

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Dalam lingkup internasional berkembang dengan pesat konsep CSR atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Istilah CSR itu sendiri telah mulai digunakan sekitar tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah lahir konsep pemikiran dari John Elkington yang dituangkan kedalam buku “*Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998)”. Menurut konsep tersebut, CSR dikemas kedalam tiga komponen prinsip yakni: *Profit, Planet, dan People* (3P). Dengan konsep ini memberikan pemahaman bahwa suatu perusahaan dikatakan baik apabila perusahaan tersebut tidak hanya memburu keuntungan saja (*profit*), melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Tanggung jawab pengelolaan perusahaan yang semula hanya kepada *stockholders* (pemilik/pemegang saham) bergeser pada *stakeholders* (pemilik, karyawan, pemerintah dan masyarakat luas).

CSR memuat nilai etika bisnis yang menunjukkan perilaku etis dari perusahaan. Etika bisnis tersebut dianggap sudah ada sejak lama, namun konsep CSR didefinisikan secara resmi pada tahun 1953 dalam buku *Social Responsibility of Bussinesmen* yang ditulis Howard Brown. Ide dasar CSR yang dikemukakan Bowen mengacu pada

kewajiban pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya sejalan dengan nilai-nilai dan tujuan yang hendak dicapai masyarakat di lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Bowen (1953) menggunakan istilah sejalan dalam konteks itu untuk meyakinkan dunia usaha tentang perlunya memiliki visi yang melampaui kinerja finansial perusahaan dan mengemukakan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan. Prinsip-prinsip yang dikemukakannya mendapat pengakuan publik dan akademisi sehingga Howard R. Bowen dinobatkan sebagai "Bapak CSR" (Sukada, Sonny & Jalal, 2008).

2.1.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Beberapa definisi pengertian CSR dilahirkan oleh sejumlah lembaga internasional sebagai upaya untuk mengakomodasi pemahaman dimensi konsep CSR dari John Elkington di atas yang dikenal dengan "3P", di antaranya:

1. *World Business Council for Sustainable Development (WSSD): "Corporate social responsibility as 'business' commitment to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community, and society at large to improve their quality of life"*

Komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Dari WSSD disepakati bahwa CSR harus dilakukan seluruh perusahaan di dunia dalam rangka terciptanya suatu pembangunan yang berkelanjutan. Intinya terfokus pada pengentasan kemiskinan, penataan lingkungan hidup jadi lebih baik dan peningkatan perekonomian. Sebagai penerapan dari kesepakatan WSSD, dibutuhkan *three- sector partnership* yakni kemitraan antara pemerintah, perusahaan dan masyarakat/LSM. Dengan CSR, perusahaan tak lagi hanya berpijak pada *Single Bottom Line*, yaitu hanya fokus pada kondisi keuangan saja. Dengan CSR, perusahaan harus mengembangkan

Triple Bottom Line dan tidak hanya fokus di keuangan, melainkan juga harus berperan serta pada kegiatan sosial dan penataan lingkungan. Laba dan ekonomi tidak sebatas untuk perusahaan dan karyawannya. Perusahaan harus berpikir dan bertindak untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar industrinya juga.

2. *International Finance Corporation*: Komitmen dunia bisnis untuk memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan.
3. *Institute of Chartered Accountants, England and Wales*: Janin bahwa organisasi-organisasi pengelola bisnis mampu memberi dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan dan memaksimalkan nilai bagi para pemegang saham (*shareholders*) mereka.
4. *Canadian Government*: Kegiatan usaha yang mengintegrasikan ekonomi, lingkungan, dan sosial ke dalam nilai, budaya, pengambilan keputusan, strategi, dan operasi perusahaan yang dilakukan secara transparan dan bertanggung jawab untuk menciptakan masyarakat yang sehat dan berkembang.
5. *European Commission*: Sebuah konsep yang mengintegrasikan perhatian terhadap sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis perusahaan dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan.
6. *CSR Asia*: Komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, sambil menyeimbangkan beragam kepentingan *stakeholders*. *International Organization for Standardization*, sebuah lembaga sertifikasi internasional, mengembangkan standar internasional ISO 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility* dan memberikan definisi CSR. Menurut ISO 26000, CSR adalah “Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan para pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh” (ISO 26000, 2007). Kotler dan Lee (2005) menyatakan “*Corporate social responsibility is a commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resources.*” Ahli manajemen dari Harvard Business School, Michael Porter (2006), dalam

tulisannya yang berjudul *Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility* pada *Harvard Business Review* telah melakukan riset dan mengemukakan bahwa konsep sosial harus menjadi bagian dari strategi perusahaan. Strategi perusahaan terkait erat dengan program tanggung jawab sosial. Perusahaan tidak akan menghilangkan program tanggung jawab sosial itu meski dilanda krisis kecuali ingin mengubah strateginya secara mendasar. Sementara pada kasus program tanggung jawab sosial pada umumnya, begitu perusahaan dilanda krisis, program tanggung jawab sosial akan dipotong lebih dulu (Porter, 2006).

Perubahan pandangan masyarakat akan keberadaan suatu perusahaan juga didapatkan dari hasil penelitian “*Envionics International*” yang menyatakan sebagian besar dari masyarakat di 23 negara memberikan perhatian yang tinggi terhadap perilaku sosial perusahaan (Gupta, 2003).

Konsumen semakin banyak mencari produk dan jasa yang lebih memperhatikan masalah lingkungan, sehingga pilihan terhadap produk cenderung semakin subjektif. Perusahaan yang mengabaikan masalah lingkungan akan mengalami kesulitan untuk ikut bersaing. *Bankers* dan *Investors* juga mulai memahami bahwa masalah lingkungan yang dapat menimbulkan risiko dan ini patut dipertimbangkan saat memutuskan untuk memberikan pinjaman atau berinvestasi (Medley, 1997).

Perubahan pandangan masyarakat, investor dan pemerintah pada gilirannya mendorong perusahaan untuk menunjukkan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang tidak terbatas hanya pada aktivitas perbaikan komposisi, kualitas dan keamanan produk yang dihasilkan, tetapi juga pada teknik dan proses produksi, serta penggunaan sumber daya manusia.

2.1.2 Konsep *Triple Bottom Line*

Seiring dengan perkembangan ide *sustainability development*, dunia usaha pun mulai menyerap ide tersebut ke dalam kebijakan bisnis mereka, terutama sebagai upaya keberlanjutan dari keuntungan yang bisa mereka dapatkan (Kingsbury, 2004).

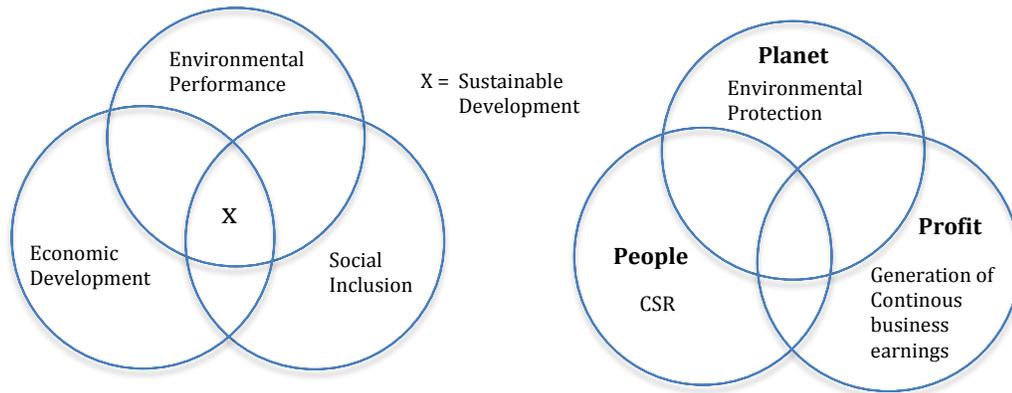
Menurut Sukada (2008) adopsi prinsip *sustainability development* kemudian menghasilkan gagasan *bussines sustainability* atau *corporate sustainability* yang Environmental merupakan pengakuan dan pengintegrasian tujuan dunia bisnis dengan tujuan pembangunan berkelanjutan. Kebijakan tersebut melihat peran potensial perusahaan dalam pembangunan berkelanjutan adalah sebagai berikut:

“For the business enterprise, sustainable development means adopting business strategies and activities that meet the needs of the enterprise and its stakeholders today while protecting, sustaining and enhancing the human and natural resources that will be needed in the future.”

“...If sustainable development is to achieve its potential, it must be integrated into the planning and measurement systems of business enterprises.” (Sukada, Sonny & Jalal, 2008).

Ide tentang *sustainable development* inilah yang menjadi inspirasi bagi John Elkington pada bukunya *“Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business”* menghasilkan prinsip utama *Triple Bottom Line*, yakni hubungan yang seimbang antara *profit, people, and planet* dalam manajemen perusahaan. Perusahaan dituntut tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*Profit*). Melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*Planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*People*) yang dapat dilihat pada Gambar 2.1 di bawah

berikut ini (Suharto, 2008).

