

**IMPLEMENTATION MODEL OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN
INCREASING SOCIAL CAPITAL ON PT JEMARI KARYA MANDIRI**

HALIM USMAN¹
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO

SUMARNO
PT. JEMARI KARYA MANDIRI

ANDI DAHRI AP
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO

ABSTRACT

Social capital is a set of informal values or norms that are shared among members of a community group that are interrelated. A good measurement of social capital is when there is an agreement between the two parties, both the vision and goals of the organization have in common. Corporate Social Responsibility can be implemented through alternative models that can increase the social capital of the community, both from the economic, social, and cultural aspects in a sustainable manner. The purpose of this research is to determine the relationship between CSR implementation and increasing social capital of the community around the PT Jemari Karya Mandiri mine, as well as to find out the CSR implementation model of PT JKM in increasing the social capital of the community around the mine. The results of the study indicate that the implementation of the CSR model carried out by PT JKM is categorized as social capital because of one of the company's successes in business sustainability. Business sustainability can be seen from the organization's internal and external parties. The implementation of CSR which is categorized as social capital is when the company can convince the community that with the establishment of the company it can contribute to the community. A good measurement of social capital is when there is an agreement between the two parties, both the vision and goals of the organization have in common.

Keywords: CSR, Social Capital, Mining Company

Article Info:

Received 10 May 2022 | Revised 23 July 2022 | Accepted 24 August 2022

¹ E-mail: halim.stiemlecture@gmail.com

**MODEL IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM
MENINGKATKAN MODAL SOSIAL PADA PT JEMARI KARYA MANDIRI**

HALIM USMAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO

SUMARNO
PT. JEMARI KARYA MANDIRI

ANDI DAHRI AP
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO

ABSTRAK

Modal sosial adalah serangkaian nilai atau norma-norma informal yang dimiliki bersama di antara para anggota suatu kelompok masyarakat yang saling terkait. Pengukuran modal sosial yang baik ketika adanya hasil kesepakatan antara kedua belah pihak baik visi dan tujuan organisasi memiliki kesamaan. *Corporate Social Responsibility* dapat diimplementasikan melalui model alternatif yang dapat meningkatkan modal sosial masyarakat, baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun budaya secara berkelanjutan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara implementasi CSR dengan peningkatan modal sosial masyarakat di sekitar tambang PT Jemari Karya Mandiri, serta untuk mengetahui model implementasi CSR PT JKM dalam meningkatkan modal sosial masyarakat di sekitar tambang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi model CSR yang dilakukan oleh PT JKM dikategorikan sebagai modal sosial, karena salah satu keberhasilan perusahaan adalah keberlanjutan usaha. Keberlanjutan usaha itu dapat dilihat dari organisasi pihak internal dan pihak eksternal. Implementasi CSR yang dikategorikan sebagai modal sosial adalah ketika perusahaan mampu meyakinkan masyarakat bahwa dengan berdirinya perusahaan tersebut dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pengukuran modal sosial yang baik ketika adanya hasil kesepakatan antara kedua belah pihak baik visi dan tujuan organisasi memiliki kesamaan.

Kata-kata Kunci: CSR, Modal Sosial, Perusahaan Pertambangan

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tanggung jawab sosial perusahaan/*corporate social responsibility* (CSR) merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang. Isu tentang CSR perusahaan sebenarnya telah lama berkembang, namun tetap sangat menarik untuk dibahas, karena bahasan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki dinamika sosial yang tinggi (Suryaningsum *et al*, 2015). Tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan seperti terhadap masalah-masalah yang berdampak pada lingkungan seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. CSR tidak hanya terbatas pada konsep pemberian bantuan dana kepada lingkungan sosial, namun juga bagaimana perusahaan memperlakukan karyawannya dengan tidak diskriminatif, menjaga hubungan baik dengan pemasok.

