

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Corporate Social Responsibility in Public Welfare Enhancement)

RATIH PROBOSIWI

Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Pelayanan Kesejahteraan Sosial, Kementerian Sosial
ratihprobo@yahoo.com

Abstrak

CSR menjadi salah satu alternatif pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat. Melalui berbagai program yang ditawarkan perusahaan, masalah sosial masyarakat dapat teratasi terutama peningkatan ekonomi dan masalah pendidikan. CSR telah menjadi cara perusahaan untuk membangun citra positif perusahaan di mata masyarakat dan pemerintah, hal inilah juga yang dilakukan oleh PT HM Sampoerna, Tbk melalui kegiatan Sampoerna untuk Indonesia. Melalui kegiatan CSR, Sampoerna sebagai perusahaan rokok telah mendapat posisi "aman" karena telah membantu masyarakat dalam berbagai bidang dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Di sisi lain, Sampoerna mengalami peningkatan keuntungan dibanding sebelum penerapan CSR. Dengan menjalankan CSR, Sampoerna mampu meningkatkan penerimaan masyarakat sebagai perusahaan rokok di tengah kontroversi rokok. Diharapkan di masa mendatang, Sampoerna mampu mengurangi potensi perokok masa depan.

Kata Kunci : CSR - Citra - Kesejahteraan Masyarakat

Abstract

CSR is one of the alternative government in improving the social welfare of society. Through a variety of programs offered by the company, the social problems can be solved, especially the increase in economic and educational problems. CSR has become company's way to build a positive image, this is also done by PT HM Sampoerna, Tbk through Sampoerna for Indonesia programme. Through CSR, as a cigarette company, Sampoerna has got "safe" position because it has helped people in various fields in the improvement of public welfare. On the other hand, Sampoerna increased profits higher than before. Through CSR, Sampoerna able to increase public acceptance as a cigarette company in the midst of smoking controversy. In the future, Sampoerna is expected able to minimize potential future smokers.

Keywords : CSR - Image - Public Welfare

PENDAHULUAN

Peningkatan kesejahteraan sosial telah menjadi salah satu prioritas pembangunan bidang sosial terutama perlindungan terhadap kelompok rentan dan miskin. Penanganan penyandang masalah kesejahteraan sosial (PMKS) khususnya fakir miskin apabila tidak dilakukan secara tepat akan berakibat pada kesenjangan sosial yang semakin meluas, dan berdampak pada melemahnya ketahanan sosial masyarakat, serta dapat mendorong terjadinya konflik sosial, terutama bagi kelompok masyarakat yang tinggal di daerah terpencil dan perbatasan. Upaya peningkatan kesejahteraan sosial yang telah dilakukan pemerintah diwujudkan dalam bentuk bantuan dan jaminan sosial, pemberdayaan sosial, menyediakan sarana prasarana pelayanan dan rehabilitasi sosial, serta meningkatkan kemampuan dan keberdayaan melalui pendidikan.

Pembangunan sosial yang telah dilaksanakan oleh pemerintah selam ini diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan sosial seperti kemiskinan, ketelantaran, kecacatan, ketuna sosial, keterpencilan, dan penanganan korban akibat kejadian bencana alam serta bencana sosial. Namun, ternyata pembangunan yang dilaksanakan masih dihadapkan pada sejumlah rintangan dan permasalahan penting seperti keterbatasan anggaran, kurangnya efektivitas pelaksanaan bantuan dan pelayanan jaminan sosial, luasnya cakupan pelayanan, kejadian bencana alam dan sosial atau perubahan kondisi ekonomi yang sulit diprediksi kejadiannya. Selain itu, pembangunan yang dilaksanakan menyisakan sejumlah persoalan khususnya pada perseorangan atau kelompok masyarakat yang terabaikan, kurang beruntung atau miskin, dan tidak dapat ikut menikmati hasil pembangunan secara layak.

Peningkatan kesejahteraan sosial tidak mungkin tercapai apabila mengandalkan pemerintah sebagai satu-satunya aktor. Diperlukan peran serta dari segala pihak untuk mewujudkannya, salah satunya melalui bantuan dari perusahaan. Dalam melakukan kegiatan bisnisnya sebagai bagian dari masyarakat dan warga korporasi, perusahaan diharapkan

memberikan kontribusi dan berpartisipasi aktif dalam menyelesaikan masalah yang terjadi di masyarakat. Hubungan ideal antara bisnis dan masyarakat menjadi perdebatan terkait kewajiban perusahaan terhadap masyarakat selain mencari keuntungan. Melalui program tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan istilah *corporate social responsibility* (CSR), perusahaan diharapkan berkontribusi dalam berbagai program kemasyarakatan (*community investment*).

CSR merupakan sebuah kesepakatan dari *World Summit on Sustainable Development* (WS-SD) di Johannesburg Afrika Selatan 2002 yang ditujukan untuk mendorong seluruh perusahaan di dunia dalam rangka terciptanya suatu pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Peranan CSR dapat dipandang sebagai upaya untuk mewujudkan *good corporate governance*, *good corporate citizenship* dan *good business ethics* dari sebuah entitas bisnis. Sehingga perusahaan tidak cukup hanya memikirkan kepentingan *shareholder* (pemilik modal), tetapi juga mempunyai orientasi untuk memenuhi kepentingan seluruh *stakeholders* (Mapisangka, 2009).

