

**SKRIPSI**

**PELAKSANAAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*(CSR)  
DI PT. BIMA SAKTI MUTIARA KECAMATAN LAMBU  
KABUPATEN BIMA**

**EKO BAMBANG**

Nomor Stambuk: 105610424511



**JURUSAN ILMU ADMINISTRASI NEGARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2018**

**HALAMAN SKRIPSI**

**PELAKSANAAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)**

**DI PT. BIMA SAKTI MUTIARA KECAMATAN LAMBU**

**KABUPATEN BIMA**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Administrasi Negara

Disusun dan Diajukan Oleh

**EKO BAMBANG**

Nomor Satambuk : 105610424511

Kepada

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

## PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Bima Sakti Mutiara Kecamatan Lambu Kabupaten Bima.

Nama Mahasiswa : Eko Bambang  
Nomor Stambuk : 105610424511  
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

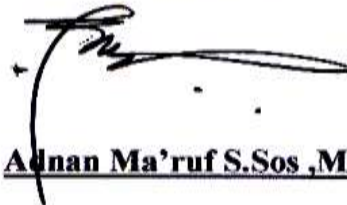
Menyetujui :

Pembimbing : I



Dra. HJ. Musliha Karim, M.Si

Pembimbing : II



Adnan Ma'ruf S.Sos, M.Si

Mengetahui :

Dekan

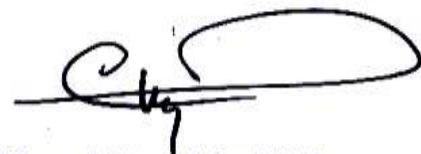
Fisipol Unismuh Makassar



Dr. H. Hani Malik, S.Sos, M.Si

Ketua Jurusan

Ilmu Administrasi Negara



Nasrul Haq, S.S., MPA

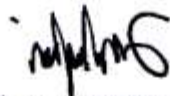
### PENERIMA TIM

Telah diterima oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, berdasarkan Surat Keputusan/Undangan Menguji Ujian Skripsi Dekan Fisipol Universitas Muhammadiyah Makassar, Nomor: 1361/FSP/A. 1-VIII/VIII/39/2018 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) dalam Program Studi Ilmu Administrasi Negara di Makassar pada hari Jumat tanggal 31 Agustus 2018.

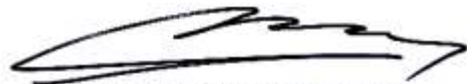
### TIM PENILAI

Ketua

Sekretaris



Dr. Hj. Ihyani Malik, S. Sos, M.SI



Dr. Burhanuddin, S.Sos, M.Si

Penguji

1. Dr. Hj. Budi Setiawati, M.Si (ketua)



2. Drs. H. Ansyari Mone, M.Pd



3. Adnan Ma'ruf, S.Sos., M.Si



4. Dr. Abdi, M.Pd



## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Eko Bambang

Nomor Stambuk : 105610424511

Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Menyatakan bahwa benar karya ilmiah ini adalah penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain atau telah ditulis/dipublikasikan orang lain atau melakukan plagiat. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku, sekalipun itu pencabutan gelar akademik.

Makassar, 15 Maret 2018

Yang Menyatakan,



Eko Bambang

## ABSTRAK

**EKO BAMBANG.** *Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) Di PT. Bima Sakti Mutiara Kecamatan Lambu* (dibimbing oleh Musliha Karim dan Adnan Ma'ruf)

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang bagaimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* Di PT. Bima Sakti Mutiara.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan Tipe penelitian yang digunakan adalah fenomenologi.. sumber data yang diperoleh data primer dan sekunder. Informan sebanyak 10 (Sepuluh) orang. Teknik pengumpulan data berupa: observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di PT. Bima Sakti Mutiara Kecamatan Lambu Kabupaten Bima dilihat: pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bidang sosial yaitu (a) pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bima Sakti Mutiara telah memberikan bantuan peralatan bermain ke TK Sekar Mutiara yang ada di Desa Lambu, baik itualat permainan (APE) dalam maupun alat permainan (APE) luar (b) pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bima Sakti Mutiara telah rutin memberikan bantuan setiap tahunya untuk kegiatan-kegiatan kepemudaan baik tingkat RT, Desa dan tingkat Kecamatan (c) bantuan renovasi masjid merupakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diberikan oleh perusahaan, ini masuk kategori bantuan-nantuan kegamaan yang di prioritaskan oleh perusahaan. pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bidang ekonomi yaitu (a) pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bima Sakti Mutiara melalui dalam hal merekrut tenaga kerja yaitu dilakukan secara umum, perusahaan memprioritaskan tenaga yang ada di Desa Lambu dan Kecamatan Lambu pada umumnya baru kemudian diluar kecamatan Lambu. pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bidang lingkungan (a) proses produksi ramah lingkungan laut yaitu perusahaan melakukan aktivitas produksi tanpa harus memberikan dampak negatif yang berlebihan terhadap keberadaan laut sekitar. (b) hutan bakau dimana selain menjaga hutan bakau yang sudah tumbuh besar diluar perusahaan dari penebangan liar, perusahaan juga sudah menanam 1000 pohon bakau di sepanjang pantai dilokasi perusahaan, hal ini dilakukan untuk menjaga kelestarian lingkungan dan untuk mencegah terjadinya abrasi dilaut sehingga membuat pasir terkikis.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kecamatan Lambu

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di PT. Bima Sakti Mutiara Kecamatan Lambu Kabupaten Bima”

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Administrasi Negara Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

Ibu Dra. Hj. Musliha Karim, M.Si selaku Pembimbing I dan Pembimbing II Bapak Adnan Ma'ruf S.Sos, M.Si yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Secara terkhusus dan teristimewa penulis menyampaikan terimakasih yang tulus kepada kedua Orang Tua saya, bapak Muhammad Natsir dan ibu Fatimah serta kakak saya Sudarti S.Pd, Syafrin dan Adibin S.Pd dan keluarga yang begitu berjasa baik dalam materi maupun non materi, mendidik dan membimbing saya penuh kasih sayang dan cinta kasihnya dari kecil sehingga dewasa dan selalu memberikan pengajaran dan pengalaman hidup yang begitu berharga.

1. Bapak Dr.H. Rahman Rahim, SE, MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.

2. Ibu Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Nasrul Haq, S.S., MPAselaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Negara yang sangat baik dan mampu membawa jurusan yang dipimpinnya bersaing dengan jurusan-jurusan yang lain di Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Seluruh civitas akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar, mulai dari pegawai tata usaha hingga para dosen yang telah mengajar dan membimbing saya.
5. Sahabat saya teman-teman seangkatan ADN 011. Yang selalu menasehati dan mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh pihak PT. Bima Sakti Mutiara dan Camat Lambu, kades Lambu, pemuda dan masyarakat Kecamatan Lambu yang telah bekerja sama dalam penelitian sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Demikian untuk kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Makassar 19 September 2018



Eko Bambang



## DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Pengajuan Skripsi.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pernyataan Keaslian Karya Ilmiah .....	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel .....	viii
Daftar Gambar.....	ix

### BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8

### BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	9
B. Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	13
C. Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	21
D. Faktor Yang Mempengaruhi Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	32
E. Program-Program Perusahaan Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	33
F. Kerangka Pikir.....	34
G. Fokus Penelitian.....	35
H. Deskripsi fokus penelitian .....	35

### BAB III. METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	37
-------------------------------------	----

B. Jenis dan Tipe Penelitian.....	37
C. Sumber Data.....	38
D. Informan Penelitian.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
F. Teknik Analisis Data.....	40
G. Pengabsahan Data.....	41

#### BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian.....	43
B. Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Di PT. Bima Sakti Mutiara.....	47

#### BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	70

#### DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.	Informan penelitian 39
Tabel 2.	Fasilitas penunjang kegiatan budidaya tiram Mutiara 47
Tabel 3.	Alat permainan (APE) TK. Sekar Mutiara Desa Lambu 50
Tabel 4.	Laporan bantuan olahraga PT. Bima Sakti Mutiara tahun 2016 52
Tabel 5.	Laporan bantuan olahraga PT. Bima Sakti Mutiara tahun 2017 53
Tabel 6.	Laporan bantuan olahraga PT. Bima Sakti Mutiara tahun 2018 54
Tabel 7.	Laporan bantuan renovasi masjid PT. Bima Sakti Mutiara tahun 2016 57
Tabel 8.	Laporan bantuan renovasi masjid PT. Bima Sakti Mutiara tahun 2017 58
Tabel 9.	Laporan bantuan renovasi masjid PT. Bima Sakti Mutiara tahun 2018 57
Tabel 10.	Penanaman hutan bakau PT. Bima Sakti Mutiara 68

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **E. Latar Belakang Masalah**

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, karena 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. Dan kegiatan yang bersifat sosial ini kemudian disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan (Wibisono, 2007).

Tanggung jawab sosial perusahaan itu mencakup isu-isu seperti lingkungan kerja, hubungan dengan masyarakat sekitar, dan perlindungan terhadap lingkungan. Karena CSR pada umumnya dapat dipahami sebagai upaya perusahaan untuk dapat menyeimbangkan dan menselaraskan antara kebutuhan

atau sasaran ekonomi, lingkungan dan sosial. Pada saat yang bersamaan dapat memenuhi keinginan para *stakeholders*.

Perusahaan yang didirikan di suatu wilayah dan berada di tengah-tengah masyarakat yang memperoleh keuntungan dari hasil usaha yang dijalankan seharusnya saat ini merubah cara berpikir tersebut. Perusahaan bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan diri sendiri (*selfish*) dan/atau eksklusivitas dari lingkungan masyarakat, tetapi sebagai sebuah entitas badan hukum yang wajib melakukan adaptasi sosio kultural dengan lingkungan di mana ia berada, serta dapat dimintai pertanggung jawaban layaknya subyek hukum pada umumnya. Busyra Azheri (2012)

UU No. 25 Tahun 2007, UU No. 40 Tahun 2007 serta PP No.47 Tahun 2012 yang mengatur tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan, yang dipersalkan adalah belum adanya aturan yang mengatur besaran angka yang harus dikeluarkan, baik dari keuntungan atau dari biaya operasional. Hal ini terjadi, karena para pihak masih memperdebatkan besaran uang terkait dengan ketentuan tentang "*kemampuan dan kepatutan*" dan bukannya kelayakan dan kepatutan terkait dengan dampak yang ditimbulkan di luar kewajiban yang sudah diatur oleh peraturan/perundangan yang terkait dengan bidang kegiatannya, Mardikanto (2014)

Perundang-undangan CSR itu sendiri, maka semakin marak perusahaan atau instansi yang berlomba melakukan pencitraan untuk menjaga reputasi dan keberlangsungan usaha. Karena tanpa reputasi yang baik, maka mustahil akan

mendapatkan respon positif dari masyarakat. Citra perusahaan merupakan aksioma penting bagi perusahaan untuk dapat bertahan dan berkembang secara berkesinambungan menuju puncak kesuksesan. Dan cara yang ditempuh untuk membentuk citra dan menjaga keberlangsungan perusahaan, salah satunya adalah melalui program CSR, karena tidak bisa dipungkiri bahwa pencitraan suatu perusahaan akan dibuat sedemikian rupa dan disinergikan dengan program CSR, sehingga perusahaan bisa memproteksi dari krisis kepercayaan masyarakat.

Tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR juga bertujuan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan untuk mengatasi dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatan perusahaan. Tidak dapat dipungkiri selain dampak positif yang timbul dari berdirinya sebuah perusahaan, terdapat pula dampak negatif yang timbul dari usaha kegiatan yang dijalankan sebuah perusahaan. Perusahaan yang berbasis sumber daya alam dalam menjalankan kegiatan industrinya secara tidak langsung memberikan dampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam.

Kewajiban pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR yang telah menjadi tanggung jawab hukum perusahaan dari segi ekonomis dianggap tidak menguntungkan, tetapi jika dilakukan dengan benar, efektif, terstruktur, dan bersifat jangka panjang bukan hal yang mustahil jika kegiatan tersebut dapat memberi keuntungan ekonomis pada perusahaan. Perusahaan dapat membentuk citra (*image*) perusahaan yang positif dan hal ini sangat penting bagi kepentingan ekonomis perusahaan seperti untuk pemasaran produk dari perusahaan dan juga untuk mendapatkan kepercayaan dari para investor, Binoto Nadapdap (2012)

Kemungkinan terjadinya benturan antara tanggung jawab hukum dan tanggung jawab ekonomi, tetapi perusahaan harus tetap memperhatikan kepentingan lingkungan dan masyarakat. Sehingga perusahaan harus menerapkan konsep tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR dan juga tidak mengorbankan kepentingan umum. Perusahaan pada dasarnya didirikan untuk mendapatkan keuntungan dan hal tersebut merupakan tanggung jawab ekonomi dari perusahaan, tetapi keuntungan tersebut juga harus diperoleh tanpa mengorbankan masyarakat dan nilai-nilai etis. Tujuan tanggung jawab sosial perusahaan yang diatur dalam pasal 1 butir 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya.

Pengertian CSR diatur dalam pasal 1 butir (3) Undang-Undang Perseroan Terbatas dalam hal ini disebut sebagai tanggung jawab sosial dan Lingkungan (TJSL) yang berarti komitmen perseroan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya. Mengenai pelaksanaan CSR ini harus dimuat di dalam laporan tahunan perseroan yang disampaikan oleh direksi dan ditelaah oleh dewan komisaris yang mengharuskan memuat laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 66 ayat (2) huruf c Undang-Undang Perseroan Terbatas). Dalam hal ini, Undang-Undang Perseroan Terbatas mewajibkan bagi setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan

lingkungan. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Perseroan Terbatas yang menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran (Pasal 74 ayat (2) Undang-Undang Perseroan Terbatas). Selanjutnya, dinyatakan bahwa perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Pasal 74 ayat (3) Undang-Undang Perseroan Terbatas).

Termasuk dalam hal ini salah satu jenis perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial/CSR adalah perusahaan PT. Bima Sakti Mutiara. PT. Bima Sakti Mutiara ialah perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang perikanan dan kelautan yang berlokasi di perairan pulau Bima Indonesia. Perusahaan PT. Bima Sakti Mutiara merupakan salah satu jenis perusahaan yang mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam berupa usaha budidaya tiram mutiara (*pinctada maxima*).