Praktik pengungkapan CSR, yang mengacu pada aspek lingkungan dan sosial, yang semakin meningkat. Pemerintah Indonesia merespon baik pelaksanaan CSR dengan menganjurkan praktik tanggung jawab sosial sebagaimana dimuat dalam Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Bab IV pasal; 66 ayat 2b dan Bab V pasal 74. Kedua pasal tersebut menjelaskan bahwa laporan tahunan perusahaan harus mencerminkan tanggung jawab sosial, bahkan perusahaan yang kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosial. Menteri Badan Usaha Milik Negara melalui Keputusan Nomor KEP- 04/MBU/2007 yang merupakan penyempurnaan dari surat Keputusan Menteri BUMN Nomor 236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, memberikan arahan secara lebih operasional tentang praktik tanggung jawab sosial (*social responsibility*).

Permasalahan lingkungan juga semakin menjadi perhatian yang serius, baik oleh konsumen, investor maupun pemerintah. Investor asing memiliki kecenderungan mempersoalkan masalah pengadaan bahan baku dan proses produksi yang terhindar dari munculnya permasalahan lingkungan, seperti: kerusakan tanah, rusaknya ekosistem, polusi air, polusi udara dan polusi suara. Untuk itu perlu adanya pengaturan secara khusus melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Pasar Modal, Standar Akuntansi Keuangan yang dikeluarkan Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) yang mengatur mengenai masalah pengelolaan lingkungan hidup terutama bagi perusahaan terbuka (*go public*) agar pelaksanaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat terlaksana dengan baik. Banyak perusahaan di dalam menjalankan bisnisnya tidak berperan aktif di dalam pembentukan Undang-Undang/peraturan mengenai lingkungan dan belum pernah mengikuti penyuluhan tentang Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL). Sedangkan kepedulian terhadap lingkungan sebenarnya muncul akibat dari berbagai dorongan dari pihak luar perusahaan, antara lain: pemerintah, konsumen, *stakeholder*, dan persaingan. Untuk menindaklanjuti berbagai dorongan tersebut, maka perlu diciptakan pendekatan secara proaktif dalam meminimalkan dampak lingkungan yang terjadi sehingga dapat tercipta kinerja lingkungan perusahaan yang lebih baik (Ja'far dan Arifah, 2006).

Menurut Aprianthiny (2015), perkembangan era modernitas saat ini terus berjalan dan terus meningkat, termasuk bidang ekonomi. Berbicara bidang ekonomi berarti tidak bisa terlepas mengenai kegiatan bisnis dan usaha, karena itulah inti dari bidang ekonomi secara umum. Dalam perkembangan dunia bisnis, tidak hanya berbicara mengenai keuntungan dan kegiatan produksi saja karena lambat laun muncul pandangan bahwa lingkungan sosial merupakan bagian penting dalam perkembangan bidang ekonomi bagi perusahaan. Munculnya kesadaran bahwa kegiatan produksi suatu perusahaan secara tidak langsung telah menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan sosial maupun lingkungan fisik di sekitar tempat kegiatan produksi perusahaan, membuat beberapa perusahaan merasa penting untuk melakukan kegiatan yang bersifat sosial.

Kegiatan atau aktivitas yang bersifat sosial ini akhirnya dijadikan sebagai kegiatan yang dapat dikatakan wajib bagi perusahaan-perusahaan yang banyak memberikan dampak negatif bagi lingkungan sekitarnya. Sulit dipungkiri, bahwa pergerakan industrialisasi berdampak negatif terhadap lingkungan dan pranata sosial sekitarnya. Hal itu karena industrialisasi membutuhkan mobilisasi sumber daya sehingga kecil ataupun besar, cepat ataupun lambat dapat mengganggu keseimbangan sumber daya tersebut. Di situlah letak pentingnya pembagian tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, agar terjadi keseimbangan eksploitasi. (Aprianthiny, 2015)

Benny (2011) menunjukkan bahwa usaha-usaha pelestarian lingkungan oleh perusahaan akan mendatangkan sejumlah keuntungan, di antaranya adalah ketertarikan pemegang saham dan *stakeholder* terhadap keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab. Hasil lain mengindikasikan bahwa pengelolaan lingkungan yang baik dapat menghindari klaim masyarakat dan pemerintah serta meningkatkan kualitas produk yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan keuntungan ekonomi. Sebagian perusahaan dalam industri modern menyadari sepenuhnya bahwa isu lingkungan dan sosial juga merupakan bagian penting dari perusahaan.

