



KAJIAN AKADEMIK

**PENGELOLAAN
TANGGUNG JAWAB
PERUSAHAAN
DI KABUPATEN KEBUMEN**

2023

KATA PENGANTAR

Kabupaten Kebumen, yang kaya akan kearifan lokal dan potensi sumber daya alam, menjadi latar yang menarik dalam memahami bagaimana perusahaan-perusahaan di wilayah ini menjalankan tanggungjawab sosial mereka. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk merunut langkah-langkah strategis yang diambil oleh perusahaan-perusahaan dalam memanfaatkan dan mendistribusikan sumber daya mereka demi kesejahteraan masyarakat setempat. Melalui tinjauan mendalam terhadap berbagai faktor, seperti prinsip-prinsip etika bisnis, dampak lingkungan, peningkatan kualitas hidup masyarakat, dan penciptaan lapangan kerja, kita akan menelusuri bagaimana perusahaan-perusahaan di Kabupaten Kebumen membangun keberlanjutan dalam operasi mereka. Dengan memahami tantangan dan peluang yang dihadapi, narasi ini juga akan menggali bagaimana perusahaan-perusahaan tersebut mengatasi hambatan dan mengimplementasikan solusi inovatif untuk meningkatkan dampak positif mereka dalam komunitas setempat.

Kami berharap bahwa narasi ini tidak hanya akan menjadi jendela bagi pemahaman lebih mendalam tentang pengelolaan tanggungjawab sosial perusahaan di Kabupaten Kebumen, tetapi juga akan menjadi inspirasi bagi perusahaan-perusahaan lainnya untuk menerapkan praktik-praktik terbaik dalam menciptakan dampak positif yang berkelanjutan. Dengan pengelolaan tanggungjawab sosial yang kokoh dan berkelanjutan, kita dapat bersama-sama merintis masa depan yang lebih baik bagi masyarakat, lingkungan, dan dunia bisnis. Terima kasih kepada semua pihak yang telah turut serta dalam mengembangkan wawasan dan pemahaman kita melalui penelitian ini.

Hormat kami,

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| KATA PENGANTAR | i |
| DAFTAR ISI | iii |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Tujuan dan Kegunaan | 5 |
| BAB II | 6 |
| KAJIAN TEORI DAN REGULASI | 6 |
| A. Kajian Teoritis | 6 |
| B. Kajian Peraturan Perundang-Undangan..... | 22 |
| BAB III | 32 |
| PEMBAHASAN | 32 |
| A. Kondisi Pengelolaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Kabupaten Kebumen | 32 |
| B. Permasalahan pengelolaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Kabupaten Kebumen | 34 |
| C. Alternatif kebijakan | 38 |
| BAB IV | 40 |
| PENUTUP | 40 |
| A. Kesimpulan | 40 |
| B. Rekomendasi..... | 41 |
| DAFTAR PUSTAKA | 43 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kabupaten Kebumen mempunyai peranan yang cukup penting dalam perekonomian di Provinsi Jawa Tengah karena kabupaten ini merupakan salah satu kawasan yang mempunyai potensi industri yang memadai dimana Kabupaten Kebumen merupakan kawasan yang menjadi lanskap jalur pengembangan industri berskala nasional yang beroperasi. Dengan pertumbuhan ekonomi sebesar 5,7 persen di tahun 2023, Kabupaten Kebumen menyumbang pendapatan yang cukup signifikan bagi pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Jawa Tengah. Potensi ekonomi yang dapat dikembangkan di Kabupaten Kebumen juga cukup banyak, meliputi pertanian, peternakan, pariwisata, energi dan sumber daya mineral, industri kerajinan, perkebunan, perikanan, hortikultura, dan lain-lain.

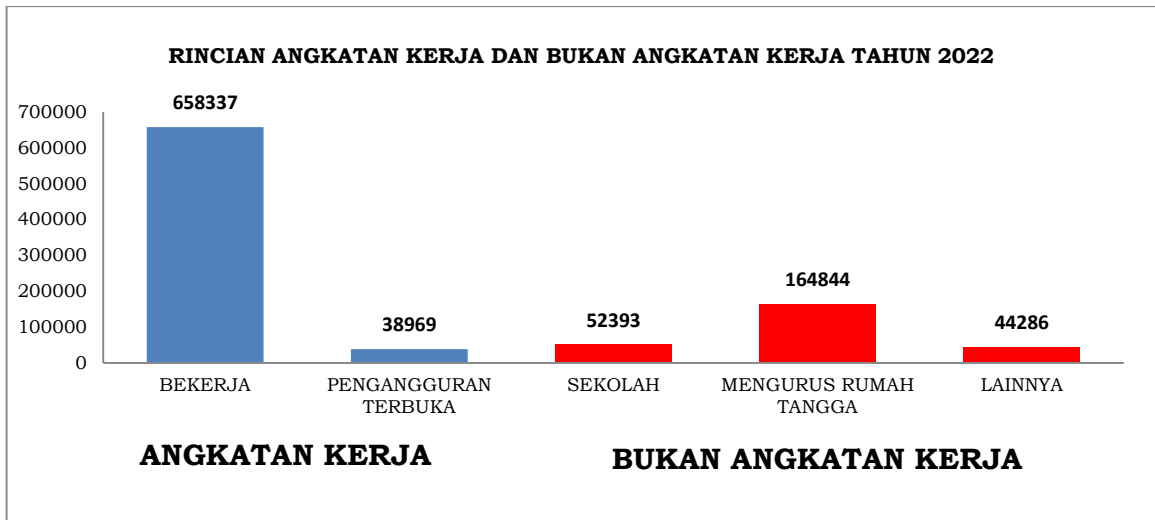
Namun demikian, saat ini Kabupaten Kebumen masih dihadapkan pada beberapa permasalahan antara lain masih tingginya angka kemiskinan yang mencapai 17,83%, ketimpangan sosial dan ekonomi di masyarakat, kondisi perekonomian daerah yang belum optimal, pemanfaatan sumber daya alam yang belum memperhatikan kelestarian lingkungan, dan infrastruktur yang masih belum memadai. Padahal dengan potensi-potensi yang dimiliki, Kabupaten Kebumen seharusnya dapat menjadi salah satu sentra pertumbuhan ekonomi di kawasan selatan Indonesia karena letak geografisnya yang strategis, yang berbatasan langsung dengan Samudera Indonesia.

Kabupaten Kebumen sebetulnya juga memiliki klasifikasi masyarakat angkatan kerja yang dinilai cukup tinggi yang dapat menjadi keuntungan tersendiri, namun tingginya angkatan kerja juga

menimbulkan masalah pengangguran. Berikut merupakan data klasifikasi masyarakat di Kabupaten Kebumen:



Pada tahun 2022, Kabupaten Kebumen memiliki persentase angkatan kerja sebesar 72% dan jumlah masyarakat bukan angkatan kerja sebesar 28% dari total masyarakat. Jumlah masyarakat angkatan kerja yang ada di Kabupaten Kebumen sebanyak 658.337 orang. Jumlah tersebut dinilai cukup banyak jika dibanding dengan jumlah masyarakat bukan angkatan kerja yang hanya sekitar 261.523 orang.



Rincian masyarakat di Kabupaten Kebumen berdasarkan angkatan kerja yang telah memiliki pekerjaan dinilai cukup tinggi dengan presentase 94.08% dari total angkatan kerja. Walaupun angka yang memiliki pekerjaan sudah tinggi, namun masih ada masyarakat

diusia produktif atau usia angkatan kerja yang berstatus pengangguran. Jumlah pengangguran terbuka di Kabupaten Kebumen sebanyak 38.969 orang (5.92% dari total angkatan kerja). Selain masyarakat angkatan kerja, Kabupaten Kebumen tentu juga memiliki masyarakat bukan angkatan kerja. Angka bukan angkatan kerja cukup rendah hanya sekitar 28% dari total masyarakat. Sebagian besar masyarakat bukan angkatan kerja memiliki kegiatan mengurus rumah tangga dengan total 63.03%, sedangkan yang bersekolah sebanyak 20.03% dan kegiatan lainnya sebanyak 16.93% dari total masyarakat bukan angkatan kerja.

Dalam kondisi di Kabupaten Kebumen yang demikian, perlu menjadi perhatian untuk menyusun sebuah skema atau solusi yang didasarkan dari potensi ekonomi di Kabupaten Kebumen. Dalam meningkatkan perekonomian di Kabupaten Kebumen, Pemerintah Daerah tentu bukan sebagai *single actor*, namun perlu peran serta dari berbagai pihak untuk mewujudkan ketahanan perekonomian di Kebumen. Peran serta tersebut tentu harus melibatkan masyarakat, pemangku kepentingan dan tidak kalah pentingnya untuk melibatkan perusahaan swasta maupun BUMN dan BUMD dalam mendukung kebijakan pemerintah daerah dalam meningkatkan perekonomian dan pembangunan sosial di Kabupaten Kebumen atau yang lazim disebut sebagai tanggungjawab sosial perusahaan.

