



**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
PT. POMI DI DESA BHINOR KECAMATAN PAITON
KABUPATEN PROBOLINGGO**

TESIS



Disusun Oleh :
RUDI CAHYONO
(NPM : 21802021004)

**PROGRAM MAGISTER ILMU HUKUM
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG
2020**

IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT. POMI DI DESA BHINOR KECAMATAN PAITON KABUPATEN PROBOLINGGO

Kata Kunci: *CSR (Corporate Social Responsibility), Desa Bhinor*

Rudi Cahyono Dr. H. Abdul Rokhim, SH., MH. Dr. H. Anang Sulistiyono, SH., MH.

ABSTRAK

CSR (Corporate Social Responsibility) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT), yakni UU Nomer 40 Tahun 2007 dan diperkuat dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012. Melalui undang-undang ini, industri atau Korporasi wajib untuk melaksanakannya. Meningkatnya tingkat kepedulian kualitas kehidupan, harmonisasi sosial dan lingkungan ini juga mempengaruhi aktivitas dunia bisnis, maka, lahirlah gugatan terhadap peran perusahaan agar mempunyai tanggungjawab sosial. Disinilah salah satu manfaat yang dapat dipetik perusahaan dari kegiatan CSR. Dalam konteks inilah aktifitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* menjadi menu wajib bagi perusahaan, diluar kewajiban yang digariskan undang-undang.

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan, penelitian ini dapat disebut sebagai penelitian yuridis empiris. Artinya, penelitian ini mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya di masyarakat, dengan menggunakan pendekatan yuridis sosiologis yaitu Mengidentifikasi dan mengkonsepsikan hukum sebagai institusi sosial yang riil dan fungsional dalam sistem kehidupan yang nyata. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi langsung di lokasi penelitian dan dokumentasi. Data dalam penelitian ini dianalisis secara *kualitatif*, yaitu data skunder yang berupa teori, definisi dan substansinya dari berbagai literatur, dan peraturan perundang-undangan, serta data primer yang diperoleh dari wawancara, observasi dan studi lapangan, kemudian dianalisis dengan undang-undang, teori dan pendapat pakar yang relevan, sehingga didapat kesimpulan tentang pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan yang berkaitan dengan pengentasan masalah-masalah sosial kemasyarakatan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: PT. POMI berpegangan teguh kepada Undang-undang yang berlaku yaitu Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Pasal 74 dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan konsep yang matang, agar kegiatannya menyentuh dan dirasakan langsung oleh masyarakat. Sebelum menentukan programnya PT. POMI banyak melakukan proses agar nantinya program yang akan dijalankan bermanfaat kepada masyarakat dan berjalan sebagaimana mestinya.

PT POMI, berkomitmen penuh dalam melaksanakan program-program CSR berdasarkan 3 (tiga) prinsip utama: (i) kontribusi kepada masyarakat

setempat, (ii) kebersihan lingkungan dan (iii) kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Dalam mengimplementasikan tanggung jawab sosialnya di Desa Bhinor, PT. POMI melakukan kegiatan-kegiatan pembinaan yaitu Budidaya Jamur Tiram, Bank Sampah, Budidaya Jahe Gajah, Pelatihan Sablon dan Budidaya Tanaman Kelengkeng.

Faktor pendukung yang mempengaruhi pelaksanaan CSR yaitu Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) pasal 74 Nomer 40 Tahun 2007 dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012, Perkembangan zaman, Meningkatkan kesejahteraan atau kemandirian masyarakat dan Merubah *mindset* masyarakat. Sedangkan kendala-kendala yang ditemui adalah dukungan dari perusahaan terbatas, sikap masyarakat yang tradisional dan minimnya dana/modal usaha.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT), yakni UU Nomer 40 Tahun 2007 dan diperkuat dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012. Melalui undang-undang ini, industri atau korporasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan suatu beban yang memberatkan. Perlu diingat pembangunan suatu negara bukan hanya tanggungjawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat.

Industri dan korporasi berperan sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan faktor lingkungan hidup.¹ Melihat pada kondisional semacam ini maka penulis mencoba mengangkat permasalahan ini kepermukaan. Penulis menganggap bahwa pengambilan judul diatas cukup strategis. Pertama, sebab sebenarnya konsep tanggungjawab sosial perusahaan telah dikenal sejak awal 1970, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Seiring perjalanan waktu, di satu sisi sektor industri atau koprasi-koprasi skala besar telah mampu memberikan

¹ Chairil N. Siregar, *Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi CSR Pada Masyarakat Indonesia*, hal.285

kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi di sisi lain eksploitasi sumber-sumber daya alam oleh sektor industri sering kali menyebabkan kerusakan lingkungan. Kedua, adalah sebagai upaya untuk menegaskan hubungan perusahaan dengan aktifitas perniagaan yang diselenggarakan oleh para perusahaan. Dalam konteks perniagaan yang diselenggarakan terdapat hubungan timbal-balik antara *personal* perusahaan secara *internal* dan antara *internal* perusahaan dengan masyarakat luar perusahaan. *Corporate Social Responsibility* adalah suatu bagian hubungan perniagaan yang melibatkan perusahaan di satu pihak dan masyarakat sebagai lingkungan sosial perusahaan di pihak yang lain.² Ketiga, CSR adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat domisili. Secara teoritik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggungjawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholdersnya*, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja atau oprasionalnya.