Modal sosial merupakan kepercayaan dan norma yang dapat membuat anggota komunitas bertindak secara kolektif. Modal sosial dapat diartikan juga sebagai sumber yang timbul dari adanya interaksi antara orang-orang dalam suatu komunitas. Namun demikian pengukuran modal sosial jarang melibatkan pengukuran terhadap interaksi itu sendiri. Melainkan, hasil dari interaksi tersebut, seperti terciptanya atau terpeliharanya kepercayaan antarwarga masyarakat. konsep modal sosial menarik perhatian para akademisi dan praktisi di dalam isu pembangunan. Modal sosial kemudian dianggap sebagai kerangka teoritis yang bermanfaat dalam paradigma pembangunan inklusif berkelanjutan. Posisi modal sosial menjadi penting untuk disorot mengingat paradigma pembangunan yang diberlakukan tersebut lebih bersifat *bottom up* ketimbang *top down*. Modal sosial masuk dalam dimensi sosial dari paradigma pembangunan berkelanjutan yang mencoba mengintegrasikan tiga dimensi: sosial, ekonomi, dan lingkungan. Selain itu, posisi modal sosial juga berperan positif dalam dimensi politik karena mendorong partisipasi, aksesibilitas, dan kebebasan masyarakat yang juga menjadi prinsip dalam paradigma pembangunan inklusif berkelanjutan.

Modal sosial saat ini banyak dipakai oleh para akademisi maupun praktisi dalam berbagai kajian. Modal sosial terutama hadir sebagai alternatif bentuk modalitas lain seperti modal ekonomi, modal budaya dan modal manusia. Bourdieu (1986) memperkenalkan konsep modal sosial dalam konteks perdebatan bentuk-bentuk modalitas tersebut. Bourdieu (1986) memperdebatkannya dengan

melihat peluangnya untuk dikonversikan. Menurut Bourdieu (1986), bukan hanya modal ekonomi yang mudah dikonversikan ke dalam bentuk uang, melainkan modal budaya yang pada situasi tertentu, dapat dikonversikan menjadi modal yang memiliki nilai ekonomi.

Ketika CSR diimplementasikan melalui model alternatif implementasi CSR yang berbasis pemanfaatan modal sosial, maka akan lebih bermakna bagi pemberdayaan masyarakat, baik ekonomi, sosial, maupun budaya secara berkelanjutan. Teori kontrak sosial adalah salah satu teori yang menjelaskan tentang bagaimana suatu perusahaan memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat agar bisa bertahan hidup dengan memberikan manfaat bagi masyarakat, yaitu melalui interaksi perusahaan dengan masyarakat. PT Jemari Karya Mandiri merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Jasa Pertambangan Nikel, Kontraktor Tambang Nikel, Perdagangan Umum dan Rental Alat Berat yang berdomisili di Kota Kendari, Sulawesi Tenggara. PT JKM telah menerapkan CSR sebagai bentuk modal sosial untuk mendapatkan keamanan dan kelancaran operasi melalui simpati dan kepercayaan masyarakat sekitar daerah tambang.