CSR merupakan pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi dengan *stakeholders* berdasar atas prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Operasional bisnis yang berkaitan langsung dengan masyarakat sekitar (*local community*) baik langsung atau tidak langsung akan memberikan dampak baik positif maupun negatif. Dampak negatif dari operasional bisnis perusahaan inilah yang ingin diangkat sebagai alasan atau dasar kewajiban perusahaan melaksanakan CSR sebagai upaya balas budi. Tulisan ini mencoba mengungkapkan seberapa jauh kegiatan CSR sebagai langkah kemitraan antara pemerintah dan perusahaan dalam memberi nilai manfaat bagi masyarakat terutama dalam peningkatan kesejahteraan sosial, dengan mengambil contoh kasus pada PT HM Sampoerna Tbk. PT HM Sampoerna Tbk adalah salah satu perusahaan rokok terbesar di Indonesia dan tercatat telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya, bah-

kan memperoleh penghargaan atas kategori *Social Empowerment* dan *Responsible Business Leader* dalam *Asia Responsible Entrepreneurship Awards* (AREA) Tahun 2015. Oleh karena itu, penting pula untuk mengetahui implementasi CSR pada PT HM Sampoerna Tbk dalam upaya peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat di lingkungan perusahaannya.

METODE

Tulisan ini didasarkan pada penelitian deskriptif kualitatif yaitu mencoba mengungkap fakta pelaksanaan CSR yang dilaksanakan PT HM Sampoerna Tbk terutama dalam kegiatan peningkatan kesejahteraan sosial. Sebagaimana penelitian studi kasus lainnya, penelitian ini mencoba mengeksplorasi pelaksanaan CSR PT HM Sampoerna dengan batasan terperinci yaitu tempat, program kegiatan, peristiwa, dan aktivitas yang ditujukan untuk mempelajari secara intensif latar belakang dan interaksi yang terjadi dalam implementasi program CSR tersebut. Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh melalui studi dokumentasi yaitu laporan pelaksanaan program, catatan, surat kabar, berita internet, dan sebagainya. Data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis dengan metode analisis deskriptif, yaitu dengan cara mendeskripsikan fakta-fakta yang kemudian disusul dengan analisis, tidak semata-mata menguraikan, melainkan juga memberikan pemahaman dan penjelasan secukupnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas CSR pada Sektor Swasta

CSR adalah sebuah konsep perusahaan melakukan tanggung jawab tertentu terhadap masyarakat. Meskipun kegiatan yang dilakukan tidak berhubungan langsung dengan bisnis yang dijalankan, ada dampak positif yang tidak langsung mereka dapatkan, misalnya citra positif perusahaan di mata publik dan peningkatan semangat karyawan, yang pada gilirannya memiliki efek positif pada produktivitas perusahaan. Kegiatan amal yang dilakukan perusahaan dalam berbagai masalah sosial bukanlah hal baru, walaupun demikian hal

tersebut murni merupakan pilihan perusahaan untuk melakukannya atau tidak. CSR dapat dipandang sebagai sebuah konsep yang membawa keuntungan baik itu kepada perusahaan maupun masyarakat sebagai *win-win solution*.

Menurut Jackie Ambadar, penerapan CSR memberi manfaat kepada perusahaan dalam hal: 1) pembentukan citra positif dari masyarakat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan; 2) perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal; 3) perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas; dan 4) perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal kritis dan mempermudah pengelolaan risiko (Ambadar, 2008).

CSR dipahami untuk melakukan kegiatan di luar jangkauan kegiatan bisnis perusahaan dengan cara yang paling efisien dan ekonomis. Hal ini terkait dengan hubungan perusahaan tidak hanya dengan pelanggan, pemasok, dan pegawai mereka, tetapi juga dengan kelompok lain, termasuk dengan kebutuhan, nilai, dan tujuan masyarakat tempat perusahaan beroperasi. Hubungan tersebut dapat dikategorikan dalam beberapa jenis, tergantung pada tujuan, lingkup, dan isi kegiatan perusahaan; atau pada tingkat partisipasi kegiatan perusahaan. Hal ini dapat berupa keterlibatan CSR pada isu dampak sosial dan lingkungan, etika bisnis, *"fair trade"*, standart ketenagakerjaan, dan hak asasi manusia.

CSR merupakan konsep umum yang terbuka atas berbagai interpretasi, yang pada intinya adalah kegiatan atau operasi bisnis yang berkomitmen untuk tidak hanya meningkatkan keuntungan perusahaan secara financial, tetapi juga untuk membangun dimensi sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga, dan berkelanjutan (Suharto, 2008). Heal mendefinisikan CSR sebagai suatu program aksi untuk mengurangi biaya eksternal atau mengurangi konflik (Heal, 2005). CSR dapat memperbaiki profit dan melindungi reputasi perusahaan. Walaupun demikian, Hilman dan Keim mengungkapkan bahwa implementasi CSR justru membawa kerugian (Hilman & Keim, 2001). CSR juga

dianggap menjadi: candu yang menimbulkan ketergantungan masyarakat; sandera yang bisa menjadi alat untuk memeras perusahaan; dan racun yang merusak perusahaan dan masyarakat. Dalam ISO 26000, CSR dijelaskan sebagai suatu tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan yang terwujud dalam perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan para pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan normal perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (Putri, 2014).