Di tahun 1970-an, topik CSR mengemuka melalui tulisan Milton Friedman tentang bentuk tanggungjawab sosial dari kegiatan bisnis. Bahkan Estes³ menilai bahwa roh atau semangatnya telah ada sejak mula berdirinya perusahaan-perusahaan (di Inggris), yang tugas utamanya adalah untuk membantu pemerintah dalam memberikan pelayanan dan memenuhi kebutuhan masyarakat sikap dan pendapat pro-kontra selalu merupakan bagian dari sejarah kehidupan perusahaan dan perkembangan konsep CSR itu sendiri. Pro dan kontra terhadap perkembangan CSR terus bergulir. Salah satunya, apakah tanggungjawab sosial tersebut sifatnya wajib atau sukarela,

² Kutipan B Tamam Achda, anggota komisi VII DPR-RI, *Konteks Sosiologis Perkembangan CSR dan Implementasinya*, hal.3

³ Jean Marten, *ibid.*, hal.10

dimana ketika kegiatan *Corporate Social Responsibility* (untuk selanjutnya disebut CSR) diwajibkan dalam Undang-Undang. Nomer 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT), banyak yang keberatan. Pasalnya aktivitas CSR diasumsikan sebagai aktivitas berdasarkan kerelaan dan bukannya "paksaan".

Memang bibit-bibit CSR berawal dari semangat *filantropis* perusahaan. Namun, tekanan dari komunitas yang keras, terutama ditengah masyarakat yang kritis, yang menjadikan CSR menjadi semacam *social license to operation*, dan ini dilakukan oleh komunitas, bukan oleh negara.⁴ Kritik lainnya, dalam pelaksanaannya CSR masih memiliki kekurangan. Program-program CSR yang banyak dijalankan oleh perusahaan banyak yang hanya memiliki pengaruh jangka pendek dengan skala yang terbatas.

Program-program CSR yang dilaksanakan seringkali kurang menyentuh akar permasalahan komunitas yang sesungguhnya. Seringkali pihak perusahaan masih menganggap dirinya sebagai pihak yang paling memahami kebutuhan komunitas, sementara komunitas dianggap sebagai kelompok pinggiran yang menderita sehingga memerlukan bantuan perusahaan. Di samping itu, aktivitas CSR dianggap hanya semata-mata dilakukan demi terciptanya reputasi perusahaan yang pasif bukan demi perbaikan kualitas hidup komunitas dalam jangka panjang.⁵

Kritik lain dari pelaksanaan CSR adalah karena seringkali diselenggarakan dengan jumlah biaya yang tidak sedikit, maka CSR identik dengan perusahaan besar yang ternama. Yang menjadi permasalahan adalah dengan kekuatan sumberdaya yang ada dengan kekuatan sumber daya yang

⁴ Dikutip dari A.B. Susanto, *Corporate Social Responsibility*, The Jakarta Consulting Group, 2007, hal. 3

⁵ Margiono, *Menuju Corporate Social Leadersip*, Suara Pembaruan, 11 Mei 2006

dimilikinya, perusahaan-perusahaan besar dan ternama ini mampu membentuk opini publik yang mengesankan seolah-olah mereka telah melaksanakan CSR, padahal yang dilakukannya hanya semata-mata hanya aktivitas *filantropis*, bahkan boleh jadi dilakukan untuk menutupi perilaku-perilaku yang tidak etis serta perbuatan melanggar hukum.⁶

Diidentikkannya CSR dengan perusahaan besar dan ternama membawa implikasi lain. Bila perusahaan besar dan ternama tersebut melakukan perbuatan yang tidak etis bahkan melanggar hukum, maka sorotan tajam publik akan mengarah kepada mereka. Namun bila yang melakukannya perusahaan kecil atau menengah yang kurang ternama, maka publik cenderung untuk kurang peduli, ataupun publik menarik perhatian, perhatian yang diberikan tidak sebesar bila yang melakukannya adalah perusahaan besar yang ternama. Padahal perilaku-perilaku yang tidak etis serta perbuatan melanggar hukum yang dilakukan oleh siapapun tidak dapat diterima.⁷