Istilah, pengertian dan pemahaman tentang tanggung jawab sosial perusahaan/*Corporate Social Responsibility* (CSR) selama ini masih selalu menjadi perdebatan yang hangat oleh para pendukung dan para penentangannya. Kedua kutub yang berbeda pandangan tersebut masing-masing mempunyai argumentasi yang bertentangan satu terhadap yang lain sesuai dengan kedudukan dan kepentingannya.

Para pendukung konsep regulasi maupun penerapan TJSP secara jelas dan tegas, berpendapat bahwa TJSP tersebut sesungguhnya untuk kepentingan manusia dan kemanusiaan, sehingga harus diatur dengan

jelas dan tegas. Sedangkan dari para penentangannya, menyatakan tidak perlu diatur dengan tegas, serahkan saja kepada para pelaku. Ke depan tanggung jawab sosial perusahaan, apabila dilaksanakan dengan benar, akan memberikan dampak positif bagi perusahaan, lingkungan, termasuk sumber daya manusia, sumber daya alam dan seluruh pemangku kepentingan dalam masyarakat. Perusahaan yang mampu sebagai penyerap tenaga kerja, mempunyai kemampuan memberikan peningkatan daya beli masyarakat, yang secara langsung atau tidak, dapat mewujudkan pertumbuhan lingkungan dan seterusnya. Mengingat kegiatan perusahaan itu sifatnya simultan, maka keberadaan perusahaan yang taat lingkungan akan lebih bermakna.

Perusahaan merupakan salah satu penopang dan penggerak perekonomian nasional. Peranan perusahaan dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional merupakan bagian dari kontribusi positifnya. Penciptaan lapangan kerja, produk barang serta jasa yang dihasilkan dari usaha perusahaan, dan pembayaran pajak yang memberikan pendapatan bagi negara merupakan kontribusi yang dirasakan besar manfaatnya (Utama,2000). Perusahaan dan masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan, keduanya menunjukkan adanya hubungan resiprokal (timbang balik) antara perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan pada hakekatnya adalah bagian (sub sistem) dari *system social* yang keberadaannya tidak bisa lepas dari lingkungan sosial dimana perusahaan berada terutama disekitar tempat operasi perusahaan. Dua aspek penting harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara keduanya sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan kearah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Kemajuan dan kemampuan ekonomi masyarakat yang merupakan pasar bagi perusahaan adalah kunci sukses keberhasilan operasional perusahaan, sementara realitas yang dihadapi adalah konsumen di Indonesia yang penuh dengan keterbatasan-keterbatasan terutama rendahnya daya beli masyarakat.

B. Tujuan dan Kegunaan

Maksud dilaksanakannya kegiatan Kajian ini adalah sebagai upaya untuk mendapatkan sebuah analisa dan identifikasi mengenai kondisi peran perusahaan dalam pembangunan di Kabupaten Kebumen melalui tanggung jawab sosial perusahaan serta mengkaji mengenai aspek kebijakan yang relevan dalam melakukan optimalisasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pembangunan di Kabupaten Kebumen. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan ini berdasarkan rujukan dari rumusan sebagai berikut :

1. Merumuskan proses dan metode strategis dalam mengoptimalkan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pembangunan di Kabupaten Kebumen.
2. Merumuskan model kebijakan yang mampu mewedahi kepentingan antara Pemerintah Daerah, perusahaan atau sektor swasta dan masyarakat dalam melakukan pembangunan di Kabupaten Kebumen.
3. Mendorong kebijakan dalam melakukan optimalisasi peran perusahaan atau sektor swasta terhadap pembangunan fisik maupun pembangunan sosial di Kabupaten Kebumen.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN REGULASI

A. Kajian Teoritis

a. Teori *Stakeholder* dalam Pengelolaan CSR

Teori *Stakeholder* merupakan pendekatan yang esensial dalam pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Konsep ini mengakui bahwa organisasi tidak hanya berkewajiban untuk mengutamakan kepentingan pemegang saham saja, tetapi juga harus mempertimbangkan dampak dari kegiatan mereka terhadap berbagai pihak yang memiliki kepentingan atau "*stake*" dalam perusahaan tersebut. Pihak-pihak ini dapat mencakup karyawan, pelanggan, masyarakat, lingkungan, pemerintah, dan lainnya.

Pengelolaan CSR berdasarkan teori *stakeholder* memerlukan proses identifikasi, pemahaman, dan keterlibatan aktif dengan para pihak terkait. Perusahaan harus secara proaktif berkomunikasi dan berinteraksi dengan *stakeholder*, serta mempertimbangkan kebutuhan, harapan, dan kekhawatiran mereka dalam pengambilan keputusan strategis. Hal ini akan memastikan bahwa perusahaan tidak hanya mencari keuntungan finansial semata, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

Dalam menerapkan teori *stakeholder*, perusahaan harus melakukan analisis menyeluruh terhadap para pemangku kepentingan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi mereka. Selain itu, perusahaan juga perlu melibatkan *stakeholder* dalam proses perencanaan dan pelaksanaan program CSR untuk memastikan bahwa upaya yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan mereka.

b. Teori *Triple Bottom Line* (TBL)

Teori *Triple Bottom Line* (TBL) adalah pendekatan dalam pengelolaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang mencakup tiga dimensi utama, yaitu keberlanjutan ekonomi, keberlanjutan sosial, dan keberlanjutan lingkungan. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh penulis John Elkington pada tahun 1994 dalam bukunya yang berjudul "*Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*".

1. Keberlanjutan Ekonomi: Pertama-tama, dalam TBL, keberlanjutan ekonomi berkaitan dengan keuntungan finansial yang dihasilkan oleh perusahaan. Tujuan keberlanjutan ekonomi adalah mencapai profitabilitas jangka panjang, pertumbuhan yang berkelanjutan, dan penerapan praktik bisnis yang bertanggung jawab terhadap pemangku kepentingan (*stakeholders*). Aspek ini mencakup perhatian terhadap kinerja finansial perusahaan, efisiensi operasional, inovasi produk dan proses, serta transparansi dalam pelaporan keuangan.
2. Keberlanjutan Sosial: Keberlanjutan sosial berfokus pada dampak perusahaan terhadap masyarakat di sekitarnya dan karyawan perusahaan itu sendiri. Aspek ini mencakup tanggung jawab perusahaan dalam menciptakan manfaat sosial, mempromosikan hak asasi manusia, meningkatkan kualitas hidup komunitas lokal, dan menerapkan praktik bisnis yang adil dan etis. Pengelolaan CSR harus mengintegrasikan kepedulian terhadap karyawan, pelanggan, masyarakat, dan masyarakat luas.
3. Keberlanjutan Lingkungan: Keberlanjutan lingkungan berfokus pada dampak lingkungan yang dihasilkan oleh aktivitas perusahaan. TBL menekankan pentingnya pengurangan jejak

karbon, konservasi sumber daya alam, efisiensi energi, pengelolaan limbah, dan penggunaan teknologi ramah lingkungan. Aspek ini mendorong perusahaan untuk mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan secara lingkungan demi menjaga keseimbangan ekosistem dan planet.

Penerapan Teori *Triple Bottom Line* bertujuan untuk mencapai keselarasan antara tujuan ekonomi, sosial, dan lingkungan, sehingga perusahaan dapat beroperasi secara bertanggung jawab, berkelanjutan, dan memberikan manfaat positif bagi seluruh pemangku kepentingan.

c. Teori Etika Bisnis

Dalam dunia bisnis modern, *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi semakin penting dalam menjalankan operasi perusahaan. CSR merupakan konsep yang mendasari tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dalam kegiatan bisnisnya. Teori etika bisnis memainkan peran sentral dalam pengelolaan CSR ini, karena menetapkan kerangka kerja moral dan nilai-nilai yang harus dipegang oleh perusahaan saat berinteraksi dengan masyarakat, karyawan, dan lingkungan.

Salah satu teori etika bisnis yang relevan adalah Etika Utilitarianisme. Teori ini berfokus pada mencapai kebahagiaan maksimum untuk sebanyak mungkin orang. Dalam konteks CSR, perusahaan yang menganut etika utilitarianisme akan berupaya untuk menghasilkan dampak positif yang sebesar-besarnya bagi masyarakat, termasuk karyawan, konsumen, dan komunitas sekitar. Dalam pengambilan keputusan bisnis, perusahaan akan mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari keputusan tersebut, dan bertindak sesuai dengan kepentingan umum.

Selain itu, Etika Deontologi juga menjadi relevan dalam pengelolaan CSR. Teori ini menekankan pada kewajiban moral dan

prinsip etika yang tidak dapat dilanggar, terlepas dari akibatnya. Dalam konteks CSR, perusahaan yang menganut etika deontologi akan memprioritaskan prinsip-prinsip moral dalam segala aspek operasionalnya, tanpa melupakan keuntungan bisnis. Ini berarti, perusahaan akan memastikan kelayakan kerja, penggunaan sumber daya yang berkelanjutan, dan keterlibatan aktif dalam membantu masyarakat dan lingkungan sekitar.