CSR dapat dilihat sebagai kontinum dengan tiga tahapan yaitu: 1) kepatuhan, perusahaan setidaknya harus mematuhi kebijakan nasional dan perusahaan multinasional khususnya mengenai kegiatan dan praktik lokal; 2) minimalisasi risiko, perusahaan harus menyadari dampak sosial-ekonomi, politik, dan lingkungan yang mungkin ditimbulkan, termasuk potensinya. Perusahaan harus membangun kesadaran, mengembangkan dan mengimplementasikan kebijakan dan prosedur untuk meminimalisir bahaya yang mungkin dihasilkan dari kebijakan ataupun mitra bisnis mereka; dan 3) penciptaan nilai, perusahaan harus menciptakan nilai sosial yang positif, misalnya investasi sosial yang inovatif, konsultasi *stakeholders*, dialog kebijakan, dan membangun institusi sipil baik itu sendiri ataupun dengan perusahaan lain (Bhatt, 2002).

Terdapat banyak jenis kegiatan CSR yang telah dilakukan perusahaan, bahkan banyak perusahaan telah melaporkan kegiatan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan. Pada beberapa perusahaan, laporan kegiatan CSR dipisahkan dari laporan tahunan, laporan terpisah ini dikenal sebagai laporan berkelanjutan (*sustainability report*) (Shintawati, 2009). Laporan ini merefleksikan aktivitas CSR dalam proses bisnis perusahaan dan terdiri atas kinerja ekonomi, kinerja sosial, dan kinerja lingkungan. Melalui laporan berkelanjutan, perusahaan ingin menunjukkan kepada

stakeholders terkait bahwa perusahaan mereka merupakan perusahaan yang bertanggung jawab kepada lingkungan dan sosial. Sebaliknya, bagi *stakeholders*, laporan ini digunakan untuk melihat apakah kepentingan mereka telah dipenuhi perusahaan.

Perkembangan CSR di Indonesia

Di Indonesia, CSR mulai dikenal pada tahun 1980 dan semakin populer digunakan 1990. Kegiatan CSR sebenarnya sudah dilakukan oleh perusahaan namun dengan istilah berbeda, yaitu *Corporate Social Activity (CSA)* yang berusaha mempresentasikan bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Sejak tahun 2003 (Lens Indonesia, 2013), Kementerian Sosial tercatat sebagai lembaga pemerintah yang aktif mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi kepada berbagai perusahaan nasional. Beberapa tahun kemudian, pemerintah mengimbau kepada perusahaan untuk memperhatikan lingkungan sekitarnya. Pada tahun 2007, melalui UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, himbuan untuk melakukan CSR dikukuhkan dan hampir seluruh perusahaan di Indonesia telah melaksanakan program CSR. UU Perseroan Terbatas tersebut tidak memaksa perusahaan untuk membagi keuntungan, tetapi hanya mengajak perusahaan untuk memperhatikan dunia sekitarnya. Hal ini sesuai dengan pasal 74 yang menjelaskan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat karena akan memberikan dampak baik dari perusahaan itu sendiri. Pasal lain yang menjadi landasan pelaksanaan CSR adalah UU Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pasal 15 (b) menyatakan bahwa “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”; UU Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN; dan Peraturan Menteri Negara BUMN Nomor 4 Tahun 2007.

Di antara negara Asia, penetrasi aktivitas CSR di Indonesia masih tergolong rendah. Pada tahun 2005, baru terdapat 27 perusahaan

yang melaporkan aktivitas CSR mereka. Ikatan Akuntan Indonesia Kompartemen Akuntan Manajemen sejak tahun 2005 mengadakan *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)* yang secara umum bertujuan mempromosikan *voluntary reporting* CSR kepada perusahaan di Indonesia dengan memberikan penghargaan kepada perusahaan yang memberikan laporan CSR terbaik. Selanjutnya perkembangan program CSR dimulai dari sejarah perkembangan PKBL.

Pelaksanaan CSR dari tahun ke tahun menunjukkan pergerakan yang positif baik dari segi kualitas maupun kuantitas dan dilihat dari kontribusi finansial yang dikeluarkan jumlahnya semakin meningkat. Pada tahun 2001, PIRAC mengkaji dana CSR di Indonesia, hasilnya menunjukkan bahwa lebih dari 115 miliar rupiah atau sekitar 11.5 juta dollar AS dana CSR dari 180 perusahaan dibelanjakan untuk 279 kegiatan sosial yang terekam oleh media massa. Angka rata-rata perusahaan yang menyumbangkan dana bagi kegiatan CSR adalah sekitar 640 juta rupiah atau sekitar 413 juta per kegiatan (Saidi & Abidin, 2004).

Setidaknya ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu: 1) keterlibatan langsung perusahaan dalam kegiatan CSR dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara; 2) melalui yayasan atau organisasi sosial yang didirikan perusahaan, misalnya Yayasan *Coca Cola Company*, Yayasan Sahabat Aqua, dan Yayasan Bhakti Stra; 3) bermitra dengan pihak lain, misalnya dengan LSM, instansi pemerintah, universitas atau dengan media masaa dalam mengelola dana dan melaksanakan kegiatan sosialnya, misalnya PMI, Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia, dan Dompot Dhuafa; dan 4) mendukung atau bergabung dalam konsorsium, model ini lebih berorientasi pada pemberian hibah yang bersifat hibah pembangunan (Saidi & Abidin, 2004).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Universitas Trisakti, ruang lingkup dan kompleksitas CSR di Indonesia diklasifikasikan sebagai berikut. 1) CSR sebagai bentuk

kepatuhan terhadap hukum yang ada; 2) CSR dalam bentuk filantropi; 3) CSR dalam bentuk *community development*; 4) CSR saat bisnis perusahaan membawa dampak negatif bagi lingkungan, maka CSR akan membawa dampak positif bagi perusahaan; dan 5) CSR sebagai suatu sistem yang terintegrasi dalam perencanaan bisnis perusahaan (Harahap, 2014).

