

## ABSTRAK

**Firgianus Niko.** Persepsi Masyarakat Kampung Tukul Kecamatan Tering Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Marsam Citra Adiperkasa 3 Di Kabupaten Kutai (di bawah bimbingan BAPAK SUKARIYAN dan Ibu Erna Rositah). Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tanggung jawab sosial perusahaan yang wajib perusahaan terapkan terhadap masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan, sebagaimana yang di jelaskan dalam Undang – Undang No.40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas ayat 1, 2, 3, dan 4. PT. Marsam Citra Adiperkasa 3 merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pengelolaan buah kelapa sawit yang wajib menjalankan CSR, namun dalam kenyataannya PT. Marsam Citra Adiperkasa ini belum sepenuhnya menjalankan CSR tersebut dengan maksimal.

Penelitian ini bertujuan 1) mengidentifikasi dan menganalisis program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT. Marsam Citra Adiperkasa (MCA) di Kampung Tukul; dan 2) mengetahui persepsi masyarakat Kampung Tukul terhadap program CSR PT. Marsam Citra Adiperkasa.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan dengan cara turun langsung ke lapangan melakukan observasi wawancara dan dokumentasi, dalam penelitian ini dilakukan wawancara kepada masyarakat sebanyak 30 responden yang 5 diantaranya tokoh kunci di masyarakat.

Program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT. Marsam Citra Adiperkasa 3 yaitu Program infrastruktur 1) Bantuan listrik, 2) Perbaikan akses jalan. Program pendidikan 1) Beasiswa untuk jenjang SMP/SMA/ dan Perguruan Tinggi. Program Bantuan Sosial 1) bantuan upacara adat, 2) Bantuan keagamaan, 3) Bantuan kematian. Persepsi masyarakat terhadap program CSR PT. Corporate Social Responsibility (CSR) PT. MARSAM CITRA ADIPERKASA terbagi 2 yaitu positif dan negatif. Persepsi positif terkait dengan program infrastruktur, program pendidikan, bantuan sosial dan peningkatan perekonomian masyarakat. Persepsi negatif berhubungan dengan perubahan nilai-nilai sosial dan budaya di masyarakat. PT. Marsam Citra Adiperkasa 3 belum melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan secara maksimal. Hal ini tidak terlepas dari kurangnya perhatian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitarnya

Kata kunci : *Corporate Social Responsibility (CSR), Persepsi Masyarakat Kampung Tukul*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian Hasil Yang Diharapkan	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Corporate Social Responsibility (CSR)	6
B. Peraturan-Peraturan Tentang CSR	12
C. Persepsi Masyarakat	16
III. METODE PENELITIAN	18
A. Tempat Dan Waktu Penelitian	18
B. Alat Dan Bahan	18
C. Jenis Dan Sumber Data	19
D. Rencana Alur Penelitian	19
E. Teknik Pengumpulan Data	20
F. Prosedur Kerja	20
G. Analisis Data	21

IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	23
	A. Hasil	23
	B. Pembahasan	40
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	49
	A. Kesimpulan	49
	B. Saran	50
	DAFTAR PUSTAKA	51
	LAMPIRAN	53

## I. PENDAHULUAN

Sari (2010) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu tindakan yang diambil pelaku bisnis atau pemangku kepentingan melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab kepada masyarakat. Sari (2010)

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, pelaku bisnis atau perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yakni ekonomi, sosial, dan lingkungan, hal ini difokuskan sebagai kegiatan yang berkesinambungan dan salah satu cara untuk mencegah krisis, yaitu dengan peningkatan reputasi atau image. Era globalisasi membawa dampak besar terhadap perekonomian dan pengelolaan pembangunan suatu bangsa dan banyak sekali upaya yang telah dilakukan pemerintah dalam mengejar era yang serba modern ini dan tidak heran juga banyak faktor-faktor internal yang harus benar-benar diperhatikan pemerintah mulai dari angka kemiskinan, sumber daya manusia (SDM), bahkan infrastruktur-infrastruktur lainnya yang menyangkut dalam proses pembangunan berkelanjutan, di sisi lain pemerintah memanfaatkan keberadaan perusahaan untuk membantu menghadapi kemajuan yang sangat pesat di era modernisasi ini.

*Summit on Sustainable Development* (WSSD) di Johannesburg Afrika Selatan 2002 yang ditujukan untuk mendorong seluruh perusahaan di dunia dalam rangka terciptanya suatu pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). CSR dapat berperan dalam upaya untuk mewujudkan *good corporate governance* (tata kelola perusahaan yang baik), *good corporate citizenship* (kewarganegaraan perusahaan yang baik), dan *good business ethics* (etika bisnis yang baik) dari sebuah entitas bisnis.