Tiga tahun terakhir sejak tahun 2016 sampai 2018 dengan kalkulasi mencapai Rp 50.000.000 juta pertahunnya PT. Bima Sakti Mutiara banyak terlibat dan berkontribusi dalam kegiatan-kegiatan keagamaan, kepemudaan dan kemahasiswaan, dan kemasyarakatan. Di sektor pendidikan PT. Bima Sakti Mutiara berpartisipasi dalam pemberian peralatan kepada TK. Sekar Mutiara di Desa Lambu Kecamatan Lambu. Perusahaan PT. Bima Sakti Mutiara diakui



memberi sumbangasih dalam menggerakkan ekonomi sekaligus berkomitmen untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan berkesinambungan mengembangkan jaringan Distribusi Tak Langsung (*Indirect Distribution*) berbasis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Nusa Tenggara Barat.

Berkaitan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bima Sakti Mutiara di Kecamatan Lambu Kabupaten Bima, berdasarkan pada belum jelasnya prosedur pencairan anggaran dan pengadaan peralatan yang berkaitan dengan pelaksanaa *Corporate Social Responsibility* (CSR), masih minimnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan belum sepenuhnya program CSR diterapkan pada masyarakat, serta mekanisme evaluasi dan pengawasan yang dilakukan oleh perusahaan dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pelaksanaan tanggung jawab sosial PT. Bima Sakti Mutiara perlu kiranya dilakukan lebih jauh sebuah penelitian ilmiah untuk melihat sejauhmana pelaksanaan CSR di PT. Bima Sakti Mutiara selama ini sehingga peneliti mencoba mengambil judul **“Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di PT. Bima Sakti Mutiara Kecamatan Lambu Kabupaten Bima”**.

## **F. Rumusan Masalah**

1. Bagaimanapelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bidang sosial di PT. Bima Sakti Mutiara Kecamatan Lambu Kabupaten Bima.

2. Bagaimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bidang ekonomi di PT. Bima Sakti Mutiara Kecamatan Lambu Kabupaten Bima.
3. Bagaimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bidang lingkungan di PT. Bima Sakti Mutiara Kecamatan Lambu Kabupaten Bima.

#### **G. Tujuan Penelitian**

Tujuan merupakan suatu target yang ingin dicapai dalam setiap usaha manusia tidak terlepas dari tujuan-tujuan tertentu. Penyusunan proposal ini penulis akan mengemukakan tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bidang sosial PT. Bima Sakti Mutiara
2. Untuk mengetahui pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bidang ekonomi di PT. Bima Sakti Mutiara.
3. Untuk mengetahui pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bidang lingkungan PT. Bima Sakti Mutiara.

#### **H. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan informasi untuk mengetahui tanggung jawab sosial PT. Bima Sakti Mutiara kec. Lambu Kabupaten Bima.

## 2. Kegunaan Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa atau pihak yang melakukan penelitian yang sejenis. Di samping itu, guna meningkatkan keterampilan dan memperluas wawasan yang akan membentuk mental mahasiswa sebagai bekal memasuki dunia pekerjaan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)***

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas)

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen dunia usaha atau bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan. Untung (2007)

Tahun 1997, terdapat pengeluaran yang cukup berpengaruh dalam konteks CSR yang dikemukakan oleh Jhon Elkington melalui bukunya yang berjudul “*Canibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*”. Jhon Elkington mengemukakan konsep “3P” yaitu *profit*, *people* dan *planet*. Dalam konsep 3P terdapat makna yang terkandung bahwa perusahaan sebaiknya tidak hanya memburu keuntungan (*profit*), tetapi juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Konsep 3P inilah yang diimplementasikan oleh perusahaan bahkan dicantumkan pula dalam agenda-agenda perusahaan dalam upaya melakukan tanggung jawab social, Wibisono (2007).

Dewasa ini, definisi *Corporate Social Responsibility (CSR)* masih belum ada satupun yang di setuju secara global. Karena definisi CSR dapat berbeda-beda di negara-negara atau daerah yang lain, namun umumnya CSR berbicara hubungan antara perusahaan dan *stakeholders* yang di dalamnya terdapat nilai-nilai pemenuhan ketentuan hukum, maupun penghargaan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan. CSR tidak hanya merupakan kegiatan karikatif perusahaan dan tidak terbatas hanya pada pemenuhan aturan hukum. *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah juga sebuah konsep yang telah menarik perhatian dunia dan memperoleh resonansi baru dalam ekonomi global, dimana saat ini semakin tingginya minat CSR dalam beberapa tahun terakhir yang muncul bersamaan dengan globalisasi dan perdagangan internasional, yang telah tercermin dalam kompleksitas bisnis yang mengikat dan tuntutan baru untuk meningkatkan transparansi dan *good corporate governance*, Jamali D. dan Rabbath M., (2007).

CSR sebagaimana didefinisikan oleh komisi Eropa (2011) adalah juga sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan secara sukarela yang berikut semakin menyadarkan bahwa perilaku tanggung jawab mengarah kepada keberhasilan bisnis yang berkelanjutan. CSR adalah tentang mengelola perubahan di tingkat perusahaan secara sosial bertanggung jawab yang dapat dilihat dalam dua dimensi yang berbeda:

1. Internal; yang bertanggung jawab sosial praktik yang terutama berhubungan dengan karyawan dan terkait dengan isu-isu seperti investasi dalam perubahan modal, kesehatan dan keselamatan serta manajemen manusia, sementara prakti-praktik lingkungan yang bertanggung jawab terkait terutama untuk mengelola sumber daya alam dan penggunaaa sumber daya lainya dalam produksi.
2. Eksternal; CSR di luar perusahaan dengan masyarakat setempat dan melibatkan berbagai *stakeholder* seperti mitra bisnis, pemasok, pelanggan, otoritas publik dan LSM yang mewakili masyarakat lokal serta lingkungan.

Tanggung jawab dimulai dari keinginan perusahaan untuk dapat *sustainable* beroperasi lebih lama, mengikuti kemajuan yang ada dan dapat terus bertahan dalam bisnis selama beberapa dekade. Jika sebuah perusahaan berupaya menjadi *sustainable* maka harus melakukan dua hal. Tony Hayward (2005):

1. Harus menjalankan bisnis yang sukses yang membuat keuntungan serta melakukan investasi.
2. Harus dipercaya dan didukung oleh semua pihak yang berhubungan dengan bisnis yang dijalankan (pelanggan, pemasok, pemerintah, masyarakat, pengamat, media dan kalangan seperti LSM)

Sumaryono (2009) konsep tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu pendekatan perubahan atau pengembangan atau pengembangan masyarakat khususnya peningkatan sumber daya manusia. Pendekatan ini dimaksudkan agar masyarakat terlibat atau menjadi bagian dari perusahaan dan menikmati manfaat

dari keberadaan perusahaan yang berada di sekitar wilayah perusahaan, Sukada dkk (2007) CSR merupakan segala upaya manajemen yang dijalankan entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasar keseimbangan pilar ekonomi, sosial, dan lingkungan, dengan meminimumkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif di setiap pilar. Dalam versi Indonesia, secara etimologis CSR diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan, tanggung jawab sosial korporasi atau tanggung jawab sosial dunia usaha. Menurut Suhandri M. Putri(2007) *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

Program yang diselenggarakan oleh perusahaan dalam mewujudkan tanggung jawab sosialnya, maka terdapat tiga kategori bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, Rudito dkk (2007) yaitu:

- a. *Publik relations*; usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Usaha ini lebih mengarah pada menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan komunitas, khususnya menanamkan sebuah persepsi yang baik tentang perusahaan (*brand image*) kepada komunitas. Kegiatan yang dilakukan biasanya dalam berbentuk kampanye yang tidak terkait sama sekali dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

- b. Strategi defensif; usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negatif komunitas luas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan terhadap karyawannya, dan biasanya untuk melawan serangan negatif dari anggapan komunitas atau komunitas yang sudah terlanjut berkembang. Kegiatan ini biasanya dilakukan dengan sasaran yang berbeda dengan anggapan yang telah berkembang atau bertolak belakang dengan persepsi-persepsi yang ada di komunitas pada umumnya.
- c. Keinginan yang tulus untuk melakukan kegiatan yang baik yang benar-benar berasal dari visi perusahaan itu; melakukan program untuk kebutuhan komunitas atau komunitas sekitar perusahaan atau kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil dari perusahaan itu sendiri. Kegiatan perusahaan dalam konteks ini adalah sama sekali tidak mengambil suatu keuntungan secara materil tetapi berusaha untuk menanamkan kesan baik terhadap komunitas berkaitan dengan kegiatan perusahaan.

## **B. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

### **1. Manfaat CSR bagi masyarakat**

Chakraborty (2010) menyimpulkan bahwa, *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat. Dengan demikian perusahaan mempertimbangkan kepentingan masyarakat dengan mengambil tanggung jawab atas dampak kegiatan mereka terhadap pelanggan, pemasok, pemegang saham karyawan, masyarakat dan pemangku kepentingan



lainnya, serta lingkungan ini terlihat melampaui kewajiban hukum untuk mematuhi undang-undang sebagai organisasi sukarela dalam mengambil langkah lebih lanjut untuk meningkatkan kualitas hidup bagi karyawan dan keluarga mereka serta bagi masyarakat setempat dan masyarakat pada umumnya. Sejalan dengan pemahaman tersebut, Tanaya (2004) menyatakan bahwa, esensi CSR merupakan wujud dari *giving back* dari perusahaan kepada komunitas atau masyarakat sekitar, yang dapat dilakukan untuk menghasilkan bisnis berdasarkan niat tulus guna memberi kontribusi yang paling positif terhadap masyarakat sekitar (*stakeholders*).

Tujuan CSR bukan hanya pembangunan komunitas semata. Inti tujuan CSR yaitu bagaimana pembangunan komunitas bias terus eksis berada dalam masyarakat sebagai upaya untuk keseimbangan lingkungan dan alam. Asih (2012) menyatakan bahwa, dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan menfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yaitu keuntungan (*profit*), masyarakat (*people*), dan lingkungan (*planet*).

Clark (2000), menyimpulkan bahwa hubungan masyarakat dengan komunikasi yang efektif dan manajemen hubungan dalam penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR*) akan diperoleh banyak manfaat bagi komunitas, dalam bentuk:

- a. Peluang penciptaan kesempatan kerja, pengalaman kerja dan pelatihan.
- b. Pendanaan investasi komunitas, pengembangan infrastruktur.
- c. Keahlian komersial.
- d. Kompetensi teknis dan personal individu pekerja yang terlibat.

- e. Representasi bisnis sebagai promosi bagi prakarsa-prakarsa komunitas.

Dazahro (2012) menyatakan bahwa program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya (*cost centre*) melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit centre*). Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*).

Pratiwi (2012) mengemukakan bahwa, CSR akan lebih berdampak positif bagi masyarakat, ini akan sangat tergantung dari orientasi dan kapasitas lembaga dan organisasi lain, terutama pemerintah. Studi Bank Dunia (Howard Fox, 2002) menunjukkan, peran pemerintah yang terkait dengan CSR meliputi pengembangan kebijakan yang menyejahterakan pasar, keikutsertaan sumber daya, dukungan politik bagi pelaku CSR, menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan organisasi. Untuk Indonesia, bias dibayangkan, pelaksanaan CSR membutuhkan dukungan pemerintah daerah, kepastian hukum, dan jaminan keterlibatan sosial. Intinya manfaat CSR bagi masyarakat yaitu dapat mengembangkan diri dan usahanya sehingga sasaran untuk mencapai kesejahteraan tercapai.

## **2. Manfaat CSR Bagi Pemerintah**

Pelaksanaan CSR juga memberikan manfaat bagi pemerintah. melalui CSR akan tercipta hubungan antara pemerintah dan perusahaan dalam mengatasi berbagai masalah sosial, seperti kemiskinan rendahnya kualitas pendidikan, minimnya akses kesehatan dan lain sebagainya. Tugas pemerintah untuk

menciptakan kesejahteraan bagi rakyatnya menjadi lebih ringan dengan adanya partisipasi pihak swasta (perusahaan) melalui kegiatan CSR. CSR yang dapat berperan dalam mengatasi permasalahan-permasalahan sosial adalah CSR yang bersifat *community development* seperti pemberian beasiswa, pemberdayaan ekonomi masyarakat miskin, pembangunan sarana kesehatan dan lain sebagainya.

Terkait dengan hal ini, pengalaman menunjukkan bahwa kehadiran CSR cukup banyak memberikan kontribusi kepada pemerintah, dalam bentuk. Mardikanto (2014):

- a. Dukungan pembiayaan, utamanya karena keterbatasan anggaran pemerintah untuk membiayai pembangunan yang berkaitan dengan penanggulangan kemiskinan.
- b. Dukungan sarana dan prasarana (ekonomi, kesehatan pendidikan/pelatihan, tempat ibadah, sarana olahraga, kesenian dll), baik yang (sudah) dimiliki maupun yang dibangun melalui kegiatan CSR.
- c. Dukungan keahlian, melalui keterlibatan personil perusahaan utamanya pada kegiatan pengembangan kapasitas masyarakat.
- d. Keterlibatan pegiat LSM dalam kegiatan CSR merupakan sumber belajar, utamanya dalam menumbuhkan, menggerakkan, dan memelihara partisipasi masyarakat dalam pembangunan.

### **3. Manfaat CSR Bagi Korporasi**

Untung (2008), mengemukakan bahwa manfaat CSR bagi perusahaan adalah:

- a. Mempertahankan dan mendongrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembangunan limbah.
- g. Memperbaiki hubungan dengan stakeholder.
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

Perusahaan yang menerapkan CSR dengan benar akan mendapatkan dampak positif bagi keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Sedang Muljati (2011), melihat manfaat CSR bagi perusahaan, adalah:

- a. Meningkatkan citra perusahaan. Dengan melakukan kegiatan CSR, konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi masyarakat.
- b. Memperkuat “Brand” Perusahaan. Melalui kegiatan memberikan *product knowledge* kepada konsumen dengan cara membagikan produk secara gratis, dapat menimbulkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi brand perusahaan.
- c. Mengembangkan kerja sama dengan para pemangku kepentingan

- d. Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakan sendiri, jadi harus di bantu dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat dan universitas lokal, Maka perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.
- e. Membedakan Perusahaan dengan Pesaingnya. Jika CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan mempunyai kesempatan menonjolkan keunggulan komparatifnya sehingga dapat membedakannya dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.
- f. Menghasilkan Inovasi dan Pembelajaran untuk Meningkatkan Pengaruh Perusahaan. Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreatifitas. Merencanakan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.