Dalam rangka mendukung pelaksanaan CSR di Indonesia, beberapa pemerintah daerah (kabupaten) telah membuat forum CSR dan relasi hubungan industrial. Di satu sisi, perkembangan ini dianggap cukup menggembirakan karena menunjukkan tumbuhnya pemahaman pemerintah atas potensi kemitraan pembangunan dengan perusahaan. Di sisi lain, terdapat kekhawatiran bahwa pemerintah sedang memindahkan beban pembangunannya ke perusahaan (Khodir, 2011). Keluhan hubungan yang tidak harmonis antara perusahaan dan *stakeholders* telah sering terdengar dalam dua dekade belakangan. Gerakan Sosial Indonesia, khususnya gerakan buruh dan lingkungan telah menunjuk dengan tepat adanya masalah itu sejak dulu. Secara teoritis telah diungkap banyak pakar bahwa pemerintah seharusnya menciptakan prakondisi yang memadai agar perusahaan dapat beroperasi dengan kepastian hukum yang tinggi.

Dalam melaksanakan kegiatan CSR sangat dianjurkan dunia usaha melibatkan komunitas setempat, sehingga kegiatan CSR tersebut menghasilkan dampak positif tidak hanya untuk internal tetapi juga eksternal perusahaan. Kegiatan perlibatan langsung komunitas di wilayah dunia usaha bersangkutan berada selama ini dikenal dengan nama *Community Development (CD)*. CD merupakan suatu proses yang dirancang untuk menciptakan kemajuan kondisi ekonomi dan sosial warga masyarakat melalui partisipasi aktif, dimana pada akhirnya akan menumbuhkan prakarsa dan kemandirian masyarakat itu sendiri. Melalui CD, perusahaan menciptakan peluang sosial-ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan dan akan membangun citra positif sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan, serta akan tumbuh

rasa percaya dari masyarakat bahwa perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat (Khodir, 2011).

CD dianggap sebagai sarana yang tepat dalam penerapan CSR yang proporsional, dengan beberapa pertimbangan. Pertama, sesuai dengan karakteristik CD, modal sosial yang dimiliki perusahaan maupun masyarakat dapat dikembangkan melalui CSR. Dengan melaksanakan CD, perusahaan dapat membangun citra yang berdampak pada perluasan jaringan dan peningkatan kepercayaan. Sementara bagi masyarakat, khususnya masyarakat lokal, CD mampu mengembangkan unsur solidaritas sosial, kesadaran kolektif, *mutual trust* dan resiprokal dalam masyarakat guna meningkatkan kondisi ekonomi, sosial dan kultur masyarakat. Kedua, CD dianggap mampu mengembangkan hubungan sinergis antara perusahaan dan masyarakat melalui bantuan dengan menggali potensi yang ada dalam masyarakat. Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan bukan semata bantuan yang bersifat karitatif, melainkan bagian dari usaha untuk mengembangkan kapasitas masyarakat secara berkesinambungan dan terlembagakan. Ketiga, aktifitas bersama antara perusahaan dengan masyarakat dapat difungsikan sebagai jalinan komunikasi yang terlembaga. Melalui jalinan komunikasi ini, berbagai masalah yang mungkin timbul dapat dibicarakan secara elegan dan dapat mengakomodasi kepentingan semua pihak (Hidayatulloh, 2009).

CSR Kesejahteraan Sosial

CSR Kesejahteraan Sosial (CSR-Kesos) merupakan komitmen dan upaya dunia usaha untuk meminimalkan risiko keberadaan dunia usaha dan memaksimalkan kesejahteraan pemangku kepentingan dalam rangka penanganan tujuh prioritas penanganan masalah kesejahteraan sosial sesuai amanat UU Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial, yaitu kemiskinan, keterlantaran, kecacatan, keterpencilan, ketunaan sosial dan penyimpangan perilaku, korban bencana, dan korban tindak kekerasan, eksploitasi serta diskriminasi yang ternyata masih belum sepenuhnya ter-

tangani.

Melalui CSR-Kesos, dunia usaha di tingkat nasional dan provinsi melakukan koordinasi dengan Kementerian Sosial atau Dinas Sosial untuk selanjutnya bekerjasama memetakan masalah dan kebutuhan di daerah sasaran. Selanjutnya menyusun dan mengembangkan model intervensi terhadap masalah sosial yang ada kemudian berkoordinasi dengan *stakeholders* terkait dalam penerapan model tersebut. Pelaksanaan CSR-Kesos berprinsip : mutualisme, yaitu bahwa pelaksanaan CSR-Kesos didasarkan pada saling menguntungkan antara dunia usaha, masyarakat dan pemerintah; sensitivitas, yaitu kepekaan dunia usaha atas masalah sosial yang ada sehingga lebih responsive dalam penanganan masalah sosial; inisiatif, yaitu bahwa CSR-Kesos dilaksanakan atas prakarsa perusahaan itu sendiri, bukan atas paksaan pihak tertentu; kemitraan, yaitu diperlukan kerjasama yang baik antara seluruh pihak yang terlibat; etika bisnis, bahwa pembiayaan yang dikeluarkan diperhitungkan sebagai biaya sosial; keberpihakan, yaitu CSR-Kesos dilaksanakan secara pro-aktif untuk mengadvokasi kepentingan dan kebutuhan orang yang dibantu (PMKS) dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga; non-diskriminasi, bahwa makna kesejahteraan program CSR-Kesos dalam dirasakan oleh seluruh PMKS; dan keberlanjutan, yaitu CSR-Kesos dilaksanakan secara terus menerus sampai PMKS yang dibantu dapat mandiri dan tidak mengalami ketergantungan (Sanus, 2015).

