

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI DAN PENDEKATAN**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Kajian tentang CSR cukup banyak dilakukan dalam ranah akademik baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Penelitian tentang praktik CSR dari berbagai perusahaan yang juga bergerak di berbagai bidang usaha baik manufaktur maupun jasa ini menjadi sangat menarik karena setiap perusahaan maupun entitas bisnis memang menghadapi tantangan dan situasi lingkungan sosial yang berbeda-beda. Setiap penelitian lapangan akan menghasilkan keunikan dan kekhasan praktik CSR tersendiri yang dihasilkan dari titik temu tuntutan dan kebutuhan masyarakat dengan kesadaran dan kepekaan perusahaan terhadap tuntutan tersebut.

Berbagai hasil penelitian ilmiah tentang praktik CSR ini tentu saja memberi sumbangan yang sangat besar bagi perkembangan konseptual CSR. Secara teoritik, CSR memiliki prinsip-prinsip dasar yang berkaitan dengan hubungan perusahaan secara sosial dengan masyarakat maupun dengan alam lingkungan dengan menghindarkan karakter eksploitatif, tetapi dalam praktiknya, pelaksanaan CSR perusahaan memerlukan keluwesan dan kejelian dalam melihat budaya, struktur sosial dan komunikasi yang baik dengan masyarakat dan pemerintah daerah setempat sehingga kegiatan CSR tidak disalah-pahami karena dipandang bertentangan dengan

nilai-nilai moral masyarakat setempat maupun disalahgunakan untuk keuntungan pihak-pihak tertentu yang pada akhirnya akan berdampak merugikan perusahaan.

Kerangka penelitian ini mencantumkan beberapa penelitian ilmiah terdahulu untuk memberi gambaran kajian CSR ini dari penelitian-penelitian ilmiah sebelumnya baik dari segi penggunaan metode penelitian, teori maupun hasil penelitian. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang dihimpun oleh penulis dari berbagai sumber pustaka:

### **2.1.1 Penerapan Corporate Social Responsibility di Perusahaan Multilevel Marketing PT. Harmoni Dinamik Indonesia**

Gabriela (2013) menganalisis penerapan CSR yang ada di Perusahaan yang bergerak dalam bidang Multilevel Marketing yaitu PT. Harmoni Dinamik Indonesia, khususnya CSR dalam bidang pendidikan. Program CSR di bidang pendidikan untuk anak-anak tingkat SMA yaitu dengan mendirikan sekolah gratis SMA Selamat Pagi Indonesia di Batu-Malang, Jawa Timur. Dalam penelitiannya Gabriela (2013) menyebutkan bahwa Penerapan program CSR oleh perusahaan MLM khususnya di PT. Harmoni Dinamik Indonesia memiliki keunikan yaitu pada saat Visi 2010 itu direncanakan, PT.HDI belum memiliki dana khusus yang dipersiapkan untuk mendanai program CSR di bidang pendidikan yaitu Sekolah Gratis SMA Selamat Pagi Indonesia. Program CSR di PT. HDI justru menerapkan CSR bukan dalam kondisi profit perusahaan yang berlebih, tetapi ketiadaan dana. Berangkat dengan rasa kepedulian terhadap pendidikan anak-anak bangsa, akhirnya perusahaan dan para distributor berusaha untuk mengumpulkan dana yang dibutuhkan untuk program CSR ini.

Dana yang digunakan untuk kegiatan CSR di PT. HDI, tidak hanya dari keuntungan perusahaan semata seperti pada perusahaan lainnya (manufaktur, jasa dan perusahaan sumber

daya alam), tetapi juga melibatkan para distributor untuk ikut berperan serta dalam mendanai program CSR. Pada PT. Harmoni Dinamik Indonesia dana untuk program sekolah gratis ini 50 persen berasal dari keuntungan perusahaan dan 50 persen dari para distributornya. Dengan begitu, maka perusahaan secara tidak langsung ikut berperan serta dalam menanamkan nilai-nilai sosial dan kepedulian kepada para distributornya.