Selain itu, teori etika bisnis lainnya yang harus dipertimbangkan dalam pengelolaan CSR adalah Etika Keadilan. Teori ini menekankan pentingnya kesetaraan, distribusi yang adil, dan hak-hak individu. Dalam konteks CSR, perusahaan akan memastikan bahwa keuntungan dan manfaat yang dihasilkan dari kegiatan bisnisnya didistribusikan secara adil kepada seluruh pemangku kepentingan, termasuk masyarakat dan lingkungan. Hal ini dapat dilakukan melalui program-program kepedulian sosial, pemberdayaan masyarakat, dan perlindungan lingkungan.

d. Teori Pertukaran Sosial

Teori Pertukaran Sosial adalah pendekatan yang relevan dan signifikan dalam pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Teori ini berfokus pada bagaimana individu atau organisasi berinteraksi dengan lingkungannya dan bagaimana mereka berusaha menciptakan keseimbangan antara memberikan manfaat dan menerima manfaat sebagai hasil dari interaksi tersebut. Dalam konteks CSR, teori ini membahas bagaimana perusahaan dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya, sambil mencapai manfaat sosial dan ekonomi yang berkelanjutan.

Dalam pandangan Teori Pertukaran Sosial, konsep dasar yang relevan adalah bahwa setiap tindakan atau kontribusi sosial perusahaan akan dianggap sebagai bentuk investasi. Perusahaan

berharap mendapatkan imbalan, seperti reputasi yang baik, dukungan masyarakat, loyalitas konsumen, dan keberlanjutan operasional jangka panjang. Pemahaman ini membantu perusahaan memahami bahwa kepedulian terhadap isu-isu sosial dan lingkungan bukan hanya tugas amal, tetapi juga merupakan langkah strategis yang akan memberikan keuntungan jangka panjang.

Dalam konteks pengelolaan CSR, Teori Pertukaran Sosial menerapkan prinsip saling menguntungkan di antara perusahaan dan pemangku kepentingannya (*stakeholders*). Upaya CSR yang kuat dan konsisten dapat meningkatkan hubungan dengan para pemangku kepentingan, seperti karyawan, konsumen, pemasok, komunitas lokal, dan pemegang saham. Sebagai contoh, perusahaan yang aktif berkontribusi pada program-program sosial seperti pendidikan, kesehatan, dan lingkungan dapat menciptakan persepsi positif di kalangan masyarakat dan konsumen, sehingga meningkatkan citra merek dan loyalitas konsumen.

1. Pengaturan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Terdorong oleh motivasi bahwa pembangunan berkelanjutan yang hanya dapat dicapai atau dipertahankan manakala tercipta keseimbangan antara aspek-aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup telah melahirkan kesadaran baru di kalangan komunitas bisnis di Indonesia untuk melaksanakan CSR. Karena banyaknya kesenjangan sosial pemerintah kemudian mengambil keputusan untuk mengatur CSR dalam peraturan perundang-undangan, yakni Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 1 angka 3 disebutkan bahwa: “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan

lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.”

Sementara dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal Pasal 15 huruf b disebutkan bahwa: “Setiap penanam modal berkewajiban: (b) melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.” Dalam penjelasan Pasal 15 huruf b tersebut dinyatakan bahwa “Yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat”.

2. Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dalam lingkup yang sempit CSR mencakup antara lain: (1) tanggung jawab sosial kepada karyawan; (2) tanggung jawab sosial kepada *steakholder*, yakni pihak-pihak eksternal yang ikut mempengaruhi jalannya korporasi. Pihak-pihak tersebut baik langsung maupun tidak mempunyai hubungan hukum baik secara kontraktual maupun karena undang-undang dengan korporasi, yaitu konsumen dan mitra kerja; (3) Tanggung Jawab Sosial kepada Masyarakat Umum. Ruang lingkup CSR pada masyarakat umum pembangunan masyarakat lokal (masyarakat yang ada di sekitar korporasi) dan atau masyarakat umum (sekelompok masyarakat yang tidak mempunyai hubungan secara kontraktual dengan korporasi. Masyarakat umum bukan termasuk konsumen, karyawan atau pihak ketiga lainnya).

Pembangunan masyarakat (*community development*) dalam konteks CSR diukur berdasarkan kenaikan taraf kualitas hidup dari masyarakat, dengan mengacu pada nilai keadilan dan kesetaraan atas kesempatan, pilihan partisipasi, timbal balik, kebersamaan. *Community development* dilakukan dengan pemberdayaan dan juga termasuk dalam

bidang pendidikan. Persoalan sosial sebagai sasaran *community development*, menurut Mukti seyogyanya berpijak pada beberapa bagian konsep *Millenium Development Goals* dari United Nations Development Program (UNDP MDGs), seperti kita ketahui terdapat 8 program dari UNDP MDGs, yaitu: (a) menanggulangi kemiskinan dan kelaparan; (b) mencapai pendidikan dasar untuk semua; (c) mendorong kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan; (d) menurunkan angka kematian anak; (e) meningkatkan kesehatan ibu; (f) memerangi HIV/AIDS, malaria, dan penyakit menular lainnya; (g) memastikan kelestarian lingkungan hidup; dan (h) membangun kemitraan global untuk pembangunan.

Ruang lingkup CSR dalam arti luas meliputi antara lain: (1) tanggung jawab sosial terhadap lingkungan; (2) tanggung jawab sosial terhadap hak asasi manusia; (3) tanggung jawab sosial perusahaan dan anti korupsi. Pandangan perusahaan-perusahaan di Indonesia tentang ruang lingkup CSR tidak seragam, ada yang memandang CSR sebagai kegiatan *philantropy* atau kedermawanan sosial dari korporasi untuk membantu orang miskin. Ada juga perusahaan yang memandang CSR sebagai keikutsertaan korporasi dalam pembangunan bangsa bersamasama pemerintah.

3. Tahapan Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Mengacu pada tahapan pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan dalam pengembangan masyarakat, menurut Hurairah (2008), terdapat 6 (enam) tahapan, yaitu: *assessment, plan of treatment, treatment action, monitoring and evaluation, termination dan after care*. Dari keenam tahapan tersebut, penelitian ini hanya mendeskripsikan tiga tahapan awal, dikarenakan CSR baru berdiri satu tahun, baru sampai pada tahapan *treatment action* atau implementasi program. Ketiga tahapan tersebut sebagai berikut:

- a. *Assessment*. Proses mengidentifikasi masalah (kebutuhan yang dirasakan atau *felt needs*) ataupun kebutuhan yang diekspresikan (*ekspresed needs*) dan juga sumber daya yang dimiliki komunitas sasaran. Dalam proses ini masyarakat dilibatkan agar mereka dapat merasakan bahwa permasalahan yang sedang dibicarakan benar-benar keluar dari pandangan mereka sendiri.
- b. *Plant of Treatment*. Merupakan rencana tindakan yang dirumuskan seharusnya, berkenaan dengan upaya pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dan penanganan-penanganan masalah yang dirasakan masyarakat. Wacana mengenai program-program berbasis masyarakat mendorong berkembangnya metodologi perencanaan dari bawah.
- c. *Treatment action*. Tahap pelaksanaan merupakan tahap paling krusial dalam pelaksanaan CSR. Sesuatu yang sudah direncanakan dengan baik dapat menyimpang dalam pelaksanaannya dilapangan jika tidak terdapat kerjasama antara masyarakat, fasilitator dan antar warga.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah pendekatan bisnis yang bertujuan untuk mencapai dampak sosial dan lingkungan yang positif, selain fokus pada keuntungan finansial semata. Perusahaan yang menerapkan CSR berkomitmen untuk membangun hubungan yang berkelanjutan dengan masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Model pengelolaan CSR yang efektif dan berkelanjutan adalah esensial untuk mencapai dampak yang signifikan dan memberdayakan perusahaan untuk berkontribusi pada keberlanjutan planet ini. Terdapat beberapa langkah dalam pengelolaan CSR antara lain:

1. Analisis Dampak dan Identifikasi *Stakeholder*:

Model pengelolaan CSR yang sukses harus dimulai dengan analisis mendalam terhadap dampak sosial dan lingkungan perusahaan terhadap komunitas dan lingkungan sekitarnya. Penilaian risiko dan peluang harus dilakukan untuk mengidentifikasi potensi permasalahan dan potensi keuntungan yang dapat dicapai melalui program CSR. Selain itu, penting untuk mengidentifikasi para pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang relevan, seperti masyarakat lokal, pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan konsumen, untuk memahami kebutuhan dan harapan mereka terhadap perusahaan.

2. Penetapan Visi dan Strategi CSR:

Setelah analisis dampak dan identifikasi *stakeholder*, perusahaan harus menetapkan visi dan strategi CSR yang sesuai dengan nilai inti dan tujuan bisnisnya. Hal ini melibatkan penetapan tujuan jangka panjang dan pendek yang terukur dan dapat dicapai serta pilihan program CSR yang sesuai dengan prioritas perusahaan dan kebutuhan masyarakat.