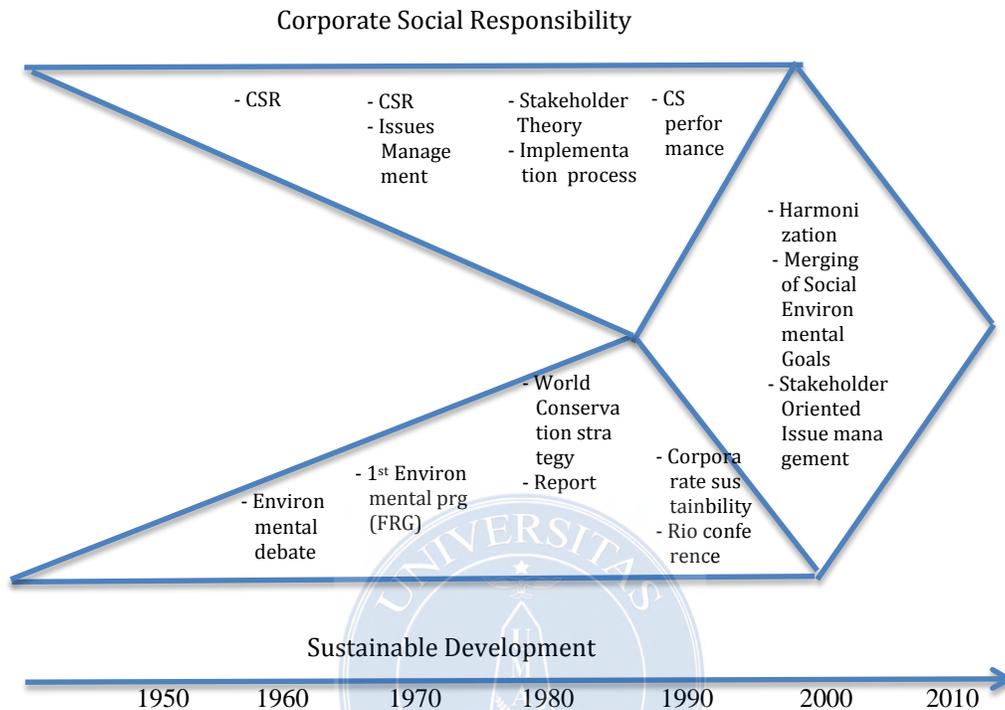


Gambar 2.1 Hubungan *People*, *Profit*, dan *Planet* menuju *Sustainable Development*

Sumber: Dave Stauffer, (2010)

Prinsip *Triple Bottom Line* inilah yang kemudian menjadi landasan bagi konsep CSR yang modern. Konsep CSR yang modern dianggap sebagai pembumian gagasan besar “pembangunan berkelanjutan”. Sejarah panjang yang mempertemukan konsep dan praktik dari CSR dan *sustainable development* dijelaskan pada Gambar 2.2 yang merupakan *time-line* yang disarikan oleh Loew pada Jalal dalam Hubungan *Sustainable Development* dan CSR (Jalal, 2011).

Konsep pemikiran dari John Elkington tersebut menggeser tanggung jawab pengelolaan perusahaan yang semula hanya kepada *stockholders* (pemegang saham) bergeser pada *stakeholders*/pemangku kepentingan (pemilik, karyawan, pemerintah dan masyarakat luas). Menurut Elkington, terdapat dua jenis *stakeholder* yaitu *traditional stakeholder* dan *emerging stakeholder*



Gambar 2.2 Hubungan *Sustainable Development* dan CSR

Sumber: Jalal (2011)

Pemegang saham, pemberi pinjaman dan pemerintah sebagai pembuat kebijakan dan peraturan adalah pihak-pihak yang termasuk dalam *traditional stakeholder*. Sedangkan karyawan, konsumen, organisasi akademisi, asosiasi pedagang, masyarakat luas, generasi di masa depan dan planet bumi termasuk *emerging stakeholder*.

Menurut konsep *Triple Bottom Line*, keuntungan jangka panjang (*sustainability*) dapat dicapai ketika perusahaan mempertimbangkan kepentingan kedua jenis *stakeholder* yang pada umumnya memiliki konflik kepentingan. Kesimpulan dari

teori *Tripple Bottom Line* ini adalah perusahaan bergantung pada *traditional stakeholder* dan *emerging stakeholder* serta kondisi lingkungan dalam mencapai keuntungan ekonomis (*economic profit*). Proses peningkatan nilai perusahaan harus sesuai dengan hukum dan etika yang berlaku serta harus sejalan dengan kepentingan dan harapan dari kedua jenis *stakeholder*.

Fenomena nasional dan internasional mengimplikasikan dengan jelas bahwa perusahaan pada masa kini tidak bisa hanya sekedar memperhatikan keuntungan (*profit*) saja. Sebagai contoh di dalam negeri, pada tahun 2010 Burger King, Unilever, Nestle dan Kraft Foods memutuskan menghentikan pembelian minyak kelapa sawit yang diproduksi oleh Grup Sinar Mas dengan alasan adanya dugaan perusakan hutan tropis yang membahayakan kehidupan satwa, mengurangi kemampuan penyerapan karbon dioksida yang merupakan salah satu penyebab utama perubahan iklim global yang lebih dikenal dengan *global warming* (www.nasional.news.viva.co.id, 2010).

Di luar negeri, Timberland, salah satu produsen pakaian dan sepatu *outdoor* juga mengalami hal yang sama (*Harvard Business Review*, 2010). Pagi hari 1 Juni 2009, Jeff Swartz, menerima *e-mail* dari 65 ribu aktivis dan pelanggan yang marah. Mereka menuduh Timberland membeli materialnya dari hutan yang ditebang secara ilegal di Amazon. Keadaan semakin diperburuk karena Timberland tidak mengetahui apakah material yang mereka beli benar berasal dari Amazon atau tidak, yang mengimplikasikan mungkin saja tuduhan tersebut benar. Kemudian pada Mei 2010, seluruh dunia gempar dengan kasus bunuh diri di pabrik FoxConn, Cina. Delapan

pegawainya tewas karena bunuh diri dalam waktu lima bulan.

Peristiwa yang terjadi semakin memperkuat bahwa konsep *Triple Bottom Line* (TBL)-*People, Planet and Profit* merupakan pilar yang mengukur nilai kesuksesan suatu perusahaan dengan tiga kriteria: ekonomi, lingkungan, dan sosial. Pendekatan ini telah banyak digunakan sejak awal tahun 2007 seiring perkembangan pendekatan akuntansi biaya penuh (*full cost accounting*) yang banyak digunakan oleh perusahaan sektor publik. Pada perusahaan sektor swasta, penerapan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility/CSR*) pun merupakan salah satu bentuk implementasi TBL. Konsep TBL mengimplikasikan bahwa perusahaan harus lebih mengutamakan kepentingan *stakeholder* (semua pihak yang terlibat dan terkena dampak dari kegiatan yang dilakukan perusahaan) daripada kepentingan *shareholder* (pemegang saham).

Konsep ini diaplikasikan pada program *CSR* pada perusahaan di Indonesia dengan mengimplementasikan konsep sebagai berikut:

1. *People* menekankan pentingnya praktik bisnis suatu perusahaan yang mendukung kepentingan tenaga kerja. Lebih spesifik konsep ini melindungi kepentingan tenaga kerja dengan menentang adanya eksploitasi yang mempekerjakan anak di bawah umur, pembayaran upah yang wajar, lingkungan kerja yang aman dan jam kerja yang dapat ditoleransi. Bukan hanya itu, konsep ini juga meminta perusahaan memperhatikan kesehatan dan pendidikan bagi tenaga kerja.
2. *Planet* berarti mengelola dengan baik penggunaan energi terutama atas sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui. Mengurangi hasil limbah produksi dan mengolah kembali menjadi limbah yang aman bagi lingkungan, mengurangi emisi CO₂ ataupun pemakaian energi, merupakan praktik yang banyak dilakukan

oleh perusahaan yang telah menerapkan konsep ini. The Body Shop, dalam *Values Report 2005* mencantumkan salah satu target inisiatif *Protect Our Planet* untuk tahun 2006 dengan mengurangi hingga 5% emisi CO₂ dari listrik yang digunakan di gerainya. Starbucks memiliki program *Coffee and Farmer Equity* (CAFE) untuk memperoleh dan mengolah kopi dengan memperhatikan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan. Starbucks mendefinisikan *sustainability* sebagai model yang layak secara ekonomis untuk menjawab kebutuhan sosial dan lingkungan dari semua partisipan dalam rantai pasokan dari petani sampai konsumen.

3. *Profit* di sini lebih dari sekadar keuntungan. *Profit* di sini berarti menciptakan *fair trade* dan *ethical trade* dalam berbisnis. Starbucks dan The Body Shop selalu mengaplikasikan *fair trade* – bukan mencari harga termurah – dalam mencari bahan bakunya.

Dalam perkembangan dan penerapannya tidak dapat dipungkiri masih banyak perusahaan yang melihat program ini sebagai suatu program yang menghabiskan banyak biaya dan merugikan. Bahkan, beberapa perusahaan menerapkan program ini karena “terpaksa” untuk mengantisipasi penolakan dari masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Selain sisi internal perusahaan, hambatan lainnya dari sisi eksternal karena belum adanya dukungan regulator dan profesi akuntansi tentang penyajian pelaporan non-keuangan (Neviana, 2010).

2.2 Konsep CSR menurut Permen BUMN

Badan Usaha Milik Negara, yang selanjutnya disebut BUMN, adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan. Perusahaan Perseroan, yang selanjutnya disebut Persero, adalah BUMN yang berbentuk perseroan terbatas yang modalnya terbagi dalam saham yang seluruh atau paling

sedikit 51% (lima puluh satu persen) sahamnya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia yang tujuan utamanya mengejar keuntungan.

2.2.1. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)

Persero wajib melaksanakan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan dengan memenuhi ketentuan-ketentuan yang diatur dalam Peraturan ini. Program Kemitraan BUMN, yang selanjutnya disebut Program PK, adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri. Program Bina Lingkungan, yang selanjutnya disebut Program BL, adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN. BUMN Pembina adalah BUMN yang melaksanakan Program Kemitraan dan/atau Program BL. Unit Program Kemitraan dan Program BL adalah unit organisasi khusus yang mengelola Program Kemitraan dan Program BL yang merupakan bagian dari organisasi BUMN Pembina. Sedangkan Mitra Binaan adalah Usaha Kecil yang mendapatkan pinjaman dari Program Kemitraan. Usaha Kecil ini merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Peraturan ini. Usaha Kecil yang dapat ikut serta dalam Program Kemitraan (PK) adalah sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan

tahunan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah);

2. Milik Warga Negara Indonesia;
3. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar
4. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk usaha mikro dan koperasi;
5. Mempunyai potensi dan prospek usaha untuk dikembangkan;
6. Telah melakukan kegiatan usaha minimal 1 (satu) tahun;
7. Belum memenuhi persyaratan perbankan (*non bankable*).