Seberapa penting CSR bagi perusahaan tetap menjadi wacana dalam praktik bisnis, pro dan kontra ini tidak bisa dilepaskan dari fenomena perbenturan kepentingan antara pencapaian profit dengan pencapaian tujuan sosial. Jika diperhatikan, masyarakat sekarang hidup dalam kondisi yang dipenuhi beragam informasi dari berbagai bidang, serta dibekali kecanggihan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pola seperti ini mendorong terbentuknya cara pikir, gaya hidup, dan tuntutan masyarakat yang lebih tajam. Seiring dengan perkembangan ini, tumbuh suatu gerakan konsumen yang dikenal

⁶ Ari Margono, *ibid.*,

⁷ Ari Margono, *ibid.*,

sebagai *vigilante consumerism* yang kemudian berkembang menjadi *ethonical consumerism*.⁸

Penelitian yang dilakukan oleh *Roper Search Worldwide* menunjukkan 75% responden memberi nilai lebih kepada produk dan jasa yang dipasarkan oleh perusahaan yang memberi kontribusi nyata kepada komunitas melalui program pembangunan. Sekitar 66% responden juga menunjukkan mereka siap berganti merek kepada merek perusahaan yang memiliki citra sosial yang positif. Hal ini membuktikan terjadinya perluasan "minat" konsumen dari produk menuju korporat. Konsumen menaruh perhatiannya terhadap tanggungjawab sosial perusahaan yang lebih luas, yang menyangkut etika bisnis dan tanggungjawab sosialnya. Kepedulian konsumen telah meluas dari sekedar kepada korporetnya.⁹ Konsumen semacam ini tidak hanya peduli pada faktor pemenuhan kebutuhan pribadi sesaat saja. Tetapi juga peduli pada penciptaan kesejahteraan jangka panjang.

Meningkatnya tingkat kepedulian kualitas kehidupan, harmonisasi sosial dan lingkungan ini juga mempengaruhi aktivitas dunia bisnis, maka, lahirlah gugatan terhadap peran perusahaan agar mempunyai tanggungjawab sosial. Disinilah salah satu manfaat yang dapat dipetik perusahaan dari kegiatan CSR. Dalam konteks inilah aktifitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi menu wajib bagi perusahaan, di luar kewajiban yang digariskan undang-undang.¹⁰

Hubungan antara komunitas dan perusahaan telah mengalami pergeseran. Awalnya perusahaan meluncurkan program *Community Development* (CD) dalam upayanya membina hubungan dengan komunitas.

⁸ A.B. Susanto, *ibid.*, hal.3

⁹ A.B. Susanto, *Op.Cit.*, hal.6

¹⁰ A.B. Susanto, *Ibid*,hal.7

Kemudian dengan aktivitas CSR sebagai lisensi social untuk beroperasi. Terakhir, perusahaan dituntut untuk mempunyai peranan kepemimpinan dalam komunitasnya. Namun, ternyata hanya sekedar menjalankan aktivitas CSR tidaklah lagi mencukupi. Sekali lagi, ini bukan berarti CSR kehilangan relevansinya. CSR tetap penting dan harus dijalankan. Namun disamping CSR, perusahaan perlu mengambil insentif kepemimpinan sosial. Inilah yang diistilahkan oleh Hills dan Gibbon dengan *Corporate Social Leadership (CSL)*.¹¹

Konteks CSL menegaskan bahwa perusahaan bukan hanya dituntut untuk menjalankan tanggungjawab sosialnya, namun juga harus menjadi sebuah institusi yang memimpin, memberikan inspirasi bagi terjadinya perubahan sosial dalam masyarakat, sehingga kualitas hidup masyarakat secara umum meningkat dalam jangka panjang. Perusahaan harus menyadari bahwa dirinya adalah bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat yang lebih luas, sehingga hal buruk yang menimpa dan merugikan masyarakat pada gilirannya akan berdampak pada mereka juga.

Oleh karena itu perusahaan harus memerlukan komunitasnya sebagai mitra, program-program yang dilaksanakan harus mampu benar-benar memberdayakan masyarakat, artinya masyarakat yang memiliki daya tahan yang tinggi serta mampu memecahkan setiap persoalan yang dihadapi dengan kekuatan sendiri dalam jangka panjang.