Untuk melaksanakan CSR-Kesos, Kementerian Sosial membentuk Forum CSR Kesos melalui Peraturan Menteri Sosial Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha dalam Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial. Forum CSR-Kesos bersifat nonpartisan, nirlaba, transparan, kolaboratif dan bermitra dengan pemerintah melalui Kementerian Sosial. Forum CSR-Kesos adalah suatu wadah atau organisasi sosial yang diinisiasi oleh unsur dunia usaha, masyarakat, perguruan tinggi dan difasilitasi oleh pemerintah. Forum ini ditujukan untuk mengoptimalkan implementasi peran dunia usaha dalam penye-

lenggaraan CSR-Kesos serta untuk menyediakan informasi, menyamakan persepsi pemangku kepentingan dalam program prioritas sasaran kesejahteraan sosial, baik bentuk dan tahapan program, mekanisme kerja dan prinsip pelaksanaan maupun indikator CSR-Kesos. Forum ini diharapkan mampu membantu Menteri Sosial dan gubernur dalam mengoptimalkan pelaksanaan tanggung jawan sosial dunia usaha dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial. Untuk mengoptimalkan pelaksanaan CSR, forum akan melakukan beberapa kegiatan, yaitu: himbuan kepada dunia usaha untuk menyisihkan dana CSR untuk disalurkan kepada PMKS; menginformasikan kegiatan sesuai dengan peta permasalahan sosial; dan asistensi, advokasi, dan fasilitasi terhadap dunia usaha untuk melaksanakan langsung kegiatan CSRnya.

Menurut Permensos Nomor 13 Tahun 2012, fungsi forum CSR-Kesos adalah menyusun perencanaan kegiatan; menyinkronkan rencana; memadukan pelaksanaan; mengkoordinasikan dan memfasilitasi; memberikan pendampingan dalam pendayagunaan sumber daya; *monitoring*, evaluasi dan pelaporan; memberikan apresiasi dan penghargaan; dan memetakan data permasalahan kesejahteraan sosial (Pasal 7). Sedangkan prioritas CSR-Kesos meliputi: peningkatan penghasilan bagi keluarga miskin; pemberdayaan sosial bagi keluarga bermasalah sosial psikologis dan keluarga bermasalah sosial ekonomis; pelatihan keterampilan kerja bagi remaja putus sekolah, bagi perempuan rawan sosial ekonomi; kajian dan pengembangan model program tanggung jawab sosial dunia usaha; perbaikan rumah tidak layak huni; rehabilitasi sosial bagi penyandang cacat, wanita tuna sosial, anak nakal; perlindungan sosial bagi anak terlantar; *home care* bagi lanjut usia; pemberdayaan komunitas adat terpencil; penanganan korban bencana alam dan bencana sosial; dan perlindungan sosial bagi korban tindak kekerasan (Pasal 19).

Forum CSR-Kesos baik tingkat nasional maupun provinsi bertanggungjawab atas dana yang telah diterima dan wajib memberikan laporan kepada pemberi dana setiap satu se-

mester. Pelaksana forum menyampaikan laporan kegiatan berkaitan dengan fungsi pelaksana dalam melaksanakan tugas dan fungsi kepada Menteri Sosial selaku Pembina.

Penerapan CSR PT HM Sampoerna, Tbk

PT Hanjaya Mandala Sampoerna, Tbk atau lebih dikenal dengan PT HM Sampoerna (Sampoerna) merupakan perusahaan rokok terbesar di Indonesia yang telah beroperasi sejak tahun 1913 dengan membawa misi untuk menawarkan pengalaman merokok terbaik bagi perokok dewasa di Indonesia. Sampoerna merupakan afiliasi dari Philip Morris International (PMI). Pada bulan Mei 2005, PMI berhasil mengakuisisi saham mayoritas Sampoerna dan saat ini, PMI memiliki 98,18 % saham Sampoerna. Produk brand Sampoerna antara lain adalah Dji Sam Soe, Sampoerna Kretek, A Mild, dan U Mild telah berhasil menjual sebanyak 109,7 miliar batang rokok pada tahun 2014. Dari hasil penjualan tersebut, Sampoerna berhasil memimpin pangsa rokok di Indonesia sejumlah 34,7 persen dan mendapat laba bersih sebesar 10,2 triliun rupiah. Sampoerna mempekerjakan sekitar 78.000 karyawan, sebagian besar terlibat dalam produksi Sigaret Kretek Tangan (SKT) Sampoerna. Perusahaan mendistribusikan produknya melalui 106 Kantor Area Penjualan dan Distribusi di seluruh Indonesia.