Dalam mencapai Visi perusahaan, yakni “menjadi perusahaan pertambangan dan jasa umum berskala nasional yang unggul, terpercaya, terdepan dan terbaik dalam memberikan pelayanan”, keberlangsungan usaha PT JKM tidak lepas dari peran serta masyarakat. Untuk itu PT JKM menyadari betul pentingnya membina hubungan baik dengan masyarakat. Dengan kata lain PT. JKM ada karena masyarakat, dan PT JKM ada untuk masyarakat. Maka dari itu program CSR yang dilakukan oleh PT JKM diharapkan meminimalkan kesenjangan sosial yang terjadi di masyarakat. Menurut Aprianthiny (2015), bahwa kesenjangan sosial dapat menyebabkan konflik sosial, serta ketidak perhatian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan juga dapat menyebabkan konflik sosial. Sementara apabila terjadi konflik antara perusahaan dengan masyarakat, maka akan terjadi kerugian yang amat besar, bukan hanya bagi perusahaan, namun juga bagi masyarakat maupun bagi Negara. Sebagai warga dunia usaha yang berhubungan dengan kepentingan masyarakat. PT JKM secara konsisten terus berupaya untuk maju sekaligus memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitarnya, terutama untuk menghindari isu-isu maupun *sentiment negative* dari masyarakat yang terkait dengan dampak negatif yang timbul dari akibat operasional perusahaan.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana hubungan antara implementasi CSR dengan peningkatan modal sosial masyarakat di sekitar tambang PT Jemari Karya Mandiri?
2. Bagaimana model implementasi CSR PT Jemari Karya Mandiri dalam meningkatkan modal sosial masyarakat di sekitar tambang?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui hubungan antara implementasi CSR dengan peningkatan modal sosial masyarakat di sekitar tambang PT Jemari Karya Mandiri.
2. Untuk mengetahui model implementasi CSR PT Jemari Karya Mandiri dalam meningkatkan modal sosial masyarakat di sekitar tambang.

2. LANDASAN TEORI

Pentingnya Implementasi CSR oleh Perusahaan

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan kini telah bergeser, di mana perusahaan tidak lagi berorientasi terhadap tanggung jawab *single bottom line* yang pada hakikatnya perusahaan hanya berpijak dalam kondisi finansial saja, akan tetapi dihadapkan pada konsep *triple bottom line*. *Global Reporting Initiative* 2006 dalam Jackson *et al.* (2011) menyebutkan terdapat tiga fokus utama dari *triple bottom line* (3P) yaitu *people*, *planet* dan *profit*. Konsep pendekatan *triple bottom line* dipopulerkan oleh John Elkington 1997 di mana yang menjadi sebuah pilar untuk mengukur nilai kesuksesan bagi bisnis dengan memperhatikan *bottom line*-nya. Rosyidah (2017) mengungkapkan bahwa perusahaan yang baik adalah perusahaan yang akan memperoleh tiga unsur tersebut yaitu keuntungan, kelestarian lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat sekitar.

CSR mempunyai peran yang sangat penting baik itu bagi masyarakat maupun bagi perusahaan. Karena dengan adanya CSR, selain hal ini menguntungkan bagi masyarakat yaitu dengan adanya kegiatan yang mendorong pemberdayaan masyarakat, dengan adanya CSR ini juga akan membantu perusahaan dalam usaha memperlancar operasional perusahaan sehingga bebas dari gangguan. Keraf (1998) menyebutkan perlunya keterlibatan sosial perusahaan, yaitu: (1) kebutuhan dan harapan masyarakat semakin berubah, masyarakat semakin kritis dan peka terhadap produk yang akan dibelinya. Sehingga perusahaan tidak bisa hanya memusatkan perhatiannya untuk mendapatkan keuntungan; (2) terbatasnya sumber daya alam, bisnis diharapkan untuk tidak hanya mengeksploitasi sumber daya alam yang terbatas, namun harus juga memelihara dan menggunakan sumber daya secara pihak; (3) lingkungan sosial yang lebih baik, lingkungan sosial akan mendukung keberhasilan bisnis untuk waktu yang panjang, semakin baik lingkungan sosial dengan sendirinya akan memperbaiki iklim bisnis yang ada; (4) perimbangan tanggung jawab dan kekuasaan, kekuasaan yang terlalu besar jika tidak diimbangi dan dikontrol dengan tanggung jawab sosial akan menyebabkan bisnis menjadi kekuatan yang merusak masyarakat; (5) keuntungan jangka panjang, dengan tanggung jawab dan keterlibatan sosial tercipta suatu citra positif di masyarakat, karena terciptanya iklim sosial politik yang kondusif bagi ke lapangan bisnis perusahaan tersebut.

Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Sosial

Crowther (2008) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial menjadi tiga, yakni:

1. *Sustainability*

Sustainability berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.

2. *Accountability*

Merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan. Hadi (2009) menunjukkan bahwa tingkat keluasan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki konsekuensi sosial maupun ekonomi. Tingkat akuntabilitas dan tanggung jawab perusahaan menentukan legitimasi *stakeholder* eksternal, serta meningkatkan transaksi saham perusahaan.

3. *Transparency*

Merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi, dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

Modal Sosial

Pada hakekatnya definisi atau pengertian modal sosial telah banyak dikemukakan para ahli, salah satunya adalah Fukuyama yang memaparkan bahwa modal sosial menunjuk pada seperangkat sumber daya yang melekat dalam hubungan keluarga dan dalam organisasi sosial komunitas serta sangat berguna bagi pengembangan kognitif dan sosial anak. Kerja sama dalam keluarga itu dimungkinkan karena adanya fakta biologis yang kodrati dan itu tidak hanya memperlancar dan memudahkan jenis-jenis aktivitas sosial lainnya, seperti menjalankan bisnis (Satria, 2008).

Sedangkan Prusak (2001) memberikan definisi atau pengertian modal sosial sebagai kumpulan dari hubungan yang aktif di antara manusia: rasa percaya, saling pengertian, dan kesamaan nilai dan perilaku yang mengikat anggota dalam sebuah jaringan kerja dan komunitas yang memungkinkan adanya kerja sama. Dari definisi modal sosial di atas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa modal sosial (*social capital*) merupakan suatu seperangkat alat yang digunakan untuk menarik investor, pemerintah, serta masyarakat untuk lebih mempercayai perusahaan dalam membangun suatu usaha, dengan jalan menjalin hubungan yang baik antar investor, pemerintah maupun masyarakat, serta menjaga kepercayaan yang telah mereka berikan kepada perusahaan dalam menjalankan usahanya.

Parameter Modal Sosial

Menurut Ridell (1997), ada tiga parameter modal sosial, yaitu kepercayaan (*trust*), norma-norma (*norms*) dan jaringan-jaringan (*networks*).

1. Kepercayaan (*trust*) merupakan harapan yang tumbuh di dalam sebuah masyarakat yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur, dan kerja sama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama.
2. Norma-norma (*norms*) terdiri dari pemahaman-pemahaman, nilai-nilai, harapan-harapan, dan tujuan-tujuan yang diyakini dan dijalankan bersama oleh sekelompok orang. Norma-norma dapat bersumber dari agama, panduan moral, maupun standar-standar sekuler seperti kode etik bisnis dan kode etik profesional.

3. Jaringan-jaringan (*networks*), infrastruktur dinamis dari modal sosial berwujud jaringan-jaringan kerja sama antarmanusia (Putnam, 1993). Jaringan tersebut memfasilitasi terjadinya komunikasi dan interaksi, memungkinkan tumbuhnya kepercayaan dan memperkuat kerjasama.

3. METODE PENELITIAN

Kerangka Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa terdapat hubungan antara implementasi CSR dengan peningkatan modal sosial masyarakat di sekitar tambang PT Jemari Karya Mandiri. Tujuan lainnya yakni untuk mengetahui model implementasi CSR PT Jemari Karya Mandiri dalam meningkatkan modal sosial masyarakat di sekitar tambang.

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini maka digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Untuk data sekunder dilakukan dengan studi kepustakaan, dengan cara memperoleh data dari buku-buku, makalah, jurnal penelitian, dan bahan-bahan tertulis lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian.
2. Untuk data primer dilakukan dengan studi lapangan, yaitu pengumpulan data secara langsung ke tempat penelitian. Studi lapangan ini dilakukan dengan cara penyebaran angket/kuesioner, observasi, dan wawancara. Kuesioner dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Observasi dilakukan dengan cara mengamati langsung dan mencatat hal-hal yang berkaitan dengan masalah dan objek yang diteliti. Wawancara dilakukan dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak terkait, baik pihak perusahaan, tokoh masyarakat, maupun anggota masyarakat lainnya di daerah lokasi penelitian dengan menggunakan *guide interview* atau pedoman wawancara.