CSR merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya Perseroan Terbatas) dengan segala hal (*stake-holders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha (*sustainability*) perusahaan tersebut. Maka dari itu tidak hanya perusahaan saja yang harus berkontribusi untuk memberdayakan masyarakat sekitar perusahaan namun ada juga kerjasama dari masyarakat untuk melaksanakan program CSR. (Yeremia., Dkk 2008)

Frynas (2009) perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR antara lain umumnya karena alasan-alasan yaitu untuk memenuhi regulasi, hukum dan aturan, Sebagai investasi sosial perusahaan untuk mendapatkan image yang positif, Bagian dari strategi bisnis perusahaan, Untuk memperoleh *licence to operate* dari masyarakat setempat, Bagian dari risk managemen tperusahaan untuk meredam dan menghindari konflik social.

Terkait dengan batasan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility(CSR) yang dikemukakan oleh para ahli berbeda-beda, sesuai dengan sudut pandang dan pemahaman masing-masing mengenai CSR. Crowthe.,D., Dkk (2010) menjelaskan bahwa identifikasi kegiatan CSR melalui 3 prinsip utama yaitu:

1. *Sustainability* (keberlanjutan) dalam prinsip ini berkaitan dengan tindakan yang dilakukan sekarang yang dikemudian hari dapat berdampak atau berpengaruh terhadap langkah-langkah yang dapat kita ambil di masa depan. Dalam sustainability terdapat 7 isu strategi yaitu pertumbuhan yang berkelanjutan, merubah kualitas pertumbuhan, pemenuhan kebutuhan yang esensi,

pemeliharaan & peningkatan basis sumber daya, orientasi teknologi & mampu mengatur resiko dan yang terakhir menggabungkan lingkungan dan ekonomi dalam pengambilan keputusan.

2. *Accountability* (pertanggung jawaban), dalam sebuah organisasi mengenali setiap aktivitas yang langsung maupun tidak langsung yang berdampak pada lingkungan luar atau diartikan sebagai bertanggung jawab atas tindakan yang dilakukan. Konsep ini berlaku dengan menguatifikasikan akibat apa saja yang dapat timbul dari tindakan yang diambil baik internal organisasi maupun eksternal.
3. *Transparency* (keterbukaan), sebuah prinsip dimana sebuah dampak eksternal dilaporkan secara nyata tanpa disembunyikan.

CSR bukan saja sebagai tanggung jawab, tetapi juga sebuah kewajiban. CSR adalah suatu peran bisnis dan harus menjadi bagian dari kebijakan bisnis maka, bisnis tidak hanya mengurus permasalahan laba, tapi juga sebagai sebuah institusi pembelajaran. Bisnis harus mengandung kesadaran sosial terhadap lingkungan sekitar, maka dari hal tersebut perusahaan harus benar-benar memperhatikan CSR dan bertanggung jawab atas sisa-sisa dari kegiatan perusahaan yang bisa saja berpengaruh terhadap lingkungan sekitar atau terhadap masyarakat yang tinggal di daerah tersebut. (Tanudjaja 2006),

Dewasa ini, menghadapi dampak globalisasi, kemajuan informasi teknologi, dan keterbukaan pasar, perusahaan harus secara serius memperhatikan CSR. Namun dimasa sekarang hanya sedikit Perseroan Terbatas yang melaksanakan atau mengimplementasikan CSR dengan baik dan benar, dan kebanyakan

perseroan terbatas di masa sekarang hanya sekedar menjalankan regulasi pemerintah, cenderung asal asalan dan tidak sesuai dengan apa yang sebenarnya tercantum pada program CSR, hanya mengambil keuntungan tidak memperhatikan lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan, hal seperti inilah yang menarik banyak peneliti untuk melakukan analisa apakah perusahaan atau Perseroan Terbatas, benar-benar melaksanakan kewajibannya terhadap masyarakat yang hidup disekitar lingkungan perusahaan tersebut atau tidak, dan juga eksistensi perusahaan akan bertambah dimata masyarakat sekitar perusahaan maupun di lingkungan masyarakat luas, yang bahkan tidak tinggal disekitar perusahaan, jika perusahaan tersebut menjalankan CSR dengan baik dan benar, yang tidak hanya menjalankan regulasi pemerintah saja.