Keberhasilan Sampoerna dalam industrinya tentu tidak terlepas dari peran masyarakat luas yang diakui oleh Sampoerna telah memberikan kontribusi yang sangat besar bagi berkembangnya perusahaan mereka. Untuk itu, Sampoerna berkomitmen untuk memberikan sumbangan bagi masyarakat yang diwujudkan dalam program Sampoerna Untuk Indonesia (SUI). Kegiatan SUI mencakup empat pilar utama, yaitu akses terhadap pendidikan, peluang ekonomi, pemberdayaan perempuan, dan tanggap bencana dan kesiapsiagaan. Sampoerna juga menjalankan *Sampoerna Entrepreneurship Training Center* (SETC) yang memfasilitasi pelatihan untuk lebih dari 22.000 peserta dan menciptakan kurang lebih 3.300 usaha kecil dan menengah di Indonesia sejak tahun 2007. Sampoerna juga telah membentuk

Tim Sampoerna *Rescue* (SAR) pada tahun 2002 untuk melakukan misi kemanusiaan dengan memberikan bantuan kepada sejumlah bencana yang terjadi di Indonesia.

Pada tahun 2014, dukungan Sampoerna terhadap program *Contributions and CSR* bernilai lebih dari 32 miliar rupiah, sedangkan dukungan dari PMI di tahun yang sama adalah sekitar 71 miliar rupiah bagi masyarakat di berbagai daerah di seluruh Indonesia. Dukungan tersebut disalurkan melalui sejumlah LSM, seperti Yayasan Putera Sampoerna, Yayasan Aksi Cepat Tanggap (ACT), Yayasan Bina Swadaya, Yayasan Bangunan Cemerlang Indonesia, Yayasan INOTEK, *Social Transformation and Public Awareness* (STAPA) Center, dan Modernisator. Sampoerna juga bekerjasama dengan PT Indomarco Pristatama (Indomaret) melalui program Pencegahan Akses Pembelian Rokok oleh Anak-anak (PAPRA) sebagai wujud peran aktif kedua perusahaan dalam menyikapi kekhawatiran atas tingginya angka perokok anak di Indonesia. PAPRA merupakan inisiatif Sampoerna yang diimplementasikan melalui mitra dagangnya termasuk Indomaret. Program ini dimulai pada Oktober 2013 dengan jangkauan sekitar 4.800 ritel di Jabodetabek dan kini telah mencapai hampir 30.000 ritel di seluruh Indonesia. Tujuannya, untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pelarangan pembelian produk tembakau oleh anak-anak di bawah 18 tahun, sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 109 tahun 2012 (PP No.109/2012), tentang Pengamanan Bahan yang Mengandung Zat Adiktif Berupa Produk Tembakau bagi Kesehatan (Pasal 25 ayat b dan c) yang menyatakan: Setiap orang dilarang menjual Produk Tembakau kepada anak di bawah usia 18 tahun dan perempuan hamil.

Pada tahun 2015, Sampoerna memperoleh penghargaan CSR internasional tahunan *Asia Responsible Entrepreneurship Awards* (AREA) yang diselenggarakan oleh Enterprise Asia di Macau. Sampoerna memperoleh penghargaan dalam dua kategori yaitu *Social Empowerment* dan *Responsible Business Leader* dalam program CSR Sampoerna untuk Indonesia. Perhargaan yang diperoleh Sampoerna

menunjukkan komitmen Sampoerna dalam kontribusinya bagi kesejahteraan masyarakat.

Kontribusi Sampoerna dalam kegiatan tanggap bencana dan kesiapsiagaan diwujudkan dalam bentuk *Sampoerna Rescue* (SAR) pada tahun 2002, diikuti dengan pendirian *Sampoerna Rescue Training Center* (SAR-TC) yang berlokasi di Pasuruan, Jawa Timur, di tahun 2012. SAR maupun SAR-TC terus memainkan peran aktif dalam membangun kesiapsiagaan masyarakat dan menangani bencana alam selama tahun 2014. Pada saat terjadi letusan Gunung Merapi pada tahun 2006, Tim SAR Sampoerna menyiapkan dapur umum, lima tenda kemanusiaan dan satu tenda pelayanan kesehatan. Selain itu Tim SAR Sampoerna juga mengirimkan dua mobil ambulance, satu bus, dua truk, dan sejumlah mobil untuk membantu kelancaran operasional dan peralatan *rescue* lainnya (Antara News, 2006). Pada saat letusan Gunung Merapi kembali berulang pada tahun 2010, Sampoerna melalui Putra Sampoerna *Foundation* memberikan perpustakaan keliling bagi para pengungsi. Sebanyak enam kendaraan bermotor roda tiga memberikan layanan perpustakaan keliling di sekolah dan *shelter* di lereng Merapi (Solo Pos, 2011). Dalam penanggulangan bencana letusan Gunung Kelud pada tahun 2014, Tim SAR Sampoerna berkoordinasi dengan Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) setempat untuk memberikan bantuan dalam bentuk dapur umum, mobil penjernih air, masker, dan bantuan logistik lainnya. Selain itu, Tim SAR Sampoerna juga membantu proses evakuasi warga di lereng Gunung Kelud dan juga memberikan layanan *trauma healing* bagi para pengungsi. Dalam menjalankan tugasnya, tim SAR dibantu oleh tim relawan tanggap bencana dan tenaga medis, serta *Sampoerna Volunter Club* (SVC), dimana para karyawan Sampoerna turut serta berperan aktif dalam meringankan beban masyarakat yang tertimpa musibah (Kabar Gress, 2014).