### **2.1.2 Penelitian tentang Perkembangan CSR di Indonesia**

Penelitian ini di tulis oleh Tanudjaja (2006), dalam Jurnal Ilmu Komunikasi dan Desain, Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra, Surabaya. Penelitian ini mengkaji tentang perkembangan pelaksanaan CSR di Indonesia. Penelitian ini bertolak dari fenomena umum dimana kesadaran entitas bisnis di Indonesia terhadap pentingnya pelaksanaan CSR semakin meningkat. Hal ini misalnya bisa dibuktikan dengan peningkatan intensitas kegiatan CSR perusahaan yang terliput oleh media massa dan semakin meningkatnya pula alokasi dana CSR yang mengalir pada berbagai kegiatan pembangunan sosial masyarakat.

Berdasarkan data yang dikumpulkan pada tahun 2001 dana CSR yang berputar pada berbagai kegiatan sosial yang berdampak positif masyarakat terpantau sekitar Rp 115 M. (Tanudjaja, 2006) walaupun jumlah ini masih tergolong kecil terutama bila dibandingkan dengan jumlah dana CSR yang beredar di negara maju, namun tren positif kesadaran perusahaan dan para pelaku bisnis terhadap tanggung jawab sosial cukup menggembirakan.

Kesadaran para pelaku CSR sebagai motivasi dalam pengambilan keputusan perusahaan sangat menentukan pola dan praktik CSR yang dipilih oleh perusahaan tersebut. Menurut Tanudjaja, kesadaran ini secara kualitas terus naik dari tahapan *charity*, filantropi hingga pada kesadaran pada level *citizenship*. Hal ini menunjukkan bahwa konteks penyelenggaraan CSR di

Indonesia mengarah pada perilaku yang terlembagakan dan terdokumentasikan dengan baik bukan sekedar pada perilaku kedermawanan semata yang sangat bergantung pada sifat-sifat individu.

## **2.2 Konsep Dasar *Sustainable Development* (Pembangunan Berkelanjutan)**

Asumsi konvensional yang berkembang selama ini adalah adanya posisi yang berlawanan antara pembangunan dengan upaya menjaga kelestarian lingkungan. Pembangunan sebagai aktivitas dinamis cenderung bertentangan dengan menjaga kelestarian alam yang berkesan *pro status quo*. Proses pembangunan membutuhkan perubahan, percepatan dan tentu saja konsumsi tenaga dan material untuk melakukan produksi. Sebagai suatu aktivitas besar, maka pembangunan cenderung bersifat eksploitatif dan destruktif terhadap lingkungan alam dan mendatangkan “kejutan budaya” (*culture shock*) pada tatanan sosial masyarakat. Sebaliknya upaya dan kampanye untuk menjaga kelestarian alam selama ini juga seringkali bersifat kaku dan konvensional berpihak pada alam semata sehingga tidak memberi manfaat ekonomis bagi manusia.

Menurut Sharpley (2000) posisi yang saling bertentangan ini (*juxtaposition*) disebabkan oleh pengertian pembangunan yang berasal dari tradisi kolonialisme dan imperialisme. Pembangunan dalam kacamata kolonialisme dan imperialisme adalah aktivitas pelayanan kepentingan imperialis dalam hal kebutuhan infrastruktur yang dipergunakan untuk melakukan eksploitasi ekonomi untuk memperkuat kekuasaan politik terhadap tanah dan bangsa jajahan. Dalam terma ini pembangunan tentu saja sepenuhnya eksploitatif dan memarginalkan satu pihak terhadap pihak lain. Hal itulah yang mendasari istilah-istilah “merendahkan” (*peyoratif*) yang

sering kita dengar selama era 1960an pada masa Perang Dingin (*Cold War*) seperti “Negara Dunia Ketiga” (*The Third World Countries*) atau *Underdeveloped Countries*.

Pada kajian ekonomi pembangunan, teori-teori pembangunan klasik juga menempatkan asumsi pembangunan semata sebagai pertumbuhan berbasis angka-angka. Pembangunan dalam perspektif ini adalah pertumbuhan ekonomi yang ditandai dengan *chart*, grafik dan deretan angka-angka yang terus bertambah jumlahnya sebagai hal yang bersifat positifis atau mutlak. Keberhasilan pembangunan dalam perspektif ini salah satunya ditandai dengan sistem industrialisasi dengan produksi yang sepenuhnya efisien serta ketersediaan barang dan jasa yang melimpah dengan dorongan perubahan sifat masyarakat yang menjadi konsumtif. Definisi pembangunan yang lekat dengan asumsi tentang pertumbuhan ekonomi inilah yang begitu mendominasi perspektif para pelaku ekonomi secara global. Sehingga kemudian pada praktiknya pembangunan bersifat eksploitatif karena pikiran ekonomis dominan selalu bertujuan untuk melakukan maksimalisasi terhadap setiap potensi alam.