Tekanan dari *stakeholders* yang tumbuh dari kesadaran terhadap kelestarian lingkungan, telah merasuk ke dalam dunia korporasi dan praktik-praktik manajemen, misalnya institusionalisasi yang dituangkan dalam ISO 14000. Demikian juga konsep produksi telah mengalami kemajuan dari

¹¹ A.B. Susanto, Ibid, hal 10

konsep *cradle to grave* menjadi daur ulang. *Cradle to cradle* seperti yang diterapkan oleh *Xerox*. Berarti industri tidak hanya mengamankan agar sampah atau limbah tidak mencemari lingkungan, tetapi juga berusaha agar sampah atau limbahnya dapat didaur ulang. Menjadi "hijau" bukan hanya mengubah proses dan produk, yang hanya berkuat dip roses internal pabrik belaka. Tetapi juga memperdulikan ke "hijauan"nya mulai dari bahan baku yang digunakan dan kualitas perusahaan pemasok dipandang dari kacamata sadar lingkungan, seperti yang tertuang dalam standarisasi ISO 14000.

Perusahaan juga harus bertanggungjawab terhadap aktivitas-aktivitas untuk meminimalkan dampak negatif dari sisa produk yang dihasilkan, penanganan limbah maupun "sampah" dari produk yang sudah terpakai, seperti kemasan, namun kesemuanya hanya dapat terlaksana secara efektif dan efisien bila didukung sistem manajemen yang baik, serta dilandasi oleh budaya perusahaan yang peduli terhadap lingkungan, dimana hal ini dapat dilakukan terutama pada perusahaan-perusahaan besar. Karena itu salah satu cara untuk menyebarkan ide-ide "hijau" adalah dengan mendorong perusahaan-perusahaan besar agar memaksa para pemasoknya atau sub kontraknya untuk lebih ramah terhadap lingkungan.

Tekanan masyarakat agar perusahaan lebih peduli kepada lingkungan merupakan kesempatan untuk memperkuat antara perusahaan dengan konsumen, bahkan dapat dijadikan keunggulan kompetitif. Konsumen yang semakin sadar terhadap isu lingkungan akan mencari produk yang bersahabat dengan lingkungan. Sebagai dampak, perusahaan akan mencari pemasok yang bisa memecahkan persoalan-persoalan lingkungan hubungan antar perusahaan pun akan berubah, karena sama-sama ditekan untuk menjadi

hijau. Maka banyak perusahaan, terutama perusahaan besar, mulai cerewet terhadap perusahaan-perusahaan pemasoknya. Bagi perusahaan-perusahaan besar reputasi adalah *aset* terpenting perusahaan. Walaupun hanya belakangan ini istilah CSR dikenal, sesungguhnya aktivitas *community outreach* atau penjangkauan masyarakat sudah dilakukan oleh perusahaan sejak dahulu kala.

Bentuk *community outreach* yang paling primitif adalah *corporate philanthropy*. Yang terakhir ini merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh perusahaan, atau seseorang, untuk memberikan dana kepada individu atau kelompok masyarakat, misalnya dalam bentuk beasiswa.¹² Seiring waktu berlalu, *Corporate philanthropy* (CP) kemudian berkembang menjadi *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR berbeda dengan *philanthropy* dari dimensi keterlibatan si pemberi dana dalam aktivitas yang dilakukannya. Kegiatan CSR seringkali dilakukan sendiri oleh perusahaan, atau dengan melibatkan pihak ketiga (misalnya yayasan atau lembaga swadaya masyarakat) sebagai penyelenggara kegiatan tersebut. Yang jelas, melalui CSR perusahaan jauh lebih terlibat dan terhubung dengan pihak pertama (*beneficiaries*) dalam aktivitas sosial dibandingkan dengan CP.

Aktivitas sosial yang dilakukan melalui CSR pun jauh lebih beragam. CP maupun CSR biasanya dilakukan oleh para milyoner ataupun perusahaan multinasional yang memiliki pendapatan yang tinggi. Oleh karena itu. Banyak kegunaan dari usaha menengah dan kecil untuk melakukan CP dan CSR. Namun dalam praktiknya, CP maupun CSR sering dilakukan sebagai salah satu

¹² Dikutip dari Ari Margono, *Menuju Corporate social Leadership*, Suara Pembaharuan, 11 Mei 2006

bagian dari promosi produk, atau yang sering disebut sebagai *social-marketing*.

Dalam penelitian ini penulis akan membahas tentang Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. POMI di Desa Bhinor Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo. Perusahaan ini didirikan pada bulan Pebruari 1994 dengan nama PT. Paiton Energy. Dalam perkembangannya perusahaan ini mengalami 4 kali perubahan nama dari PT. Paiton Energy ke PT. MOMI terjadi pada tahun 1996. 1997 terjadi perubahan yang kedua menjadi PT. EMOMI. Pada tahun 2005 terjadi perubahan yang ketiga menjadi PT. IPMOMI. Perubahan yang keempat terjadi pada tahun 2017 dari PT. IPMOMI menjadi PT. POMI.¹³ Perusahaan ini merupakan bagian dari PLTU yang bergerak dalam bidang pengoperasian dan pemeliharaan pembangkit listrik unit 3, 7 dan unit 8. Dalam memproduksi arus listrik, bahan bakar utama yang digunakan oleh perusahaan ini adalah batu bara, bahan bakar tersebut merupakan sumber energi alternatif disamping minyak bumi dan gas bumi. Selain itu, batu bara juga relatif lebih murah dan jumlahnya sangat melimpah di wilayah Indonesia. Namun, di balik potensinya sebagai sumber energi alternatif yang mudah didapat dan lebih murah, penggunaan batu bara dapat menghasilkan suatu limbah padat yang dapat membahayakan lingkungan dan merugikan masyarakat sekitar.