2.2.2 Penetapan dan Penggunaan dana PKBL

1. Sumber Dana Program Kemitraan (PK) dan Program Bina Lingkungan (BL) sebagai berikut :
 - 1) Penyisihan laba bersih setelah pajak yang ditetapkan dalam RUPS/Menteri pengesahan Laporan Tahunan BUMN Pembina maksimum sebesar 4% (empat persen) dari laba setelah pajak tahun buku sebelumnya
 - 2) Jasa administrasi pinjaman/margin/bagi hasil dari Program Kemitraan

- 3) Hasil bunga deposito dan/atau jasa giro dari dana Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan yang ditempatkan.
 - 4) Sumber lain yang sah.
2. Sisa dana Program Kemitraan dan Program BL tahun buku sebelumnya menjadi sumber dana tahun berikutnya.
 3. Dana Program Kemitraan dan Program BL yang berasal dari penyisihan laba setelah pajak sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, disetorkan ke rekening dana Program Kemitraan dan Program BL selambat-lambatnya 45 (empat puluh lima) hari setelah penetapan besaran alokasi dana.
 4. Dana Program Kemitraan dan Program BL hanya dapat ditempatkan pada deposito dan/atau jasa giro pada Bank BUMN.
 5. Pembukuan dana Program Kemitraan dan Program BL dilaksanakan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku.
 6. Dana Program Kemitraan disalurkan dalam bentuk :
 - 1). Pinjaman untuk membiayai modal kerja dan/atau pembelian aset tetap dalam rangka meningkatkan produksi dan penjualan
 - 2). Pinjaman tambahan untuk membiayai kebutuhan yang bersifat jangka pendek dalam rangka memenuhi pesanan dari rekanan usaha Mitra Binaan;

- 3). Jumlah pinjaman untuk setiap Mitra Binaan dari Program Kemitraan maksimum sebesar Rp75.000.000,00 (tujuh puluh lima juta rupiah).
- 4). Besarnya jasa administrasi pinjaman dana Program Kemitraan ditetapkan satu kali pada saat pemberian pinjaman yaitu sebesar 6% (enam persen) per tahun dari saldo pinjaman awal tahun.
- 5). Apabila pinjaman/pembiayaan diberikan berdasarkan prinsip bagi hasil maka rasio bagi hasilnya untuk BUMN Pembina adalah mulai dari 10% (10 : 90) sampai dengan maksimal 50% (50 : 50) berdasarkan perjanjian.
- 6). Kualitas Pinjaman dana Program Kemitraan dinilai berdasarkan pada ketepatan waktu pembayaran kembali pokok pinjaman dan jasa administrasi pinjaman Mitra Binaan. Dalam hal Mitra Binaan hanya membayar sebagian angsuran, maka pembayaran tersebut terlebih dahulu diperhitungkan untuk pembayaran jasa administrasi pinjaman dan sisanya bila ada untuk pembayaran pokok pinjaman.
- 7) Kualitas Pinjaman adalah status kondisi pinjaman yang terdiri dari pinjaman lancar, pinjaman kurang lancar, pinjaman diragukan dan pinjaman macet.
- 8) Pemulihan Pinjaman adalah usaha untuk memperbaiki Kualitas Pinjaman kurang lancar, pinjaman diragukan dan pinjaman macet agar menjadi lebih baik kategorinya.

- 9) Pinjaman macet yang telah diupayakan pemulihannya namun tidak terpulihkan, dikelompokkan dalam aktiva lain-lain dengan pos Pinjaman Bermasalah.
- 10) Tata cara penghapusbukuan pinjaman bermasalah akan ditetapkan lebih lanjut oleh Menteri.
- 11) Terhadap pinjaman bermasalah yang telah dihapusbukukan tetap diupayakan penagihannya dan hasilnya dicatat dalam pos Pinjaman Bermasalah yang Diterima Kembali.
- 12) Jumlah dan mutasi rekening Pinjaman Bermasalah dan Pinjaman Bermasalah yang Diterima Kembali sebagaimana dimaksud, dilaporkan secara periodik dalam Laporan Triwulanan.
- 13) Dikecualikan, piutang macet yang terjadi karena keadaan memaksa (*Force Majeure*) seperti : Mitra Binaan meninggal dunia dan tidak ada ahli waris yang bersedia menanggung hutang dan/atau gagal usaha akibat bencana alam/kerusakan, pemindahbukuan piutang macet tersebut kedalam pos pinjaman bermasalah dapat dilaksanakan tanpa melalui proses Pemulihan Pinjaman.

7. Penyaluran bantuan dana Program BL:

- 1) BUMN Pembina terlebih dahulu melakukan survai dan identifikasi atas calon penerima bantuan dan/atau obyek yang akan dibiayai dari dana Program BL.

Pelaksanaan Program BL dilakukan oleh BUMN Pembina yang bersangkutan.

- 2) Dalam hal penyaluran bantuan Program BL dilakukan secara bersama-sama oleh beberapa BUMN Pembina, maka pelaksanaan survai dan identifikasi serta pelaksanaan penyaluran Program BL sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dapat dilakukan oleh satu atau lebih BUMN berdasarkan kesepakatan bersama.

8. Dana Program BL disalurkan dalam bentuk:

- 1) Bantuan korban bencana alam
- 2) Bantuan pendidikan dan/atau pelatihan
- 3) Bantuan peningkatan kesehatan
- 4) Bantuan pengembangan prasarana dan/atau sarana umum
- 5) Bantuan sarana ibadah
- 6) Bantuan pelestarian alam
- 7) Bantuan sosial kemasyarakatan dalam rangka pengentasan kemiskinan
- 8) Bantuan pendidikan, pelatihan, pemagangan, pemasaran, promosi, dan bentuk bantuan lain yang terkait dengan upaya peningkatan kapasitas Mitra Binaan Program Kemitraan.

Beban Operasional Program Kemitraan dan Program BL menjadi beban BUMN Pembina dan dilarang menggunakan dana Program Kemitraan dan Program BL untuk hal-hal di luar ketentuan yang diatur dalam Peraturan ini.

2.2.3. Penyusunan dan Pengesahan Laporan PKBL

Setiap BUMN Pembina wajib menyusun laporan pelaksanaan Program Kemitraan dan Program BL. Laporan pelaksanaan Program Kemitraan dan Program BL terdiri dari Laporan Triwulanan dan Laporan Tahunan.

Laporan pelaksanaan Program Kemitraan dan Program BL sebagaimana dimaksud pada menjadi satu kesatuan dengan Laporan Triwulan dan Laporan Tahunan BUMN Pembina yang dituangkan dalam bab tersendiri. Pelaksanaan Program Kemitraan dan Program BL diaudit bersamaan dengan audit Laporan Keuangan BUMN Pembina.

Pengesahan Laporan Program Kemitraan dan Program BL menjadi satu kesatuan dengan Pengesahan Laporan Tahunan BUMN Pembina yang bersangkutan.

Pengesahan Laporan Tahunan Program Kemitraan dan Program BL sekaligus memberikan pelunasan dan pembebasan tanggung jawab (*acquite at de charge*) kepada Direksi dan Dewan Komisaris/Dewan Pengawas atas pengurusan dan pengawasan Program Kemitraan dan Program BL.

2.3 Indikator CSR / PKBL

Pengukuran CSR / PKBL dihitung dengan komponen *Corporate Social Responsibility* menurut Edy Rismanda Sembiring (2005) sebagai berikut :

1). Lingkungan

- 1) Pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk mengurangi polusi.
- 2) Operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi.
- 3) Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi.
- 4) Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengelolaan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi.
- 5) Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas.
- 6) Penggunaan material daur ulang
- 7) Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan.
- 8) Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.
- 9) Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan.
- 10) Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah.
- 11) Pengelolaan limbah.
- 12) Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan.
- 13) Perlindungan lingkungan hidup.

2). Energi

- 1) Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi.
- 2) Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi.
- 3) Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang.
- 4) Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.
- 5) Peningkatan efisiensi energi dan produk.
- 6) Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk.
- 7) Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.

3). Kesehatan dan Keselamatan Kerja

- 1) Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja.
- 2) Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental.
- 3) Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja.
- 4) Mentaati peraturan standar kesehatan dengan keselamatan kerja.
- 5) Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.
- 6) Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.

- 7) Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja.
 - 8) Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja.
- 4). Lain-lain Tentang Tenaga Kerja
- 1) Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita / orang cacat.
 - 2) Mengungkapkan persentase/jumlah tenaga kerja wanita / orang cacat dalam tingkat managerial.
 - 3) Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita / orang cacat dalam pekerjaan.
 - 4) Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat.
 - 5) Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja.
 - 6) Memberikan bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan.
 - 7) Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja.
 - 8) Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan.
 - 9) Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan.
 - 10) Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi.
 - 11) Pengungkapan persentase gaji untuk pensiun.
 - 12) Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan.
 - 13) Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan.
 - 14) Mengungkapkan tingkatan manajerial yang ada.
 - 15) Mengungkapkan disposisi staff dimana staff ditempatkan.
 - 16) Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka.
 - 17) Mengungkapkan statistik tenaga kerja, misalnya penjualan per tenaga kerja.
 - 18) Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
 - 19) Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja.
 - 20) Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.
 - 21) Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan keputusan dan motivasi kerja.
 - 22) Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan.
 - 23) Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah.
 - 24) Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh.
 - 25) Melaporkan gangguan dan aksitenaga kerja.
 - 26) Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan.
 - 27) Peningkatan kondisi kerja secara umum.
 - 28) Informasi reorganisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja.
 - 29) Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja.
- 5). Produk
- 1) Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasan.
 - 2) Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk.

- 3) Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk.
 - 4) Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan.
 - 5) Membuat produk lebih aman untuk konsumen.
 - 6) Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan.
 - 7) Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk.
 - 8) Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan.
 - 9) Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
 - 10) Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (misalnya, ISO 9000).
- 6). Keterlibatan Masyarakat
- 1) Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan, dan seni.
 - 2) Tenaga kerja paruh waktu (part-time employment) dari mahasiswa/pelajar.
 - 3) Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat.
 - 4) Membantu riset media.
 - 5) Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni.
 - 6) Membiayai program beasiswa.
 - 7) Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat.
 - 8) Mensponsori kampanye nasional.
 - 9) Mendukung pengembangan industri lokal.
- 7). Umum
- 1) Pengungkapan tujuan. Kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.
 - 2) Informasi hubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebut di atas.

2.3.1 Tujuan Perusahaan Melakukan CSR / PKBL

Menurut Chuck Williams (2001:123) dalam (Resturiany 2011) menyebutkan bahwa: “Tujuan perusahaan menerapkan CSR agar dapat memberi manfaat yang terbaik bagi stakeholders dengan cara memenuhi tanggung jawab ekonomi, hukum, etika dan kebijakan.

- 1). Tanggung jawab ekonomis. Kata kuncinya adalah: make a profit. Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba. Laba adalah pondasi perusahaan.

Perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (survive) dan berkembang.

- 2). Tanggung jawab legal. Kata kuncinya: obey the law. Perusahaan harus taat hukum. Dalam proses mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah.
- 3). Tanggung jawab etis. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil dan fair. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan. Kata kuncinya : be ethical.
- 4). Tanggung jawab filantropis. Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat memberikan kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan semua. Kata kuncinya: be a good citizen. Para pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggung jawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada publik yang kini dikenal dengan istilah *nonfiduciary responsibility*”.

Keempat poin *CSR* ini perlu dipahami sebagai satu kesatuan yang dapat diterapkan dalam perusahaan. Walaupun banyak yang menganggap bahwa laba yang harus diutamakan, karena laba merupakan cerminan keberhasilan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Namun, keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba tidak bisa dilakukan tanpa adanya kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan taat terhadap hukum yang berlaku. Sebaiknya, kegiatan untuk menghasilkan laba dikaitkan dengan pengembangan masyarakat sekitar dan pembangunan yang berkelanjutan, karena masyarakat memegang peranan penting dalam keberlangsungan bisnis perusahaan. *CSR* bukan lagi hanya sekedar, kegiatan untuk memberdayakan masyarakat dengan memberikan sejumlah dana, namun sudah menjadi kewajiban bagi setiap perusahaan untuk melaksanakan *CSR* yang diatur dalam undang-undang pada setiap tahunnya.

2.4 Teori *Stakeholder*

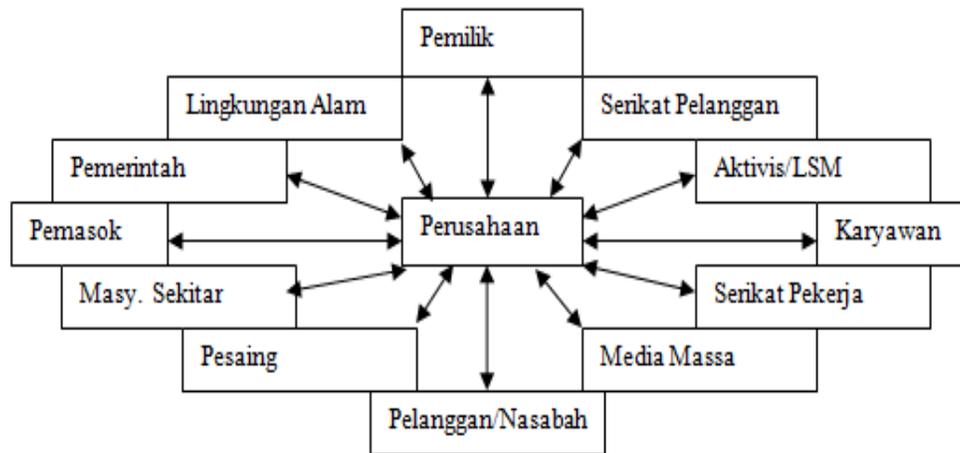
Perusahaan merupakan suatu kumpulan hubungan antara pemangku kepentingan internal (Pemilik, karyawan dan para manajer) dan pemangku kepentingan eksternal (Para pelanggan, masyarakat sekitar, pesaing dan kelompok lainnya) yang terikat dengan peraturan formal maupun tidak formal. Adanya jaringan kepentingan yang saling terikat ini menciptakan nilai tambah yang tidak akan didapatkannya sendiri karena perusahaan menjadi tidak bermakna tanpa adanya keterkaitan ini (Friedman, 2006).

Keterkaitan antara perusahaan dan *stakeholder* dapat dilihat dari adanya hubungan yang saling mempengaruhi antara satu sama lain, sehingga perubahan pada salah satu pihak akan memicu dan mendorong terjadinya perubahan pada pihak yang lainnya. Pemahaman mengenai teori *stakeholder* diperlukan untuk mengetahui para pihak yang berkepentingan dalam kebijakan perusahaan, termasuk kebijakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Berikut adalah pengertian *stakeholder* yang dikemukakan oleh beberapa ahli :

1. Friedman (2006) mengemukakan bahwa *stakeholder* adalah kelompok- kelompok yang tanpa dukungannya berakibat organisasi tidak dapat melanjutkan keberadaannya.
2. Kiroyan (2006) mengemukakan bahwa *stakeholder* adalah kelompok atau orang yang dapat berdampak terhadap atau dapat terkena dampak pencapaian organisasi
3. Kasali dalam Wibisono (2007) mengemukakan bahwa *stakeholder* adalah orang

yang mempertaruhkan hidupnya pada perusahaan baik kelompok yang ada di dalam maupun di luar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan.

Ruang lingkup *stakeholder* yang dikemukakan Friedman (2006) dapat memberikan gambaran kepada perusahaan mengenai pihak yang berkepentingan terhadap keberadaan perusahaan dan bagaimana perusahaan dapat memperlakukannya dengan bijak, karena semakin besar suatu bisnis, semakin besar pula ruang lingkup *stakeholdernya*. Dari beberapa pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *stakeholder* merupakan individu atau kelompok yang mempunyai kepentingan atau peran terhadap keberlanjutan perusahaan sehingga mempengaruhi kebijakan perusahaan. Pada aktivitas *CSR* diperlukan pemahaman mengenai ruang lingkup *stakeholder* sebagaimana dikemukakan oleh Friedman yang menganjurkan untuk melakukan integrasi hubungan-hubungan dengan segenap kelompok *stakeholder* dan melakukan pemetaan pemangku kepentingan suatu organisasi atau perusahaan yang dapat diterapkan terhadap bagian-bagian, kegiatan operasi atau bisnis yang spesifik. Seperti yang terlihat pada gambar 2.3 berikut ini.



Gambar 2.3 Ruang Lingkup *Stakeholder*

Sumber: Friedman (2006)

Teori *stakeholder* dalam konsep CSR memiliki gagasan tersendiri, sebenarnya kepada siapa perusahaan harus bertanggung jawab. Seringkali konteks *stakeholder* cenderung mengarah kepada *stockholder* dan dimaksudkan untuk kelompok yang memiliki kekuasaan dan kepentingan dalam operasional maupun pengambilan keputusan dari perusahaan. Kadang-kadang kepentingan ini mewakili aspek *legal* namun juga bisa mewakili aspek moralitas (*morality*) seperti kelompok yang seharusnya diperhatikan dengan adil atau yang pendapatnya menjadi suatu pertimbangan yang sangat penting bagi perusahaan. Manajemen harus memutuskan kepentingan para *stakeholder* dan mempertimbangkannya dalam proses pengambilan keputusan.

Menurut Carroll (1991) ada dua hal yang harus diperhatikan dalam memutuskan urgensi dan kepentingannya yaitu *stakeholder's legitimacy* dan kekuatan (*power*)

stakeholder itu sendiri. Dari sudut pandang *CSR*, legitimasi merupakan hal yang paling penting, sedangkan dari pandangan manajemen, kekuatan merupakan hal yang diutamakan. *Legitimacy* merujuk pada kelompok yang memiliki hal dalam menjustifikasi apa yang dilakukannya. Misalnya 500 orang karyawan akan dirumahkan karena adanya keputusan menutup perusahaan memiliki klaim legitimasi yang lebih besar pada manajemen dibandingkan dengan pemerintah daerah yang khawatir kehilangan perusahaan sebagai salah satu pihak yang membayar kewajiban/pajak.

Kekuatan (*power*) merupakan salah satu faktor lainnya, contohnya: sekumpulan individual atau *investor* memiliki kekuatan yang lemah kecuali mereka berkumpul dan terorganisir, sedangkan sebuah institusi dari *investor* atau kelompok (*group*) yang besar memiliki kekuatan yang signifikan dengan adanya investasi yang signifikan dan dengan adanya fakta bahwa mereka sudah terorganisir dengan baik.

Dengan pandangan seperti ini, maka perusahaan harus menentukan *stakeholder* yang memiliki legitimasi paling kuat terhadap perusahaan, namun dengan tidak mengesampingkan *stakeholder* lainnya. Walaupun metode *win-win solution* tidak selalu berhasil, namun hal ini menggambarkan legitimasi dan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam jangka panjang. *Stakeholder* ini kemudian akan menjadi landasan bagi perusahaan dalam menanggapi berbagai strategi yang akan dibuat, tindakan yang akan dilakukan dan keputusan yang harus selalu mempertimbangkan *stakeholder* dalam menjalankan bisnisnya.

Carroll (1991) berpendapat bahwa terdapat keselarasan antara *stakeholder* dan

CSR. Konsep ini membantu perusahaan untuk mengidentifikasi para *stakeholder* dan tanggung jawab perusahaan terhadap masing-masing *stakeholder*. Oleh sebab itu dalam penelitian ini selanjutnya akan menggunakan model piramida yang dikemukakan oleh Hendeberg (2009) yang mengadaptasi *Carroll's CSR Pyramid* sebagai model dari teori *stakeholder*.

2.5 Teori *Carroll's CSR Pyramid*

Dalam pengimplementasian CSR dalam suatu perusahaan penelitian ini menggunakan model *CSR Pyramid* yang dikemukakan oleh Hendeberg (2009). Model ini merupakan pengembangan atas *CSR Pyramid* yang dikemukakan oleh Carroll (2004) dan merupakan bentuk adaptasi pelaksanaan CSR pada negara berkembang seperti Indonesia sebagai dasar analisis.

Dalam memberikan batasan mengenai suatu perusahaan dan berbagai jenis tanggung jawabnya terhadap *stakeholders*, bagan piramida yang dikemukakan oleh Carroll (2004) dapat dipandang sebagai suatu model yang bisa diaplikasikan pada skala global. Menurut piramida yang dikemukakan, hal ini mencakup seluruh pandangan mengenai apa yang diharapkan masyarakat dari suatu perusahaan, baik secara ekonomi maupun sosial.

Dengan berdasarkan pengertian CSR yang dikemukakan oleh Carroll (2004) sebagai, “*The social responsibility of bussiness encompasses the economic, legal, ethical, and discretionary expectations that society has of organization at a given point of time*”,

maka piramida akan menjelaskan pandangan masyarakat atas tanggung jawab perusahaan.

1. *Economic Responsibility* Tanggung jawab ekonomis harus dilihat sebagai inti dari tanggung jawab, oleh karena itu tanggung jawab ekonomis berada pada posisi paling bawah yang melambangkan landasan. Perolehan keuntungan dan memaksimalkan penerimaan perusahaan dapat dipandang sebagai tanggung jawab utama, hal ini yang kemudian memungkinkan memberikan hasil yang signifikan kepada investor ataupun kepada *stakeholder* lainnya, menciptakan lapangan pekerjaan, memproduksi barang dan jasa yang diminta dengan tujuan mendapatkan keuntungan.
2. *Legal Responsibility* Sebuah perusahaan harus menunjukkan performa secara ekonomis yang mengikuti beberapa hukum tertentu yang diatur oleh negara maupun pemerintah setempat. Jika perusahaan beroperasi pada lebih dari satu hukum negara, hal ini juga harus diikuti. Beroperasi di bawah peraturan tertentu dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan hubungannya dengan para *stakeholder*. Carrolls kemudian menjelaskan bahwa kadang-kadang perusahaan melihat peraturan dengan cara yang berbeda dan peraturan/hukum lebih cenderung menyulitkan dibandingkan menolong kinerja ekonomisnya.
3. *Ethical Responsibility* Tanggung jawab etis memiliki dampak yang besar bagi perusahaan dan reputasinya, seperti mengikuti norma yang tidak tertulis, aturan-aturan dan harapan para *stakeholder*. Tanggung jawab etis sulit dijelaskan terutama pada negara berkembang yang standar etika dan norma-normanya sulit

untuk diidentifikasi. Sebuah perusahaan harus beroperasi sejalan dengan etika yang ada dan peka terhadap etika yang bahkan lebih penting dari tanggung jawab secara hukum. Kadang, norma etika dan nilai-nilai dapat menjadi landasan dari peraturan dan hukum yang baru akan terbentuk.

4. *Philanthropic Responsibility* Carroll (2004) menyatakan bahwa perbedaan antara ethical responsibility dan philanthropic responsibility adalah philanthropic responsibility tidak diharapkan pada pandangan legal maupun secara etika, namun lebih dianggap sebagai kemauan dari stakeholder. Philanthropic Responsibility dapat dibedakan tergantung dari lokasi perusahaan atau lokasi tempat perusahaan menjalankan kegiatannya.

Carroll (2004) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara CSR dan *stakeholder* dalam suatu perusahaan. Sebuah perusahaan akan membangun performa CSR-nya tergantung dari *stakeholder*-nya, dan *stakeholder* yang berbeda akan memiliki pandangan yang berbeda juga terhadap perusahaan



Gambar 2.4 Carroll's CSR Pyramid
Sumber: Carroll, (2004)

Selain terdapat adanya hubungan antara *stakeholder* dengan performa CSR, hal yang lain yang dapat dilihat dari piramida ini adalah komitmen dan pemahaman perusahaan atas CSR yang dilakukan, pada tahap *Economic Responsibility*, perusahaan melihat tanggung jawab ekonomis seperti perolehan keuntungan sebagai prioritas utama, dan hanya mengerjakan apa yang diperlukan oleh *Stakeholder*. Demikian dengan tahap *Legal Responsibility*, perusahaan hanya mengikuti peraturan yang berlaku dalam menjalankan kegiatan usahanya dan CSR yang dilakukan hanya mengikuti apa yang diperlukan oleh *stakeholder* saja. *Ethical Responsibility* mengikuti norma-norma yang tidak tertulis, aturan-aturan dan memperhatikan apa yang sebenarnya diharapkan oleh *Stakeholder*. Tahap ini mengembangkan etika perusahaan ke tahap yang lebih baik karena bukan hanya memberikan apa yang dibutuhkan oleh *stakeholder* saja, namun perusahaan juga mengambil langkah-langkah untuk memenuhi apa yang diharapkan oleh *stakeholder*. Puncak piramida adalah *Philanthropic Responsibility*, pada tahap ini perusahaan benar-benar memperhatikan apa yang sesungguhnya diinginkan *stakeholder*. Perusahaan bukan hanya berorientasi pada keuntungan, hanya mengikuti aturan yang ada atau mengikuti norma-norma yang tidak kelihatan, namun benar-benar memperhatikan apa yang diinginkan oleh *stakeholder*, sehingga performa CSR yang dilakukan menjadikan perusahaan tersebut sebuah perusahaan yang sangat baik dalam skala global.

<i>Economic Responsibility</i>	<i>Legal Responsibility</i>	<i>Ethical Responsibility</i>	<i>Philanthropic Responsibility</i>
<i>Maximizing profit per share</i>	<i>Consistent with expectations of government and law</i>	<i>Consistent with expectation of societal mores ethical norms</i>	<i>Consistent with the philanthropic charitable expectations of society</i>
<i>Profitable</i>	<i>Comply with regulation</i>	<i>Respect new or evolving ethical/moral norms adopted by society</i>	<i>Assist the fine performing arts</i>
<i>Strong competitive position</i>	<i>Law-abiding corporate citizen</i>	<i>Prevent ethical norms from being compromised in order to achieve corporate goals</i>	<i>Participate in voluntary and charitable activities within their local communities</i>
<i>Efficiency</i>	<i>Fulfills its legal obligation</i>	<i>Doing what is expected morally or ethically</i>	<i>Provide assistance to private and public educational institution</i>
<i>Consistently profitable</i>	<i>Meet minimal legal requirements</i>	<i>Go beyond mere compliance with laws and regulation</i>	<i>Enhance a community' s "quality of life"</i>

Tabel 2.1 Komponen CSR / PKBL
 Sumber: Carroll, 1991

Pengkategorian CSR ini diharapkan akan dapat membantu manajer untuk melihat bahwa jenis tanggung jawab yang berbeda-beda tersebut tidak bersifat konstan tetapi dinamis satu dengan yang lainnya. Tabel 2.1 di atas menunjukkan komponen CSR menurut Carroll (1991). Konsep yang dikemukakan oleh Carroll (1991) ini merupakan konsep CSR yang mencakup tanggung jawab terhadap seluruh kelompok *stakeholder*, dan bukan hanya menyangkut di luar masalah ekonomi dan hukum.

Tidak ada gambaran yang benar-benar tepat dan sempurna untuk menjelaskan

hal ini. Demikian juga Carroll (1991) menyatakan mengenai piramida yang disusun oleh-nya sendiri. Piramida ini dimaksudkan untuk menggambarkan bahwa keseluruhan hal dari *CSR* mencakup komponen bisnis yang berbeda-beda yang disatukan dalam satu konsep. Walaupun masing-masing merupakan komponen yang berbeda namun di saat yang bersamaan komponen ini akan membantu manajer untuk melihat kebijakan yang berbeda akan memberikan dampak secara simultan terhadap satu dan lainnya.

Demikian dapat disimpulkan bahwa konsep *CSR* ini merupakan pemenuhan perusahaan atas tindakan *CSR* yang dilakukannya dalam segi *economic, legal, ethical* dan *philanthropic*. Demikian juga secara pragmatis, perusahaan harus berusaha untuk mendapatkan keuntungan (*make a profit*), menaati peraturan yang berlaku (*obey the law*), memperhatikan etika (*be ethical*) dan menjadi perusahaan yang baik (*be a good corporate citizen*).

2.6 Teori Hendeberg's CSR Pyramid

Pada implementasi *CSR* yang dikemukakan oleh Carroll (2004) kemudian Hendeberg (2009) mengadaptasi model ini dan mengemukakan model sendiri yang dalam penelitian ini akan dijelaskan sebagai *Hendeberg's CSR Pyramid* yang merupakan perkembangan *CSR* pada negara berkembang seperti Indonesia. Model ini akan digunakan sebagai basis analisis yang digunakan dalam penelitian atas implementasi *CSR* pada perusahaan.

Carroll (2004) menyatakan bahwa empat tanggung jawab (*Economic, Legal, Ethical* dan *Philanthropic*) dibedakan untuk mencakup seluruh pandangan terhadap

CSR dan apa yang *stakeholder* harapkan dari perusahaan, baik secara ekonomi maupun sosial. Kegunaan dan implementasi dari masing-masing tanggung-jawab yang berbeda tergantung kepada ukuran perusahaan, bidang industri dan keadaan ekonominya. Carroll kemudian menunjukkan bahwa *ethical responsibility* memiliki peranan yang besar terhadap perusahaan terutama pada negara berkembang, namun dapat menjadi sulit untuk diidentifikasi. Sebuah perusahaan harus beroperasi sejalan dengan ketentuan dan etika yang ada dan menganggap bahwa hal ini membawa dampak bagi perusahaan setara bahkan lebih banyak dari *legal responsibility*.

Di Indonesia, peraturan mengenai *CSR* mewajibkan perusahaan yang menggunakan sumber daya alam untuk mengalokasikan 2-4% dari keuntungannya kepada pemerintah, namun peraturan ini membutuhkan banyak perbaikan karena banyaknya persepsi yang berbeda-beda dan tidak adanya definisi yang jelas. Carroll juga menyatakan bahwa kadang-kadang perusahaan memiliki pandangan yang berbeda karena seringkali peraturan maupun hukum yang ada cenderung menyulitkan daripada membantu kinerja ekonomis perusahaan tersebut.

Pernyataan Ernovian (2009) menyatakan bahwa *guidelines CSR* di Indonesia sulit untuk dipenuhi karena pemerintah lokal dan pemerintah pusat memiliki pandangan yang berbeda. Pandangan ini kemudian ditanggapi oleh Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, Choirul Djahhari (2009) pada suatu *interview* yang dilakukan oleh Hendeberg (2009) dengan pernyataan “*The law is not a law; it is more of a mutual agreement between government and enterprises*”.

CSR di Indonesia akan berfungsi dengan baik apabila hal ini menjadi suatu

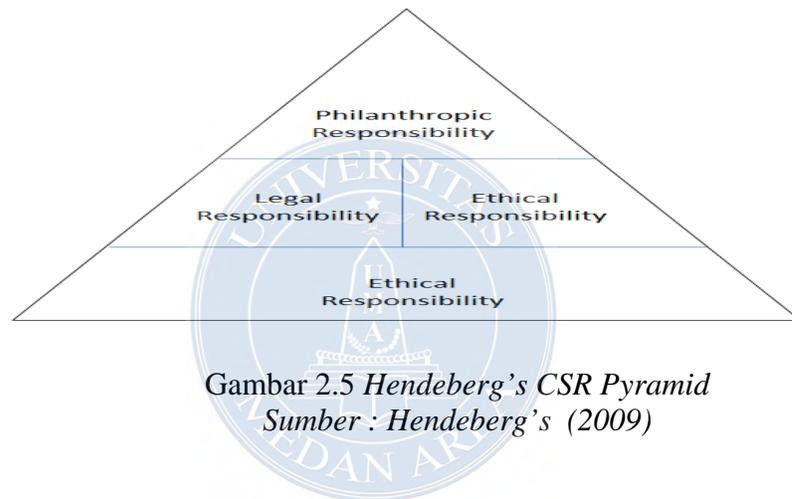
program sukarela dari perusahaan, walaupun sudah ada peraturan yang mengatur dan adanya kepekaan terhadap masalah lingkungan dan sosial. *CSR* di Indonesia memiliki landasan baik secara budaya dan norma etika. Tidak ada seorang pun yang menciptakan standar *CSR* yang dapat diaplikasikan pada daerah yang berbeda-beda, karena adanya perbedaan dan masalah jarak yang ada dalam Indonesia. Indonesia memiliki budaya yang berbeda, dan *CSR* sangat rumit karena perbedaan budaya dan religi yang tersebar di seluruh Indonesia.

Suatu *interview* yang dilakukan kepada Winarno yang mewakili PT. Melindo oleh Hendeberg (2009) menyatakan bahwa terdapat batasan yang sangat dekat antara apa yang dianggap etis dan tidak, adanya harapan dari penduduk lokal seringkali sangat tinggi mengenai tanggung jawab sosial yang harus dilakukan.

Suatu *interview* yang dilakukan kepada Harmon & Utama yang mewakili Kementerian Keuangan oleh Hendeberg (2009) menyatakan bahwa *CSR* dari sisi perusahaan adalah cara yang terbaik untuk mendapatkan keuntungan dan dapat diterima secara umum. Melalui *CSR* perusahaan dapat meningkatkan hubungannya dengan masyarakat dan menghindari adanya gangguan yang akan menelan dana lebih besar lagi di masa depan bagi perusahaan. Jika masyarakat sekitar merasa mereka mendapatkan sesuatu dari perusahaan, hal ini dapat meminimalisir konflik.

CSR di Indonesia lebih kepada memberikan sesuatu kembali ke komunitas lokal dan biasanya dilakukan dengan membangun sarana infrastruktur, kontribusi kepada sarana kesehatan di sekolah-sekolah maupun bantuan secara ekonomi. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh Carroll (2004) sebagai *philanthropic responsibility* yang bukan

mengarah kepada peraturan tertentu, tetapi melainkan lebih kepada pandangan *stakeholder*. *Philanthropic responsibility* yang ada di Indonesia berbeda dengan apa yang terjadi pada negara berkembang. Hal ini dikarenakan perbedaan lingkungan sosial dan budaya. Negara berkembang lebih berdasar kepada pembayaran pajak dan komitmen individual, namun di Indonesia lebih berdasar secara *ad hoc* dan tidak sepenuhnya menjadi komitmen nasional.



Gambar 2.5 Hendeberg's CSR Pyramid
Sumber : Hendeberg's (2009)

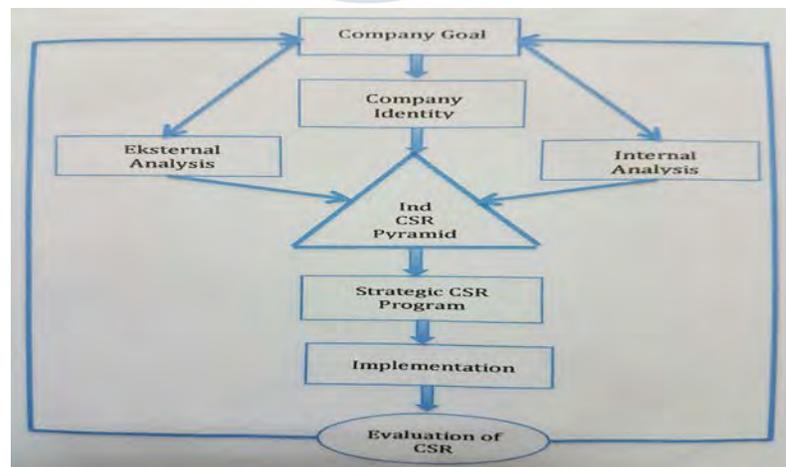
Dikarenakan adanya perbedaan dalam penerapan *CSR* di Indonesia ini, Hendeberg (2009) mengemukakan model piramida. Keadaan Indonesia yang memiliki pandangan berbeda atas performa *CSR* dan *stakeholdernya* mengakibatkan adanya pergeseran pandangan dari perusahaan seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

Pada Gambar 2.5 diatas, *Ethical Responsibility* berada di paling bawah sebagai landasan bagi *CSR*, hal ini dikarenakan pentingnya nilai budaya dan kepercayaan yang dianggap sebagai komponen yang paling rumit dalam melaksanakan *CSR* di Indonesia. Jika perusahaan tidak mempertimbangkan masalah etika, maka perusahaan akan mendapatkan masalah dalam menjalankan *CSR*.

Pada bagian tengah piramida terdapat *legal* dan *economical responsibility* karena walaupun tanggung jawab ekonomis juga penting, namun dikarenakan adanya fakta bahwa perusahaan harus mengikuti hukum yang berlaku, maka kedua hal ini berada bersebelahan. *Philanthropic responsibility* menempati puncak piramida karena dianggap sebagai hal yang kurang penting bagi perusahaan, walaupun tetap merupakan bagian dari piramida namun biasanya hanya dilakukan pada perusahaan yang berskala besar.

Hendeberg (2009) juga mengembangkan strategi yang dapat digunakan bagi perusahaan di Indonesia untuk melaksanakan strategi CSR-nya. Model ini mencakup beberapa langkah yang harus dimiliki oleh perusahaan untuk mempertimbangkan dan menganalisis fitur eksternal dan internal.

2.7 Teori *Strategic CSR Cycle Model*



Gambar 2.6. *Strategic CSR Cycle Model*
Sumber : Henderberg's (2009)

Gambar diatas ini menjelaskan bahwa pada awalnya perusahaan harus menetapkan tujuan dan identitas/citra perusahaan yang akan dicapai di masa depan (*Company Goal* dan *Company Identity*). Langkah selanjutnya adalah perusahaan harus menganalisis secara internal maupun eksternal (*Eksternal and Internal Analysis*) seperti mengidentifikasi *stakeholder* mana yang dianggap penting, keadaan ekonomi, kekuatan, kelemahan, ancaman dan kemungkinan yang akan dihadapi perusahaan. Sebelum masuk kepada *Indonesian CSR Pyramid* yaitu piramida yang dikemukakan oleh Hendeberg (2009) menggambarkan bahwa sangat penting untuk mempertimbangkan kembali identitas dan citra perusahaan yang diinginkan. Setelah mengikuti langkah ini, maka piramida akan mengidentifikasi apa yang diharapkan, diminta dan benar-benar diinginkan dari daerah perusahaan itu beroperasi.

Ketika perusahaan telah mengikuti langkah-langkah ini maka perusahaan akan memiliki landasan yang kuat dalam menentukan *Strategic CSR Program*. Ketika perusahaan mengimplementasikan program tersebut, dapat dianalisis apakah perusahaan membutuhkan bantuan dari pihak luar seperti lembaga *non-profit* dalam membantu mengimplementasikan dan melaksanakan strategi *CSR*. Proses ini sama pentingnya dengan tahapan awal, karena walaupun sudah dirancang dengan sangat baik namun menjadi sia-sia saat tidak bisa dilaksanakan. Akhirnya menjadi hal yang sangat penting untuk mengevaluasi dan menganalisis hasil dari program yang telah diimplementasikan dengan tujuan untuk meningkatkan keberlangsungan program *CSR* sebagaimana perkembangan perusahaan itu sendiri. *Evaluation of CSR*

performance, juga dapat menggunakan bantuan pihak luar dalam mengevaluasi maupun mengembangkan program-program CSR yang baru. Pada akhirnya, CSR tidak lagi dipandang sebagai semata-mata tanggung jawab moral perusahaan, tetapi CSR dipandang sebagai bagian dari strategi perusahaan yang digunakan untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan (Lee, 2007). Menurut Baron (2006) ada dua hal yang saling terkait yang mendasari perusahaan melakukan *strategic CSR* yaitu dapat meningkatkan kinerja perusahaan; dan meningkatkan kualitas lingkungan masyarakat di tempat perusahaan beroperasi yang pada akhirnya akan mendukung keberlanjutan hidup perusahaan.

2.8 Pengertian Program dan Evaluasi Program

Program menurut Esman dalam Melving G. Blase (1986:335) adalah kegiatan yang diselenggarakan oleh institusi dalam memproduksi dan menghasilkan output berupa barang atau jasa. Dalam implementasi kebijakan, birokrasi pemerintah menginterpretasikan kebijakan menjadi program. Jadi program dapat dipandang sebagai "kebijakan birokratis", karena dirumuskan oleh birokrasi (Wibawa, 1994:4). Selain itu program juga dimengerti sebagai segala sesuatu yang dilakukan dengan harapan akan mendatangkan hasil atau manfaat.

Dengan demikian semua perbuatan manusia yang darinya diharapkan akan memperoleh hasil dan manfaat dapat disebut program. Secara umum, program dapat diartikan dengan rencana atau rancangan kegiatan yang akan dilakukan oleh seseorang di kemudian hari. Sedangkan pengertian khusus, (biasanya jika dikaitkan

dengan evaluasi), program bermakna suatu unit atau kesatuan kegiatan yang merupakan realisasi atau implementasi dari suatu kebijakan, berlangsung dalam proses berkesinambungan dan terjadi dalam satu organisasi yang melibatkan sekelompok orang (Arikunto, 2004:2).

Menurut Sadish (1991:18) evaluasi program digunakan untuk menilai seberapa besar berbagai program sosial meningkatkan kesejahteraan, bagaimana program sosial berlangsung dan bagaimana program dapat menjadi lebih efektif. Bahwa pada hakekatnya evaluasi adalah suatu penyelesaian masalah yang ideal dengan cara :

1. Mengidentifikasi problem
2. Menghasilkan dan melaksanakan alternatif-alternatif untuk mengurangi gejala
3. Mengevaluasi alternatif-alternatif
4. Mengusulkan agar memakai hasil-hasil tersebut untuk mengurangi problem dengan memuaskan

Bahwa evaluasi program sebagai koleksi dan penggunaan informasi untuk membuat keputusan tentang program. Sementara menurut Weis, evaluasi program adalah mengukur efek (sebab-akibat) atas suatu program terhadap tujuan yang ditetapkan dan ingin dicapai (Jones, 1984:362). Evaluasi dirancang untuk mengumandangkan kesimpulan mengenai hasil suatu program dan dalam melakukan hal tersebut terdapat hasrat untuk mempengaruhi alokasi sumber daya. Segi rasional dari evaluasi adalah menyediakan bukti yang dijadikan dasar keputusan dalam mempertahankan, melembagakan dan memperluas program yang dinilai berhasil, serta memodifikasi atau meninggalkan sama sekali program-program yang dianggap

gagal.

Selanjutnya Mark (2000:15) menyatakan evaluasi program membantu menjelaskan tentang kebijakan dan program dengan mengadakan penyelidikan yang sistematis yang menggambarkan dan menjelaskan tentang operasi program, efek program, justifikasi program dan implikasi sosial. Evaluasi menurut Rossi (1985:45) adalah mencari sesuatu yang berharga (worth). Sesuatu yang berharga tersebut dapat berupa informasi tentang suatu program, produksi serta alternatif prosedur tertentu. Karenanya evaluasi bukan merupakan hal baru dalam kehidupan manusia sebab hal tersebut senantiasa mengiringi kehidupan seseorang. Seorang manusia yang telah mengerjakan suatu hal, pasti akan menilai apakah yang dilakukannya tersebut telah sesuai dengan Efektivitas program keinginannya semula. Oleh sebab itu menurut Patton yang dikutip oleh Shaw (2006:6), evaluasi program adalah pengumpulan informasi secara sistematis tentang kegiatan-kegiatan, karakteristik dan *outcomes* untuk menilai program, peningkatan efektivitas program dan atau menginformasikan keputusan tentang program mendatang.

Evaluasi juga merupakan *process of delineating, obtaining and providing useful information for judging decision alternatives*. Dalam evaluasi ada beberapa unsur yang terdapat dalam evaluasi yaitu: adanya sebuah proses (*process*) perolehan (*obtaining*), penggambaran (*delineating*), penyediaan (*providing*) informasi yang berguna (*useful information*) dan alternatif keputusan (*decision alternatives*) (Sadish, 1991:26).

Menurut Dunn (2003:608), istilah evaluasi mempunyai arti yang berhubungan,

masing-masing menunjuk kepada aplikasi beberapa skala nilai terhadap hasil kebijakan dan program. Secara umum istilah evaluasi dapat disamakan dengan penaksiran (*appraisal*), pemberian angka (*rating*) dan penilaian (*assessment*), kata-kata yang menyatakan usaha untuk menganalisis hasil kebijakan dalam arti satuan nilainya. Dalam arti yang lebih spesifik, evaluasi berkenaan dengan produksi informasi mengenai nilai atau manfaat hasil kebijakan. Ketika hasil kebijakan pada kenyataannya mempunyai nilai, hal ini karena hasil tersebut memberi sumbangan pada tujuan atau sasaran.

Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa kebijakan atau program telah mencapai tingkat kinerja yang bermakna, yang berarti bahwa masalah-masalah kebijakan dibuat jelas atau diatasi.

Dari pengertian-pengertian tentang evaluasi yang telah dikemukakan beberapa pakar tersebut, kita dapat menyatakan bahwa evaluasi merupakan suatu proses yang dilakukan oleh seseorang untuk melihat sejauh mana keberhasilan sebuah program. Karenanya, dalam keberhasilan ada dua konsep yang terdapat di dalamnya yaitu efektivitas dan efisiensi. Efektivitas merupakan perbandingan antara *output* dan *input*-nya sedangkan efisiensi adalah taraf pendayagunaan *input* untuk menghasilkan *output* lewat suatu proses (Rossi, 1985:46).

Dalam evaluasi terdapat perbedaan yang mendasar dengan penelitian meskipun secara prinsip, antara kedua kegiatan ini memiliki metode yang sama. Perbedaan tersebut terletak pada tujuan pelaksanaannya. Jika penelitian bertujuan untuk membuktikan sesuatu (*prove*) maka evaluasi bertujuan untuk Efektivitas program

mengembangkan (*improve*). Terkadang, penelitian dan evaluasi juga digabung menjadi satu frase, penelitian evaluasi. Sebagaimana disampaikan oleh O Jones (1984:360) penelitian evaluasi mengandung makna pengumpulan informasi tentang hasil yang telah dicapai oleh sebuah program yang dilaksanakan secara sistematis dengan menggunakan metodologi ilmiah sehingga darinya dapat dihasilkan data yang akurat dan obyektif.

2.8.1 Tujuan Evaluasi Program

Setiap kegiatan yang dilaksanakan mempunyai tujuan tertentu. Demikian juga dengan evaluasi. Menurut Suharsimi Arikunto (2004:13) ada dua tujuan evaluasi yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum diarahkan kepada program secara keseluruhan sedangkan tujuan khusus lebih difokuskan pada masing-masing komponen. Implementasi program harus senantiasa dievaluasi untuk melihat sejauh mana program tersebut telah berhasil mencapai tujuan program yang telah ditetapkan sebelumnya.

Tanpa adanya evaluasi, program-program yang berjalan tidak akan dapat dilihat efektivitasnya. Dengan demikian, kebijakan-kebijakan baru sehubungan dengan program itu tidak akan didukung oleh data. Karenanya, evaluasi program bertujuan untuk menyediakan data dan informasi serta rekomendasi bagi pengambil kebijakan (*decision maker*) untuk memutuskan apakah akan melanjutkan, memperbaiki atau menghentikan sebuah program.

Hal ini sejalan dengan pendapat Mark (2000:15) bahwa ada empat tujuan melakukan evaluasi:

1. Penilaian atas kemanfaatan dan harga, yaitu pembangunan yang menjamin keputusan program pada level individu dan masyarakat.
2. Klasifikasi, yaitu metode-metode yang digunakan untuk mengelompokkan dan investigasi pada struktur pokok seperti pembangunan atau penerapan dari taksonomi sub tipe program.
3. Analisis kasualitas, yaitu metode digunakan untuk mengeksplorasi dan menguji hubungan kasualitas (misalnya antara pelayanan program dan fungsi klien) atau mengkaji mekanisme melalui efek yang terjadi
4. Penyelidikan nilai, yaitu metode digunakan untuk menilai proses secara alami, menjajaki nilai yang muncul atau membedah posisi nilai menggunakan analisis formal maupun kritis.

Dengan mengidentifikasi tujuan evaluasi yang berbeda-beda itu kita dapat melihat bagaimana suatu program dinilai gagal oleh suatu perangkat kriteria, sementara itu di lain pihak dianggap berhasil oleh kriteria yang lain. Dalam kenyataan sangat mungkin apabila suatu program yang dinilai berhasil secara organisasional dan politis tidak dapat dievaluasi oleh kriteria substantif, dan walaupun bisa dievaluasi, hasilnya akan diabaikan. Hal ini karena evaluasi secara eksplisit memiliki implikasi politis. Evaluasi dirancang untuk menyampaikan kesimpulan mengenai hasil suatu program dan dalam melakukan hal tersebut terdapat hasrat untuk mempengaruhi alokasi sumberdaya. Segi rasional dari evaluasi adalah menyediakan bukti yang dijadikan dasar keputusan dalam mempertahankan, melembagakan dan memperluas program yang dinilai berhasil, serta memodifikasi atau meninggalkan sama sekali program-program yang dianggap gagal.

2.8.2 Fungsi Evaluasi

Dunn (2003:609-611) menyatakan evaluasi memainkan sejumlah fungsi utama dalam analisis kebijakan. Pertama, dan yang paling penting evaluasi memberi informasi yang valid dan dapat dipercaya mengenai kinerja kebijakan, yaitu seberapa jauh kebutuhan, nilai dan kesempatan telah dapat dicapai melalui tindakan publik. Dalam hal ini, evaluasi mengungkapkan seberapa jauh tujuan tujuan tertentu dan

target tertentu. Evaluasi memberikan sumbangan pada klarifikasi dan kritik terhadap nilai-nilai yang mendasari pemilihan tujuan dan target. Nilai diperjelas dengan mendefinisikan dan mengoperasikan tujuan dan target. Nilai juga dikritik dengan menanyakan secara sistematis kepastian tujuan dan target dalam hubungan dengan masalah yang dituju. Evaluasi memberi sumbangan pada aplikasi metode metode analisis kebijakan lainnya, termasuk perumusan masalah dan rekomendasi. Informasi tentang tidak memadainya kinerja kebijakan dapat memberi sumbangan pada perumusan ulang masalah kebijakan. Evaluasi dapat pula menyumbang pada definisi alternatif kebijakan yang baru atau revisi kebijakan dengan menunjukkan bahwa alternatif kebijakan yang diunggulkan sebelumnya perlu dihapus dan diganti dengan yang lain.

2.8.3 Model-Model Evaluasi Program

Tayibnapi (2008:13-41) mengemukakan ada berbagai macam model evaluasi program. Model-model tersebut merupakan alternatif-alternatif yang dipilih oleh evaluator sesuai dengan masalah dan tujuan evaluasi. Model-model tersebut diantaranya :

1. Evaluasi berorientasi tujuan (*goal-oriented evaluation*)
2. Model *CIPP* (*context-input-process-product*)
3. Evaluasi formatif-sumatif dari Scriven

Evaluasi berorientasi tujuan menekankan evaluasi pada tujuan untuk melakukan pengukuran terhadap kemajuan program dan efektivitasnya. Hasil evaluasi tersebut

menunjukkan seberapa tinggi hasil program setelah program dilaksanakan. Model *CIPP*, model ini dikembangkan oleh Daniel Stufflebeam dkk. Pada dasarnya evaluasi ini merupakan usaha menyediakan informasi bagi pembuatan keputusan. Komponen evaluasi model ini terdiri dari empat yaitu konteks, input, proses, produk. Empat hal ini biasa dianggap sebagai tipe atau fase dalam evaluasi. Masing masing jenis komponen memiliki fokus yang berbeda. Perbedaan diantaranya bukan semata-mata karena terminologi, tetapi karena masing-masing memiliki kekhasan.

Evaluasi Formatif-Sumatif dari Scriven, Evaluasi formatif digunakan untuk memperbaiki program selama program tersebut sedang berjalan. Caranya dengan menyediakan bahan tentang seberapa baik program tersebut telah berlangsung. Melalui evaluasi formatif ini dapat dideteksi adanya ketidakefisienan sehingga segera dilakukan revisi. Sedangkan Evaluasi sumatif bertujuan mengukur efektivitas keseluruhan program, tujuannya untuk membuat keputusan tentang keberlangsungan program tersebut, yaitu dihentikan atau dilanjutkan.

Model *CIPP*, pendekatan yang berorientasi kepada pemegang kekuasaan untuk menolong administratur membuat keputusan. Dengan demikian evaluasi sebagai suatu proses menggambarkan, memperoleh dan menyediakan informasi yang berguna untuk menilai alternatif keputusan. Model ini terdiri dari :

1. *Context*, membantu merencanakan keputusan, menentukan kebutuhan dan merumuskan program.
2. *Input*, menolong mengatur keputusan, sumber daya, alternative yang diambil, rencana dan strategi yang diambil.

3. *Process*, untuk membantu mengimplementasikan keputusan, sejauh mana rencana telah diterapkan dan harus direvisi.
4. *Product*, apa hasil yang dicapai, dan apa yang dilakukan setelah program berjalan.

Bahwa evaluasi program adalah melakukan perbandingan yang relatif antara satu program dengan lainnya atau perbandingan yang absolut antara suatu program dengan standar. Bahwa *description* berbeda dengan *judgment* atau menilai. Dalam model ini masukan, proses dan *outcomes* tidak hanya untuk menentukan apakah ada perbedaan tujuan dan keadaan yang sebenarnya, tetapi juga dibandingkan dengan standar yang absolut, untuk menilai manfaat program. Jadi tidak ada penelitian dapat diandalkan, jika tidak melakukan penilaian.

Thomas D Cook (1997:50) yang dikutip Chelimsky menyatakan bahwa evaluasi program dilakukan dalam banyak cara yang berbeda dan evaluasi harus menjadi suatu bidang yang lebih bermanfaat. Paling tidak harus belajar penekanannya pada penggunaan metode ilmu sosial terapan. Evaluasi yang duduk di atas bangku berkaki tiga (julukan untuk metode, teori dan substansi temuan) akan menjadi bidang yang lebih bergairah dan selalu memperbarui diri. Untuk mengukur kemajuan program dan pertanggungjawaban lainnya, maka evaluasi yang dilakukan, diharuskan melibatkan *stakeholder* yang ada, terutama masyarakat lokal. Dengan demikian, bila terjadi kekurangan atau kendala atas program yang dilaksanakan dapat juga dilakukan perbaikan bersama seluruh *stakeholder*, terutama masyarakat lokal.

Dari penjelasan tentang model-model evaluasi program, maka penulis

mendefinisikan model evaluasi program dengan mempergunakan model *CIPP* seperti yang disampaikan Tayibnapi (2008:13-41) dalam penelitian ini didefinisikan lebih lanjut tentang model *CIPP* ini yaitu :

1. *Context*, evaluasi program dalam dimensi pengertian sebagai ide, yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki evaluasi sehingga dapat memberikan arah perbaikan. Penilaian *context* meliputi analisis masalah yang berhubungan dengan lingkungan pendidikan atau dengan kata lain, penilaian *context* adalah penilaian terhadap kebutuhan tujuan pemenuhan kebutuhan dan karakteristik individu yang menanganinya.
2. *Input*, penilaian input meliputi pertimbangan tentang sumber dan strategi yang diperlukan untuk mencapai tujuan umum dan khusus. Informasi yang terkumpul selama tahap penilaian hendaknya digunakan untuk menentukan sumber dan strategi didalam keterbatasan dan hambatan yang ada.
3. *Process*, penilaian proses meliputi koleksi data penilaian yang telah ditentukan dan diterapkan dalam praktek. Suatu program yang baik tentu sudah dirancang mengenai siapa yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan program.
4. *Product*, penilaian yang dilakukan untuk mengukur keberhasilan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Dengan diadakan penilaian hasil maka dapat diambil keputusan mengenai tindak lanjut program.

2.9. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang mendukung penelitian yang dilakukan oleh peneliti

terdahulu sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan Candrayanthi dan Saputra (2013) dengan judul penelitian Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang di ukur dengan *Corporate Social Disclosure Index (CSDI)*, sedangkan variabel dependen adalah kinerja keuangan yang diwakili oleh *ROA*, *ROE*, dan *NPM*. Penelitian ini dilakukan tahun 2010-2011 pada 34 perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa variabel *CSR* berpengaruh positif terhadap *ROA*, *ROE* dan berpengaruh negatif terhadap *NPM* (E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana 4.1 2013: 141-158).
2. Penelitian yang dilakukan Yaparto, Frisko, dan Eriandani (2013) dengan judul penelitian Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang di ukur dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI)*, sedangkan variable dependen adalah kinerja keuangan yang diproyeksikan dengan *ROA*, *ROE*, dan *EPS*. Penelitian ini dilakukan tahun 2010-2011 pada 158 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *CSR* tidak berpengaruh signifikan terhadap *ROA*, *ROE* dan *EPS* (Jurnal Ilmiah Mahasiswa

Universitas Surabaya Vol.2 No.1 2013).

3. Penelitian yang dilakukan Husnan (2013) dengan judul penelitian Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure)* Terhadap kinerja Keuangan Perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang di ukur dengan *Corporate Social Disclosure Index (CSDI)*, sedangkan variabel dependen adalah kinerja keuangan yang diwakili oleh *ROA, ROE, ROS*, dan *Current Ratio*. Penelitian ini dilakukan tahun 2008-2011 pada 156 perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *CSR* berpengaruh signifikan terhadap *ROA*, dan *ROS* tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap *ROE* dan *Current Ratio*.
4. Nanin Wirasita Widiatmi pada skripsi yang berjudul “Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* PT. Pertamina (Persero)”. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Widiatmi, munculnya paradigma kepentingan tercerahkan (*enlighted self-interest*) pada sisi pertengahan mengungkapkan stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya akan dapat dicapai jika perusahaan juga memasukkan unsur tanggung jawab sosial kepada masyarakat paling tidak dalam tingkat minimal. Asumsi dasar dari aliran pemikiran ini, adalah bahwa setiap perusahaan dengan sukarela sesuai dengan kekuatan dan kelemahannya – dapat mengembangkan dan menjalankan *CSR*. Pendukung aliran ini menolak campur tangan negara dalam mengatur *CSR* di perusahaan. Kedua, kepedulian terhadap masyarakat atau konsumen dapat mendorong keuntungan ekonomi

suatu perusahaan. Ketiga, keberadaan perusahaan tidak dapat dilepaskan dari masyarakat tempat perusahaan tersebut beroperasi. *Enlighted self-interest* atau kepentingan perusahaan yang tercerahkan, berarti memasukkan dimensi masyarakat tanpa mengabaikan tujuan utama dari perusahaan yaitu mengejar keuntungan semaksimal mungkin.

5. Budi Rahardjo pada tesis yang berjudul “Potret Bandara Soekarno-Hatta Peduli, Analisis Terhadap Pelaksanaan Tanggung jawab Sosial Eksternal PT Angkasa Pura II (Persero) Cabang Bandara Soekarno-Hatta”. Hasilnya menunjukkan bahwa kepedulian yang ditunjukkan oleh manajemen PT. Angkasa Pura II (Persero) dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial eksternal, ternyata belum mampu memenuhi kebutuhan sesungguhnya dari masyarakat lokal. Penyebab pokok dari keadaan ini adalah tidak ada kebijakan operasional yang memadai dan dapat dijadikan pedoman dalam pelaksanaan *CSR*.
6. Fajar Nursahid pada tesis yang berjudul “Praktik Kedermawanan Sosial BUMN, Analisis Terhadap Model Kedermawanan Sosial di Tiga Korporasi BUMN (PT. Krakatau Steel, PT. Pertamina, PT. Telekomunikasi Indonesia)”. Hasilnya menunjukkan bahwa : sebagian besar bantuan sosial yang diberikan oleh ketiga korporasi (PT. Krakatau Steel, PT Pertamina, dan PT. Telekomunikasi Indonesia) kepada masyarakat masih bersifat filantropi. Bantuan tersebut masih ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan sesaat, belum memikirkan aspek keberlanjutan dan pemberdayaan masyarakat secara optimal.
7. Dwi Endah Mira M (2012) melakukan penelitian implementasi *CSR* / PKBL di

perusahaan PTPN-IV, disimpulkan telah memberikan manfaat bagi para *stakeholder* sekaligus memberikan manfaat bagi perusahaan. PTPN-IV memandang bahwa implementasi *CSR* yang baik akan memberi keuntungan jangka panjang. Pengeluaran dana perusahaan (jangka pendek) untuk kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan membawa keuntungan jangka panjang diberbagai bidang. Hal ini kemudian memberi dampak ekonomi bagi masyarakat dengan besarnya dana yang mengalir dari perusahaan untuk berbagai kepentingan yang terkait dengan masyarakat. Adanya keselarasan antara PKBL, perusahaan, masyarakat dan lingkungan menunjukkan bahwa perusahaan telah sukses menerapkan PKBL ini sebagai salah satu strategi dan tujuan perusahaan.