3. Kolaborasi dan Keterlibatan *Stakeholder*:

Pengelolaan CSR yang berkelanjutan tidak dapat dicapai secara efektif tanpa kolaborasi dan keterlibatan aktif para pemangku kepentingan. Perusahaan harus berkomunikasi secara terbuka dengan semua pihak yang terlibat dalam program CSR mereka dan mendengarkan masukan serta umpan balik mereka. Kolaborasi dapat mencakup kemitraan dengan pemerintah, LSM, dan masyarakat lokal untuk menciptakan solusi yang lebih efektif dan berdampak lebih besar.

4. Penerapan Program CSR:

Setelah strategi dan kemitraan dikembangkan, perusahaan harus melaksanakan program CSR mereka dengan hati-hati dan terstruktur. Program-program ini dapat mencakup inisiatif

lingkungan, pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan sosial, sesuai dengan kebutuhan yang telah diidentifikasi. Pelaksanaan yang efektif memerlukan pengawasan yang cermat, pengukuran dampak, dan penyesuaian berkelanjutan agar program dapat berjalan secara efisien dan efektif.

5. Pelaporan dan Transparansi:

Pelaporan dan transparansi adalah bagian penting dari model pengelolaan CSR yang berkelanjutan. Perusahaan harus secara teratur menyampaikan laporan tentang program CSR mereka, termasuk pencapaian, tantangan, dan dampak yang dihasilkan. Pelaporan ini dapat membantu membangun kepercayaan dengan para pemangku kepentingan dan memperkuat akuntabilitas perusahaan terhadap komitmen mereka.

Konsep *Corporate Social Responsibility* sebenarnya bukanlah suatu hal yang asing pada saat ini dan telah menjadi sebuah komitmen tertentu bagi setiap perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Menurut Soeharto (2007 : 16), CSR merupakan operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* dalam (Rahman, 2009 : 10) mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, komunitas setempat (lokal) dan masyarakat sebagai keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup. Dalam pengertian lain, tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban perusahaan untuk perumusan kebijakan, mengambil

keputusan dan melaksanakan tindakan yang memberikan manfaat kepada masyarakat.

Pandangan lebih komprehensif mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dikemukakan oleh Carrol dalam teori paradigma tanggung jawab sosial perusahaan. Menurutnya, tanggung jawab perusahaan dapat dilihat berdasarkan empat jenjang (ekonomi, hukum, etis dan filantropis) yang merupakan satu kesatuan. Untuk memenuhi tanggung jawab ekonomis, sebuah perusahaan haruslah menghasilkan laba sebagai pondasi untuk mempertahankan eksistensinya dan berkembang. Tanggung jawab ekonomis ini merupakan hasrat dan primitif dari perusahaan sebagai organisasi bisnis untuk memenuhi keuntungan (laba).

Menurut Sen dan Bhattacharya yang dikutip oleh Muhajjir mengidentifikasi ada enam hal pokok yang termasuk dalam CSR, yaitu :

- a. *Community support*, antara lain dukungan pada program-program pendidikan, kesehatan, kesenian dan sebagainya;
- b. *Diversity*, merupakan kebijakan perusahaan untuk tidak membedakan konsumen dan calon pekerja dalam hal gender (jenis kelamin), fisik (cacat) atau kedalam ras-ras tertentu;
- c. *Employee support*, berupa perlindungan kepada tenaga kerja, insentif dan penghargaan serta jaminan keselamatan kerja;
- d. *Environment*, menciptakan lingkungan yang sehat dan aman, mengelola limbah dengan baik, menciptakan produk-produk yang ramah lingkungan dan sebagainya;
- e. *Non-U.S operations*, perusahaan bertanggungjawab untuk memberikan hak yang sama bagi masyarakat dunia untuk mendapat kesempatan bekerja antara lain dengan membuka pabrik di luar negeri;

- f. *Product*, perusahaan berkewajiban untuk membuat produk-produk yang aman bagi kesehatan, tidak menipu, melakukan riset, dan pengembangan produk secara berkelanjutan dan menggunakan kemasan yang bisa di daur ulang.

Pelaksanaan CSR diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Perseroan Terbatas (UUPT) pasal 74 tentang kewajiban CSR bagi Perseroan Terbatas (PT) yaitu :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan;
2. Tanggungjawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran;
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggungjawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Adapun dalam menilai komitmen dan keseriusan perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial dapat dilihat berdasarkan :

1. Kepemimpinan (*Leadership*)

Program CSR dapat dikatakan berhasil jika mendapatkan dukungan dari *Top Management* perusahaan.

2. Proporsi Bantuan

CSR dirancang bukan semata-mata pada kisaran anggaran saja, melainkan juga pada tingkatan serapan maksimal, artinya apakah arealnya luas, maka anggarannya harus lebih besar. Jadi, tidak

dapat dijadikan tolak ukur, apabila anggaran yang besar pasti menghasilkan program yang bagus.

3. Transparansi dan Akuntabilitas

- a. Terdapat laporan tahunan
- b. Mempunyai mekanisme audit sosial dan finansial dimana audit sosial terkait dengan pengujian sejauh mana program-program CSR telah dapat ditunjukkan secara benar sesuai kebutuhan masyarakat, perusahaan mendapatkan umpan balik dari masyarakat secara benar dengan melakukan *interview* dengan para penerima manfaat.

4. Cakupan Wilayah (*Coverage Area*)

Terdapat identifikasi penerima manfaat secara tertib dan rasional berdasarkan skala prioritas yang telah ditentukan.

5. Perencanaan dan Mekanisme Monitoring dan Evaluasi

- a. Dalam perencanaan perlu ada jaminan untuk melibatkan *multistakeholder* pada setiap siklus pelaksanaan proyek;
- b. Terdapat kesadaran untuk memperhatikan aspek-aspek lokalitas pada saat perencanaan ada kontribusi, pemahaman dan penerimaan terhadap budaya lokal yang ada;
- c. Terdapat *blue print policy* yang menjadi dasar pelaksanaan program.

6. Pelibatan *Stakeholder* (*Stakeholder Engagement*)

Terdapat mekanisme koordinasi regular dengan *stakeholder*, utamanya masyarakat.

7. Keberlanjutan (*Sustainability*)

- a. Terjadi alih peran dari korporat ke masyarakat;
- b. Tumbuhnya rasa memiliki program dan hasil program pada diri masyarakat, sehingga masyarakat dapat ikut andil dalam menjaga dan memelihara program dengan baik.

8. Hasil Nyata (*Outcome*)

- a. Terdapat dokumentasi hasil yang menunjukkan berkurangnya angka kesakitan dan kematian (dalam bidang kesehatan) atau berkurangnya angka buta huruf dan meningkatnya kemampuan SDM (dalam bidang pendidikan) atau parameter lainnya sesuai bidang CSR yang dipilih oleh perusahaan;
- b. Terjadi perubahan pola pikir masyarakat;
- c. Memberikan dampak ekonomi masyarakat yang dinamis.

Ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu sebagai berikut :

1. Keterlibatan langsung

Perusahaan menjalankan program CSR 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 menjadi bagian dari tugas *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/organisasi non-pemerintah (NGO/LSM), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan

sosialnya. Beberapa lembaga sosial/Ornop yang bekerjasama dengan perusahaan dalam menjalankan CSR antara lain adalah Palang Merah Indonesia (PMI), Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), Dompot Dhuafa, Instansi pemerintah (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia/LIPI, Depdiknas, Depkes, Depsos), Media massa (DKK Kompas, Kita Peduli Indosiar).

4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium

Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat “hibah pembangunan”. Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara pro aktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

John Elkington (1997) yang dikutip oleh Hasibuan dan Sedyono (2006 : 73) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* dibagi menjadi tiga komponen prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *Triple Bottom Lines* (3P) yaitu sebagai berikut :

1. *Profit* (Keuntungan)

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha termasuk perusahaan. Tetapi, perusahaan tidak boleh hanya memiliki keuntungan bagi organisasinya saja tetapi harus dapat memberi kemajuan ekonomi bagi para *stakeholdernya* dan apa tindakan yang sudah dilakukan perusahaan untuk memperkuat ketahanan ekonomi di dalam masyarakat.

2. *People* (Manusia)

Perusahaan harus bertanggung jawab untuk memajukan dan mensejahterakan sosial serta seluruh *stakeholdernya*. Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu *stakeholder* penting bagi perusahaan. Perusahaan bisa membuat kegiatan untuk membangun masyarakat dan sumber daya manusia.

3. *Planet* (Lingkungan)

Perusahaan harus menjaga keadaan lingkungan khususnya di sekitar lingkungan perusahaan karena sudah kewajiban perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan. Perusahaan harus melakukan penerapan proses produksi yang bersih, aman dan bertanggung jawab.