Dua kecamatan di sekitar perusahaan yaitu Kotaanyar dan Paiton melakukan aksi demonstrasi memprotes adanya limbah beracun yang berasal dari perusahaan pembangkit listrik tersebut. Menurut pengakuan warga sekitar bahwa selama ini limbah pembakar energi batu bara berbentuk asap,

¹³ Diakses pada tanggal 5 okber 2019 dari <http://www.pomi.co.id/history/>

yang keluar dari cerobong adalah racun dan menyebabkan polusi udara, baunya tidak sedap saat dihirup warga. Bahkan setiap musim panen, limbah pembakaran batu bara telah membuat tanaman para petani mengalami kerusakan dan terserang penyakit, sehingga para petani sekitar mengalami gagal panen. Selain limbah yang merugikan petani, permasalahan lain juga muncul dari sekelompok nelayan sekitar yang memprotes rusaknya ekosistem laut seperti terumbu karang, ikan maupun *fitoplankton* yang hidup di dasar maupun permukaan laut. Rusaknya terumbu karang dan biota laut lainnya sangatlah mempengaruhi kehidupan warga sekitar yang sebagian besar memiliki mata pencaharian sebagai nelayan.¹⁴

Bahkan dalam webset *Kompas.com* menjelaskan bahwasanya kompleks PLTU Paiton sumbang limbah beracun terbesar di Jawa Timur.¹⁵

Dengan adanya permasalahan tersebut tentunya akan menjadi tantangan bagi PT. POMI untuk terus mempertahankan eksistensi dan kelangsungan perusahaan. Perusahaan dalam menjalankan kegiatannya dituntut untuk mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Pada tanggal 9-10 Oktober 2019, penulis mengikuti pelatihan di Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Paiton Selaras, yang merupakan yayasan milik PT. POMI. Dalam kesempatan tersebut penulis mendapatkan pelatihan Budidaya Jamur Tiram dari seorang narasumber atau pelatih merupakan hasil binaan yang dilakukan PT. POMI sebelumnya yaitu Bapak Yasin asal Desa Bhinor Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo.

¹⁴ Diakses pada tanggal 5 okber 2019 dari <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/2764508/warga-dua-kecamatan-protas-limbah-beracun-pltu-paiton>

¹⁵ Diakses pada tanggal 5 oktober 2019 dari <https://regional.kompas.com/read/2017/05/18/11280281/komplek.ptu.paiton.sumbang.limbah.beracun.terbesar.di.jatim>

Selama dua hari penulis dilatih cara Budidaya Jamur Tiram, mulai dari pembuatan kompos sampai cara perawatan jamur yang baik. Dari sini penulis sadar bahwa kegiatan yang diikuti merupakan Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. POMI dan mulai tertarik untuk meneliti Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. POMI.

Dalam kesempatan tersebut Kepala Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Paiton Selaras yang diwakili Bapak Sugianto menyampaikan komitmen untuk menerapkan standar profisiensi yang tinggi serta kepemimpinan di bidang-bidang manajemen lingkungan, kesehatan dan keselamatan bagi para karyawannya dan masyarakat sekitar, termasuk melaksanakan CSRNya, Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh mengenai Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan mengambil lokasi penelitian pada PT. POMI dengan mengambil judul **"Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. POMI di Desa Bhinor Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. POMI di Desa Bhinor Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh PT. POMI dalam Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Desa Bhinor Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. POMI di Desa Bhinor Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa apa saja faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh PT. POMI dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Desa Bhinor Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang menjadi fokus kajian penelitian ini dan tujuan yang ingin dicapai, maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan dapat menambah informasi atau wawasan yang lebih konkrit bagi lembaga legislatif, pemerintah, para praktisi ekonomi, dan khususnya para pengusaha mengenai manfaat penerapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan hukum pada umumnya dan khususnya yang berkaitan dengan pengkajian hukum bisnis.

