

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dunia bisnis saat ini semakin ketat. Perusahaan diuntut agar bisa memanfaatkan kemampuan yang ada dengan semaksimal mungkin supaya mampu bertahan dalam persaingan. Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk melihat dan memanfaatkan semua peluang yang ada, kemudian mengidentifikasi masalah, menyeleksi dan mengambil keputusan dengan tepat. Perusahaan mempunyai kewajiban mempertahankan kelangsungan hidupnya, mengendalikan organisasi dengan baik dan diharapkan tujuan perusahaan dapat tercapai.

Perusahaan keberadaannya selalu di dalam masyarakat dan perusahaan hanya dapat hidup, tumbuh dan berkembang apabila memperoleh dukungan dari masyarakat, jadi keberadaan dan kelangsungan kehidupan perusahaan itu sangat bergantung dan ditentukan oleh sikap masyarakat terhadap institusi atau lembaga yang bersangkutan, oleh karena itu, perlu dipertanyakan seberapa jauh suatu perusahaan dapat memberi nilai manfaat kepada masyarakat lingkungannya.

Perusahaan menjalin hubungan baik dengan masyarakat melalui program yang dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan secara kontinyu dan terus menerus, merupakan salah satu cara untuk mencegah krisis melalui peningkatan reputasi dan citra perusahaan. Tujuan melakukan CSR adalah untuk membangun hubungan baik (*Social Relationship*) dengan masyarakat sehingga terbentuk sikap publik yang baik (*favourable*) terhadap perusahaan, tindakan yang sesuai dengan kepentingan publik tersebut akan membangkitkan simpati dan kepercayaan publik terhadap perusahaan.

Corporate Social Responsibility merupakan 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 ekonomi, sosial, dan lingkungan (Untung 2008). Perusahaan yang bekerja dengan mengedepankan prinsip moral dan etis dapat memberikan manfaat terbesar untuk masyarakat. Komitmen perusahaan untuk melakukan program CSR di bidang ekonomi, sosial, pendidikan, budaya dan lingkungan secara terus menerus dapat menyumbangkan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan.

CSR direalisasikan tidak semata berdasarkan dampak dalam segi ekonomi saja, melainkan harus menimbang dampak sosial dan lingkungan. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh (Wibisono 2007) bahwa dunia usaha tidak hanya pada tanggung jawab yang bersifat *Single Bottom Line*, yaitu perusahaan yang hanya terpusat oleh kondisi keuangan saja, namun harus sesuai dengan konsep *Triple Bottom Line (3P)* yaitu perusahaan tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*Profit*), tetapi memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*Planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*People*).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Perkembangan dunia bisnis saat ini tidak hanya berbicara mengenai kegiatan produksi serta keuntungan saja. Karena menginjak era modernitas saat ini semakin muncul pandangan bahwa lingkungan sosial merupakan bagian penting dalam bidang ekonomi bagi suatu perusahaan. Eksistensi perusahaan tidak dapat di pisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya, pastinya ada hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat. Masyarakat dan perusahaan adalah pasangan yang saling memberi dan membutuhkan. Keselarasan keduanya akan menentukan keberhasilan pembangunan bangsa.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial korporasi sekarang ini membuat perusahaan-perusahaan yang eksis dalam sahnya berlomba-lomba merancang format pertanggung jawaban yang akan mereka persembahkan kepada masyarakat luas. CSR merupakan program khusus perusahaan yang dirancang agar manfaat eksistensi perusahaan benar-benar dirasakan banyak pihak, diantaranya adalah *Stakeholders*/pemangku kepentingan yang meliputi pemegang saham, karyawan, pelanggan, pesaing, lembaga perantara, fasilitator, LSM, dan publik lainnya, serta pemerintah (Dwi Kartini 2009).

PT Astra International memiliki tanggung jawab sosial lingkungan (CSR) sejak awal berdiri yang merupakan kebijakan dari *founding father* perusahaan. Tujuan CSR yang dilakukan sesuai dengan filosofi perusahaan yakni sejahtera bersama bangsa dengan memperhatikan Undang-Undang No 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. PT Astra International meningkatkan partisipasinya dalam bentuk program pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan yang mampu menciptakan masyarakat mandiri dan sejahtera. Penerapan CSR PT Astra International dengan melakukan program CSR 4 pilar yaitu Astra untuk Indonesia Hijau, Astra untuk Indonesia Tintaj, Astra untuk Indonesia Sehat, Astra untuk Indonesia Kreatif. Berbagai Program CSR yang dilakukan oleh PT Astra International berpedoman kepada 4 pilar tersebut. Program CSR Astra International merupakan upaya dalam meningkatkan kepedulian, kemandirian, dan kesejahteraan serta kualitas hidup masyarakat.

Kampung Berseri Astra merupakan salah satu program *Corporate Social Responsibility* yang keberlanjutan, yang mana menciptakan kampung yang edukatif dan hijau. Kegiatan CSR ini bertujuan untuk membina masyarakat untuk lebih mencintai area lingkungan dan terhindar dari sarana penyakit. Selain itu juga melalui Kampung Berseri Astra ini, mampu memfasilitasi warga yang ingin menciptakan lingkungan yang hijau dan bersih

1.2 Tujuan

Praktik Kerja Lapangan (PKL) memiliki tujuan yang berhubungan langsung dengan penulis. Beberapa tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL) sebagai berikut:

1. Menambah pengetahuan, pengalaman, dan pengembangan wawasan keilmuan di lapangan terutama dalam bidang *Corporate Social Responsibility* (CSR).
2. Menjelaskan keadaan umum, tugas, dan tanggung jawab terkait CSR di PT Astra International.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



3. Mendeskripsikan program CSR PT Astra International Tbk.
4. Mendeskripsikan program CSR Kampung Berseri Astra yang dilakukan PT Astra International.
5. Menjelaskan kendala program CSR Kampung Berseri Astra dalam penerapan di masyarakat.

2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah melakukan tindakan sosial termasuk lingkungan hidup lebih dari batas-batas yang tertera pada peraturan perundang-undangan. (Chambers *et al.* 2003). Definisi tersebut memiliki makna bahwa organisasi atau perusahaan secara sadar memiliki perhatian yang lebih dalam mengintegrasikan isu sosial dan lingkungan hidup ke dalam aktivitas bisnisnya untuk meminimalisasi dampak negatif yang dihasilkan.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin 2004 dalam Kusumadilaga 2010)

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam menjelaskan bahwa : *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu bentuk perwujudan komitmen perusahaan untuk mensejahterakan masyarakat atas dasar kesadaran bahwa perusahaan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat. Konsep *Corporate Social Responsibility* diartikan bahwa perusahaan dengan sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan interaksi mereka dengan *stakeholders*. Sehingga secara tidak langsung konsep ini dapat membangun citra positif bagi perusahaan.

2.2 *Dasar Hukum*

Dasar hukum yang digunakan untuk mengatur mengenai pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat di dalam perusahaan antara lain sebagai berikut:

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