Dengan konsep ini dapat memberikan pemahaman bahwa perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*), melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Selain itu CSR terdapat beberapa manfaat diantaranya:

1. Membangun dan menjaga reputasi perusahaan;
2. Meningkatkan citra perusahaan;
3. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan;
4. Mempertahankan posisi merek perusahaan;
5. Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas;
6. Kemudahan memperoleh akses terhadap modal;
7. Memperoleh pengelolaan manajemen resiko.

Terdapat manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, baik bagi perusahaan sendiri, bagi masyarakat, bagi lingkungan dan pemangku kepentingan lainnya.

Menguraikan manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan CSR, diantaranya :

- 1) Bagi perusahaan, terdapat empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. *Pertama*, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan, perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. *Kedua*, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal. *Ketiga*, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas. *Keempat*, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko (*risk management*);
- 2) Bagi masyarakat, praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja;
- 3) Bagi lingkungan, praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya.

B. Kajian Peraturan Perundang-Undangan

1. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintah Daerah
Pasal 236 Undang-Undang ini menyebutkan bahwa untuk menyelenggarakan Otonomi Daerah dan Tugas Pembantuan, Daerah

membentuk Perda. Perda tersebut memuat materi muatan mengenai penyelenggaraan Otonomi Daerah dan Tugas Pembantuan dan penjabaran lebih lanjut ketentuan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi. Selain materi muatan tersebut, Perda dapat memuat materi muatan lokal sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

Undang-Undang ini menggantikan undang-undang sebelumnya yaitu Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas. Salah satu materi muatan baru yang dimasukkan dalam UUPT adalah pengaturan mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dalam Pasal 74 UUPT, yang menyatakan bahwa:

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Salah satu bentuk badan usaha yang dapat mengolah sumber daya alam tersebut adalah perseroan terbatas. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) dijelaskan bahwa perseroan terbatas adalah

badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang tersebut.

Perseroan yang diwajibkan untuk melaksanakan kegiatan TJSL adalah perseroan yang kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Untuk melaksanakan kewajiban perseroan tersebut, kegiatan TJSL harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang dilaksanakan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Kegiatan tersebut dimuat dalam laporan tahunan perseroan. Dalam hal perseroan tidak melaksanakan TJSL maka perseroan yang bersangkutan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Latar belakang dimaksudkannya ketentuan ini adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial perseroan terhadap lingkungan dan keadaan masyarakat di sekitar tempat usaha perseroan. Ketentuan ini tidak bersifat menyeluruh, tetapi memiliki batasan dan keadaan-keadaan tertentu yang peraturan pelaksanaannya akan diatur lebih lanjut sebagai peraturan pemerintah. Ketentuan ini juga bertujuan untuk tetap menciptakan hubungan perseroan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

TJSL Perusahaan bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mendukung terjalannya hubungan

perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

3. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi

Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi adalah sebuah regulasi penting di Indonesia yang mengatur berbagai aspek terkait eksploitasi, produksi, dan pengelolaan minyak dan gas bumi. Dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan, undang-undang ini juga menegaskan kewajiban perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat di sekitar wilayah operasi mereka.

Salah satu aspek yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan dalam undang-undang ini adalah mengenai pengelolaan dampak lingkungan. Perusahaan yang beroperasi di sektor minyak dan gas bumi diwajibkan untuk melaksanakan praktik-praktik pengelolaan lingkungan yang baik, termasuk dalam hal mitigasi dampak negatif yang mungkin ditimbulkan oleh kegiatan ekstraksi dan produksi. Hal ini mencakup pemantauan lingkungan, penanganan limbah, dan langkah-langkah lain untuk meminimalkan dampak lingkungan yang merugikan.

Selain itu, undang-undang ini juga mendorong perusahaan untuk berperan aktif dalam pembangunan sosial dan ekonomi masyarakat setempat. Perusahaan diwajibkan untuk memberikan kontribusi kepada daerah-daerah di sekitar lokasi operasi mereka, seperti pembangunan infrastruktur, pelatihan tenaga kerja lokal, dan dukungan terhadap program-program pemberdayaan masyarakat. Tujuannya adalah untuk menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi komunitas setempat dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

Dalam rangka memastikan ketaatan terhadap aspek tanggung jawab sosial ini, undang-undang ini juga memberikan kewenangan kepada pemerintah untuk melakukan pengawasan dan pemantauan terhadap aktivitas perusahaan. Pemerintah dapat memastikan bahwa perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban mereka terkait dengan lingkungan dan masyarakat.

Secara keseluruhan, Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi memberikan dasar hukum yang kuat untuk mendorong perusahaan di sektor minyak dan gas bumi untuk mengambil tanggung jawab sosial secara serius. Hal ini mencakup pengelolaan dampak lingkungan yang berkelanjutan serta kontribusi nyata terhadap pembangunan sosial dan ekonomi masyarakat di sekitar wilayah operasi. Dengan demikian, undang-undang ini memainkan peran penting dalam mengarahkan industri minyak dan gas bumi menuju praktik-praktik yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan.

4. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal

Penanaman modal di Indonesia tentu tidak terlepas dari sumber daya alam yang ada di Indonesia, disamping sumber daya manusia yang menjadi target pertimbangan dalam melaksanakan investasi, baik oleh pihak asing maupun lokal dalam berinvestasi. Untuk menjaga kesinambungan lingkungan dan keamanan dalam berinvestasi, pemerintah telah mewajibkan bagi para investor untuk memerhatikan lingkungan dan sosial masyarakat disekitar dengan bertanggung jawab menjaga lingkungan dan taraf hidup masyarakat sekitar di tempat perusahaan melaksanakan kegiatan dan melakukan aktivitasnya. Di beberapa negara maju telah disadari oleh para investor betapa pentingnya memerhatikan TJSL ini. Hal ini sudah menjadi dasar pertimbangan bagi para investor perusahaan manajemen investasi untuk memerhatikan kebijakan TJSL dalam

membuat keputusan melakukan investasi atau tidak. Pertimbangan ini sering disebut dalam praktik investasi sebagai “investasi bertanggung jawab sosial” (*socially responsible investing*).

Pada prinsip investasi bertanggung jawab sosial ini, tujuan perusahaan bukan hanya untuk mendapat keuntungan sebesar-besarnya tetapi lebih mementingkan investasi berkesinambungan, artinya kemampuan perusahaan untuk dapat hidup dalam lingkungan masyarakat sekitar akan lebih diutamakan. Para investor yang melaksanakan bisnis akan kesulitan jika masih menggunakan paradigma lama, yaitu mengejar keuntungan yang setinggi-tingginya tanpa memedulikan kondisi masyarakat sekitar, karena hal ini akan menimbulkan kecemburuan masyarakat sekitar. Perusahaan juga tidak dapat menggali potensi masyarakat lokal yang seyogyanya dijadikan modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Berbeda dengan konsep *community development* yang menekankan pada pembangunan sosial (kapasitas masyarakat), dimana korporasi dapat diuntungkan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang dan juga dapat menciptakan peluang-peluang sosial ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, mereka juga dapat membangun citra sebagai korporasi yang ramah dan peduli lingkungan.

Pengaturan mengenai TJSL Perusahaan dicantumkan dalam ketentuan Pasal 15 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang menyatakan bahwa Setiap penanam modal berkewajiban:

- a. menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik;
- b. melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan;
- c. membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada badan koordinasi penanaman modal;

- d. menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal; dan
- e. mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.

Berpijak pada ketentuan Pasal 15 huruf b UUPM di atas, dapat dikatakan bahwa melaksanakan TJSL Perusahaan merupakan kewajiban bagi setiap penanam modal yang akan melakukan penanaman modal atau berinvestasi di Indonesia. Pasal ini menegaskan bahwa dalam melaksanakan penanaman modal, baik terhadap pihak penanam modal asing maupun lokal, berkewajiban memperhatikan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan juga harus melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Maka, dengan demikian prinsip *Good Corporate Governance* dan TJSL dalam hal penanaman modal bukan lagi merupakan suatu tanggung jawab moral, tetapi sudah merupakan kewajiban hukum. Oleh karena itu, jika hal ini tidak dilaksanakan dengan baik, memiliki dampak hukum, yaitu berupa pemberian sanksi yang diatur dalam Pasal 34 UUPM, yaitu:

- (1) Badan usaha atau usaha perseorangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa:
 - a. peringatan tertulis;
 - b. pembatasan kegiatan usaha;
 - c. pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; atau
 - d. pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.

- (2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (3) Selain dikenai sanksi administratif, badan usaha atau usaha perseorangan dapat dikenai sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pemberian sanksi ini terkait dengan ikut sertanya pemerintah bukan hanya sebagai regulator pelaksanaan investasi, tetapi juga melaksanakan tugas pengawasan terhadap investasi yang tidak memegang teguh prinsip *Good Corporate Governance*. Kepedulian pemerintah juga terhadap masyarakat dan lingkungan dengan mewajibkan semua penanaman modal melaksanakan prinsip TJSL ini.