Metode Analisis Data

Setelah semua data sekunder yang dibutuhkan terkumpul, proses analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, kemudian diobservasi dan ditempatkan berdasarkan fokus tertentu yang relevan. Obyek penelitian dalam penelitian kualitatif yang diteliti menurut Sugiyono (2014) dinamakan situasi sosial, yang terdiri atas tiga komponen yaitu: (a) *place*, atau tempat di mana situasi sosial sedang berlangsung; (b) *actor*, atau pelaku yang sedang memainkan peran tertentu; dan (c) *activity*, atau kegiatan yang dilakukan aktor dalam sebuah situasi sosial yang sedang berlangsung.

Metode Penarikan Kesimpulan

Metode penarikan kesimpulan yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara induktif yaitu menentukan kesimpulan umum berdasarkan hasil analisis data yang telah diperoleh sebelumnya. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan tujuan untuk membuktikan bahwa terdapat hubungan antara implementasi CSR dengan peningkatan modal sosial masyarakat di sekitar tambang PT. Jemari Karya Mandiri.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Jemari Karya Mandiri (PT JKM)

Upaya yang dilakukan dalam rangka pengembangan model baru program kegiatan CSR PT JKM adalah dengan cara meminta tanggapan dan masukan dari berbagai pihak, khususnya masyarakat sekitar lokasi perusahaan dan juga pihak pemerintah yang sering terlibat langsung dengan kegiatan CSR tersebut. Untuk memudahkan mendapatkan model baru CSR tersebut, upaya juga dirangkai dengan meminta tanggapan masyarakat terkait pelaksanaan CSR yang selama ini sudah berlangsung.

Sebagai wujud komitmen tersebut PT JKM menyelenggarakan berbagai kegiatan CSR kepada karyawan, masyarakat, dan lingkungan yaitu:

Tanggung jawab sosial kepada karyawan, yaitu:

1. Fasilitas *medical check-up* bagi seluruh karyawan tetap.
2. Tunjangan kesehatan bagi keluarga karyawan tetap.
3. Rekreasi karyawan (*entertainment*).

Tanggung jawab sosial kepada masyarakat, yakni:

1. Memberikan pelatihan dan keterampilan kepada masyarakat sekitar pulau bunyu.
2. Memberikan bantuan dana dalam pemberdayaan masyarakat.
3. Bantuan pembangunan/renovasi tempat ibadah.
4. Bantuan dana hibah ke yayasan Islam.
5. Santunan ke anak yatim.
6. Sumbangan perlengkapan/peralatan sekolah.
7. Bantuan pembangunan/renovasi jalanan dan jembatan.
8. Bantuan pembangunan rumah kepada masyarakat tidak mampu.
9. Kompensasi bagi rumah masyarakat yang mengalami kerusakan akibat pengeboran sumur.
10. Sumbangan bencana alam.

Tanggungjawab sosial kepada lingkungan: untuk tanggungjawab sosial terhadap lingkungan, PT. JKM melakukan penghijauan di sekitar lokasi tambang/eksplorasi.