Namun dalam hakikatnya sebagai perusahaan yang menjalankan CSR khususnya di wilayah kampung Tukul, PT. Marsam Citra Adiperkasa 3 ini menimbulkan persepsi negatif maupun positif dari masyarakat kampung Tukul sebagai penerima program CSR, baik dari segi CSR yang sudah di implementasikan, sosial budaya, dan perubahan yang terjadi di kampung Tukul, ketika PT. Marsam Citra Adiperkasa ini muncul, maka dari itu, penelitian ini juga mengaitkan bagaimana persepsi masyarakat dengan program CSR yang, PT. Marsam Citra Adiperkasa 3 ini implementasikan, perubahan sosial budaya dalam masyarakat kampung Tukul, dan kehadiran PT. Marsam Citra Adiperkasa 3 di kampung Tukul.

Berkaitan adanya permasalahan tersebut diatas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul Persepsi Masyarakat Kampung Tukul

Kecamatan Tering Kabupaten Kutai Barat Terhadap Program *Coorporate Social Responsibility* (CSR) PT. Marsam Citra Adiperkasa 3.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas yang telah dijelaskan dan dipaparkan maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Apa saja program CSR yang dijalankan PT. Marsam Citra Adiperkasa 3 di Kampung Tukul?
- b. Bagaimana persepsi masyarakat tentang program CSR yang dijalankan maupun kehadiran PT. Marsam Citra Adiperkasa 3?

Batasan masalah penelitian ini membatasi masalah hanya pada : implementasi program CSR PT. Marsam Citra Adiperkasa 3 terhadap masyarakat di Kampung Tukul.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui presepsi masyarakat Kampung Tukul terhadap CSR yang dilakukan PT. Marsam Citra Adiperkasa 3.
- b. Untuk mengetahui implementasi program CSR perusahaan kelapa sawit PT. Marsam Citra Adiperkasa 3 kepada masyrakat kampung Tukul.

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai bahan masukan bagi masyarakat dan evaluasi bagi pihak perusahaan untuk perbaikan program CSR ke depan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2007. Undang Undang Nomor 40 Tentang Perseroan Terbatas
- Anonim. 2012. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tentang tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas
- Anonim. 2013. Peraturan Daerah Propinsi Kalimantan Timur Nomor 3 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas serta Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan
- Anonim. 2013. Peraturan Daerah Kabupaten Kutai Barat Nomor 29 Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
- Anonim. 2020. Pedoman Wawancara Berstruktur Survei Aspek Kehidupan Sosial, Ekonomi, Budaya Dan Kesehatan Masyarakat Dalam Rangka Adendum Amdal Rencana Usaha Dan/Atau Kegiatan Pertambangan Batubara PT. Graha Panca Karsa.
- Arikunto, S. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI. Jakarta : Rineka Cipta
- Crowther, D., Aras, Guler. (2010). Corporate Social Responsibility: Part I Principles, Stakeholder & Sustainability. Ventus Publishing ApS.
- Frynas, JG. 2009. Beyond Corporate Social Responsibility, Oil Multinationals and Social Challenges. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hasan umar.2014. "Majalah Hukum Forum Akademika".*Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol. 25. No 1:1-2.
- Mapisangka Andi. 2009. "Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat". *JESP*. Vol 1. No. 1.
- Mulyana, Deddy. (2002). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Murniasih, Erny. 2009. Buku Pintar Beasiswa. Jakarta: Gagas Media
- Hafsah, Mohammad Jafar. 2000. Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi, Jakarta: PT. Pustaka Sinar Harapan.
- Pawito. Ph.D. 2007. "Penelitian Komunikasi Kualitatif". Yogyakarta: LKiS Yogyakarta. hal. 104, dalam <https://books.google.co.id>, diakses pada 13 Mei 2020 Jam 08:34.

- Rahmad, Jalaluddin. (2012). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sari, YD. (2010). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Sikap Komunitas Pada Program Perusahaan, 1 -25.
- Sugiarto Eko. 2015. Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Suaka Media. hal. 8.
- Suharto, Edi (2007), *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*, Bandung: Refika Aditama (segera terbit).
- Tanudjaja, BB. (2006). Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia. Nirmana, Vol.8 No. 2, 92-98.
- Utomo AS. 2010. Dampak Pelaksanaan Program *Corporate Sosial Reponsibility* (CSR) PT. Indocement Tungal Prakarsa Tbk terhadap Masyarakat Lokal (Studi kasus: Desa Nambo, Kecamatan Klapanunggal, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat). Skripsi. Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor. Tidak Dipublikasikan.
- Wibisono Yusuf ,2007, Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility),PT Gramedia, Jakarta.
- Yeremia., G.Widjaja (2008). Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR. Jakarta: Forum Sahabat.