Konsep *Sustainable Development* (diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia sebagai Konsep Pembangunan Berkelanjutan, sebagian kecil orang juga menerjemahkan konsep ini sebagai “Pembangunan Lestari”) mulai mengemuka pada akhir dekade 80an bersamaan dengan menguatnya isu kelestarian lingkungan hidup dan kesinambungan kehidupan sosial berseberangan dengan industrialisasi yang berlebihan yang mewarnai abad ke-21. Industrialisasi yang dianggap sebagai penopang utama pertumbuhan ekonomi dan sumber pokok kesejahteraan umat manusia pada akhirnya dikritik sebagai sumber eksploitasi terhadap lingkungan alam dan perubahan pola hidup manusia serta kesenjangan ekonomi pada sebagian besar komunitas manusia di berbagai belahan dunia.

Konsep *Sustainable Development* didasarkan pada prinsip bahwa pembangunan sosial dan ekonomi harus sejalan dengan kelestarian alam dan kesejahteraan masyarakat dengan bertumpu pada keadilan dan kesetaraan. Prinsip ini ditopang oleh nilai-nilai kesetaraan yaitu redistribusi kesejahteraan untuk menjamin pemerataan kualitas hidup serta nilai kesinambungan demi kepentingan dan kebutuhan generasi mendatang. PBB mendefinisikan *sustainable development* sebagai “*development that meet the need of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs*” (United Nations General Assembly, 1987). Artinya bahwa orientasi untuk membangun atau memenuhi kebutuhan pada saat ini tidak boleh membahayakan kelestarian alam karena bila alam lingkungan rusak atau tercemar maka generasi berikutnya, anak cucu kita, akan mengalami kesulitan memenuhi kebutuhan hidup mereka. Kutipan ini berasal dari laporan *Bruntland Commission* yang berjudul “*Our Common Future*” yang kemudian menjadi dasar dari terbitnya Kerangka Kerja Integrasi Kebijakan Lingkungan dan Strategi Pembangunan (*Framework for the Integration of Environment Policies and Development Strategies*).

Walaupun pada perkembangannya konsep *Sustainable Development* ini banyak disalahpahami sebagian hanya pada isu pelestarian lingkungan alamnya semata, tetapi pada perspektif yang lebih luas perlahan tumbuh perlahan kesadaran bahwa segitiga antara kepentingan bisnis – kesejahteraan sosial – dan kelestarian alam adalah satu kesatuan yang saling mendukung satu sama lain. Istilah “*sustainability*” juga dapat dimaknai sebagai suatu kemampuan untuk menjaga kesinambungan suatu kondisi, keberlangsungan suatu proses atau keberadaan entitas tertentu (Jenkins, 2009) dalam definisi lain *sustainability* juga dapat diartikan sebagai “kemampuan untuk menyelenggarakan dan menjaga suatu proses perkembangan tanpa mengganggu keberadaan dari proses lain.”

Pokok pemikiran dari *sustainable development* adalah segitiga konsep dasar (Klarin 2018) yaitu –*environmental sustainability*– kelestarian lingkungan yang menjadi dasar utama dari aktivitas ekonomi manusia dan penyangga kualitas hidupnya. Kemudian ada *social sustainability*- kelestarian sosial yang dimaksudkan sebagai upaya untuk menjaga dan mengembangkan kebudayaan, hak asasi manusia, prinsip kesetaraan dan demokrasi. Serta yang terakhir adalah *economics sustainability*- kelestarian ekonomi, yaitu kemampuan untuk menjaga keberlangsungan sumber daya alam, sumber daya sosial dan sumber daya manusia untuk memenuhi hajat hidup secara layak dalam jangka waktu panjang. Jadi menurut pendapat Tomislav Klarin, suatu praktik pembangunan berkelanjutan yang lengkap adalah upaya untuk menjaga keseimbangan segitiga dasar di atas.