Dalam bidang pendidikan, Sampoerna berkontribusi dengan memberikan beasiswa bagi anak karyawan dan dukungan program pendidikan di daerah pemasok tembakau dan

cengkeh Sampoerna, mulai dari peningkatan kapasitas guru, hingga akses pendidikan tinggi bagi para siswa. Sampoerna memberikan perhatian tinggi terhadap program pendidikan tertentu yang terkait dengan inisiatif Praktik Pertanian yang Baik (*Good Agricultural Practices - GAP*) dan Praktik Tenaga Kerja Pertanian (*Agricultural Labor Practices - ALP*). Pada tahun 2014, program pendidikan dipadukan dengan sosialisasi kesadaran ALP, terutama terkait isu risiko pekerja anak dan pentingnya lingkungan kerja yang aman. Pada tahun 2015, Sampoerna memberikan bantuan pendidikan untuk siswa berprestasi di Kabupaten Klaten sebesar 270 juta rupiah kepada 90 siswa. Sejak tahun 2006, Sampoerna telah menyalurkan bantuan pendidikan kepada siswa berprestasi dari keluarga prasejahtera. Hingga tahun 2015, jumlah beasiswa yang diberikan telah mencapai 4.795 siswa tingkat SMA atau sederajat.

Dalam bidang ekonomi, Sampoerna memberikan dukungan melalui pendirian Pusat Pelatihan Kewirausahaan Sampoerna (PPKS) yang didirikan tahun 2007 di Pasuruan, Jawa Timur. Selama tujuh tahun terakhir, PPKS telah menerima kunjungan sekitar 55.000 orang. PPKS juga telah mengadakan berbagai pelatihan bagi 22.000 penerima. Untuk upaya tersebut, PPKS menerima penghargaan dari Kementerian Koperasi & UKM sebagai salah satu Tokoh Pengusaha dan Pemimpin Perusahaan Penggerak UKM. Sampoerna juga memberikan kontribusi dalam pemberdayaan perempuan. Hal ini diwujudkan dalam bentuk program Kelompok Belajar Masyarakat bagi istri petani tembakau di sebelas kota/kabupaten di Indonesia, yaitu Jombang, Jember, Rembang, Klaten, Lumajang, Lampung, Lombok, Pamekasan, Ponorogo, Blitar, dan Probolinggo. Sejak dilaksanakan pada 2011, lebih dari 5.000 perempuan menerima manfaat dari 12 kelompok belajar masyarakat yang merupakan kerja sama Sampoerna dengan STAPA Center. Melalui program ini, para istri petani tembakau menerima pelatihan untuk mengelola limbah rumah tangga menjadi benda bernilai ekonomis, selain itu mereka menerima pelatihan berwirausaha dan pengelolaan keuangan agar mereka memper-

oleh penghasilan tambahan.

Sesuai dengan Perda Provinsi Jawa Timur Nomor 4 Tahun 2011 tentang Tanggung Jawab Perusahaan dan Permensos Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha dalam Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial, Sampoerna telah menjalankan kewajibannya kepada masyarakat dan lingkungan perusahaannya melalui berbagai kegiatan Sampoerna untuk Indonesia dan Sampoerna *Foundation*. Sebagai perusahaan yang bergerak di industri rokok yang hingga saat ini kontroversial, dapat dipahami bahwa perusahaan ini mencoba memperbaiki citranya dengan berkontribusi dalam kesehatan dan kesejahteraan masyarakat. CSR oleh perusahaan rokok sangat efektif dalam mempengaruhi persepsi publik karena hingga saat ini WHO masih melarang program CSR perusahaan rokok karena dapat melemahkan pengendalian mereka atas industri rokok. Dengan melemahnya peraturan WHO atas perusahaan rokok, maka perusahaan dapat memperluas kegiatan operasional mereka dan meningkatkan jumlah perokok dan tentu saja memberikan efek buruk bagi kesehatan (Yulianto, 2016).

Terlepas dari kontroversi pemberian CSR oleh perusahaan rokok, program CSR Sampoerna telah memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat. Melalui program peningkatan perekonomian dan pemberdayaan masyarakat, masyarakat miskin dapat mengambil keuntungan dari program CSR Sampoerna. Pemerintah juga terbantu karena beban mereka dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat lebih ringan dan kesejahteraan masyarakat meningkat.

PENUTUP

CSR di Indonesia terus mengalami perkembangan yang signifikan sejalan dengan kesadaran pemerintah untuk terus mengingatkan perusahaan akan tanggung jawab sosial mereka atas kegiatan produksi yang mereka lakukan kepada masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Perusahaan juga sadar bahwa sudah saatnya mereka mengambil keuntungan tidak semata dari kegiatan produksinya, namun

juga melalui kegiatan sosial yang dapat memberikan keuntungan tidak langsung. Kegiatan CSR mampu meningkatkan citra positif perusahaan tidak hanya dari masyarakat namun juga dari internal perusahaan karena dapat meningkatkan semangat kerja karyawan.