Pratiwi, (2012) lebih jauh menyampaikan beberapa manfaat CSR bagi korporasi, seperti berikut:

- a) Meningkatkan Citra Perusahaan

Dengan melakukan kegiatan CSR, konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi masyarakat.

- b) Memperkuat “Brand” Perusahaan

Melalui kegiatan memberikan *product knowledge* kepada konsumen dengan cara membagikan produk secara gratis, dapat menimbulkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi brand perusahaan.

c) Mengembangkan Kerja sama dengan para Pemangku Kepentingan. Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakan sendiri, jadi harus di bantu dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat, dan universitas lokal. Maka perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.

d) Membedakan Perusahaan dengan Pesaingnya

Jika CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan, perusahaan mempunyai kesempatan menonjolkan keunggulan komparatif-nya sehingga dapat membedakan dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.

e) Mengasikkan inovasi dan Pembelajaran untuk Meningkatkan pengaruh Perusahaan. Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreatifitas. Merencanakan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global

Bisnis apapun yang diharapkan adalah keberlanjutan dan kestabilan usaha, karena keberlanjutan akan mendatangkan keuntungan sebesar-besarnya bagi

perusahaan. Menurut Wibisono (2007) dalam Rahmatullah dan Trianita (2011), setidaknya terdapat tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon CSR agar sejalan dengan jaminan keberlanjutan operasional, yaitu :

- a. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar apabila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan mesti menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat.
- b. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat.
- c. Kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk meredam bahkan menghindari konflik sosial. Potensi konflik itu berasal dari akibat dari dampak operasional perusahaan atau akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.

Berkenaan dengan ini, pendapat tokoh mardikanto (2009) dalam Masyhuri dan Dadit (2010) menyatakan CSR sebagai salah satu bentuk strategi sosial merupakan sumbangan pemikiran yang penting. CSR bukanlah *social cost*, seperti yang masih banyak dipahami oleh pelaku usaha, tetapi lebih merupakan salah satu bentuk *social investment*. Dari sudut pandang seperti inilah barangkali, CSR dapat di kelompokkan sebagai salah satu bentuk aplikasi strategi dalam membangun budaya iptek.

Keberadaan perusahaan idealnya bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Bahwa prinsip dasar CSR adalah pemberdayaan masyarakat setempat yang *notabene* miskin agar terbebas dari kemiskinan. Adapun harapan dari pelaksanaan CSR ini adalah pemberdayaan masyarakat dari sisi perusahaan antara perusahaan dan masyarakat tidak mesra, bisa dipastikan ada masalah. Pelaksanaan program CSR belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Itu disebabkan minimnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaan CSR.

### **C. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Beberapa alasan mengapa perusahaan menerapkan CSR menurut Wardana (2009) antara lain :

#### 1. Alasan sosial

Perusahaan melaksanakan CSR untuk memenuhi tanggung sosial kepada masyarakat, sebagai pihak luar yang beroperasi pada wilayah orang lain perusahaan harus memperhatikan masyarakat sekitarnya. Perusahaan harus ikut serta menjaga kesejahteraan ekonomi masyarakat dan juga menjaga lingkungan dari kerusakan yang di timbulkan.

#### 2. Alasan ekonomi

Motif perusahaan dalam menerapkan CSR tetap berujung pada keuntungan. Perusahaan melaksanakan CSR untuk menarik simpati masyarakat dengan membangun *image* positif bagi perusahaan yang tujuan akhirnya tetap pada peningkatan *profit*.

#### 3. Alasan Hukum



Undang-undang PT No. 40 pasal 74 tahun 2007 mewajibkan perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau/ berkaitan dengan sumber daya alam melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu bagi BUMN juga terdapat Peraturan Menteri BUMN No. : per-05/MBU/2007 mengenai Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan memiliki beberapa faktor. Wibisono (2007). Faktor-faktor tersebut yaitu komitmen kepemimpinan dalam perusahaan yang tanggap akan masalah sosial, ukuran dan kematangan perusahaan, serta regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah. Terkait dengan regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah, maka dapat ditunjukkan bahwa semakin besar insentif pajak yang diberikan, akan lebih berpotensi memberi semangat kepada perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat, demikian juga sebaliknya. Selain faktor-faktor tersebut, perusahaan juga memiliki berbagai cara dalam memandang CSR atau dapat dikatakan pula sebagai alasan perusahaan dalam melaksanakan CSR. Beberapa cara perusahaan dalam memandang CSR yaitu :

- a. Sekedar basa basi atau keterpaksaan, dimana perusahaan mempraktekkan CSR hanya karena faktor eksternal (*eksternal driven*), *environmental driven* (karena terjadi masalah lingkungan), serta *reputation driven* (karena ingin mendongkrak citra perusahaan).
- b. Sebagai upaya memenuhi kewajiban (*kompliance*), dimana CSR yang dilakukan karena terdapat regulasi, hukum dan aturan yang memaksanya.

- c. CSR diimplementasikan karena adanya dorongan yang tulus dari dalam (*internal driven*), perusahaan telah menyadari bahwa tanggung jawabnya bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan profit demi kelangsungan bisnisnya, melainkan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Kotler dan Lee (2005) mengidentifikasi enam pilihan program bagi perusahaan untuk melakukan inisiatif dan aktivitas yang berkaitan dengan berbagai masalah sosial sekaligus sebagai wujud komitmen dari CSR. Keenam inisiatif sosial tersebut yaitu:

1. Pertama, *cause promotions* dalam bentuk memberikan kontribusi dana atau penggalangan dana untuk meningkatkan kesadaran akan masalah-masalah sosial tertentu seperti, misalnya, bahaya narkoba.
2. Kedua, *cause-related marketing* bentuk kontribusi perusahaan dengan menyisihkan sepersekian persen dari pendapatan sebagai donasi bagi masalah sosial tertentu, untuk periode waktu tertentu atau produk tertentu.
3. Ketiga, *corporate social marketing* di sini perusahaan membantu pengembangan maupun implementasi dari kampanye dengan focus untuk mengubah perilaku tertentu yang mempunyai pengaruh negative, seperti misalnya kebiasaan berlalu lintas yang beradab.
4. Keempat, *corporate philanthropy* adalah inisiatif perusahaan dengan memberikan kontribusi langsung kepada suatu aktivitas amal, lebih sering dalam bentuk donasi ataupun sumbangan tunai.

5. Kelima, *community volunteering* dalam aktivitas ini perusahaan memberikan bantuan dan mendorong karyawan, serta mitra bisnisnya untuk secara sukarela terlibat dalam membantu masyarakat setempat.
6. Keenam, *socially responsible business practices*, adalah inisiatif perusahaan mengadopsi dan melakukan bisnis tertentu serta investasi yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas komunitas dan melindungi komunitas.

Dazahro (2012) menyatakan bahwa sebuah kegiatan dikatakan termasuk CSR jika memiliki ciri:

- a. *Identifikasi* yakni harus bias memprioritaskan kegiatan tersebut untuk orang-orang yang benar-benar membutuhkan (*needs*) dibanding mementingkan keinginan (*wants*), disini prioritas diberikan untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat untuk masyarakat NTT, hal ini menunjukkan bahwa setiap perusahaan yang juga memiliki komitmen terhadap masyarakat dengan memberikan kontribusi yakni melakukan kegiatan untuk mengatasi kelangkaan air bersih salah satunya di NTT.
- b. *Continuity* yakni kegiatan yang bersifat terus menerus atau berkesinambungan. Hal ini dikarenakan untuk dapat mengubah perilaku dan *mindset* masyarakat tentang pentingnya air bersih sehingga untuk mengubah kedua hal tersebut dibutuhkan jangka waktu yang panjang.
- c. *Empowering* yakni kegiatan yang dilakukan menekankan pada aktivitas pemberdayaan dengan partisipasi penuh masyarakat yang bersangkutan. Perusahaan memberikan penyuluhan untuk membekali masyarakat

dalam pengelolaan kegiatan yang benar. Dalam pengerjaan fisik perusahaan juga melibatkan masyarakat karena tiap dusun memiliki komite yang bertugas memantau pelaksanaan dan pemanfaatan hasil-hasil pembangunan yang dikerjakan.

Contoh lingkup program CSR yang disarikan dari beberapa perusahaan terkemuka adalah: Wibisono (2007 dalam Wicaksono, 2010)

1. Bidang sosial seperti pendidikan/pelatihan, kesehatan, kesejahteraan sosial, kepemudaan, keagamaan dan penguatan kelembagaan.
2. Bidang ekonomi seperti kewirausahaan, pembinaan UKM, agribisnis, pembukaan lapangan kerja, sarana atau prasarana ekonomi, dan usaha produktif lainnya.
3. Bidang lingkungan seperti penggunaan energi secara efisien, proses produksi yang ramah lingkungan, pengendalian polusi, penghijauan, pengelolaan air, pelestarian alam, pengembangan ekowisata, perumahan dan pemukiman.

Terdapat beberapa program CSR yang belum banyak dilakukan perusahaan-perusahaan yang mencakup, Mardikanto (2010):

1. Kegiatan internal perusahaan
  - a. Kegiatan kajian/pengembangan model-model CSR
  - b. Pelatihan petugas untuk pengembangan dan perbaikan mutu CSR
  - c. Pengembangan mutu karyawan (pelatihan, studi banding)

d. Perbaiki kesejahteraan keluarga karyawan (pelatihan/pengembangan kegiatan *income generating*, pendidikan, kesehatan)

2. Perbaiki kesejahteraan masyarakat

Yang dimaksud dengan kesejahteraan masyarakat adalah upaya-upaya perbaikan kesejahteraan (pendidikan, ekonomi produktif) bagi masyarakat disekitar wilayah kerja perusahaan, dan masyarakat di wilayah terkena dampak kegiatan (di kawasan hilir/pesisir)

3. Pengembangan CSR –Centre

Pengembangan CSR-Centre nampaknya sudah mulai dipikirkan untuk dibangun disetiap wilayah (kabupaten/kota, propinsi dan nasional). Yang dimaksud CSR-Centre adalah suatu bangunan yang dapat dimanfaatkan sebagai:

- a. Ruang kantor perwakilan setiap perusahaan yang menjadi anggotanya
- b. Ruang sidang/pertemuan (*convetion hall*)
- c. Ruand display/ pameran kegiatan dan produk-produk CSR
- d. Pusat pendidikan dan pelatihan
- e. Sanggar kesenian
- f. Gelanggang olah raga
- g. Pusat layanan kesehatan khusus
- h. Pusat informasi
- i. Pusat bisnis, utamanya untuk pemasaran produk-produk CSR
- j. Hotel dan restoran

4. Berkontribusi terhadap evolusi masyarakat sipil melalui kemitraan dan pengembangan proyek-proyek sosial.

CSR sebagai tanggung jawab sosial perusahaan memiliki lingkup dalam penerapannya. Adapun lingkup penerapan CSR menurut gagasan dari *Princes of Wales International Forum* terdiri dari lima pilar (Wibisono, 2007). Pertama, upaya perusahaan untuk menggalang dukungan SDM, baik internal (karyawan) maupun eksternal (masyarakat sekitar) dengan cara melakukan pengembangan dan memberikankesejahteraan kepada mereka. Kedua, memberdayakan ekonomi komunitas. Ketiga, menjaga harmonisasi dengan masyarakat sekitar agar tidak terjadi konflik. Keempat, mengimplementasikan tata kelola yang baik. Kelima memperhatikan kelestarian lingkungan.

Tahap-tahap dalam penerapan CSR yang dilakukan perusahaan pada umumnya, Wibisono (2007) yaitu:

- a. Tahap perencanaan. Tahap ini terdiri dari tiga langkah utama yaitu *Awareness building*, *CSR Assessment*, dan *CSR Manual building*. *Awareness building* merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran perusahaan mengenai arti penting CSR dan komitmen manajemen. *CSR Assesment* merupakan upaya 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. Pada tahap membangun *CSR Manual*, perencanaan merupakan inti

dalam memberikan petunjuk pelaksanaan CSR bagi konsumen perusahaan. Pedoman ini diharapkan mampu memberikan kejelasan dan keseragaman pola pikir dan pola tindak seluruh elemen perusahaan guna tercapainya pelaksanaan program yang terpadu, efektif dan efisien.

- b. Tahap implementasi. Pada tahap ini terdapat beberapa poin yang harus diperhatikan seperti pengorganisasian, penyusunan untuk menempatkan orang sesuai dengan jenis tugas, pengarahan, pengawasan, pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan rencana, serta penilaian untuk mengetahui tingkat pencapaian tujuan. Tahap implementasi terdiri dari tiga langkah utama yaitu sosialisasi, pelaksanaan dan internalisasi. Sosialisasi dilakukan untuk memperkenalkan kepada komponen perusahaan mengenai pedoman penerapan CSR. Menurut Wibisono (2007) tujuan utama sosialisasi adalah agar program CSR yang akan diimplementasikan mendapat dukungan penuh dari seluruh komponen perusahaan, sehingga dalam perjalanannya tidak ada kendala serius yang dialami oleh unit penyelenggara. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada dasarnya harus sejalan dengan *roadmap* yang telah disusun. Internalisasi mencakup upaya-upaya untuk memperkenalkan CSR di dalam seluruh proses bisnis perusahaan, misalnya melalui system manajemen kinerja, proses produksi, pemasaran dan proses bisnis lainnya. Melalui upaya ini dapat dinyatakan bahwa penerapan CSR bukan sekedar kosmetik namun telah menjadi strategi perusahaan, bukan lagi sebagai upaya untuk *compliance*, tapi sudah *beyond compliance*.

- c. Tahap evaluasi. Tahap ini perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauh mana efektivitas penerapan CSR. Evaluasi dapat berguna untuk mengetahui kegagalan dan keberhasilan suatu program dan dapat pula dilakukan untuk pengambilan keputusan. Evaluasi dapat dilakukan dengan meminta pihak independen dengan melakukan audit implementasi atas praktik CSR yang dilakukan.
- d. Pelaporan. Pelaporan perlu dilakukan untuk membangun sistem informasi, baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi internal dan relevan mengenai perusahaan.