Pikiran pokok dari Konsep Pembangunan Berkelanjutan ini adalah bagaimana mengubah perspektif pembangunan (*development*) yang semula hanya berdasarkan angka-angka ekonomi menjadi lebih luas yaitu peningkatan kualitas hidup manusia dengan memadukannya dengan aspek keberlanjutan (*sustainable*) sebagai pertimbangan utama sehingga *term* atau istilah pembangunan tidak lagi bermakna eksploitatif dan mengorbankan keseimbangan dan keadilan sosial serta kelestarian alam. Para penganjur konsep pembangunan berkelanjutan berkeyakinan bahwa pemikiran jangka panjang akan aspek *sustainability* ini menjadikan pembangunan dapat berjalan seiring dengan kelestarian lingkungan dan keadilan sosial. Pikiran pokok yang kedua adalah bagaimana menempatkan keseimbangan perspektif ekonomi (*profit*), sosial (filantropi) dan lingkungan alam dalam setiap proses pengambilan keputusan baik pada level strategi pembangunan maupun pada skala yang lebih kecil yaitu pada strategi industri di setiap perusahaan.

## **2.3 Teori *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan)**

### **2.3.1 Definisi Konseptual CSR**

*Corporate Social Responsibility (CSR)* atau lebih dikenal di Indonesia dengan terjemahan istilah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah konsep yang muncul sejak lama. Konsep ini bermula dari pengembangan kajian manajemen yang memperluas tanggung jawab perusahaan tidak hanya pada kesejahteraan dan keselamatan karyawan atau pekerjanya saja, tidak hanya terhadap konsumen terkait dengan produk yang dihasilkan tetapi juga pada masyarakat atau publik secara luas yang terdampak oleh aktivitas bisnis perusahaan dari mulai proses produksi, distribusi –pemasaran hingga pada aktivitas konsumsi. Pemikiran ini kemudian juga menambahkan tanggung jawab perusahaan pada lingkungan alam yang juga menerima dampak dari keberadaan perusahaan dalam berbagai bentuk aktivitasnya.

Safarзад (2017) menjelaskan konsep CSR sebagai konsekuensi hukum dari keberadaan perusahaan yang harus memasukkan komitmen yang berkelanjutan terhadap komunitas masyarakat. Safarзад mengakui bahwa tujuan utama perusahaan adalah mencapai keuntungan dengan efisiensi tetapi hal ini tidak dapat dilakukan dalam jangka panjang bila mengabaikan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat dan mengabaikan kelestarian lingkungan sebagai bagian integral dalam proses operasional perusahaan.

Brusseau (2015) memberi penjelasan lebih rinci tentang konsep CSR dengan penekanan pada keseimbangan kewajiban perusahaan pada dua poin yang seharusnya dapat berjalan secara beriringan yaitu menciptakan profit sebesar-besarnya dengan sekaligus menjalin hubungan secara etis dengan lingkungan alam dan lingkungan sosial di sekitarnya. Menurut Suharto (2007) CSR merupakan suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan

publik eksternal. Secara konseptual, CSR adalah sebuah pendekatan di mana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Sedangkan menurut Ferrell (2005) CSR adalah konsep luas yang berhubungan dengan kewajiban organisasi untuk memaksimalkan pengaruh positifnya pada masyarakat dan pada saat yang bersamaan meminimalkan pengaruh negatifnya.

### **2.3.2 Prinsip Dasar *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Menurut Wahyudi dan Azheri (2008) hal yang diperhatikan dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu :

#### **1. Keuntungan (*Profit*)**

Motivasi utama dari setiap kegiatan usaha jelas adalah mencari keuntungan (*profit*). Karena itulah berbagai upaya akan dilakukan oleh setiap pengelola perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dan/atau menaikkan nilai dari harga saham perusahaan. Semua itu tidak terlepas dari tesis yang dipegang oleh penganut *Friedman Paradigm* yang menegaskan bahwa satu-satunya tanggung jawab sosial perusahaan adalah bagaimana mendatangkan keuntungan yang sebesar-besarnya pada *shareholders*. Hal ini sekaligus bentuk tanggung jawab ekonomi yang paling esensial terhadap *shareholders*. Pada dasarnya asumsi Milton Friedman menolak perluasan tanggung jawab perusahaan dengan argumen bahwa perusahaan terpisah atau tidak berhubungan langsung dengan masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan secara tidak langsung termanifestasikan dalam aturan-aturan pemerintah yang harus dipatuhi oleh perusahaan. Model Piramida Caroll menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dapat memberi keuntungan tidak langsung atau tidak dalam bentuk profit usaha pada perusahaan yaitu

berupa “nama baik” atau penerimaan publik terhadap keberadaan perusahaan yang akan berdampak positif nantinya pada *brand* atau produk dari perusahaan itu sendiri.