Maka, apabila prinsip *Good Corporate Governance* dilaksanakan dengan baik, tentu TJSL juga dapat berjalan baik dan tidak mungkin dilanggar oleh para investor yang akan menanamkan sahamnya di Indonesia. Para investor asing yang juga terbiasa dengan prinsip TJSL ini jika akan memilih perusahaan yang akan dijadikan tempat berinvestasi, pasti memilih perusahaan yang benar melaksanakan prinsip TJSL.

2. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup adalah tonggak penting dalam upaya menjaga keberlanjutan lingkungan hidup di Indonesia. Salah satu aspek krusial yang diakomodasi dalam undang-undang ini adalah tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan hidup.

Dalam undang-undang ini, terdapat ketentuan yang menekankan tanggung jawab sosial perusahaan dalam meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan hidup dan masyarakat sekitar. Perusahaan diwajibkan untuk melakukan upaya perlindungan lingkungan melalui penerapan teknologi bersih, pengelolaan limbah yang efisien, serta mengadopsi prinsip-prinsip pengurangan polusi dan penggunaan sumber daya yang berkelanjutan.

Selain itu, undang-undang ini juga menuntut perusahaan untuk melaksanakan kewajiban pemantauan dan pelaporan terkait dampak lingkungan dari kegiatan operasional mereka. Hal ini mencakup penyusunan laporan lingkungan yang harus disampaikan secara berkala kepada otoritas yang berwenang, serta membuka kesempatan bagi pihak terkait dan masyarakat untuk memberikan masukan dan pengawasan terhadap kinerja lingkungan perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tidak hanya sebatas aspek teknis, tetapi juga mengakomodasi dimensi sosial dan ekonomi. Perusahaan diharapkan terlibat aktif dalam program-program pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan, seperti pengembangan keterampilan lokal, pendidikan lingkungan, serta pelestarian keanekaragaman hayati.

Dengan demikian, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup menggarisbawahi pentingnya peran perusahaan dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dan berkontribusi positif terhadap masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya menjadi kewajiban hukum, tetapi juga refleksi dari komitmen untuk menjaga alam dan masyarakat untuk generasi-generasi yang akan datang.

3. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas

Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, menyatakan bahwa:“Setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Secara umum dalam Peraturan Pemerintah ini diatur mengenai:

- a. Tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh Perseroan dalam menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.
- b. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dilakukan di dalam ataupun di luar lingkungan Perseroan.
- c. Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan berdasarkan rencana kerja tahunan yang memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaannya.
- d. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan disusun dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- e. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dimuat dalam laporan tahunan Perseroan untuk dipertanggungjawabkan kepada RUPS.
- f. Penegasan pengaturan pengenaan sanksi Perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- g. Perseroan yang telah berperan dan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang.

BAB III PEMBAHASAN

A. Kondisi Pengelolaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Kabupaten Kebumen

Pada tahun 2023, kondisi pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kabupaten Kebumen terus menunjukkan perkembangan yang positif. CSR merupakan program tanggung jawab sosial perusahaan yang bertujuan untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Berbagai langkah strategis telah diambil oleh perusahaan dan pemerintah setempat untuk mengoptimalkan implementasi CSR demi kesejahteraan masyarakat.

Keterlibatan Pemerintah Kabupaten Kebumen: Pemerintah Kabupaten Kebumen telah aktif berperan dalam memfasilitasi program CSR dengan mengadakan dialog dengan perusahaan-perusahaan besar dan menengah yang beroperasi di wilayah tersebut. Pemerintah berusaha mendorong partisipasi aktif perusahaan dalam membangun infrastruktur sosial dan mendukung kegiatan sosial kemasyarakatan.

Sinergi dengan Masyarakat: Perusahaan dan pemerintah berusaha untuk menciptakan sinergi dengan masyarakat setempat dalam merancang dan melaksanakan program CSR. Partisipasi masyarakat dianggap penting untuk menentukan kebutuhan prioritas dan memastikan bahwa program-program CSR sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat.

Fokus pada Pendidikan dan Keterampilan: Salah satu poin penting dalam pengelolaan CSR di Kabupaten Kebumen adalah pemberdayaan masyarakat melalui pendidikan dan pelatihan keterampilan. Banyak perusahaan yang berinvestasi dalam pembangunan sekolah, pengadaan buku, dan penyediaan fasilitas pembelajaran yang lebih baik. Selain itu,

program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan kerja juga dijalankan untuk memberdayakan masyarakat dalam mencari pekerjaan yang lebih baik.

Lingkungan Hidup dan Konservasi: Kabupaten Kebumen dikenal dengan keindahan alamnya, dan beberapa perusahaan berkomitmen untuk melindungi lingkungan dan konservasi sumber daya alam. Program penghijauan, pengelolaan sampah, dan kesadaran lingkungan juga menjadi fokus utama dalam CSR.

Peningkatan Infrastruktur: CSR juga dilakukan dengan memperbaiki infrastruktur masyarakat, seperti pembangunan jalan, jembatan, dan fasilitas umum lainnya yang memberikan dampak positif bagi mobilitas dan aksesibilitas warga.

Keterlibatan Komunitas dalam Pemantauan: Dalam upaya menjaga akuntabilitas dan transparansi, beberapa inisiatif melibatkan kelompok masyarakat dalam pemantauan dan evaluasi program CSR. Dengan melibatkan masyarakat secara langsung, diharapkan bahwa program CSR akan lebih sesuai dengan kebutuhan dan memberikan dampak yang lebih signifikan.

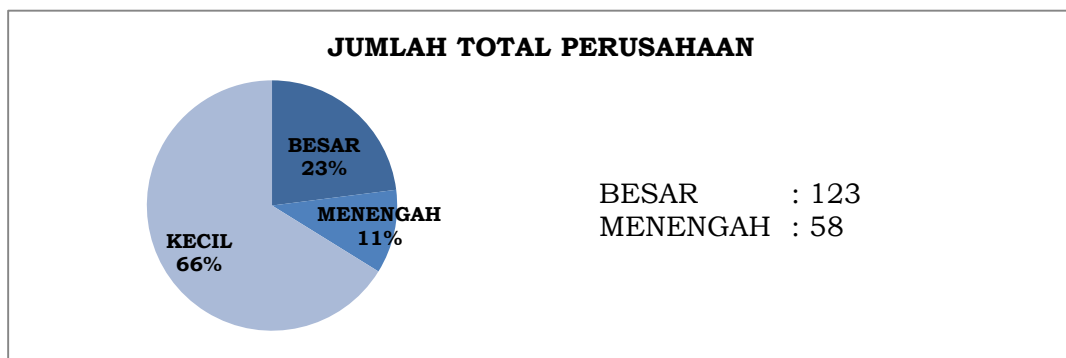
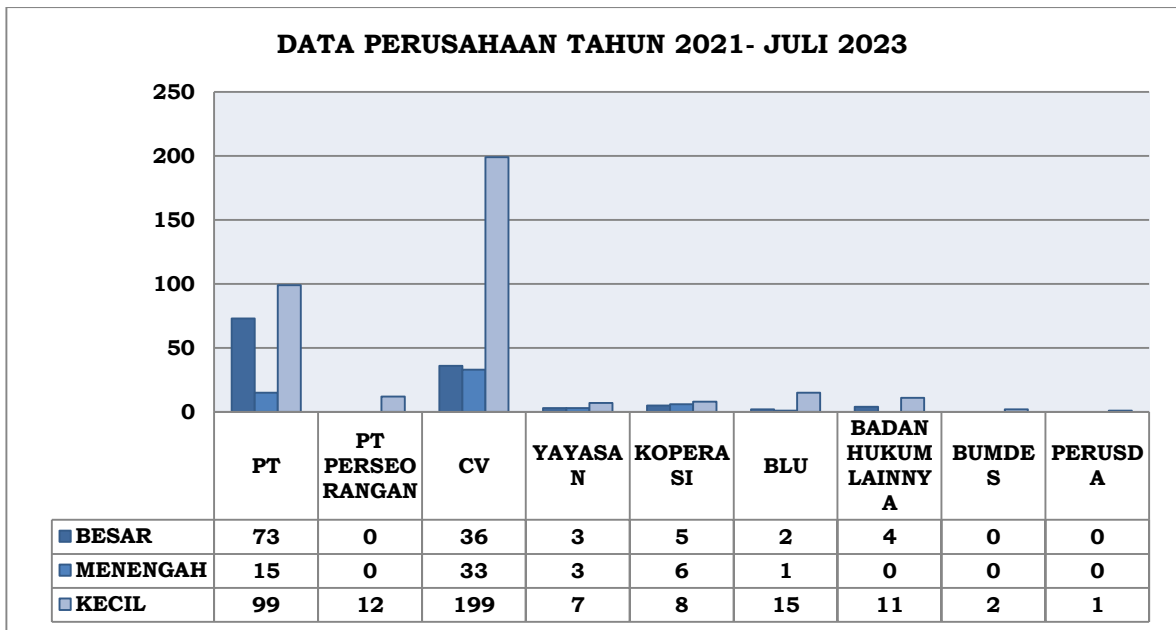
Dukungan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM): Lembaga Swadaya Masyarakat turut berperan sebagai mitra pemerintah dan perusahaan dalam mengawasi dan memberikan masukan terkait pelaksanaan CSR. Dengan adanya peran LSM, keberlanjutan dan kualitas program-program CSR diharapkan dapat meningkat.

