusan bersama, dan etika manfaat.
 - c. Proses pembentukan program CSR bidang pendidikan belum melibatkan *stakeholder* utama, yakni pihak sekolah.
2. CSR PT Antam, Tbk UBPN Pomalaa memiliki peran dalam meningkatkan kondisi sosial lingkungan sekitar, diantaranya:
 - a. CSR PT Antam, Tbk UBPN Pomalaa memiliki peran dalam penyerapan tenaga kerja lokal langsung.
 - b. Peningkatan mutu pendidikan di sekolah-sekolah sekitar perusahaan dengan program CSR di bidang pendidikan menjadi prioritas program CSR PT Antam,

Tbk UBPN Pomalaa.

- c. Pembiayaan rutin *khatib* ibadah jumat umat Islam di masjid sekitar perusahaan dan ikut serta dalam pembangunan masjid.
3. Persepsi masyarakat, pemerintah, dan perusahaan terhadap CSR dalam mengurangi kemiskinan adalah sebagai berikut:
 - a. Masyarakat selaku objek dari pelaksanaan program CSR perusahaan, sebagian besar menilai bahwa aktivitas CSR yang dilakukan oleh PT Antam, Tbk UBPN Pomalaa cukup berpengaruh dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat dan mampu mengurangi kemiskinan di lingkungan sekitar perusahaan, walaupun sebenarnya masyarakat belum memahami hakikat dari CSR itu sendiri.
 - b. Pemerintah, dalam hal ini Kel. Dawi Dawi dan Kec. Pomalaa, menilai bahwa aktivitas CSR yang dilakukan oleh PT Antam, Tbk UBPN Pomalaa dapat mengurangi kemiskinan, minimal di lingkungan sekitar perusahaan. Persepsi ini lahir tanpa didasari oleh pemahaman yang memadai tentang CSR. Bahkan pemerintah belum memahami regulasi yang mengatur tentang CSR di Indonesia.
 - c. Perusahaan, selaku pelaksana CSR, menilai bahwa aktivitas CSR yang dilaksanakan belum sepenuhnya optimal dalam hal mengurangi kemiskinan. Akan tetapi PT Antam, Tbk UBPN Pomalaa berharap bahwa bantuan-bantuan yang selama ini diberikan kepada masyarakat mampu memberikan dampak yang positif serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan.

B. Saran

1. PT Antam, Tbk UBPN Pomalaa harus membuat rencana dan strategi melalui proses pendekatan *stakeholders* dan melibatkan masyarakat dalam proses

pembentukan tanggung jawab sosialnya, menganggap CSR adalah sebuah investasi sosial (*social investmenst*) bagi perusahaan dan membuat kebijakan yang cerdas dan strategis dalam pengembangan ekonomi masyarakat lokal yang bersifat produktif.

2. Pemerintah harus mengoptimalkan perannya dalam memahami konteks CSR agar tercipta kesamaan persepsi dengan pihak perusahaan, upaya bersama membahas masalah dan kebutuhan masyarakat, menciptakan kerja sama dan komunikasi dua arah dalam memberdayakan masyarakat .
3. Kemitraan antara pemerintah, PT Antam, Tbk UBPN Pomalaa, dan masyarakat lokal dalam menjalankan proses pembentukan program CSR-nya harus mengkolaborasikan antara proses dari atas (*top down*) dan dari bawah (*bottom up*).

DAFTAR PUSTAKA

- Afdal.** 2009. Analisis Pentingnya Implementasi Audit Sosial terhadap Pengelolaan Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT Semen Tonasa Pengkep. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.
- Badan Pusat Statistik.** Berita Resmi Statistik: Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2010.
- Business For Social Responsibility.** 2010, The Handbook For Corporate Action, Earthwatch Europe, IUCN, The World Business Council for Sustainable Development.
- Carroll, A.B,** 2012 The Pyramide of Corporate Social Responsibility : Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Busines Horizons*.
- Elkington, John.** 2010. Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business. United Kingdom: Capstone Publishing Limited.
- Epstein,** 2011. Business Ethics, Corporate Good Citizenship and The Corporate Social Policy Process: A View from the United States. *Journal of Business Ethics*. Vol. 7, No. 11, November.
- Freeman, R. E.** 2009. *Strategic Management: A Stakeholder Approach* Boston, Pitman
- Freeman, R. Edward dan David L. Reed.** 1983. "Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance." *California Management Review*. Vol. 25. No. 3. hlm. 88 - 106.
- Global Reporting Initiative (GRI).** Sustainability Reporting Guidelines 2000-2006. Version 3.0.
- Ikatan Akutansi Indonesia (IAI).** 2009. PSAK No 1 : Penyajian Laporan Keuangan. Revisi 2009. Ikatan Akuntan Indonesia. (2009)
- Ikhsan, dan Ishak.** 2010. *Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Islam, Fahrul.** 2010. Evaluasi Sustainability Report pada Sin Industri (Studi Kasus pada PT Aneka Tambang Tbk.) Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.

- Kartini, Dwi.** 2009. Corporate Social Responsibility, Transformasi Konsep Sustainability Manajemen dan Implementasi di Indonesia. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kusumudilaga** (2010) pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating, Repository Universitas Hasanuddin.
- Susilawati** (2012). Pengaruh Corporat Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating, Repository Universitas Hasanuddin
- Mappadjanti, A. A.** 2005. *Kemandirian Lokal. Konsepsi Pembangunan, Organisasi dan Pendidikan dari Perspektif Sains Baru*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Meadows, Donela H.**,2009 *The Limith to Growth*, New York Universe Books 1997
- Ramanathan.** 2009 “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Praktek Pengungkapan Tanggung jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Publik”, Balance, Vol. 1, No.2
- Rakhmat, Jalaluddin.** 2009. Psikologi Komunikasi. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Republik Indonesia.** Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
- Robbins, Stephen P., and Coulter, Mary.** 2012. Management. Seventh Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River. New Jersey.
- Saidi dan Abidin,** 2009. Corporate Social Responsibility „Alternatif bagi Pembangunan Indonesia. Jakarta: ICSD
- Salam, Adityawan.** 2010. Analisis Persepsi Akuntan terhadap Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.
- Spillane.** 2011 Corporate Social Responsibility and Financial Performance
- Sugiyono.** 2010. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV Alfabeta.
- Steiner, George A., and Steiner, John F.** 2013. Business, Government and Society: A Managerial Perspective. Seventh Edition. McGraw-Hill International Edition.
- Sutamihardja.** 2009. Perubahan Lingkungan Global. Program Studi Pengelolaan Sumber Daya Alam dan Lingkungan Sekolah Pascasarjana. Institut Pertanian Bogor.
- The World Commission on Environment and Development.** 1987. The Brundtland Report.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.** 2017. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi Kedua. Jakarta: Departemen

Pendidikan dan Kebudayaan. Balai Pustaka.

Wibisono, Yusuf. 2009. Membedah Konsep dan Aplikasi CSR. Gresik: Fascho Publishing.

World Bank, 2010 Qualitative Baseline Survey on PNPM –Ringkasan Eksekutif.

World Business Council for Sustainable Development. 2009. The Business Case for Sustainable Development. WBCSD. Geneva

www.wikipedia.org.

<http://id.wikipedia.org/wiki/Kemiskinan> (diakses pada tanggal 2 Mei 2017)

www.kompas.com.

<http://koran.kompas.com/read/2008/06/11/01413687/presiden.khawatir.target.mdgs.2015.gagal> (diakses pada tanggal 2 Mei 2017)