## **2. Masyarakat (*People*)**

Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu *stakeholders* penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan suatu perusahaan. Sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat yang dituangkan dalam berbagai bentuk kepedulian. Selain itu, perlu disadari bahwa operasional suatu perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat sekitar, baik dalam makna positif maupun negatif. Oleh karenanya perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat, sebagai kompensasi atas dampak yang diterima oleh masyarakat.

## **3. Lingkungan (*Planet*)**

Apabila aspek segala sesuatu yang berkaitan dengan *profit* dan *people* telah menjadi bagian dari suatu aktivitas dunia usaha, belumlah lengkap sebelum perusahaan memasukkan aspek lingkungan (*planet*) sebagai bagian yang harus diperhatikan dalam aktivitasnya. Namun demikian perlu dipahami juga apa yang dimaksud dengan lingkungan yaitu kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup, termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan kehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya. Dengan kata lain, lingkungan merupakan segala sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan manusia. Oleh karena itu jika suatu perusahaan ingin eksis dan *acceptable*

untuk jangka waktu panjang, maka segala aktivitas perusahaan harus menyertakan tanggung jawabnya kepada lingkungan.

### **2.3.3 Konsep-konsep penting dalam *Corporate Social Responsibility***

CSR merupakan perhatian pelaku bisnis terhadap kesejahteraan masyarakat. Perhatian ini diperlihatkan oleh para manajer yang mempertimbangkan kepentingan jangka panjang perusahaan sekaligus relasi perusahaan dengan masyarakat tempat dia beroperasi (Lamb, 2001). Ada empat konsep secara keseluruhan dalam CSR (Lamb, 2001), yaitu:

#### **1. Tanggung Jawab Ekonomi**

Menurut Ferrell (2005) semua perusahaan harus bertanggung jawab pada para *stockholder* nya yang memiliki kepentingan besar untuk memajukan prosedur akunting yang sesuai, informasi yang tepat tentang kinerja perusahaan yang sedang terjadi dan kinerja yang diharapkan, dan tentu saja menghasilkan laba dari investasi mereka. Tujuan ekonomi untuk menghasilkan laba ini juga harus memberikan pelayanan bagi para karyawan dan masyarakat dalam skala besar karena pengaruhnya pada ketenagakerjaan dan tingkat penghasilan sehingga perusahaan tersebut akan dianggap rumah bagi mereka (Ferrell, 2005). Sedangkan menurut Williams (2001) tanggung jawab ekonomi adalah harapan bahwa perusahaan akan menghasilkan keuntungan dengan memproduksi barang atau jasa yang bernilai.

#### **2. Tanggung Jawab Hukum**

Menurut Lamb (2001) hukum adalah kodifikasi apa yang benar dan salah dalam masyarakat. Bermain dengan aturan-aturan yang ditetapkan dalam permainan. Tanggung jawab hukum menurut Williams (2001) adalah harapan bahwa perusahaan akan mematuhi

hukum dan peraturan masyarakat ketika mereka berusaha memenuhi tanggung jawab ekonomi.

### 3. Tanggung Jawab Etika

Etika pemasaran mengacu pada prinsip-prinsip dan standar yang menentukan pelaksanaan pemasaran yang dapat diterima seperti yang ditentukan oleh masyarakat, peraturan pemerintah, kelompok kepentingan pribadi, pesaing dan perusahaan itu sendiri (Ferrell, 2005). Menurut Lamb (2001) tanggung jawab etika adalah menjadi etis. Melakukan apa yang benar, adil, dan wajar, menghindari kerusakan.