2. Manfaat Praktis

Dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR. Pertama, mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perilaku tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang menjalankan tanggungjawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan

dukungan luas dari komunitas yang telah merasakan manfaat dari berbagai aktifitas yang dijalankannya. CSR akan mendongkrak citra perusahaan, yang dalam rentang waktu panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan. Manakala terdapat pihak-pihak tertentu yang menuduh perusahaan melakukan perilaku serta menjalankan praktek-praktek yang tidak pantas, masyarakat akan menunjukkan pembelaannya. Karyawan pun akan berdiri dibelakang perusahaan, membela tempat industri mereka bekerja.

Kedua, CSR dapat berfungsi sebagai pelindung akan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Demikian pula ketika perusahaan diterpa kabar miring bahkan ketika perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat lebih mudah memahami dan memanfaatkannya. Sebagai contoh adalah sebuah perusahaan produsen consumer goods yang beberapa waktu yang lalu dilandai isu adanya kandungan bahan berbahaya dalam produknya. Namun karena perusahaan tersebut dianggap konsisten dalam menjalankan tanggungjawab sosialnya, maka masyarakat dapat memaklumi dan memanfaatkannya sehingga relatif tidak mempengaruhi aktivitas dan kinerjanya.

Ketiga, keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan uapaya-uapaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kebanggaan ini pada akhirnya akan menghasilkan loyalitas, sehingga mereka merasa lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras demi

kemajuan perusahaan. Hal ini akan berujung pada peningkatan kinerja dan produktivitasnya.

Keempat, CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para stakeholdersnya. Pelaksanaan CSR secara konsisten menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap lancarnya berbagai aktivitas secara kemajuan yang mereka raih. Hal ini mengakibatkan para stakeholders senang dan merasa nyaman dalam menjalankan hubungan dengan perusahaan.

Kelima, meningkatnya penjualan seperti yang terungkap dalam riset Search Worldwide, konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggungjawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik. Dan keenam, insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khususnya lainnya. Hal ini perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat lagi menjalankan tanggungjawab sosialnya.

E. Orisinalitas Penelitian

1. Dwi Triyanto (UNY, 2013) dalam skripsinya yang berjudul "Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Bidang Pendidikan PT. Hino Motors Sales Indonesia (PT. HMSI). Menyatakan bahwa, Pelaksanaan program CSR PT. HMSI atau Hino Indonesia di bidang pendidikan dapat dikategorikan ke dalam corporate social marketing dan corporate philanthropy. Program CSR PT. HMSI atau Hino Indonesia yang telah dilaksanakan antara lain : a. Pelatihan untuk kepala sekolah dan kepala jurusan se-Jabodetabek. b. Bantuan perpustakaan keliling untuk Yayasan Emmanuel. c. Mobil

pendidikan konservasi keliling untuk Pemerintah Lampung Barat. d. Bantuan pengadaan buku perpustakaan untuk panti asuhan Rumah Gemilang Indonesia. e. Bantuan perpustakaan keliling Hino (mobile library) untuk yayasan orang utan Indonesia (Yayorin). f. Bantuan kendaraan multimedia Hino untuk pendidikan perlindungan lingkungan melalui WWF-Indonesia. g. Bantuan Pendidikan Berupa Engine Stand Mesin Hino Tipe J08-C Kepada Politeknik Hasnur Banjarmasin.

Adapun korelasi penelitian kami adalah Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan yang membedakan adalah Dwi Triyanto meneliti di PT. Hino Motors Sales Indonesia (PT. HMSI) sedangkan peneliti meneliti tentang Implementasi *Corporate Social Responsibility* di PT. POMI.

2. Ely Kusumardani (UMS, 2016) dalam skripsinya yang berjudul "Tinjauan Yuridis *Corporate Social Responsibility* (CSR) Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (Studi Di PT Coca-Cola Amatil Bottling Indonesia Central Java) menyimpulkan, *Pertama*, berkaitan dengan ketentuan pengaturan CSR dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. Tanggungjawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility(CSR), diatur secara tegas di Indonesia, dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Hal ini dilatarbelakangi oleh amanat Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengenai perekonomian nasional dan kesejahteraan sosial harus diatur oleh Negara untuk sebesar-besarkemakmuran rakyat. Selain itu berdasarkan prinsip pembangunan berkelanjutan. Dalam hal ini embaga legislatif, berkeinginan untuk mencegah dan mengurangi rusaknya lingkungan yang diakibatkan oleh

operasional korporasi yang tidak memperhatikan lingkungan hidup dan masyarakat disekitarnya. Dengan diaturnya CSR dalam Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, maka terdapat empat alasan hukum perlunya CSR diatur dalam UUPT. Keempat alasan hukum tersebut terdiri dari alasan filosofis, alasan historis, alasan sosiologis, dan alasan yuridis. *Kedua*, berkaitan dengan pelaksanaan tanggungjawab sosial dan lingkungan di PT Coca-Cola Amatil Bottling Indonesia Central Java. CSR di Indonesia diatur dalam Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pengaturan tersebut sudah menjadi aturan hukum untuk perusahaan-perusahaan di Indonesia dalam menerapkan program CSR. Sebagai contoh perusahaan yang sudah melakukan program CSR adalah PT Coca-Cola Amatil Bottling Indonesia Central Java. Sebagai perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam dan menpergunakan sumber daya alam disekitar perusahaan, PT Coca-Cola Amatil Bottling Indonesia Central Javasudah melaksanakan program CSR sesuai dengan aturan hukum yang berlaku.