Meskipun kondisi pengelolaan CSR di Kabupaten Kebumen menunjukkan perkembangan yang positif, tantangan-tantangan tetap ada. Diantaranya adalah memastikan keberlanjutan program, menyelaraskan kepentingan antara perusahaan, pemerintah, dan masyarakat, serta memastikan partisipasi yang lebih luas dari semua pihak yang terlibat. Namun, dengan komitmen yang kuat dan kerjasama yang baik, Kabupaten Kebumen dapat terus mendorong pertumbuhan

dan kesejahteraan melalui pengelolaan CSR yang berdaya guna dan berkelanjutan.

B. Permasalahan pengelolaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Kabupaten Kebumen

Perusahaan di Kabupaten Kebumen memiliki jumlah yang cukup banyak. Mulai dari Perseroan Terbatas (PT), CV, Hingga Perusahaan Daerah. Perusahaan-perusahaan tersebut tentunya memberikan kontribusi dalam hal pembangunan sosial dan lingkungan Kabupaten Kebumen.



Sumber: DPMPTSP Kabupaten Kebumen

Perusahaan yang terdapat di Kabupaten Kebumen menurut data dari dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu

berjumlah 535 perusahaan dari skala kategori besar, menengah dan kecil. Dari total jumlah tersebut, sebanyak 83.18% di dominasi dari jenis perusahaan persekutuan komanditer (CV) dan Perseroan Terbatas (PT) dengan jumlah masing-masing 268 dan 187 perusahaan. Unit usaha jenis BUMDes dan PERUSDA didata masih rendah dengan jumlah masing-masing dua dan satu unit perusahaan dalam skala kategori kecil. Jika dilihat dari skala kategori, Kabupaten Kebumen memiliki perusahaan dengan skala kategori besar sebanyak 123 perusahaan, menengah 58 perusahaan dan katogori kecil 354 perusahaan.

Dalam kaitannya dengan penyelenggaraan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), seringkali perusahaan-perusahaan tersebut menghadapi sejumlah permasalahan yang memerlukan perhatian serius. Meskipun upaya perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan sosial dan lingkungan merupakan langkah positif, beberapa tantangan mungkin menyulitkan pelaksanaan CSR ini secara efektif di wilayah tersebut.

Salah satu permasalahan utama dalam penyelenggaraan CSR di Kabupaten Kebumen adalah keterbatasan sumber daya. Banyak perusahaan, terutama yang berskala kecil dan menengah, mungkin menghadapi keterbatasan dana, tenaga kerja, dan pengetahuan yang diperlukan untuk merancang dan melaksanakan program CSR yang berarti. Hal ini dapat menghambat kemampuan mereka untuk memberikan dampak positif yang signifikan dalam masyarakat setempat.

Selain itu, koordinasi dan kolaborasi yang kurang efektif antara pihak-pihak yang terlibat juga merupakan permasalahan yang sering muncul. Kurangnya komunikasi antara perusahaan, pemerintah daerah, masyarakat, dan lembaga non-pemerintah dapat mengakibatkan tumpang tindih program, pemborosan sumber daya, atau bahkan konflik dalam pelaksanaan CSR. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang

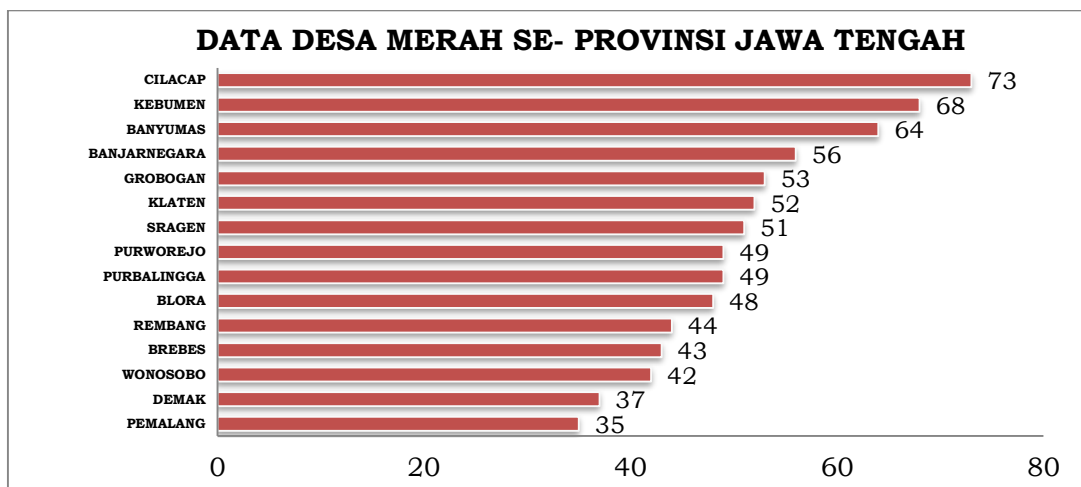
lebih besar untuk membangun kerjasama yang kuat dan saling mendukung antara semua pihak terkait.

Aspek transparansi dan akuntabilitas juga menjadi isu yang penting dalam penyelenggaraan CSR di Kabupaten Kebumen. Tanpa adanya pemantauan yang tepat dan mekanisme pelaporan yang jelas, sulit untuk menilai sejauh mana dampak positif dari program CSR yang telah dilaksanakan. Masyarakat juga perlu memastikan bahwa dana dan sumber daya yang dialokasikan untuk CSR benar-benar digunakan untuk tujuan yang diumumkan.

Permasalahan lainnya termasuk kesenjangan antara harapan masyarakat dan apa yang dapat diberikan oleh perusahaan dalam kerangka CSR. Terkadang, harapan yang terlalu tinggi atau ekspektasi yang tidak realistis dapat menyebabkan ketidakpuasan dan ketegangan di antara pihak-pihak terlibat. Oleh karena itu, penting untuk mengelola harapan dengan hati-hati dan melibatkan masyarakat dalam proses perencanaan CSR.

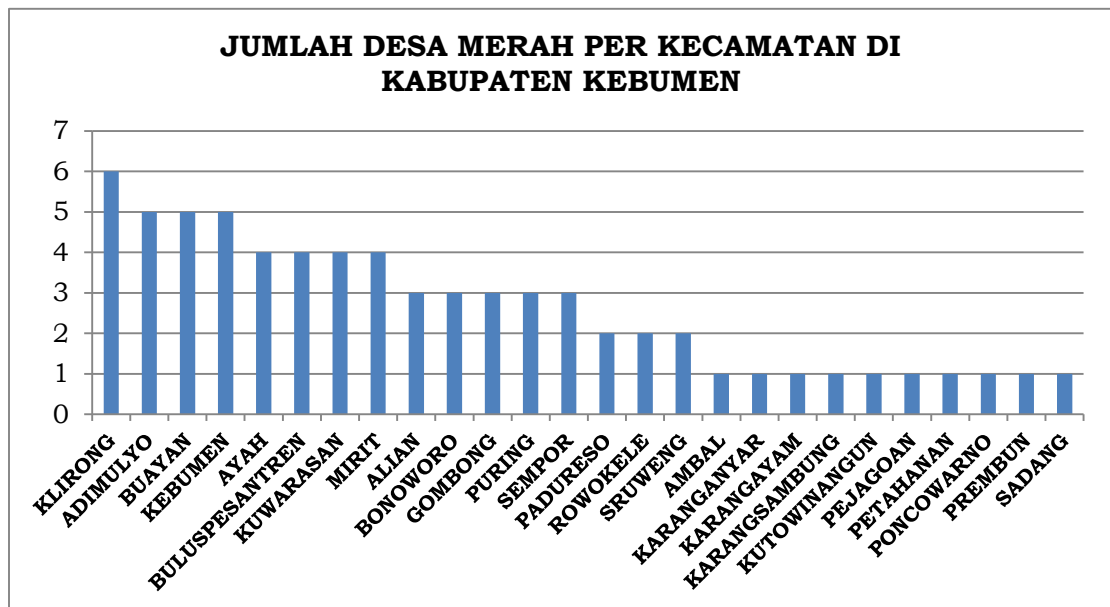
Selain itu, berdasarkan KEPMENSOS/146/HUK/2020 tentang data hasil pemetaan desa merah tahun 2020 berdasarkan data BDT/DTKS tahun 2020 menunjukkan di Kabupaten Kebumen terdapat beberapa desa yang masuk dalam kategori desa merah.