Sampoerna melalui Sampoerna untuk Indonesia memberikan kontribusi aktif dalam bidang pendidikan, pemberian peluang ekonomi, pemberdayaan perempuan, dan tanggap bencana serta kesiapsiagaan melalui berbagai programnya. Melalui kegiatan CSRnya, Sampoerna juga memperoleh manfaat berupa peningkatan keuntungan dibandingkan sebelum menerapkan CSR. Peningkatan citra positif Sampoerna juga memberikan manfaat dalam hal kebijakan pemerintah, meningkatkan popularitas dan penerimaan dari masyarakat sebagai perusahaan rokok. Investasi jangka panjang juga dilakukan Sampoerna melalui beasiswa yang diberikan dengan kemungkinan sebagai karyawan masa depan.

Sampoerna diharapkan mampu mengurangi potensi perokok masa depan sebagai bagian dari kegiatan CSRnya. Hal ini juga dapat dikukuhkan pemerintah melalui pembuatan regulasi yang tepat dan tegas dalam pelaksanaan CSR perusahaan rokok melalui Peraturan Pemerintah. Sinkronisasi program CSR dengan kebutuhan masyarakat juga perlu dilakukan demi pelaksanaan dan pencapaian kesejahteraan masyarakat yang lebih komprehensif. *Monitoring* dan evaluasi terhadap pelaksanaan CSR perusahaan perlu dilakukan secara berkala untuk memastikan CSR berjalan sesuai dengan tujuan dan prinsip yang telah disepakati sebelumnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada semua pihak yang telah mendukung penelitian ini sehingga penelitian ini berjalan dengan lancar. Selanjutnya kepada redaksi yang memuat artikel ini sehingga hasil penelitian dapat dijadikan salah satu sumber informasi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambadar, J. 2008. *Corporate Social Responsibility: dalam Praktek di Indonesia, Wujud Kepedulian Dunia Usaha*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Antara News. (2009, Mei 09). Sampoerna Siapkan "Bilik Mesra" untuk Pengungsi Merapi. Retrieved July 01, 2016, from Antara News: <http://www.antaraneews.com/berita/33364/sampoerna-siapkan-bilik-mesra-untuk-pengungsi-merapi>
- Bhatt, M. R. 2002. *Corporate Social Responsibility and Natural Disaster Reduction: Local Overview of Gujarat*. London: Benfield Hazard Research Center of University College.
- Harahap, M. E. (2014, Februari 04). *Perkembangan CSR di Indonesia*. Dipetik May 18, 2016, dari Muchtar Effendi Harahap: <http://muchtareffendiharahap.blogspot.co.id/2014/02/perkembangan-csr-di-indonesia.html>
- Heal, G. 2005. Corporate Social Responsibility: An Economic and Financial Framework. *The Geneva Papers No. 30, 387-409*.
- Hidayatulloh, A. N. 2009. *Skripsi*. Sleman, DI Yogyakarta, Indonesia: Fisipol UGM.
- Hilman, A., & Keim, G. 2001. Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's The Bottom Line". *Strategic Management Journal Vol. 22, 125-139*.
- Kabar Gress. 2014, Februari 19. Peran Aktif Sampoerna dalam Penanggulangan Bencana Alam di Indonesia. Retrieved July 01, 2016, from Kabar Gress: <http://kabar-gress.com/2014/02/19/peran-aktif-sampoerna-dalam-penanggulangan-bencana-alam-di-indonesia/>
- Khodir, A. 2011. Menyingkap Selubung Ideologi Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia : Analisa Teori Kritis terhadap Keberpihakan CSR di Indonesia. *Skripsi*. Surabaya, Jawa Timur, Indonesia : FISIPOL Universitas Airlangga .
- Lens Indonesia. (2013, Mei 15). *Sejarah dan Landasan CSR*. Dipetik May 20, 2016, dari; <http://gunnaharmyani.blogspot.co.id/2013/05/sejarah-dan-landasan-csr.html>
- Mapisangka, A. 2009. Implementasi CSR ter-

- hadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan (JESP) Vol. 1 Nomor 1, 39-47.*
- Putri, C. Y. 2014. Proses Pencitraan Melalui Program Corporate Social Responsibility (CSR) tentang Aplikasi I-Chat. *Skripsi*. Bandung, Jawa Barat, Indonesia: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.
- Republik Indonesia, 2007. Undang-undang RI Nomor 40 Tahun 2007 *Perseroan Terbatas*. Jakarta: Kementerian Sosial
- Saidi, Z., & Abidin, H. 2004. *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*. Jakarta: PIRAMEDIA.
- Sanusi, Anwar. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan kelima. Jakarta: Salemba Empat.
- Shintawati, R. 2009. Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum dan Sesudah Menerapkan Tanggung Jawab Sosial (Corporate Social Responsibility): Studi Kasus pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Syarif Hidayatullah.
- Solo Pos. (2011, September 17). Anak Korban Merapi Dapat Bantuan Perpustakaan Keliling. Retrieved July 01, 2016, from Solo Pos: <http://www.solopos.com/2011/09/17/anak-korban-merapi-dapat-bantuan-perpustakaan-keliling-239094>
- Suharto, E. 2008. Corporate Social Responsibility: What is and Benefits for Corporate. *CSR (Corporate Social Responsibility: Strategy, Management, and Leadership*. Jakarta: Intipesan.
- Yulianto, K. (2016, Mei 23). *journeyman.live*. Retrieved from Cigarettes Company CSR: Sampoerna Foundation CSR Activities in Education: https://agent909.files.wordpress.com/2016/05/kevin_yulianto_business_ethics_r1-docx.pdf
- Peraturan Menteri Sosial Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha dalam Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial