

IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) MENGGUNAKAN *TRIPLE BOTTOM LINE* PADA CV. BINTANG JAYA DI SURABAYA

Yonatan Januar, Revi Arfamaini, Suklimah Ratih,
Universitas Widya Kartika Surabaya
Yonatan.januar@yahoo.com

ABSTRAK

Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan sebagai keputusan strategis perusahaan yang sejak awal dibuat untuk dapat menerapkan lingkungan kerja yang sehat, kesejahteraan karyawan, aspek bahan baku dan limbah yang ramah lingkungan. Dan juga harus dapat memperbaiki dalam aspek sosial dan ekonomi pada lingkungan sekitar perusahaan pada khususnya serta lingkungan masyarakat pada umumnya.

Maksud dari penelitian ini adalah sebagai sarana untuk mengetahui implementasi dari tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh CV. Bintang Jaya kepada masyarakat di sekitar menggunakan *triple bottom line*.

Untuk mengetahui implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan CV. Bintang Jaya, penulis menanyakan ke pemilik CV. Bintang Jaya kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. setelah itu menanyakan dampaknya, kepada karyawan CV. Bintang Jaya, ketua RT sekitar CV. Bintang Jaya, dan masyarakat sekitar CV. Bintang Jaya.

Hasil penelitian ini membuat perusahaan mengetahui implementasi dari kegiatan-kegiatan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan. Dan masyarakat semakin mengetahui kegiatan-kegiatan tanggung jawab sosial yang telah dilakukan CV. Bintang Jaya untuk masyarakat sekitar.

Kata Kunci: Implementasi, tanggung jawab social perusahaan, *triple bottom line*, CV. Bintang Jaya

1. PENDAHULUAN

Perusahaan yang baik adalah perusahaan dimana tidak hanya mementingkan *profit* melainkan juga harus mementingkan masyarakat sekitar perusahaan yang terdampak langsung dari proses produksi perusahaan. Contoh dampak negatif akibat proses produksi perusahaan adalah pembuangan limbah yang akan berdampak pada kehidupan masyarakat yang dimana akan membuat masyarakat sering terkena penyakit dari pembuangan limbah tersebut. Bila hal ini terjadi terus menerus maka akan merusak keberlangsungan antara perusahaan dengan masyarakat yang terdampak. Maka dari itu lahirlah suatu konsep yang dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Secara perlahan dalam dunia usaha di Indonesia mulai muncul kesadaran berkaitan dengan pentingnya dunia usaha memiliki kesadaran tentang pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan harus memandang bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) perlu diupayakan di

lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Di lingkup *internal* perusahaan, implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai keputusan strategis perusahaan yang sejak awal dibuat untuk dapat menerapkan lingkungan kerja yang sehat, kesejahteraan karyawan, aspek bahan baku dan limbah yang ramah lingkungan. Di lingkup eksternal perusahaan, implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) harus dapat memperbaiki dalam aspek sosial dan ekonomi pada lingkungan sekitar perusahaan pada khususnya serta lingkungan masyarakat pada umumnya. Tanggung jawab eksternal ini menjadi kewajiban bersama antar entitas bisnis untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat lewat pembangunan yang berkelanjutan.

CSR sendiri tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu yang terbatas pada sisi finansial saja, tapi tanggungjawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom line*. Elkington (1994) dalam Arfamaini (2016) mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P yaitu *profit*, *planet*, dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu

keuntungan ekonomi belaka (*profit*), tetapi memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Hal tersebut yang menjadi konsep dasar implementasi program CSR yang lebih dikenal sebagai *Triple Bottom Line*, yaitu *Profit*, *People* dan *Planet*. *Profit* merupakan unsur utama perusahaan, mencari keuntungan adalah tujuan yang menjadi misi semua perusahaan. Namun tujuan dan misi perusahaan tidak akan tercapai tanpa adanya sinergi dengan masyarakat dan lingkungannya. Oleh karena itu, CSR berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan yakni suatu organisasi dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan dampaknya dalam aspek ekonomi, tetapi juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusan itu, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka panjang.

2. Metode Penelitian

2.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian tentang “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) menggunakan *Triple Bottom Line* Pada CV. Bintang Jaya di Surabaya” merupakan penelitian kualitatif.

2.2. Fokus Penelitian

Sesuai dengan obyek penelitian dan rumusan masalah yang ada di dalam penelitian ini, maka elemen-elemen yang akan diteliti yaitu: *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Triple Bottom Line*.

2.3. Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dokumentasi, mengumpulkan data dengan cara meminta data tanggungjawab sosial CV. Bintang Jaya yang telah dilakukan pada tahun 2014-2016.
2. Wawancara, menanyakan secara langsung tentang aktifitas CSR CV. Bintang Jaya yang telah dilakukan pada tahun 2014-2016 di Surabaya kepada masyarakat yang telah menerima tanggungjawab tersebut.
3. Observasi, Melakukan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian tentang

pelaksanaan program CSR yang telah diadakan, sehingga mampu mendapatkan data yang akurat.

4. Kuesioner, Kuesioner yang digunakan oleh peneliti adalah kuesioner terbuka karena peneliti menyajikan kuesioner yang didalamnya terdapat beberapa pertanyaan yang memberikan kesempatan kepada responden untuk menjawab dengan kalimatnya sendiri.

2.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

2.5. Langkah-langkah Pembahasan

Langkah-langkah penelitian yang dilakukan pada proses penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data yang diperlukan melalui wawancara kepada 3 narasumber yaitu: pemilik CV. Bintang Jaya, perwakilan karyawan CV. Bintang Jaya, dan ketua RT 1 granting. Yang dimana data tersebut digunakan untuk mengetahui kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh CV. Bintang Jaya dan kebenaran dari kegiatan tersebut. Yang selanjutnya digunakan untuk pembuatan kuesioner dengan menggunakan *triple bottom line* yang akan dibagikan kepada masyarakat sekitar perusahaan dengan menggunakan acuan Roscoe (1975) dalam (Sekaran, 2006) yaitu ukuran sampel pada penelitian ini adalah 32.
2. Selanjutnya, data dari kuesioner tersebut dihitung menggunakan skala *likert* untuk mengetahui pendapat para responden. Dari hasil data skala *likert* peneliti membuat kesimpulan dari setiap topik yaitu *people*, *profit*, *planet*. Dari kesimpulan tersebut mampu menjawab permasalahan penelitian.

2.6. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan betapa pentingnya CSR bagi perusahaan dan juga masyarakat. Dan juga untuk mendorong

perusahaan meningkatkan mutu CSR yang nantinya bisa meningkatkan nilai perusahaan. Untuk mengetahui hasil dari penelitian ini peneliti menggunakan Kuesioner

No	Pertanyaan Kuesioner	Persentase	Kategori
1	Apakah anda mengetahui apa itu tanggung jawab sosial perusahaan secara umum?	58,59%	Kategori Mengetahui
2	Apakah anda mengetahui tentang kegiatan CSR yang dilakukan oleh CV. Bintang Jaya di bidang <i>People</i> (kemanusiaan)?	49,22%	Kategori Kurang Mengetahui
3	Apakah anda mengetahui tujuan CV. Bintang Jaya melakukan kegiatan CSR di bidang <i>People</i> (kemanusiaan)?	39,84%	Kategori Kurang Mengetahui
4	Apakah anda mengetahui kegiatan-	42,97%	Kategori Kurang Mengetahui

	kegiatan apa saja yang dibuat oleh CV. Bintang Jaya pada program CSR dibidang <i>People</i> (Kemanusiaan)?		
5	Bagaimana pendapat anda mengenai kegiatan CSR CV. Bintang Jaya dibidang <i>People</i> (Kemanusiaan) dalam memberikan qurban kambing di Musalla RT 1?	92,19%	Kategori Sangat baik
6	Bagaimana pendapat anda mengenai kegiatan CSR CV. Bintang Jaya dibidang <i>People</i> (Kemanusiaan) dalam Menjadikan masyarakat sekitar menjadi karyawan di CV.	89,84%	Kategori Sangat baik

	Bintang Jaya?		
7	Apakah menurut anda kegiatan CSR yang dibuat CV. Bintang Jaya menarik?	84,37%	Kategori Sangat menarik
8	Apakah menurut anda kegiatan CSR CV. Bintang Jaya memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar?	89,84%	Kategori Sangat Bermanfaat
9	Apakah menurut anda kegiatan CSR CV. Bintang Jaya menguntungkan perusahaan?	77,34%	Kategori Sangat Menguntungkan
10	Menurut anda, apakah anda percaya bahwa CV. Bintang Jaya melakukan kegiatan CSR atas dasar tanggung jawab sosial?	78,12%	Kategori Sangat Percaya

11	Apakah anda mengetahui CV. Bintang Jaya pernah melakukan seminar atau pembuatan UKM RT?	35,16%	Kategori Kurang Mengetahui
12	Apakah anda yang telah merasakan CSR yang dilakukan CV. Bintang Jaya menjadi mengetahui produk tersebut?	46,09%	Kategori Kurang Mengetahui
13	Apakah anda setuju bahwa CV. Bintang Jaya peduli terhadap masyarakat sekitar?	83,59%	Kategori Sangat Setuju
14	Apakah anda mengetahui CV. Bintang Jaya mengeluarkan pencemaran dalam proses produksi?	36,72%	Kategori Kurang Mengetahui
15	Apakah anda terganggu dengan	86,72%	Kategori Tidak Terganggu

	pencemaran suara yang dilakukan oleh CV. Bintang Jaya?		
16	Apakah anda terganggu dengan pencemaran udara yang dilakukan oleh CV. Bintang Jaya?	91.40%	Kategori Kurang terganggu
17	Apakah anda terganggu dengan pencemaran air yang dilakukan oleh CV. Bintang Jaya?	94.53%	Kategori Tidak Terganggu
18	Apakah anda mengetahui CV. Bintang Jaya melakukan penghijauan untuk mengurangi dampak polusi?	50,78%	Kategori Mengetahui

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* menggunakan *Triple Bottom Line* pada CV. Bintang jaya di Surabaya antara lain:

1. *People* (Masyarakat, dan Karyawan)

Pada masyarakat, program CSR yang dilakukan oleh CV. Bintang Jaya berdasarkan skala *likert* 49,22% kategori kurang mengetahui dan tujuan dari program CSR tersebut berdasarkan skala *likert* 39,84% kategori kurang mengetahui dan untuk kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh CV. Bintang Jaya berdasarkan skala *likert* 42,97% kategori kurang mengetahui. Ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi dari perusahaan atas CSR yang dilakukan, sehingga membuat banyak dari responden tidak mengetahui kegiatan-kegiatan CSR dari CV. Bintang Jaya dan juga tujuan diadakan CSR tersebut.

kegiatan-kegiatan CSR yang dilakukan CV. Bintang Jaya seperti perekrutan masyarakat sekitar sebagai pegawai di perusahaan berdasarkan skala *likert* 89,84% kategori sangat baik dikarenakan dapat membantu perekonomian warga dan juga mengurangi angka pengangguran. Dan untuk kegiatan pemberian sumbangan 2 (dua) ekor kambing kepada ketua RT yang selanjutnya diberikan ke musholla sekitar untuk disembelih dan selanjutnya dibagikan kepada masyarakat sekitar, berdasarkan skala *likert* 92,19% kategori sangat baik dikarenakan dapat membantu perekonomian warga dan karena ditujukan untuk masyarakat sekitar. Dan untuk pemberian sembako beras 10kg untuk setiap karyawan dan juga THR untuk setiap tahunnya. Kegiatan-kegiatan tersebut dipandang sangat baik oleh karyawan perusahaan.

Setelah responden mengetahui kegiatan-kegiatan CSR CV. Bintang Jaya, berdasarkan skala *likert* 84,37% kategori sangat menarik dikarenakan menurut mereka kegiatan tersebut berdampak baik dan positif bagi masyarakat. Dan juga berdasarkan skala *likert* 89,84% kategori sangat bermanfaat dikarenakan menurut responden kegiatan-kegiatan tersebut dapat meringankan beban masyarakat, dan juga mengurangi pengangguran.

2. *Profit*

Pada kategori *profit* berdasarkan skala *likert* 77,34% kategori sangat menguntungkan ini dikarenakan menurut responden dengan adanya kegiatan ini perusahaan lebih mudah diterima

oleh masyarakat. Dan juga sebagai media promosi. Dan berdasarkan skala *likert* 78,12% kategori sangat percaya, ini dikarenakan kegiatan tersebut sudah tanggung jawab perusahaan, dan karena kegiatan tersebut ditujukan untuk membantu masyarakat. Untuk kegiatan UKM berdasarkan skala *likert* 35,16% kategori kurang mengetahui, dikarenakan mereka tidak pernah mendengar ada kegiatan tersebut. Dengan adanya kegiatan CSR berdasarkan skala *likert* 46,09% kategori kurang mengetahui, mereka tidak mengetahui produk dari CV. Bintang Jaya walau mereka merasakan CSR karena tidak ada promosi/sosialisasi produk dari perusahaan. Berdasarkan skala *likert* 83,59% sangat setuju bahwa CV. Bintang Jaya peduli terhadap masyarakat sekitar.

3. Planet (Lingkungan)

Pada program *planet* yang dilakukan oleh CV. Bintang Jaya berdasarkan skala *likert* 36,72% kategori kurang mengetahui bila CV. Bintang Jaya mengeluarkan pencemaran dalam proses produksi. Ini dikarenakan mereka tidak merasakan pencemaran yang dilakukan oleh CV. Bintang Jaya. Dalam pencemaran suara berdasarkan 86,72% kategori tidak terganggu. Ini dikarenakan menurut responden mereka tidak merasakan adanya gangguan dalam pencemaran suara yang dilakukan oleh CV. Bintang Jaya. Untuk pencemaran udara berdasarkan skala *likert* 91,40% kategori tidak terganggu, ini dikarenakan menurut responden mereka tidak merasakan adanya pencemaran udara dari proses CV. Bintang Jaya. Untuk pencemaran air berdasarkan skala *likert* 94,53% kategori tidak terganggu. Responden tidak merasakan adanya pencemaran air. Dan untuk penghijauan guna mengurangi dampak polusi berdasarkan skala *likert* 50,78% responden mengetahui bahwa terdapat penghijauan yang dilakukan perusahaan tetapi menurut responden penghijauan tersebut masih kurang untuk penanggulangan polusi.

5. DAFTAR PUSTAKA

Aditya, D. A. (2011). Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Perusahaan (Studi Di PT Sidomuncul

Semarang). *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.

Anshori, M. & Sri I. (2009). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Surabaya : Airlangga University Press

Arfamaini, R. (2016), August. Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI). E-Jurnal Manajemen Kinerja, 2(2)-3. Retrieved November 14, 2016.

Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi VI. Jakarta : PT Rineka Cipta.

Bagus, D. (2009). *Corporate Social Responsibility* (CSR) : Definisi, Pilar Aktivitas, Bentuk dan Keuntungan Program Corporate Social Responsibility.

Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505.

Dahlsrud, A. (2008). *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*.

Fadilah, S. (2009), Keberhasilan kegiatan *corporate social responsibility* melalui pengungkapan dan audit *corporate social responsibility*.

Ghozali & Chariri. (2007). Teori Akuntansi. Semarang: Badan Penerbit Undip.

Kotler, P. & Nancy L. (2005). *Corporate Social Responsibility*. Amerika: John Wiley&Sons, Inc.

Malhotra, N. K. (2012). *Basic Marketing Research: Intergration Of Social Media* (Fourth Edition); New Jersey: Pearson.

Margono. (2004). Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta.

Marnelly, T. R. (2012). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia.

Nazir. (2005). Metode Penelitian. Jakarta:Ghalia Indonesia.

Nurfajriyah. (2010). “Implementasi Konsep *Triple Bottom Line* pada PT. Pertamina (Persero)”. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Prastowo, J. & Huda M., (2011), *Corporate Social Responsibility Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*, cetakan pertama, Samudra Biru, Yogyakarta.
- Rachman, N. M., Asep E. & Emir W. (2011). *Panduan lengkap perencanaan CSR*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Ratih, S. (2011). "Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility, Earning Management* dan kinerja keuangan sebagai *variable intervening* pada perusahaan manufaktur dan ekstraktif peraih '*The Indonesia Most Trusted Company*'-CGPI". *Tesis*. Universitas Airlangga Surabaya.
- Rudito, B. & Arif B. & Adi P. (2004). *Corporate Social Responsibility: Jawaban Bagi Modal Pembangunan Indonesia Masa Kini*. Jakarta: ICSD
- Rudito, B. & Famiola, M. (2013). *Corporate social responsibility*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Jogjakarta: Graha ilmu.
- Saryono. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
- Soewadji, J. (2012). *Pengantar Metodologi penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Solihin, I. (2009). *Corporate social responsibility: From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A.B. (2007). *Corporate social responsibility*. Jakarta: JCG.
- Wahab, S. A. (2008). *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Gresik: Fascho Publishing.
- Widjaja, G. & Yeremia A. P. (2008). *Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*. Jakarta: PT. Percetakan Penebar Swadaya

Yonatan Januar, Revi Arfamaini, Suklimah Ratih. Implementasi *CSR* Menggunakan *Triple Bottom Line* pada CV. Bintang Jaya di Surabaya