1. Perbandingan Data Desa Merah Provinsi Jawa Tengah



Desa merah atau desa dengan tingkat kesejahteraan rendah di 15 kabupaten prioritas di Jawa Tengah memiliki total jumlah sebanyak 764 desa merah. Dalam data tersebut, Kabupaten Kebumen memiliki total jumlah 68 desa merah di 26 kecamatan. Jumlah tersebut terbilang cukup tinggi jika dibandingkan dengan kabupaten lainnya di Jawa Tengah dan menempatkan Kebumen menjadi kabupaten dengan jumlah desa merah tertinggi kedua di Provinsi Jawa Tengah di bawah Kabupaten Cilacap.

2. Perbandingan Data Desa Merah Kabupaten Kebumen



Desa merah atau desa dengan tingkat kesejahteraan rendah di Kabupaten Kebumen tersebar di setiap kecamatan yang ada dengan total 68 desa. Kecamatan yang memiliki jumlah desa merah tertinggi adalah Kecamatan Klirong, dimana dari total 24 desa di Kecamatan tersebut, enam diantaranya masuk dalam kategori desa merah.

Dalam menghadapi berbagai permasalahan ini, perlu adanya komitmen bersama antara perusahaan, pemerintah daerah, masyarakat, dan lembaga terkait untuk merumuskan solusi yang berkelanjutan. Dengan berfokus pada peningkatan sumber daya, kolaborasi yang efektif, transparansi, dan pemahaman yang saling menghormati,

penyelenggaraan tanggung jawab sosial perusahaan di Kabupaten Kebumen dapat mencapai dampak positif yang lebih besar bagi pembangunan lokal dan kesejahteraan masyarakat.

C. Alternatif kebijakan

Di tengah semangat progresif Kabupaten Kebumen dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, telah muncul alternatif kebijakan yang inovatif dalam penyelenggaraan tanggungjawab sosial perusahaan. Melalui pendekatan yang berfokus pada keberlanjutan dan keterlibatan masyarakat, Kabupaten Kebumen telah mengambil langkah-langkah baru untuk memastikan bahwa perusahaan-perusahaan di wilayah ini tidak hanya berkembang, tetapi juga memberikan dampak positif bagi lingkungan dan komunitas sekitarnya.

Salah satu alternatif kebijakan yang diadopsi oleh Kabupaten Kebumen adalah "Model Kolaboratif Tanggungjawab Sosial Perusahaan." Dalam model ini, pemerintah daerah, sektor bisnis, dan masyarakat bekerja sama untuk merancang dan mengimplementasikan proyek-proyek yang berfokus pada pemberdayaan ekonomi lokal, pelestarian lingkungan, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Pemerintah memberikan insentif kepada perusahaan yang aktif berpartisipasi dalam program ini, termasuk insentif pajak atau dukungan infrastruktur.



Selain itu, Kabupaten Kebumen juga mendorong "Sertifikasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan Berkelanjutan." Dalam pendekatan ini, perusahaan diharapkan untuk mendapatkan sertifikasi berdasarkan praktik-praktik tanggungjawab sosial yang berkelanjutan, termasuk upaya untuk mengurangi dampak lingkungan, memberikan pelatihan kepada masyarakat setempat, dan berkontribusi pada pembangunan infrastruktur sosial. Sertifikasi ini tidak hanya memberikan pengakuan atas usaha perusahaan dalam memberikan dampak positif, tetapi juga membantu perusahaan dalam membangun citra yang lebih baik di mata konsumen dan investor.

Di samping itu, Kabupaten Kebumen juga merangkul prinsip "Partisipasi Aktif Masyarakat dalam Penyelenggaraan Tanggungjawab Sosial Perusahaan." Dalam pendekatan ini, masyarakat setempat diajak untuk terlibat dalam perencanaan dan pengawasan proyek-proyek tanggungjawab sosial perusahaan. Dengan memberikan masyarakat peran aktif dalam pengambilan keputusan, kebijakan ini tidak hanya memastikan relevansi proyek terhadap kebutuhan masyarakat, tetapi juga membangun ikatan yang lebih kuat antara perusahaan dan komunitas lokal.

Dengan menerapkan alternatif-alternatif kebijakan tersebut, Kabupaten Kebumen berharap dapat menciptakan sinergi antara pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial. Dalam upaya untuk mencapai tujuan ini, kerjasama antara sektor pemerintah, bisnis, dan masyarakat menjadi kunci utama untuk menjadikan Kabupaten Kebumen sebagai contoh inspiratif dalam penyelenggaraan tanggungjawab sosial perusahaan yang berkelanjutan dan inklusif.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Penyelenggaraan tanggungjawab sosial perusahaan di Kabupaten Kebumen adalah sebuah langkah strategis yang memiliki dampak positif secara berkelanjutan. Melalui upaya ini, perusahaan berperan aktif dalam mendukung perkembangan masyarakat dan lingkungan sekitar. Dengan adanya program-program tanggungjawab sosial, perusahaan tidak hanya fokus pada aspek ekonomi semata, tetapi juga mampu membentuk hubungan harmonis dengan *stakeholder*, termasuk masyarakat, pemerintah, dan lingkungan.

Dampak positif dari penyelenggaraan tanggungjawab sosial perusahaan di Kabupaten Kebumen terlihat dalam beberapa hal. Pertama, terciptanya lapangan kerja dan pelatihan bagi masyarakat setempat, meningkatkan keterampilan dan taraf hidup mereka. Kedua, dukungan terhadap pendidikan dan kesehatan membantu meningkatkan kualitas sumber daya manusia di wilayah tersebut. Ketiga, melalui program-program lingkungan, perusahaan turut berkontribusi dalam menjaga keberlanjutan ekosistem lokal dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Selain manfaat langsung, penyelenggaraan tanggungjawab sosial perusahaan juga memberikan keuntungan jangka panjang. Hubungan baik dengan masyarakat dan pemerintah membantu menciptakan iklim investasi yang kondusif, yang pada gilirannya berdampak positif pada pertumbuhan bisnis. Perusahaan yang berfokus pada tanggungjawab sosial juga membangun citra positif dan kepercayaan di mata konsumen, meningkatkan loyalitas pelanggan.

Namun, penting untuk diingat bahwa kesuksesan tanggungjawab sosial perusahaan tidak hanya terletak pada alokasi sumber daya finansial, tetapi juga pada pelaksanaan program yang tepat sasaran dan berkelanjutan. Koordinasi yang baik dengan pemerintah dan masyarakat, serta transparansi dalam pelaporan dan evaluasi, menjadi faktor kunci dalam meraih hasil yang optimal dari upaya tanggungjawab sosial perusahaan di Kabupaten Kebumen. Dengan demikian, penyelenggaraan tanggungjawab sosial perusahaan di Kabupaten Kebumen bukan hanya sekadar kewajiban, tetapi juga peluang untuk berkontribusi pada kemajuan sosial dan pembangunan berkelanjutan.

B. Rekomendasi

1. Mengoptimalkan kembali forum tanggung jawab sosial perusahaan sebagai wadah untuk mengkoordinasi perusahaan di Kabupaten Kebumen yang ikut serta aktif dalam penyaluran dana CSR bagi masyarakat Kebumen.
2. Pemerintah daerah membentuk tim fasilitasi CSR yang berisikan unsur dari OPD yang diketuai oleh Sekretaris Daerah kabupaten Kebumen.
3. Mengaktifkan kembali forum rapat koordinasi antara pemerintah daerah dan forum tanggungjawab sosial perusahaan di Kabupaten Kebumen sebagai forum konsultasi dan menyamakan program agar sesuai dengan program kegiatan yang menjadi prioritas pemerintah daerah.
4. Membuat aplikasi atau website untuk media informasi dan pelaporan tentang pelaksanaan penyaluran CSR serta pencatatan bagi perusahaan yang sudah melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.
5. Menyusun peraturan daerah yang berkaitan dengan pengelolaan tanggungjawab sosial perusahaan di Kabupaten Kebumen sebagai

upaya untuk memberikan kepastian hukum bagi penyelenggaraan tanggung jawab sosial perusahaan di Kabupaten Kebumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Campbell, J. L. (2007). *Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility*. *Academy of Management Review*, 32(3), 946-967.
- Crane, A., & Matten, D. (2007). *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization*. Oxford University Press.
- Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2014). *Business & Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management*. Cengage Learning.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. New Society Publishers.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Ghosh, B. C. (2013). *Corporate social responsibility and the theory of the firm*. *Journal of Business Ethics*, 112(2), 283-293.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. John Wiley & Sons.
- Peng, M. W., & Meyer, K. E. (2011). *Theoretical perspectives on the internationalization of firms*. *Journal of Management*, 37(2), 309-334.
- Shaw, W. H., & Barry, V. (2019). *Moral issues in business*. Cengage Learning.
- Trevino, L. K., & Nelson, K. A. (2016). *Managing business ethics: Straight talk about how to do it right*. John Wiley & Sons.
- Velasquez, M. G. (2017). *Business ethics: Concepts and cases*. Pearson.