Williams (2001) menjelaskan bahwa tanggung jawab etika adalah harapan masyarakat bahwa organisasi tidak akan melanggar prinsip-prinsip benar dan salah yang telah diterima ketika menjalankan usaha. Karena *stakeholder* yang berbeda mungkin tidak setuju tentang apa yang etis atau tidak, memenuhi tanggung jawab etika lebih sulit daripada memenuhi tanggung jawab ekonomi atau hukum,

### 4. Tanggung Jawab Filantropis

Tanggung jawab filantropi menurut Ferrell (2005) adalah bagaimana menjadi warga yang baik. Menyumbangkan sumber daya bagi masyarakat, meningkatkan kualitas hidup. Aktivitas filantropi membuat sarana pemasaran yang sangat baik. Menganggap filantropi perusahaan sebagai sarana pemasaran mungkin akan tampak seperti sesuatu yang tidak masuk akal, tetapi ini menunjukkan tentang realitas bahwa filantropi merupakan hal yang sangat baik untuk perusahaan. Sedangkan menurut Lamb (2001) tanggung jawab filantropis adalah menjadi perusahaan yang baik, memberikan kontribusi sumber daya kepada komunitas, dan meningkatkan kualitas hidup.

### 2.3.4 Model *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan memiliki pola ataupun model yang sering diterapkan pada perusahaan sendiri guna menunjang jalannya kelangsungan bisnis mereka. Menurut Suharto (2007), ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan di Indonesia, yaitu:

#### 1. Keterlibatan langsung

Perusahaan menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau bisa juga memasukkan tugas ini menjadi bagian dari tugas pejabat *public relation*.

#### 2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan

Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di negara maju. Biasanya, perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.

#### 3. Bermitra dengan pihak lain

Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial atau organisasi non-pemerintah (Ornop), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.

#### 4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium

Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu.

### **2.3.5 Manfaat *Corporate Social Responsibility***

CSR sebagai konsekuensi logis keberadaan perusahaan di sebuah lingkungan masyarakat mendorong perusahaan untuk lebih proaktif mengambil inisiatif dalam hal tanggung jawab sosial (Sule dan Saefullah, 2006). Manfaat tersebut di antaranya adalah:

#### **1. Manfaat bagi perusahaan**

Manfaat yang jelas bagi perusahaan jika perusahaan memberikan tanggung jawab sosial adalah munculnya citra positif dari masyarakat terhadap kehadiran perusahaan di lingkungannya. Kegiatan perusahaan dalam jangka panjang akan dianggap sebagai kontribusi yang positif bagi masyarakat. Selain membantu perekonomian masyarakat, perusahaan juga akan dianggap bersama masyarakat membantu mewujudkan keadaan yang lebih baik di masa yang akan datang. Akibatnya, perusahaan justru memperoleh tanggapan yang positif setiap kali menawarkan sesuatu kepada masyarakat. Perusahaan tidak saja dianggap sekedar menawarkan produk untuk dibeli masyarakat, tetapi juga dianggap menawarkan sesuatu yang akan membawa perbaikan bagi masyarakat.

#### **2. Manfaat bagi masyarakat**

Manfaat bagi masyarakat dari tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan sangatlah jelas. Selain bahwa beberapa kepentingan masyarakat diperhatikan oleh perusahaan, masyarakat juga akan mendapatkan pandangan baru mengenai hubungan perusahaan dan masyarakat yang barangkali selama ini hanya sekedar dipahami sebagai hubungan produsen-konsumen, menjadi hubungan kerjasama antara masyarakat dan dunia bisnis yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Hubungan masyarakat dan dunia bisnis tak lagi dipahami sebagai hubungan antara pihak yang mengeksploitasi dan pihak yang tereksploitasi, tetapi

hubungan kemitraan dalam membangun masyarakat lingkungan yang lebih baik. Tidak hanya di sektor perekonomian, tetapi juga dalam sektor sosial, pembangunan, dan lain-lain.

### 3. Manfaat bagi pemerintah

Manfaat bagi pemerintah dengan adanya tanggung jawab sosial dari perusahaan juga sangatlah jelas. Pemerintah pada akhirnya tidak hanya berfungsi sebagai wasit yang menetapkan aturan main dalam hubungan masyarakat dengan dunia bisnis, dan memberikan sanksi bagi pihak yang melanggarnya. Pemerintah sebagai pihak yang mendapat legitimasi untuk mengubah tatanan masyarakat ke arah yang lebih baik akan mendapatkan mitra dalam mewujudkan tatanan masyarakat tersebut. Sebagian tugas pemerintah dapat dijalankan oleh anggota masyarakat, dalam hal ini perusahaan atau organisasi bisnis.

#### 2.4 Bagan Hubungan Konsep *Sustainable Development* dalam Praktek *Corporate Social Responsibility*