Adapun korelasi penelitian kami adalah *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan yang membedakan adalah Ely Kusumardani meneliti tentang Tinjauan Yuridis *Corporate Social Responsibility* (CSR) Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas sedangkan peneliti meneliti tentang Implementasi *Corporate Social Responsibility* di PT. POMI.

F. Sistematika Penulisan

Hasil Penelitian yang diperoleh setelah dilakukan analisis kemudian disusun dalam bentuk laporan akhir dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Berisi uraian tentang Latar Belakang; Rumusan Masalah; Tujuan Penelitian; Manfaat Penelitian; Orisinalitas Penelitian; dan Sistematika Penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tinjauan pustaka yang menjelaskan mengenai latar belakang sejarah perkembangan dan definisi-definisi tentang *Corporate Social Responsibility*, selanjutnya tentang wacana *Corporate Social Responsibility* tersebut dalam berbagai perspektif, baik tinjauan kemunculan dan latar belakang sejarah maupun perkembangan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia. Selanjutnya, akan dijelaskan pula tentang pengertian dan ruang lingkup kebijakan legislatif dalam kerangka *Corporate Social Responsibility*.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan disajikan tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan sebuah penelitian, dan di dalamnya juga akan memaparkan tentang lokasi dan situs penelitian, fokus penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi uraian hasil penelitian tentang Implementasi *Corporate Social Responsibility* sebagai modal sosial yang bersinergi dalam pengentasan masalah-masalah sosial di wilayah Probolinggo, yang meliputi latar belakang sejarah lahirnya konsep *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan-

perusahaan di Probolinggo, implementasi dan penerapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan-perusahaan yang bersangkutan, keefektifan berlakunya konsep *Corporate Social Responsibility* dalam menangani permasalahan-permasalahan sosial yang ada, dan lain-lain.

BAB V: KESIMPULAN

Berisi Kesimpulan dari Pembahasan yang telah diuraikan, dan Saran berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh dalam penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. POMI di Desa Bhinor Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo

Dari hasil penelitian, bahwa PT. POMI telah melaksanakan amanah pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT), yakni UU Nomer 40 Tahun 2007, bahwasanya setiap industri atau korporasi wajib untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan diperkuat dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012.

PT POMI, berkomitmen penuh dalam melaksanakan program-program CSR berdasarkan 3 (tiga) prinsip utama: (i) kontribusi kepada masyarakat setempat, (ii) kebersihan lingkungan dan (iii) kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. POMI di Desa Bhinor Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo sebagai berikut:

a. Budidaya Jamur Tiram

Budidaya jamur tiram sudah lama dilaksanakan sampai sekarang masih banyak yang minat untuk mengikuti pembinaan. Dipilihnya program tersebut karena jamur tiram adalah salah satu komoditi sektor pertanian yang cocok dan mudah dibudidayakan hampir di semua daerah di Indonesia.

b. Bank Sampah

Program Bank Sampah tersebut dikelola oleh kelompok pemuda Desa Bhinor yaitu bernama BGC (*Bhinor Green Community*) yang menggunakan sistem seperti perbankan dimana masyarakat yang menyetorkan sampahnya ke Bank Sampah akan mendapatkan buku tabungan seperti halnya menabung di Bank.

c. Budidaya Jahe Gajah

Budidaya jahe gajah merupakan sebuah program baru di Desa Bhinor dan program inilah yang merupakan contoh dari usulan program yang datang dari masyarakat yaitu LMDH (Lembaga Masyarakat Desa Hutan) Desa Bhinor.

d. Pelatihan Sablon

Pembinaan kepemudaan agar keberadaannya benar-benar dapat menumbuhkembangkan motivasi dan kreativitas pemuda. Karena hal itulah, akhirnya PT. POMI memberikan pelatihan atau bimbingan terhadap para pemuda yang berada di desa bhinor. Diantaranya dengan melaksanakan kegiatan pemuda melalui Pelatihan sablon.

e. Budidaya Tanaman Kelengkeng

Budidaya kelengkeng di halaman tempat tinggal serta daerah perkebunan sebagai pilihan paling baik, dikarenakan pembudidayaan kelengkeng tidaklah sangat banyak memanfaatkan peralatan yang mahal, dan tehnik pembudidayaannya praktis, efektif, murah serta sanggup menyentuh segala kelompok penduduk

2. Faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh PT. POMI dalam Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Desa Bhinor Kecamatan Paiton Kabupaten Probolinggo.

a. Faktor Pendukung

- ✓ Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) pasal 74 Nomer 40 Tahun 2007
- ✓ Perkembangan Zaman
- ✓ Meningkatkan kesejahteraan atau kemandirian masyarakat
- ✓ Merubah *mindset* masyarakat

b. Faktor Penghambat

- ✓ Dukungan dari perusahaan terbatas
- ✓ Sikap masyarakat yang tradisional
- ✓ Minimnya dana/modal usaha

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis menyarankan :

1. Semoga PT. POMI selalu melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sesuai amanah pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT), yakni UU Nomer 40 Tahun 2007 dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012.
2. Dalam pelaksanaan CSRnya PT. POMI memberikan bantuan berupa non tunai. maka, hendaknya menetapkan mekanisme serta pemantauan secara berkala, jelas dan transparan sehingga masyarakat dapat memonitor kegiatan tersebut.
3. Meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat, mengingat banyaknya anggapan masyarakat kegiatan ini hanya sekedarnya. Akan tetapi kegiatan ini akan berlangsung seterusnya dengan pengawasan dan bimbingan dari perusahaan.

4. Meningkatkan pendampingan, agar produk-produk yang dihasilkan terus berproduksi dan meningkatkan kualitasnya.
5. Membantu mempromosikan dan pemasaran produk yang dihasilkan.



DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku:

- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hartman, Laura P dan Joe Desjardins. 2008. *Etika Bisnis: Pengambilan Keputusan untuk Integritas Pribadi dan Tanggung Jawab Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Hikmat, Harry. 2004. *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: Humaniora Utama Press.
- Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: Rafika Aditama.
- Mardikanto, Totok. 2014. *Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Margiono, Ari, 2006, *Menuju Corporate Sosial Ledership*, Suara Pembaharuan.
- Narbuko, Cholid et all, 2003, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : PT. Blmimi Aksara
- Nasirin, Chairun dan Alamsyah. 2010. *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Good Governance*. Malang: Indo Press
- Rusdianto, Ujang. 2013. *CSR Communications A Framwork for PR Practitioners*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Susanto, AB, 2007, *A Strategic Management Approach, CSR*, The Jakarta Consulting Group, Jakarta.
- Siregar, Chairil, 2007, *Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi CSR pada Masyarakat Indonesia*, Jurnal Socioteknologi Edisi 12, ITB, Bandung.
- Soekanto, Soerjono, 2012, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Tunggal, Amin Widjaja, 2008, *Corporate Social Responcibility*, Harvarindo, Jakarta.
- Untung, Hendrik Budi. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.

Zaeni, Asyhadie, *Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Jurnal:

Tuti Mulyati, 2007, "*Tanggungjawab Sosial Perusahaan Dalam Kaitanya Dengan Kebijakan Lingkungan Hidup*", Semarang: jurnalnih.undip

Skripsi:

Triyanto, Dwi. 2013. "*Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) di Bidang Pendidikan PT. Hino Motors Sales Indonesia (PT. HMSI)*". Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Kusumardani, Ely. 2016. "*Tinjauan Yuridis Corporate Social Responsibility (CSR) Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (Studi Di PT Coca-Cola Amatil Bottling Indonesia Central Java)*". Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Undang-undang:

Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*.

Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal*.

Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup*.

Internet/webset:

Admin, 2012. "*History*" (<http://www.pomi.co.id/history/>). diakses pada tanggal 5 okber 2019).

Faisol, Achmad. 2017 "*Komplek PLTU Paiton Sumbang Limbah Beracun Terbesar di Jatim*". (<https://regional.kompas.com/read/2017/05/18/11280281/komplek.pltu.paiton.sumbang.limbah.beracun.terbesar.di.jatim>). diakses pada tanggal 5 okber 2019).

Iskandar, Edi Dwinanto. 2011. "*Sampoerna Kembangkan Hutan Asuh Berbasis Kewirausahaan*". (<http://swa.co.id>). Diakses pada tanggal 5 oktober 2019).

Rofiq, M. 2014. "Warga Dua Kecamatan Protes Limbah Beraacun PLTU Paiton". (<https://news.detik.com/berita-jawa-timur/2764508/warga-dua-kecamatan-protes-limbah-beracun-pltu-paiton>). diakses pada tanggal 5 okber 2019).

Trisoko, S. *Pengaturan CSR (Corporate Social Responsibility) di Indonesia*, (<http://breath4justice.wordpress.com/2011/04/17/pengaturan-csr-corporate-social-responsibility-di-indonesia/>). Diakses pada tanggal 5 oktober 2019).