Indikator yang paling efektif adalah bersifat kualitatif. Menurut Kartini (2009), ada 7 (tujuh) indikator yang sebaiknya digunakan dalam pengukuran indikator kinerja dalam implementasi CSR, yakni :

1. Kepemimpinan (*Leadership*)
  - a. Program CSR dapat dikatakan berhasil jika mendapatkan dukungan dari *top management* perusahaan.
  - b. Terdapat kesadaran filantropik dari pimpinan yang menjadi dasar pelaksanaan program.
2. Proporsi bantuan

CSR dirancang bukan semata-mata pada kisaran anggaran saja, melainkan juga pada tingkat serapan maksimal, artinya apabila areanya luas, maka anggarannya harus lebih besar. Jadi tidak dapat



dijadikan tolok ukur, apabila anggaran besar pasti menghasilkan program yang bagus.

3. Transparansi dan Akuntabilitas

- a. Terdapat laporan tahunan (annual report)
- b. Mempunyai mekanisme audit sosial dan finansial dimana audit sosial terkait dengan pengujian sejauh mana program-program CSR telah dapat ditunjukkan secara benar sesuai kebutuhan masyarakat, perusahaan mendapatkan umpan balik dari masyarakat secara benar dengan melakukan *interview* dengan para penerima manfaat.

4. Perencanaan dan mekanisme monitoring dan evaluasi

- a. Dalam perencanaan perlu ada jaminan untuk melibatkan multi stakeholder pada setiap siklus proyek.
- b. Terdapat kesadaran untuk memperhatikan aspek-aspek lokalitas (*local wisdom*), pada saat perencanaan ada kontribusi, pemahaman dan penerimaan terhadap budaya-budaya lokal yang ada.

5. Pelibatan Stakeholder (*Stakeholders Engagement*)

- a. Terdapat mekanisme koordinasi reguler dengan *stakeholders*, utamanya masyarakat.
- b. Terdapat mekanisme yang menjamin partisipasi masyarakat untuk dapat terlibat dalam siklus proyek.

6. Keberlanjutan (*Sustainability*)

- a. Terjadi alih-peran dari korporat ke masyarakat.

- b. Tumbuhnya rasa memiliki (*sense of belonging*) program dan hasil program pada diri masyarakat, sehingga masyarakat dapat ikut andil dalam menjaga dan memelihara program dengan baik.
- c. Adanya pilihan partner program yang bias menjamin bahwa tanpa keikutsertaan, program bias tetap dijalankan sampai selesai dengan partner tersebut.

#### 7. Hasil Nyata (*Outcome*)

- a. Terdapat dokumentasi hasil yang menunjukkan kekurangannya angka kesakitan dan kematian (dalam bidang kesehatan), atau berkurangnya angka buta huruf dan meningkatkan kemampuan SDM (dalam bidang pendidikan) atau parameter lainya sesuai dengan bidang CSR yang dipilih oleh perusahaan.
- b. Terjadinya perubahan pola masyarakat.
- c. Membedakan dampak ekonomi masyarakat yang dinamis.
- d. Terjadinya penguatan komunitas (*community empowerment*).

#### **D. Faktor Yang Mempengaruhi Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*(CSR)**

Untung (2008) menyatakan bahwa tujuan CSR adalah memperdayakan masyarakat, bukan memperdayai masyarakat. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri, kalau berbicara tentang *Corporate Social Responsibility*, terdapat banyak definisi. Kata sosial sering diinterpretasikan dengan kedermawanan. Padahal CSR terkait dengan *sustainability* dan *acceptability*, artinya diterima dan berkelanjutan untuk berusaha di suatu tempat, dan Anda ingin usaha anda berkelanjutan dalam jangka panjang. Jadi CSR

kebanyakan diukur dari sudut seberapa besar uang yang Anda keluarkan. Sebenarnya bukan uang saja, uang itu hanya sebagian nilai karena ada nilai *intangible*, yaitu sejauhmana perusahaan aktif dan proaktif dengan lingkungan, persoalannya kata sosial sering hanya dipahami sebagai bentuk kedermawanan. Padahal, kedermawanan itu adalah sebagian kecil dari CSR, itu sebabnya ada perusahaan yang hanya mau menggunakan kata *Corporate responsibility* atau CR. *Corporate responsibilities* ada dua. *Pertama*, yang sifatnya kedalam atau internal. *Kedua*, yang sifatnya mengatur keluar atau eksternal. Kalau internal menyangkut transparansi, sehingga ada yang namanya *Good Corporate Governace*. Dikalangan perusahaan publik diukur dengan keterbukaan informasi. *Good Corporate Governace* adalah mekanisme bagaimana sumber daya perusahaan dialokasikan menurut “hak” dan “kuasa”.

*Corporate Social Responsibility* eksternal, menyangkut lingkungan tempat Anda berada. Anda harus memperhatikan kondisi, limbah, maupun partisipasi lainnya. *Stakeholder* Anda di luar dapat dikategorikan, ada masyarakat, pemasok, pelanggan, konsumen, maupun pemerintah. Apabila Anda ingin berbuat sesuatu untuk masyarakat, harus tahu apa yang mereka butuhkan. Bukan apa yang Anda ingin buat. Oleh karena itu, harus terjadi komunikasi sebelum membuat program. CSR itu jauh lebih besar dari kedermawanan yang biasanya lebih karena bencana alam. Tujuan CSR juga bukan untuk memanja, karena akan terjadi pembodohan masyarakat. Jadi CSR tujuannya untuk pemberdayaan, bukan memperdayai. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri.

#### **E. Program-program perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Tidak selamanya kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan dicurigai. Kegiatan yang dilakukan oleh PT Telkom dan dikemas dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berjalan cukup lancar. Dana kemitraan yang disalurkan secara bergulir kepada pengusaha kecil, menengah dan koperasi hingga juni 2007 sudah mencapai 423,5 miliar rupiah, tidak kurang dari 6.031 mitra binaan mendapatkan pelatihan atau kucuran dana dari PT Telkom. Program kemitraan dan bina lingkungan juga melakukan berbagai kegiatan dengan fokus utama di bidang pendidikan, selain melakukan pengadaan infrastruktur internet di 83.000 sekolah dalam program *internetgo to school*, serta menangani yayasan pendidikan, dilakukan pula pelatihan teknologi dan komunikasi untuk 500 guru selama 2006.

CSR, perusahaan memang tidak akan mendapatkan profit atau keuntungan, yang diharapkan dari kegiatan ini adalah Benefit berupa citra perusahaan. Menyadari pentingnya CSR ini pula, PT Kaltim Prima Coal, perusahaan yang bergerak dalam bidang pertambangan batu bara di kabupaten Kutai Timur, Kalimantan Timur menyisihkan 5 juta dollar AS atau sekitar 46,5 miliar rupiah per tahun untuk melakukan berbagai kegiatan, focus kegiatan terutamanya membina masyarakat sekitar hutan sehingga dalam praktiknya menggandeng pengelola Taman Nasional Kutai, selain memberikan pelatihan pertanian organik dikembangkan pula agrowisata dan pembibitan tanaman-tanaman lokal. Masih banyak perusahaan lain yang melakukan CSR dengan beragam bentuk dan sasarannya, hal ini merupakan fenomena positif dilingkungan bisnis, hal ini telah

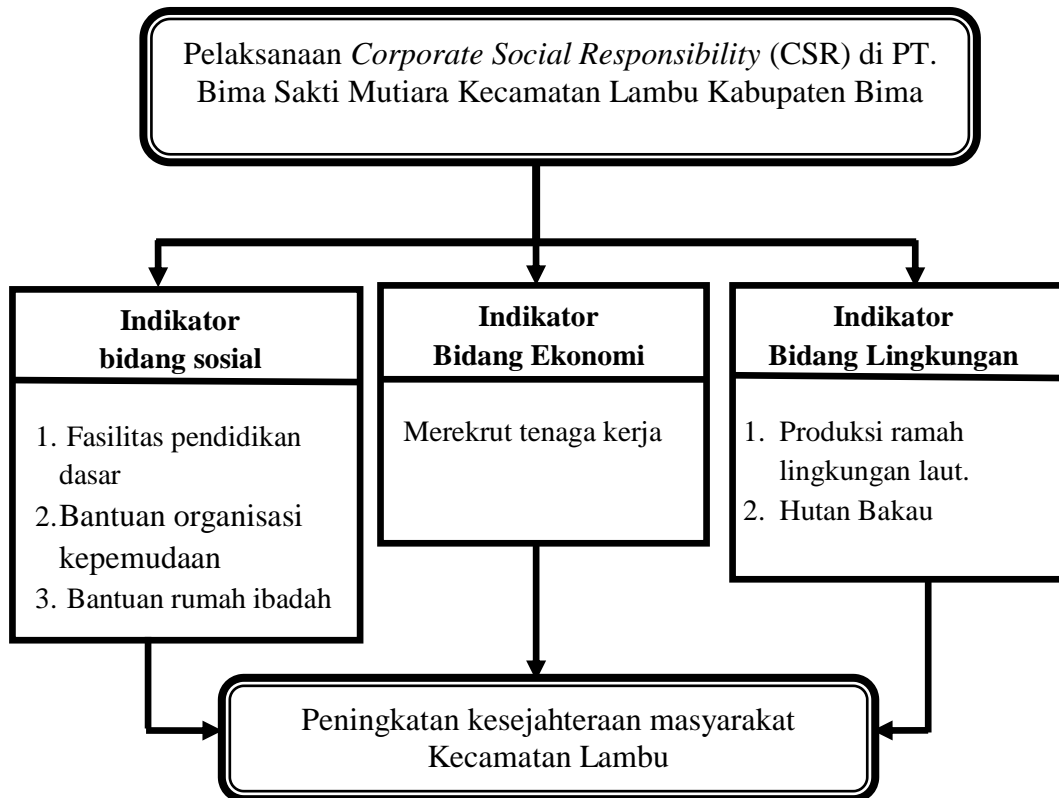
menunjukkan meningkatnya kesadaran bahwa jika perusahaan ingin tumbuh secara berkelanjutan maka perusahaan tidak semata-mata mengejar keuntungan tetapi juga harus menjaga aspek sosial dan lingkungan (Tri Harijono, 2007).

#### **F. Kerangka Pikir**

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan elemen penting dalam kerangka *sustainability*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan bisnis dengan stakeholders, baik secara internal (pekerja, *stakeholders* dan penanam modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain), dimana tidak hanya terbatas pada konsep pemberian bantuan saja, tapi konsepnya bersifat luas dan tidak bersifat statis dan pasif, akan tetapi merupakan hak dan kewajiban yang dimiliki bersama antar *stakeholders*.

Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial yang mencakup aspek ekonomi, sosial budaya dan lingkungan sekitar perusahaan itu beroperasi. Adapun indikator dari pelaksanaan CSR tersebut yaitu: 1) bidang sosial, 2) bidang ekonomi, dan 3) bidang lingkungan. Untuk mengetahui lebih jelas kerangka pikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada bagan berikut ini.

## Bagan Kerangka Pikir



### G. Fokus Penelitian

pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Bima Sakti Mutiara dalam mencapai kesejahteraan masyarakat terdiri atas tiga indikator yaitu (a) Bidang sosial, (b) Bidang ekonomi, (c) Bidang lingkungan.

### H. Deskripsi Fokus Penelitian

1. Bidang sosial yaitu pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bidang sosial kemasyarakatan, berkaitan langsung dengan masyarakat perusahaan itu beroperasi, ini dapat berbentuk seperti (a) fasilitas pendidikan dasar (b) bantuan organisasi kepemudaan (c) bantuan rumah ibadah.

2. Bidang ekonomi yaitu pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti: merekrut tenaga kerja.
3. Bidang lingkungan yaitu pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu: (a) produksi ramah lingkungan laut, (b) hutan Bakau.
4. Peningkatan kesejahteraan masyarakat kecamatan lambu yaitu kondisi terpenuhinya kebutuhan sosial dan spiritual masyarakat agar dapat hidup layak dan mampu melaksanakan fungsi sosialnya

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **H. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2018 sampai bulan Maret 2018 setelah ujian proposal dan penelitian ini berlokasi di PT. Bima Sakti Mutiara Kecamatan Lambu Kabupaten Bima, berdasarkan pada minimnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan belum sepenuhnya pelaksanaan CSR diterapkan pada masyarakat.

#### **I. Jenis dan Tipe penelitian**

##### 1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif yang akan mendeskripsikan data empirik yang memuat gejala sosial dan membutuhkan pemahaman holistik sehingga data yang dianalisis bukan hanya mengungkap hal-hal permukaan saja tetapi juga apa yang ada dibalik pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di PT. Bima Sakti Mutiara .

##### 2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah fenomenologi yaitu peneliti mendeskripsikan pengalaman yang dilakukan dan dialami oleh para informan dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di PT. Bima Sakti Mutiara.



## J. Sumber Data

Tiro (2005), menyebutkan bahwa data merupakan sekumpulan hasil pengamatan atau pengukuran yang diperoleh dari sampel. Data dapat dibedakan atas dua macam yaitu :

1. Data Primer yaitu data yang di peroleh dengan melakukan penelitian langsung terhadap objek penelitian melalui hasil wawancara dari informan serta hasil observasi penelitian berupa informasi dan persepsi serta tanggapan yang berkaitan dengan penelitian ini .
2. Data Sekunder yaitu data yang di peroleh melalui media dengan maksud untuk melengkapi data primer seperti buku, artikel internet dan jurnal ilmiah yang memiliki keterkaitan dengan objek yang diteliti sehingga penelitian lebih akurat.

## K. Informan Penelitian

Untuk memperoleh data guna kepentingan penelitian serta adanya hasil yang representatif, maka diperlukan informan yang memahami dan mempunyai kaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Dalam menentukan informan penelitian digunakan teknik probability sampling.

**Tabel.1. Informan Penelitian**

No	Jabatan	Nama	Samaran	Keterangan
1	Site Manager	Samuel ASoselisa	SA	1
2	Humas/Adm.	Masykur Mf	MK	1
3	Bendahara	Eritzon Mayer	EM	1
4	Camat Lambu	Saikul	SK	1
5	Kepala Desa Lambu	Maskur	MS	1
6	Tokoh Pemuda	Afdoal	AF	3
		Amirulah S.Sos	AM	
		Sandra	SN	
7	Masyarakat	Tamrin	TM	2
		Suherman S.pd	SH	
8	<b>Jumlah</b>			10

## L. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian oleh peneliti yaitu:

### 1. Wawancara (interview) Langsung

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada status masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab langsung di antara dua orang atau lebih berhadapan secara fisik (Setyadin, 2005).

Tujuan dari wawancara ini untuk mengumpulkan data atau informasi penting baik itu mengenai pendapat, keadaan, serta keterangan dari suatu pihak tertentu. Dalam proses wawancara ini peneliti akan melakukan wawancara dengan informan antara lain Site Manager PT. Bima Sakti Mutiara, Humas/Adm. Personalia Bima Sakti Mutiara, Bendahara PT. Bima Sakti Mutiara, Kepala desa Lambu, Camat Lambu, Masyarakat sekitar dan Tokoh pemuda.

### 2. Dokumentasi

Yaitu teknik ini digunakan untuk memperoleh data melalui dokumen (arsip) yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti dan mengambil foto-foto di lokasi penelitian.

### 3. Teknik observasi

Observasi merupakan metode yang paling dasar dan paling tua, karena dengan cara-cara tertentu kita selalu terlibat dalam proses pengamatan

(poerwandari,1998).Teknikini dilakukan untuk mengamati Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di PT. Bima Sakti Mutiara Kecamatan Lambu Kabupaten Bima. Selama masa penelitian, peneliti akan mengamati bagaimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di PT. Bima Sakti Mutiara Kecamatan Lambu Kabupaten Bima.

#### **M. Teknik Analisis Data**

Sugiono (2012) bahwa terdapat beberapa komponen analisis dalam penelitian ini yaitu, pengumpulan data, reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya analisis dilakukan dengan memadukan cara interaktif terhadap komponen tersebut sebagaimana yang diuraikan di bawah ini:

1. Pengumpulan data yaitu peneliti melakukan data hasil studi pendahuluan sebelum ke lapangan dan menganalisis data tersebut untuk keperluan penentuan fokus penelitian dan pengumpulan data setelah di lapangan tentunya dianalisis untuk merangkul dan memilih hal-hal yang pokok yang dianggap relevan melalui reduksi data.
2. Reduksi data yaitu data yang terkumpul atau diperoleh di lapangan tentunya dianalisis untuk merangkul dan memilih hal-hal pokok yang dianggap relevan melalui reduksi data. Data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan dan selanjutnya yang dianggap penting.

3. Penyajian data yaitu setelah data direduksi, peneliti menyajikan teks bersifat naratif atau dalam bentuk tabel dan grafik jika diperlukan agar mudah dipahami.
4. Penarikan kesimpulan yaitu data yang telah disajikan dijadikan dasar untuk melahirkan kesimpulan awal. Kesimpulan tersebut masih bersifat sementara dan akan berubah jika pengumpulan data selanjutnya ditemukan informasi baru dan terverifikasi maka kesimpulan sebelumnya dilakukan penyempurnaan.

#### **N. Pengabsahan Data**

Kredibilitas data sangat mendukung hasil penelitian, oleh karena itu diperlukan teknik untuk memeriksa keabsahan data. Keabsahan data dalam penelitian menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi bermakna silang yakni mengadakan pengecekan akan kebenaran data yang akan dikumpulkan dari sumber data dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang lain serta pengecekan pada waktu yang berbeda yaitu:

##### **1. Triangulasi Sumber**

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber

##### **2. Triangulasi tehnik**

Triangulasi tehnik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan tehnik yang berbeda.

##### **3. Triangulasi waktu**

Untuk itu dalam rangka pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian yang ditanyakan.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **C. Deskripsi Obyek Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum PT. Bima Sakti Mutiara**

Dalam rangka meningkatkan pendapatan dari sub sektor perikanan, pemerintah semakin giat dalam menggalakkan pengembangan usaha sub sektor perikanan. Salah satu jenis usaha sub sektor perikanan yang memanfaatkan sumber daya perairan khususnya perairan laut adalah budidaya mutiara. Kawasan Timur Indonesia (KTI) termasuk gugusan kepulauan Nusa Tenggara Barat memiliki sumber daya perairan laut yang sangat potensial untuk budidaya mutiara.

Himbauan pemerintah ini disambut oleh PT. Bima Sakti Mutiara, yang bermaksud mengembangkan budidaya mutiara di teluk sape, tepatnya di desa Lambu, Kecamatan Lambu, Kabupaten Bima, Propinsi Nusa Tenggara Barat. Dengan dibangunnya Budidaya Mutiara tersebut diharapkan selain dapat menambah devisa negara juga dapat meningkatkan sumber daya manusia yang ada di dalam dan sekitar kawasan pengelolaan budidaya mutiara tersebut.

Kegiatan budidaya mutiara PT. Bima Sakti Mutiara telah dilakukan sejak tahun 1986, hal ini berdasarkan surat Direktur Jenderal Perikanan No.IK. 120/03.575/86K tanggal 29 September 1986 tentang pemberian ijin koordinat daerah usaha budidaya mutiara dan Surat Persetujuan Tetap PMDN No.269/I/PERTANIAN/1992 tanggal 25 Januari 1992 terhitung sejak perusahaan memproduksi komersial pada bulan Desember 1988, untuk daerah usaha teluk Sape

dengan batas koordinat  $08^{\circ} 39' \text{ LS} - 199^{\circ} 08' \text{ BT}$  ;  $08^{\circ} 39' \text{ LS} - 199^{\circ} 01' \text{ BT}$ ,  $08^{\circ} 31' \text{ LS} - 119^{\circ} 01' \text{ BT}$  ;  $08^{\circ} 31' \text{ LS} - 199^{\circ} 04' \text{ BT}$  dan  $08^{\circ} 36' \text{ LS} - 199^{\circ} 08' \text{ BT}$ .

Sejalan dengan permintaan pasar diluar negeri, kebutuhan akan mutiara semakin meningkat. Demikian juga, kegiatan produksi budidaya mutiara PT. Bima Sakti Mutiara terus ditingkatkan dari kapasitas produksi mutiara yang diijinkan sebesar 40.975,15 gram per tahun akan ditingkatkan dengan penambahan kapasitas yang diijinkan sebesar 34.025 gram mutiara atau setara dengan 9.073 momme dan semuanya untuk memenuhi kebutuhan luar negeri. Penambahan kapasitas seperti itu sesuai dengan Surat Perluasan Penanaman Modal Dalam Negeri No.219/II/PMDN /1993 tertanggal 2 Desember 1993 dengan luas lahan sebesar 3 ha meskipun pencadangan luas lahan yang diberikan Gubernur TK I NTB sebesar 5 ha. Mengenai ijin lokasi untuk perluasan rencana usaha dimaksudkan telah diberikan oleh Kantor Pertahanan Kabupaten Bima dengan surat No. 015/IL/BPN/BI/1995 tanggal 1 September 1995.

Berdasarkan persetujuan perluasan usaha penanaman modal dalam negeri No.219/II/PMDN/93, dan ijin lokasi dari Kantor Pertanahan Kabupaten Bima, disebutkan bahwa perluasan rencana usaha dimaksud akan dilakukan dalam bentuk pembangunan laboratorium dan sarana penunjang lainnya sehingga secara keseluruhan usaha budidaya mutiara PT. Bima Sakti Mutiara akan lebih sempurna. Kegiatan yang akan dilakukan di laboratorium sebagian besar sebagai kegiatan dari pembuatan medium, seleksi induk pemijahan, pemeliharaan larva dan spat (kegiatan pembibitan kerang mutiara sebelum dilakukan pemeliharaan spat diperairan).

## **2. Skala usaha dan kegiatan**

Kegiatan budidaya mutiara yang dilaksanakan oleh PT. Bima Sakti Mutiara adalah usaha pembudidayaan siput mutiara yang berlokasi di Solato Lambu seluas 936 Ha dan perairan Tengge desa pai dan perairan Radu desa bala seluas 141 Ha. Disamping kegiatan utamanya budidaya mutiara juga ada kegiatan pendukung yaitu Laboratorium Hatching dan pemeliharaan, dengan kapasitas produksi (mutiara marketable sebesar  $\pm 100$  kg/pertahun dan mutiara unmarketable seberat  $\pm 50$  kg/pertahun)

## **3. Garis Besar Komponen Usaha Atau Kegiatan**

Rencana usaha atau kegiatan pembudidayaan mutiara akan menyebabkan terjadinya beberapa perubahan lingkungan. Kegiatan tersebut mulai dari tahap perencanaan lokasi dalam daerah pembudidayaan mutiara, operasi maupun tahan pasca operasi. Pada setiap tahap kegiatan pembangunan diprediksikan akan memberikan dampak terhadap perubahan lingkungan hidup.

## **4. Tahap pra konstruksi**

Pada tahap pra kegiatan yang dilakukan adalah perencanaan (survey, design, dan pengukuran) meliputi kegiatan : 1) survey pengukuran secara langsung berupa survey gelombang laut, 2) analisis kebutuhan Pembudidayaan Mutiara, 3) design teknik detail tata letak fasilitas penunjang, dan 4) kegiatan pengumpulan data primer dan sekunder. Dampak yang mungkin timbul pada tahap ini adalah berupa keresahan masyarakat (dampak negative).



## 5. Tahap operasi

Totalitas dampak yang ditimbulkan akibat pengoperasian pembudidayaan mutiara dan Laboratorium Hattcery lebih banyak bersifat positif dari pada negatifnya. Dampak positif dapat berupa terciptanya lapangan pekerjaan bagi penduduk yang ada disekitar lokasi budidaya mutiara. Bagi pemerintah daerah dengan adanya budidaya mutiara akan menambah PAD misalnya untuk pajak, biaya perijinan dan retribusi. Sedangkan dampak negatif yang diprediksikan akan timbul adalah kualitas air laut dan meningkatnya gangguan keamanan dan ketertiban masyarakat.

## 6. Fasilitas penunjang

**Tabel 2. Fasilitas penunjang kegiatan penunjang kegiatan Budidaya Mutiara PT. Bima Sakti Mutiara.**

No	Jenis Fasilitas	Satuan/ Kapasitas	Keterangan
1.	Kantor	1 unit	400 m2
2	Gudang Peralatan	2 unit	800 m2
3	Rumah Genset	1 unit	32 m2
4	Sumber Air Sumur	2 unit	Jet pump
5	Pos Jaga	2 unit	32 m2
6	Sarana ibadah (masjid)	1 unit	225 m2
7	Sarana Olahraga	2 unit	Volley ball dan bulu tangkis
8	Sarana Hiburan	1 unit	Televisi
9	Mess Karyawan	1 unit	Kapasitas ± 128 orang
10	SPSI dan Koperasi Karyawan	1 unit	225 m2
11	Dapur dan Rumah Makan	2 unit	300 m2
12	Laboratorium Hattchery	1 unit	400 m2

*Sumber : PT. Bima Sakti Mutiara*

Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa fasilitas penunjang di PT. Bima Sakti Mutiara sudah memiliki fasilitas yang lengkap mulai dari Kantor sampai Laboratorium Hattchery sehingga aktifitas perusahaan berjalan dengan baik.

#### **D. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di PT. Bima Sakti Mutiara**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Terdiri atas tiga indikator: 1) indikator bidang sosial 2) indikator ekonomi 3) indikator bidang lingkungan.

##### **1. Indikator Bidang Sosial**

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bidang sosial kemasyarakatan, berkaitan langsung dengan masyarakat dimana perusahaan itu beroperasi, yaitu: a) bantuan peralatan bermain di TK. Sekar Mutiara b) dana bantuan olahraga c) bantuan renovasi masjid.

##### **1.a Bantuan peralatan bermain di TK Sekar mutiara**

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu kewajiban bagi perusahaan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. Namun, aturan yang mengatur besaran angka yang harus dikeluarkan, baik dari keuntungan atau dari biaya operasional belum ada aturan yang menjelaskan besaran uang terkait dengan ketentuan tentang “kemampuan dan kepatutan” dan bukannya kelayakan dan kepatutan terkait dengan dampak yang ditimbulkan di luar kewajiban yang sudah diatur oleh peraturan/perundangan yang terkait dengan bidang kegiatannya. Sehingga bantuan

yang diberikan oleh PT. Bima Sakti Mutiara kepada TK Sekar Mutiara sesuai kemampuannya.

Terkait dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini di tanggapi oleh Bendahara PT Bima Sakti Mutiara :

“...Oleh karena saat itu Desa Lambu ingin membentuk satu TK akhirnya kami juga punya TK karena TK kami juga sudah tidak aktif maka peralatan tersebut, itu mulai dari bangku, alat-alat untuk main-mainan itu semua kami serahkan kepada TK yang ada di Desa Lambu. Nah, Itu cara pemberiannya kami secara langsung memberikan bantuan tersebut kepada TK yang bersangkutan...” (Wawancara EM, 07 Maret 2018)

Pemberian bantuan kepada TK. Sekar Mutiara berupa bangku dan alat-alat main diberikan secara langsung guna untuk mengaktifkan TK yang ada di Desa Lambu. Hal ini senada dengan dengan penuturan pengajar yang ada di TK Sekar Mutiara

“...Pada dasarnya TK Sekar mutiara inikan berdirinya di BSM, akhirnya BSM memberikan kepercayaan kepada Desa Lambu untuk berdirinya TK Sekar Mutiara ini di Desa Lambu, terus permainannya diberikan semua oleh PT BSM, terutama Alat Permainan (APE) luar, Alat Permainan (APE) dalamnya semuanya dari BSM pada awalnya...” (Wawancara NL, 08 Maret 2018)

Bantuan peralatan yang ada di tk sekar mutiara, hampir semua pada awalnya berasal dari PT. Bima sakti mutiara, bantuan-bantuan yang diberikan berupa alat-alat bermain terutama Alat Permainan (APE) luar dan Alat Permainan (APE) dalam. Pemberian bantuan BSM kepada TK dibenarkan oleh kepala Desa Lambu:

“...Menegenai kependidikan, memang benar TK Sekar Mutiara dibantu oleh PT Bima Sakti Mutiara...” (Wawancara MS, 09 Maret 2018)

Berdasarkan wawancara dengan MS Penulis menyimpulkan bahwa PT. Bima Sakti Mutiara telah melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bentuk bantuan peralatan di TK Sekar Mutiara.

Penjelasan yang sama diberikan oleh informan yang merupakan masyarakat memberikan tanggapannya bahwa:

“...Yang pastinya ada, TK nya memang masih aktif, dan untuk permainan anak-anak kalau dilihat masih ada yang kurangnya, ayun-ayun juga ada, dan jumlah anak TK nya banyak juga gurnya sekitar 4 sampai 5 orang bahkan ada yang datang dari Desa Sumi...” (Wawancara TM 09 Maret 2018)

Berdasarkan hasil observasi penulis selama di lokasi penelitian bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan kewajiban perusahaan berkontribusi untuk masyarakat di sekitar perusahaan itu beroperasi. Dalam hal ini PT. Bima sakti mutiara memberikan peralatan bermain ke TK Sekar Mutiara Desa Lambu :

**Tabel 3. Alat Permainan (APE) TK. Sekar Mutiara Desa Lambu**

Nomor	Alat Permainan (APE)	Jenis Alat Permainan	tahun
1	Alat Permainan (APE) Dalam	1. Balok permainan 2. Pohon angka 3. Puzzel	2010
2	Alat Permainan (APE) Luar	1. Ayunan gandeng 2. Bola dunia 3. Ayunan biasa 4. Timbangan	

Sumber : TK. Sekar Mutiara

Berdasarkan hasil keseluruhan wawancara diatas peneliti mengambil kesimpulan bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bidang sosial pendidikan PT. Bima Sakti Mutiara mengacu kepada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas dimana dalam pemberian

bantuan peralatan bermain di TK. Sekar Mutiara PT. Bima Sakti Mutiara langsung memberikan kepada TK. Sekar Mutiara yang ada di Desa Lambu.

### **1.b Dana Bantuan Olahraga (kepemudaan)**

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap informan mengenai pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bidang sosial, perusahaan memberikan dana bantuan olahraga (kepemudaan), ditanggapi oleh bendahara PT. Bima Sakti Mutiara mengatakan bahwa:

”...Untuk dana bantuan olahraga memang kami prioritaskan Desa Lambu yang artinya secara umum kecamatan dan diluar kecamatan Lambu kami juga tetap memberikan bantuan ya, jadi untuk dana bantuan olahraga tetap kami bantu baik itu bersifat tingkat RT, tingkat Desa, kami tetap bantu tiap tahunnya...” (Wawancara EM, 07 Maret 2018)

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bidang sosial, dalam hal ini pemberian dana bantuan olahraga oleh PT. Bima Sakti Mutiara merupakan hal yang rutin setiap tahunnya di tingkatan Desa, tingkatan Kecamatan maupun diluar Kecamatan.

Penjelasan lanjutan diberikan oleh Camat mengenai pemberian dana bantuan olahraga bahwa:

“...Setiap ada kegiatan-kegiatan kepemudaan yang sifatnya olahraga di tingkatan kecamatan kami pasti tahu itu, dan apalagi ketika mengajukan proposal permohonan bantuan anggaran kepada PT. BSM panitia datang dulu sama kita di sini untuk meminta tanda tangan dari Kecamatan, seperti itu...” (Wawancara SK, 8 Maret 2018)

Koordinasi panitia dengan pemerintah Kecamatan sangat diperlukan, dalam hal ini untuk meminta rekomendasi dari pemerintah Kecamatan sebelum di ajukan ke perusahaan. Dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

mengenai dana bantuan olahraga (kepemudaan) PT. Bima Sakti Mutiara menerima proposal untuk mencairkan anggaran kegiatan.

Senada dengan penjelasan camat Lambu, kepala Desa Lambu juga memberikan penjelasan tambahan bahwa:

“...Kalau bantuan sosial kepemudaan olahraga tiap tahun, dan kesepakatannya tiap tahun ketika ada kegiatan akan tetap di kasih bantuan, kita melakukan komunikasi dengan pimpinan BSM, setiap kegiatan yang ada di Desa Lambu PT BSM harus bisa membantu kegiatan tersebut...” (Wawancara MS, 09 Maret 2018)

Dengan adanya bantuan dana olahraga (kepemudaan) ini, sangat membantu kegiatan-kegiatan kepemudaan yang ada di kecamatan Lambu. Namun dalam prosedur pencairan anggarannya panitia pelaksana kegiatan harus mengajukan permohonan bantuan lewat proposal kegiatan agar jelas pelaporan yang akan dilakukan oleh perusahaan setiap tahunnya.

Penjelasan tambahan juga diberikan oleh tokoh pemuda yang pernah menjadi ketua panitia pelaksana LANTA CUP di Desa Lanta Kecamatan Lambu mengakui bahwa:

“...Sebenarnya dari dulu PT. BSM memberikan bantuan-bantuan terhadap masyarakat sekitar, kebetulan juga kemari saya sempat menjadi ketua panitia bola antara club di LANTA CUP yang pesertanya bukan saja club dari Kecamatan Lambu melainkan juga dari Kecamatan Sape, PT BSM memberikan bantuan dan sangat membantu dalam pelaksanaan kegiatan waktu itu...” (Wawancara AM, 14 Maret 2018 )

Bantuan-bantuan perusahaan atau pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap masyarakat sekitar perusahaan sebenarnya sudah lama dilakukan oleh PT. Bima Sakti Mutiara dan itu sangat membantu masyarakat dan dapat memberikan citra yang positif terhadap perusahaan.

Penjelasan lebih lanjut ditambahkan pula oleh masyarakat yang menjelaskan bahwa:

“...Adanya bantuan-bantuan seperti ini sangat membantu dalam kegiatan-kegiatan pemuda, namanya juga permohonan kita harus sabar untuk menunggu proposal itu dicairkan oleh perusahaan...” (Wawancara, DL )

Pemberian dana bantuan olahraga (kepemudaan) yang dilakukan oleh PT. Bima Sakti Mutiara sangat membantu masyarakat sekitar khususnya kegiatan-kegiatan olahraga kepemudaan. Dalam pemberian bantuan dana olahraga tersebut biasanya harus lewat proposal kegiatan, berkoordinasi dengan pemerintah setempat sangat diperlukan dalam meminta rekomendasi. Hal ini sesuai dengan data yang diperoleh di PT. Bima Sakti Mutiara sebagai berikut:

**Tabel 4. Laporan sumbangan/bantuan olahraga (kepemudaan)PT. Bima Sakti Mutiara tahun 2016**

No	Nama kegiatan	Tahun	Wilayah	Nominal
1	Turnamen Sepak Bola Mini	29-januari 2016	Desa Kaleo dan Monta Baru	1.000.000
2	Sepak Bola Antar RT	20-Mei-2016	Desa Lambu	2.000.000
3	Lomba Tenis Meja	13-agustus-2016	Kec. Sape dan Lambu	1.000.000
4	Transportasi Sepak Bola	25-Agustus-2016	Desa lambu	2.000.000
5	Transportasi Sepak Bola	04-Oktober-2016	Desa lambu	2.500.000
6	Karang Taruna Cup	04-November-2016	Kala jena kec. Wera	1.500.000
7	Turnamen sepak bola dan <i>volley ball</i>	17-Desember 2016	Desa Lanta	750.000
<b>Jumlah</b>				<b>10.750.000</b>

*Sumber : PT. Bima Sakti Mutiara*

**Tabel 5. Laporan sumbangan/bantuan olahraga (kepemudaan) PT. Bima Sakti Mutiara tahun 2017**

No	Nama kegiatan	Tahun	Wilayah	Nominal
1	sepak bola mini antar RW se Desa Sumi dan Rato	27-Januari-2017	Desa Rato	1.500.000
2	Bola mini antar SD/SMP	01-Maret-2017	Desa Sangga	500.000
3	Sepak Takraw	04-Mei-2017	Desa Lanta	500.000
4	Sepak bola antar RT	20-Juli-2017	Desa Lambu	2.500.000
	Lanta Cup	29-juli-2017	Desa Lanta	1.250.000
5	Karang taruna/Club bola	29-juli-2017	Desa Nggelu	400.000
<b>Jumlah</b>				6.650.000

Sumber : PT. Bima Sakti Mutiara

**Tabel 6. Laporan sumbangan/bantuan olahraga (kepemudaan)PT. Bima Sakti Mutiara tahun 2018**

No	Nama kegiatan	Tahun	Wilayah	Nominal
1	Sepak bola	12-Januari-2018	Lanta Barat	1.000.000
<b>Jumlah</b>				1.000.000

Sumber : PT. Bima Sakti Mutiara

Berdasarkan keseluruhan wawancara diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa PT. Bima Sakti Mutiara telah melaksanakan tanggungjawab sosialnya yang menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007, aktif dalam memberikan dana bantuan olahraga (kepemudaan) di tingkatan Desa yang ada di Kecamatan Lambu maupun tingkatan Kecamatan.

### **1.cBantuan Renovasi Masjid**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara



keseluruhan pada masyarakat. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap informan mengenai pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bidang sosial, perusahaan memberikan bantuan renovasi masjid ditanggapi oleh Humas PT. Bima Sakti Mutiara bahwa:

“...Kalau bantuan2 keagamaan terutama masuknya proposal tentang renovasi Masjid pasti di cairkan anggaranya...” (Wawancara MK, 10 Maret 2018)

Bantuan renovasi masjid merupakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) wajib yang diberikan oleh perusahaan, ini masuk dalam kategori bantuan-bantuan keagamaan yang diprioritaskan oleh perusahaan yang pasti dicairkan oleh perusahaan.

Selanjutnya dijelaskan oleh bendahara PT. Bima Sakti Mutiara mengenai bantuan renovasi masjid bahwa:

“...Ya bantuan renovasi Masjid sama seperti olahraga, kami prioritaskan Desa Lambu. Secara umum Kecamatan Lambu tetap kami perhatikan yang artinya bantuan ini melalui permohonan, proposal, jadi bantuan ini berdasarkan proposal ya dan dijadikan arsip perusahaan...” (Wawancara EM, 07 Maret 2018)

Bantuan renovasi masjid dilakukan oleh PT. Bima Sakti Mutiara, tentunya merupakan bantuan yang sifatnya keagamaan dan diprioritaskan. Dalam mekanisme pencairan anggaran renovasi masjid biasanya melalui proposal yang selanjutnya dijadikan arsip perusahaan.

Senada dengan penjelasan bendahara PT. Bima Sakti Mutiara, kepala desa Lambu juga memberikan penjelasan bahwa:

“...Bantuan renovasi masjid terus MTQ tingkat Desa tiap tahun, setiap ada kegiatan di Desa Lambu ini PT. Bima Sakti Mutiara minta proposal atau surat dari Desa, ketika proposal atau surat dari Desa kita ajukan ke BSM maka mereka akan ngasih bantuan, seperti itu...” (Wawancara MS, 09 Maret 2018)

Bantuan keagamaan yang diberikan oleh PT. Bima Sakti Mutiara bukan hanya saja bantuan renovasi masjid, melainkan lebih dari itu ketika ada kegiatan-kegiatan keagamaan yang ada di Kecamatan Lambu Khususnya mauapun diluar Kecamatan Labmu pasti anggarannya di cairkan dan tetap menjadi prioritas.

Penjelasan tambahan juga diberikan kembali oleh salah seorang pemuda sebagai pengurus REMAS (Remaja Masjid) di desa Lanta yang menyatakan bahwa:

“...Iya, PT. BSM memang sering membantu kita, bukan saja mengenai renovasi masjid, kegiatan kegiatan keagamaanpun di bantu oleh PT. BSM, baik itu MTQ ataupun Syafari Ramadhan, biasanya kita melakukan Syafari Ramadhan itu setiap tahun dan kita mengajukan proposal atau List Donatur ke BSM...” (Wawancara AF, 20 Maret 2018)

Melalui wawancara diatas, kemauan masyarakat sangat diperlukan untuk mengajukan proposal atau List Donatur ke PT. Bima Sakti Mutiara, baik itu proposal bantuan renovasi masji ataupun kegiatan kegiatan keagamaan lainnya. Sehingga hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat tetap terjaga dan tetap kondusif.

Penjelasan selanjutnya diberikan oleh masyarakat yang menjadi panitia pembangunan Masjid Al-Marhamah Desa Soro-Melayu yang menyatakan bahwa:

“...Memang benar PT. BSM memberikan bantuan, sudah dua sampai tiga kali kami memasukan proposal pembangunan masjid ke situ, terakhir pada awaltahun kemarin namum belum cair...” (Wawancara )

Kesadaran masyarakat dan perusahaan disini sangat diperlukan untuk mempengaruhi pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dijalankan oleh PT. Bima Sakti Mutiara. Sehingga jika kesadaran dari masyarakat dan perusahaan maka pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) akan lebih mudah dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil observasi penulis selama di lokasi penelitian bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan kewajiban perusahaan berkontribusi untuk masyarakat di sekitar perusahaan itu beroperasi. Bukan hanya saja bantuan renovasi masjid, melainkan bantuan-bantuan keagamaan lainya seperti, MTQ tingkat desa dan kecamatan yang ada di Kecamatan Lambu. Perusahaan tidak akan bisa berdiri tanpa persetujuan dari masyarakat yang berada di sekitar lokasi tersebut. Ini merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

Berdasarkan hasil keseluruhan wawancara diatas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam hal ini kegiatan-kegiatan yang bersifat keagamaan terutama pemberian bantuan renovasi masjid telah dilakukan oleh PT. Bima Sakti Mutiara melalui pengajuan proposal. Hal ini sesuai dengan data tiga tahun terakhir bantuan yang diberikan oleh perusahaan.

**Tabel 7. Laporan sumbangan/bantuan renovasi masjid PT. Bima Sakti Mutiara tahun 2016**

No	Nama Masjid/Musholah	Tahun	Wilayah	Nominal
1	Musholah Darul Arqam	29-Januari-2016	Desa Soro	1.000.000
2	Masjid Al-Marhamah	05-September-2016	Desa Soro	2.000.000
<b>Jumlah</b>				3.000.000

Sumber : PT. Bima Sakti Mutiara

**Tabel 8. Laporan sumbangan/bantuan renovasi masjid PT. Bima Sakti Mutiara tahun 2017**

No	Nama Masjid/Musholah	Tahun	Wilayah	Nominal
1	Masjid AT. Taqwa	01-April-2017	Kota Bima	1.000.000
2	Masjid Raudatul Janah	01-April-2017	Desa Tengge Keamatan Wera	1.000.000
3	Masjid Nurul Hidayah	11-April-2017	Desa Bajo pulo Kecamatan Sape	1.000.000
4	Masjid AL Muhajidin	11-April-2017	Desa Sumi	1.000.000
5	Musholah AT Taubah	11-April-2017	Desa Sumi Kecamatan Lambu	1.000.000
6	Masjid AL Hidayah	11-April-2017	Desa Sangiang Kecamatan Sape	1.000.000
7	Musholah Nanga nuri	11-April-2017	Desa Sangiang Kecamatan Sape	1.000.000
<b>Jumlah</b>				7.000.000

Sumber : PT. Bima Sakti Mutiara

**Tabel 9. Laporan sumbangan/bantuan renovasi masjid PT. Bima Sakti Mutiara tahun 2018**

No	Nama Masjid/Musholah	Nominal	Wilayah	Tahun
1	Pembangunan Musholah Al-Ikhlash		Desa bugis Kecamatan Sape	25-Januari-2018
2	Masjid Al Rahman		Desa Soro	16-Maret-2018

Sumber : PT. Bima Sakti Mutiara

## 2. Indikator Bidang Ekonomi

Indikator bidang ekonomi adalah Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk menciptakan hubungan yang serasi dan selaras dengan masyarakat sekitar lokasi perusahaan melalui a) merekrut tenaga kerja.

### Merekrut Tenaga Kerja

Sebagai perusahaan yang merekrut tenaga kerja dan mengurangi angka penganggura dijelaskan oleh Site Manager PT. Bima Sakti Mutiara bahwa:

“...Ya... jadi merekrut tenaga kerja, sejak berdirinya perusahaan di tahun 1986 memang itukan masih dibawah naungan kecamatan Sape, ya karena saat itu Lambu masih merupakan dusun. Perekrutan kami tetap melakukan secara umum, jadi untuk Lambu ini disebut sebagai Desa definitif itu memang prioritas besar kepada warga setempat, jadi dari sekian persen jumlah tenaga kerja 60% sampai 70% itu kami menggunakan tenaga yang lebih banyak itu Desa Lambu tapi umumnya yang ada di Kecamatan Lambu ini, nah sisa 30% itu kita rekrut dari Desa-desa yang lain diluar dari pada kecamatan Lambu...” (Wawancara SA, 12 Maret 2018)

Berdasarkan wawancara denga SA Penulis dapat menyimpulkan bahwa indikator ekonomi dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu perekrutan tenaga kerja tetap dilakukan secara umum. Jadi dari sekian jumlah tenaga kerja 60% sampai 70% menggunakan tenaga kerja dari desa Lambu dan Kecamatan Lambu pada umumnya..”

Senada dengan penjelasan Site Manager, Humas juga memberikan penjelasan tambahan bahwa:

“...Yang terus-terang aja sekarang ini yang diutamakan adalah Kecamatan Lambu, khususnya Desa Lambu. Misalnya 10 orang itu yang diterima oleh perusahaan minimal 5,6,7 baru orang dari Kecamatan lain. Kalau masalah tenaga kerja kemarin kami rekrut sampai 10 orang dan

setiap Desa yang ada di Kecamatan Lambu pasti ada...” (Wawancara MK, 10 Maret 2018)

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam indikator bidang ekonomi yaitu merekrut tenaga kerja oleh perusahaan, perusahaan sangat memprioritaskan Desa Lambu Khususnya dan Kecamatan Lambu pada umumnya baru kemudian Kecamatan-Kecamatan lain diluar Kecamatan Lambu.

Senada dengan penjelasan Humas diatas, Kepala Desa Lambu juga menjelaskan bahwa:

“..Mengenai ekonomi, ketenagakerjaan memang prioritas Desa Lambu terus selanjutnya ke Kecamatan Lambu. Kalau tenaga kerja kemarin pemerintah Desa bersama pihak perusahaan, tenaga kerjanya 70% yang diutamakan adalah masyarakat Desa Lambu dan selanjutnya masyarakat Kecamatan Lambu dan Kecamatan Sape. Itu perjanjian yang pernah kita sepakatin dengan pimpinan BSM, bahkan mereka sudah tawarkan untuk budi daya Larfa, tapi masyarakatnya ada rencana untuk berkelompok...” (Wawancara MS, 09 Maret 2018)

Berdasarkan hasil wawancara MS diatas, prioritas perekrutan tenaga kerja di desa Lambu khususnya dan Kecamatan Lambu pada umumnya merupakan sebuah kesepakatan antara perusahaan yang beroperasi di wilayah tersebut dengan pemerintah Desa Lambu yang memiliki wilayah, agar terciptanya suasana yang harmonis antara perusahaan dengan pemerintah atau masyarakat sekitar perusahaan.

Senada dengan penjelasan kepala desa juga ditanggapi oleh salah satu tokoh pemuda yang ada di desa Lambu bahwa:

“...Sudah seharusnya perusahaan yang beroperasi disekitar wilayah ini memprioritaskan tenaga lokal sebagai karyawan, kemarin kami juga terlibat dalam musyawarah dengan Pemeintah Desa dengan perusahaan untuk membicarakan terkait persoalan itu dengan kesepakatan bahwa

Desa Lambu dan Kecamatan Lambu tetap diutamakan, kemudian akan pula didorong dalam bentuk PERDES terkait tanggung jawab sosialnya, kontribusinya setiap tahun yang akan masuk ke kas Desa dan sebagainya yang berkaitan dengan perbaikan kualitas kehidupan masyarakat sekitar perusahaan...” (Wawancara SN, 16 Maret 2018)

Berdasarkan wawancara dengan SN diatas Penulis dapat menyimpulkan bahwa perekrutan tenaga kerja lokal merupakan keharusan bagi perusahaan. Hal ini berdasarkan kesepakatan antara perusahaan dengan pemerintah desa dan stakeholder lainnya.

Berdasarkan hasil observasi penulis selama di lokasi penelitian bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bima Sakti Mutiara dalam hal merekrut tenaga kerja yaitu dilakukan secara umum, perusahaan memprioritaskan tenaga yang ada di desa lambu dan kecamatan lambu pada umumnya. Dalam ikut mendorong dan ikut mewujudkan hubungan industrial yang harmonis, dinamis dan berkeadilan yang berdasarkan pancasila PT. Bima Sakti Mutiara mendapat penghargaan dari Dinas Tenaga kerja dan Transmigrasi Kabupaten Bima sebagai perusahaan berkategori terbaik III berdasarkan amanat Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketengakerjaan pasal 175 Ayat (1) dan (2). Penjelasan tambahan juga diberikan oleh masyarakat mengenai merekrut tenaga kerja bahwa:

“...Kalau dilihat dari karyawannya, banyak orang Lambu, laki-laki perempuan banyak, jadi tergantung ada yang lamar dan juga kalau ada diluar Lambu diterima begitupu kalau ada orang Lambu yang lamar diterima...” (Wawancara TM 09 Maret 2018)

Menurut Sumaryono (2009) konsep tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu pendekatan perubahan atau pengembangan atau pengembangan

masyarakat khususnya peningkatan sumber daya manusia. Pendekatan ini dimaksudkan agar masyarakat terlibat atau menjadi bagian dari perusahaan dan menikmati manfaat dari keberadaan perusahaan yang berada di sekitar wilayah perusahaan.

Berdasarkan hasil keseluruhan wawancara diatas peneliti mengambil kesimpulan bahwa prioritas perekrutan tenaga kerja di desa Lambu khususnya dan Kecamatan Lambu pada umumnya merupakan sebuah kesepakatan antara perusahaan yang beroperasi di wilayah tersebut dengan pemerintah Desa Lambu dan masyarakat pada umumnya yang memiliki wilayah dan akan dimusyawarahkan menjadi PERDES di desa Lambu sebagai lokasi tempat perusahaan itu beroperasi. Peran aktif pemerintah desa dan pemuda dalam mengontrol aktivitas perusahaan dalam hal ini adalah rekrutmen tenaga kerja menjadi penting.

### **3. Indikator Bidang Lingkungan**

Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) di bidang lingkungan adalah terciptanya kondisi lingkungan yang aman dan bersih baik bagi perusahaan maupun masyarakat melalui: a) proses produksi ramah lingkungan b) hutan bakau

#### **3.a Proses produksi ramah lingkungan laut**

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam hal proses produksi ramah lingkungan laut dijelaskan oleh Site Manager PT. Bima Sakti Mutiara bahwa:

“...Kalau untuk poroses produksi ramah lingkungan laut, tidak ada kerusakan alam dan aman, bukan di suntik, yang dimaksud itu nukleus,



nukleus itu adalah salah satu benda kecil. Jadi kalau mutiara alam itu dia bisa jadi mutiara karena kemasukan pasir ke dalam situ, pasir itu dia merasa luka sehingga pasir itu akan dibungkus dengan lendir. Sehingga lama-lama jadi mutiara alam, jadi yang dimaksud mutiara alam itu bukan disuntik, kami nyuntik itu masukin ada butiran seperti peluru softgan, itu kita masukin kedalam siput, cangkangnya kita paksa buka kemudian masukin kedalam situ, yaudah, nukleus itu yang akan dibungkus pakai lendirnya sampai dia jadi mutiara..." (Wawancara SA, 12 Maret 2018)

Berdasarkan wawancara dengan ST penulis dapat menyimpulkan bahwa indikator bidang lingkungan dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR), tidak ada kerusakan alam dan aman dan yang dimaksud dengan proses penyuntikan di dalam siput itu adalah salah satu proses dalam produksi mutiara yang dilakukan oleh PT. Bima Sakti Mutiara untuk memasukan bahan bernama nukleus dan tidak ada bahan kimia didalamnya.

Penjelasan selanjutnya diberikan oleh bendahara PT. Bima sakti mutiara yang menyatakan bahwa:

"...Ya.. sepengetahuan saya sangat ramah lingkungan, karena kami tidak merusak alam, bahkan justru kami menjaga dan melestarikan lingkungan, ya karena kami butuh alam atau lingkungan itu yang bersih, nah kalau lingkungan tidak bersih terjadi pencemaran ya tentu kami juga tidak bisa melakukan suatu kegiatan perusahaan tersebut..." (Wawancara EM, 07 Maret 2018)

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bidang lingkungan yaitu perusahaan melakukan produksi ramah lingkungan laut bukan hanya dalam arti melakukan aktivitas perusahaan dan memanfaatkan laut saja melainkan pula menjaga lingkungan laut dari pencemaran lingkungan. Lingkungan yang bersih dan bebas dari pencemaran merupakan komitmen perusahaan dalam aktivitas perusahaan, tanpa lingkungan laut yang bersih perusahaan tidak bisa melakukan kegiatan produksi perusahaan tersebut.

Senada dengan penjelasan diatas, Humas memberikan penjelasan bahwa:

“...Untuk proses produksi ramah lingkungan laut tetap terjaga, produksinya insya allah tidak ada gangguan, justru proses produksi kami melindungi terumbu karang yang ada dan tidak ada pencemaran lingkungan untuk proses produksinya...” (Wawancara MK, 10 Maret 2018)

Proses produksi ramah lingkungan laut dapat diartikan sebagai aktivitas perusahaan dalam menjaga pencemaran lingkungan laut. Melalui kualitas lingkungan laut yang bersih dan terbebas dari pencemaran limbah-limbah perusahaan dapat menjaga kualitas mutiara yang dihasilkan oleh perusahaan. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bidang lingkungan dalam proses produksi ramah lingkungan laut di PT. Bima Sakti Mutiara Kecamatan Lambu Kabupaten Bima, hal ini disampaikan oleh kepala desa Lambu yang menyatakan bahwa:

“...Sejauh yang saya ketahui kalau untuk pencemaran lingkungan Alhamdulillah tidak ada gangguan dan tidak ada dampak buruk..” (Wawancara MS 10, Maret 2018)

Melalui wawancara dengan MS penulis dapat menyimpulkan bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam proses ramah lingkungan laut tidak ada dampak buruk yang diakibatkan, justru menjaga lingkungan laut sekitar operasi budidaya mutiara tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan perlunya tanggungjawab perusahaan dalam menjaga lingkungan laut. Dimana pada umumnya proses produksi budidaya tiram mutiara membutuhkan lingkungan laut yang bersih dan terbebas dari limbah, baik yang diakibatkan oleh perusahaan

maupun masyarakat pada umumnya yang memanfaatkan laut sekitar operasi perusahaan.

Senada dengan penjelasan diatas, masyarakat juga menjelaskan bahwa:

“...nggak ada pengaruh untuk lingkungan, cuman nggak bebas nelayan dekat dengan wilayah perusahaan aja dilarang sama perusahaan...”  
(Wawancara TM 09 Maret 2018)

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disadari pentingnya sosialisasi dari pihak perusahaan kepada masyarakat khususnya nelayan agar tidak terlalu dekat dengan wilayah operasi perusahaan karena proses produksi tiram mutiara membutuhkan suasana laut yang tenang dan bersih.

Penjelasan diberikan oleh tokoh pemuda yang menjelaskan bahwa:

“...sejauh yang saya ketahui tidak ada pencemaran lingkungan disitu, dan perusahaan juga harus ada ketegasan melarang dan melakukan pemberitahuan kepada masyarakat sekitar untuk tidak membuang sampah dan sebagainya disitu...” (Wawancara SN, 16 Maret 2018)

Dalam kutipan wawancara diatas, dapat dilihat bahwa pentingnya pemberitahuan dari PT. Bima Sakti Mutiara kepada masyarakat, untuk menghindari terjadinya pencemaran lingkungan dari aktifitas masyarakat. Sehingga perusahaan dan masyarakat dapat secara bersama-sama menjaga lingkungan laut sekitar operasi perusahaan maupun diluar wilayah operasi perusahaan.

Berdasarkan keseluruhan wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bima Sakti Mutiara dalam bidang lingkungan perusahaan menciptakan kondisi yang kondusif di

lingkungan laut diantaranya perusahaan melakukan proses produksi ramah lingkungan laut yaitu perusahaan yang memproduksi tiram mutiara dan tetap menjaga kebersihan dan kualitas lingkungan laut dari pencemaran, baik itu dari perusahaan sendiri maupun dari aktifitas masyarakat sehingga aktifitas perusahaan berkelanjutan.

### **3.b Hutan bakau**

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di bidang lingkungan yaitu penanaman hutan bakau oleh perusahaan agar menjaga kelestarian lingkungan disekitar lokasi operasi perusahaan. Berikut penjelasan Site Manager PT. Bima Sakti Mutiara bahwa:

“...Hutan bakau kita sudah nanam kemarin dan ada juga hutan bakau yang sudah besar yang diluar lokasi dan jaraknya tidak terlalu jauh dari perusahaan kita jagaain dari penebangan yang dilakukan oleh masyarakat sekitar...” (Wawancara SA, 12 Maret 2018)

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bidang lingkungan memberikan nilai yang positif khususnya dalam menjaga kelestarian alam disekitar lingkungan perusahaan, hal ini dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Bima Sakti Mutiara kecamatan Lambu Kabupaten Bima yang ikut menjaga keberadaan hutan bakau disekitar lokasi perusahaan dari penebangan liar yang dilakukan oleh masyarakat sekitar. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan masyarakat yang mengatakan bahwa:

“...Kalau hutan bakau berada di dalam sana dan juga tidak pernah melihat masyarakat yang menebang, itu dilindungi begitu juga masyarakat...” (Wawancara TM 09 Maret 2018)

Berdasarkan wawancara dengan TM penulis dapat menyimpulkan bahwa Undang-Undang No 40 Tahun 2007 sangat pro terhadap masyarakat dan lingkungan, hal ini karena adanya kepatutan dari perusahaan khususnya dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan di PT. Bima Sakti Mutiara Kecamatan Lambu Kabupaten Bima. Senada dengan penjelasan sebelumnya Humas PT. Bima Sakti Mutiara menjelaskan bahwa:

“...Iya, kemarin kami sudah menanam hutan bakau untuk melindungi keberadaan pantai, disamping itu juga memang sudah ada hutan bakau yang sudah tumbuh besar yang bukan ditanam oleh perusahaan, karena keberadaannya di sekitar lokasi perusahaan sehingga pemerintah merekomendasikan kepada perusahaan untuk menjaga dari gangguan masyarakat yang ingin memanfaatkannya secara pribadi..” (Wawancara MK, 10 Maret 2018)

Di samping perusahaan sudah melakukan penanaman hutan bakau, perusahaan juga melakukan perlindungan terhadap hutan bakau yang sudah tumbuh besar diluar perusahaan dari penebangan liar yang dilakukan oleh pihak yang ingin memanfaatkannya secara pribadi, hal ini dilakukan untuk menjaga kelestarian lingkungan sekitar.

Penjelasan yang berbeda diberikan salah seorang informan yang merupakan Kades Lambu bahwa:

“...Kalau penanaman pohon bakau itu tumbuh sendiri, selama ini mereka belum melakukan penanaman tambahan...” (Wawancara MS 10, Maret 2018)

Dalam kutipan wawancara di atas, dapat dilihat pentingnya sosialisasi dan kerja sama yang dilakukan oleh PT. Bima Sakti Mutiara dengan pemerintah dan masyarakat untuk menjaga keberadaan hutan bakau, baik yang sudah ada maupun yang baru ditanam untuk menjaga kelestarian alam sekitar.

Berdasarkan hasil observasi penulis selama di lokasi penelitian bahwa dalam bidang lingkungan, perusahaan kurang mensosialisasikan kepihak lain untuk melakukan kerja sama khususnya penanaman hutan bakau. Masyarakat maupun pemerintah setempat lewat penanaman hutan bakau mereka memiliki tanggung jawab bersama dalam menjaga kelestarian lingkungan laut. Penjelasan tambahan diberikan oleh bendahara PT. Bima Sakti Mutiara mengenai hutan bakau bahwa:

“....Ya.. secara umum ya... kami juga tidak tahu jalan cerita dari dulu ya, apakah itu pemerintah atau tumbuh sendiri. Cuma.. Hutan bakau memang ada di dalam wilayah lokasi PT. BSM, dengan adanya hutan bakau tersebut dan adanya saran dari pemerintah untuk menjaga maka kami juga berusaha menjaga dan melindungi hutan bakau tersebut dari masyarakat yang ingin memotong atau mengambil bakau tersebut, jadi kami berusaha menjaga itu. Nah... disamping kami dapat itu sudah jadi dan kami juga sudah berusaha menanam kurang lebih seribu pohon, itu sudah kami lakukan juga di sekitar area lokasi kita juga, ya untuk menjaga jangan sampai terjadi abrasi dilaut sehingga membuat pasir menjadi terkikis, jadi itu tujuannya kita menanam...” (Wawancara EM, 07 Maret 2018)

Dalam undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 pasal 3 ayat1, dinyatakan bahwa penanaman modal diselenggarakan berdasarkan berkelanjutan dan berwawasan lingkungan, selaras dengan asas tersebut maka pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) baik proses produksi ramah lingkungan laut maupun penanaman hutan bakau merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil keseluruhan wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bidang lingkungan dilihat dari perusahaan yang melindungi dan melakukan penanaman hutan bakau untuk menjaga jangan sampai terjadi abrasi dilaut sehingga membuat

pasir menjadi terkikis. Perusahaan berpedoman pada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat 1 Tentang perseroan Terbatas dimana perusahaan yang menjalankan di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Wawancara diatas didukung oleh data yang diperoleh di PT. Bima sakti mutiara berdasarkan jenis dan jumlah bakau yang di tanam sebagai berikut:

**Tabel 10. Penanaman Hutan bakau PT. Bima Sakti Mutiara**

<b>No</b>	<b>Jenis bakau</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Tahun</b>
1	Rhizophora	1.000 pohon	2016

*Sumber : PT. Bima Sakti Mutiara*

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Bima Sakti Mutiara Kecamatan Lambu Kabupaten Bima

1. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Bima Sakti Mutiara dalam bidang sosial yaitu (a) Bantuan Peralatan Bermain Di TK Sekar Mutiara. PT. Bima Sakti Mutiara langsung memberikan peralatan bermain ke Tk Sekar Mutiara yang ada di Desa Lambu, baik itu Alat Permainan (APE) dalam maupun Alat Permainan (APE) luar. (b) Dana Bantuan Olahraga (kepemudaan) PT. Bima Sakti Mutiara rutin memberikan bantuan setiap tahunnya. (3) Bantuan Renovasi Masjid merupakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diberikan oleh perusahaan, ini masuk dalam kategori bantuan-bantuan keagamaan yang diprioritaskan oleh perusahaan.
2. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Bima Sakti Mutiara dalam bidang Ekonomi yaitu (a) Merekrut Tenaga Kerja yaitu dilakukan secara umum, perusahaan memprioritaskan tenaga yang ada di Desa Lambu dan kecamatan lambu pada umumnya baru kemudian diluar kecamatan Lambu.



3. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Bima Sakti Mutiara dalam bidang Lingkungan yaitu (a) Proses Produksi Ramah Lingkungan Laut dimana perusahaan melakukan aktivitas produksi dan tidak terlalu memberikan dampak negatif terhadap lingkungan laut. (b) Hutan Bakau dimana selain menjaga hutan bakau yang sudah tumbuh besar diluar perusahaan dari penebangan liar, perusahaan juga sudah menanam 1000 pohon bakau di sepanjang pantai dilokasi perusahaan.

## **B. Saran**

1. Hendaknya PT. Bima Sakti Mutiara memprogramkan program-program yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat (pemberdayaan nelayan, pembudidayaan larva)
2. Kiranya PT. Bima Sakti Mutiara dalam pelaksanaan tanggung jawab sosialnya meningkatkan kerja sama dengan unsur yang lainya seperti LSM atau organisasi kepemudaan.
3. Diharapkan pihak perusaha, pemerintah maupun komunitas lainya agar lebih ditingkatkan lagi sosialisasi tentang adanya tanggung jawab sosial perusahaan, agar masyarakat secara umum lebih paham dan mengerti Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan perseroan untuk menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
4. Diharapkan masyarakat setempat turut berpartisipasi dalam melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

dan melaporkan kepada pemerintah setempat ketika ada pelanggaran yang dilakukan oleh perusahaan.

5. Hendaknya pemerintah setempat memperketat pemantauan dan pengawasan terhadap pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Bima Sakti Mutiara, dengan melakukan observasi dilokasi perusahaan atau bertemu langsung dengan pihak perusahaan untuk dimintai keterangan tentang bagaimana pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungannya.
6. Hendaknya pemerintah setempat ketika perusahaan tidak menaati aturan yang berlaku maka sekiranya di beri peringatan tegas atau mencabut perizinanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azheri, Busyra, 2012. *Corporate Social Responsibility : Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: Rajawali Pers
- Arieyani, Pratiwi, 2012. *Januari Effect Pada Perusahaan LQ45 Bursa Efek Indonesia 2003-2008*. Jurnal Ekonomi, Vol. 10 No. 3.
- Bungin, Burhan, 2010. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : kencana Pernada
- Bachtiar Harsya. 1977 *Pengamatan Sebagai Metode Penelitian Dalam Metode Masyarakat*, Ed, Gramedia,jakarta.
- Black A. James, Champin J, Dean. 1992 *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*, PT, Eresco, Bandung
- Desjardins, Hartman, 2008. *Etika Bisnis : Pengambilan Keputusan Untuk Integritas Pribadi dan Tanggung jawab Sosial*. Jakarta : Erlangga.
- Dadang Azwar Aditya,2011. *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Perusahaan, Skripsi Universitas Negeri Semarang. No.15,18, 20.*
- Febrina Permata purti,2012. *Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Mempertahankan citra, Skripsi Universitas Islam Sunan KalijagaYogyakarta,No,1*
- Griffin, Ebert, 1997. *BISNIS*. Aditya Media : Yogyakarta.
- Hendri,Untung, 2009. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Jahja, Juni Sjafrien, 2013. *Prinsip Kehati-Hatian Dalam Memberantas Manajemen Koruptif Pada Pemerintah Dan Korporasi*. Jakarta Selatan : Visimedia
- Kaentjaranigrat, 1979. *Metode Wawancara, Dalam Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, Gramedia Jakarta.
- Kartini, Dwi, 2013. *Corporate Social Responsibility : Konsep Sustainability Management Dan Implementasi Di Indonesia*. Refika Aditama
- KOMITE NASIONAL KEBIJAKAN GOVERNANCE (KNKG), 2010.*PEDOMAN ETIKA BISNIS PERUSAHAAN*. Jakarta: Gramedia.
- Mardikanto,Totok, 2014. *CSR Corporate Social Responsibility (TANGGUNG JAWAB SOSIAL KORPORASI)*,Bandung : ALFABETA

- Matthew, Huberman, 2014. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : `UI
- Nadapdap, Binoto, 2012. *Hukum Perseroan Terbatas*. Jakarta: Sinar Grafika
- Nova, firsan, 2011. *Crisis public relations: strategi PRMenghadapi Krisis, Mengelola Isu, Mengelola Citra, Dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta : Rajawali Pers
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012. Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas
- Sugiyono, 2013. *Metode penelitian administrasi*, Bandung : ALVABETA
- 2014. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA
- Sudaryono, 2015. *Pengantar Bisnis : Teori dan Contoh Kasus*. Yogyakarta : Andi Offest.
- Soekanto, Soerjono, 2011. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : Rajawali Pers
- Tim Penyusun, 2016. *Pedoman Penulisan Proposal Dan Skripsi*. Fisipol Unismuh Makassar
- Usman, Sunyoto, 2015. *Esai-Esai Sosiologi : Perubahan Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2007. tentang Perseroan Terbatas
- Undang-Undang RI Nomor 25 Tahun 2007 .tentang Penanaman Modal
- Wibisono, Yusuf, 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*, Gresik : Fascho Publishing,

# **LAMPIRAN**

### Daftar pertanyaan

No	Indikator pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> di PT. Bima sakti mutiara	Pertanyaan
1	<p><b>Indikator bidang sosial</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bantuan peralatan bermain di TK. Sekar Mutira.</li> <li>2. Dana bantuan olahraga (kepemudaan).</li> <li>3. Bantuan renovasi masjid.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alat bermain apa saja yang diberikan oleh PT. Bima sakti mutiara terhadap TK. Sekar Mutiara.</li> <li>2. Adakah dana bantuan olahraga yang diberikan oleh PT. Bima Sakti Mutiara untuk kegiatan-kegiatan kepemudaan.</li> <li>3. Bagaimanakah bentuk kepedulian PT. Bima sakti mutiara terhadap keberadaan masjid, dalam hal ini bantuan renovasi masjid.</li> <li>4. Bagaimanakah prosedur pencairan anggaran ketika meminta bantuan terhadap perusahaan.</li> </ol>
2	<p><b>Indikator bidang ekonomi</b></p> <p>Merekrut tenaga kerja.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimanakah proses perekrutan tenaga kerja di PT. Bima Sakti Mutiara.</li> <li>2. Apakah pelamar kerja lokal diprioritaskan oleh PT. Bima Sakti Mutiara.</li> </ol>
3	<p><b>Indikator bidang lingkungan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proses produksi ramah lingkungan laut.</li> <li>2. Hutan bakau.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah proses produksi dari PT. Bima Sakti Mutiara ramah lingkungan laut.</li> <li>2. Pernahkah PT. Bima Sakti Mutiara melakukan penanaman bakau sebagai kepedulian terhadap lingkungan laut.</li> </ol>

## Dokumentasi Penelitian

### 1. Peralatan bermain TK Sekar Mutiara



2. Masjid Al-Marhamah Desa Soro



3. Masjid AR-Rahman Desa Lambu



4. Wawancara masyarakat





5. Proses produksi



## 6. Hutan bakau



7. Kantor





## RIWAYAT HIDUP



**EKO BAMBANG.** Dilahirkan di Desa Lanta Kecamatan Lambu Kabupaten Bima pada tanggal 05 Januari 1993, dari pasangan Ayahanda M. NATSIR dan Ibunda FATIMAH. Penulis masuk sekolah dasar pada tahun 1999 di SDN Inpres No 2 Lanta Kecamatan Lambu dan tamat tahun 2004, masuk sekolah menengah pertama di SMP Negeri 1 Lambu dan tamat tahun 2007, melanjutkan kembali pendidikan sekolah menengah atas di SMA Negeri 1 Lambu tahun 2007 dan tamat tahun 2010. Kemudian penulis melanjutkan Pendidikan pada Program Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar pada tahun 2011 dan selesai tahun 2018.