Dalam mengimplementasikan tanggung jawab sosialnya, PT JKM melakukan kegiatan-kegiatan pembangunan masyarakat. Dari kegiatan-kegiatan tersebut PT JKM mendapatkan respon positif dan penilaian yang cukup baik dari masyarakat sekitar. Masyarakat sepenuhnya mendukung usaha-usaha yang dilakukan PT JKM dalam upaya mensejahterakan masyarakat melalui program CSR. Tujuan dari pembangunan masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan adalah untuk menaikkan kualitas hidup dari masyarakat dari eksplorasi mengalir kepada masyarakat sekitar area eksplorasi. Sasarannya adalah agar manfaat dari eksplorasi mengalir kepada masyarakat sekitar, tidak hanya dari memperkerjakan mereka secara langsung melalui perekrutan, namun juga dari kegiatan lainnya yang bisa didorong dari keberadaan eksplorasi. Tujuannya adalah agar manfaat ini dapat bertahan lebih lama dari umur eksplorasi, dan agar segala industri serta usaha yang berbentuk karena adanya eksplorasi akan terus berjalan biarpun eksplorasi sudah tidak ada. Kegiatan ini sejalan dengan Visi dan Misi PT JKM.

Modal Sosial dan CSR PT Jemari Karya Mandiri

Implementasi CSR pada PT JKM dikategorikan sebagai modal sosial, karena salah satu keberhasilan perusahaan adalah keberlanjutan usaha. Keberlanjutan usaha itu dapat dilihat dari organisasi pihak internal dan pihak eksternal. CSR adalah salah satu faktor keberlanjutan usaha dengan jalan meningkatkan kepercayaan terhadap pihak eksternal, khususnya kepada lingkungan masyarakat. Karena dengan diterapkannya CSR, perusahaan dituntut untuk lebih bertanggung jawab atas lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan. Sehingga dengan diterapkannya CSR dapat dijadikan sebagai modal sosial perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan terhadap lingkungan masyarakat atas komitmen perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Implementasi CSR yang dikategorikan sebagai modal sosial adalah ketika perusahaan mampu meyakinkan masyarakat bahwa dengan berdirinya perusahaan tersebut dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat, seperti: memberikan bantuan dana kepada masyarakat kurang mampu, memperbaiki infrastruktur, memberikan bantuan modal, memberikan beasiswa bagi siswa dan mahasiswa yang kurang mampu dan berprestasi, memberikan dana kompensasi kepada rumah warga yang mengalami kerusakan akibat pengeboran sumur dan lain sebagainya. Tetapi dengan jalan adanya kesepakatan bersama antara pihak perusahaan maupun masyarakat sekitar perusahaan melalui dengan jalan melakukan kontrak sosial, sehingga implementasi CSR sebagai modal sosial dapat berjalan dengan baik. Menurut Suharto (2005:2) pengukuran modal sosial yang baik ketika adanya hasil kesepakatan antara kedua belah pihak baik visi dan tujuan organisasi memiliki kesamaan.

Manfaat dari tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan dengan baik juga dirasakan oleh pihak perusahaan yakni, (1) terjalin hubungan emosional (rasa memiliki dan kepercayaan) yang baik dengan para *stakeholder*, (2) menciptakan nama baik, reputasi, *image* yang baik di mata masyarakat luas sehingga memudahkan dalam proses bisnis, (3) meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, (4) meningkatkan profitabilitas perusahaan dan keberlanjutan perusahaan.

Kendala-kendala dalam Implementasi Program CSR PT Jemari Karya Mandiri

Meskipun program SCR telah diimplementasikan dengan baik oleh PT JKM, namun tentu ada juga kendala-kendala yang dihadapi dalam implementasi tanggung jawab sosial tersebut. Adapun kendala-kendala yang dirasakan oleh PT JKM dalam implementasi CSR di lokasi tambang/eksplorasi, yakni:

1. Masih ada masyarakat dan pemerintah yang menganggap bahwa pemberdayaan komunitas hanya sebagai *Community Charity*, akhirnya masyarakat hanya menginginkan keuntungan jangka pendek.
2. Pemahaman masyarakat dinilai masih kurang terkait dengan kegiatan industri pertambangan. Olehnya itu, industri dinilai terkesan tidak memberikan dampak langsung terhadap perbaikan kehidupan masyarakat di sekitar wilayah tambang/eksplorasi.
3. Upaya kemandirian masyarakat yang berkelanjutan (*sustainable development*) sulit terwujud. LSM, Media & Organisasi Sosial lainnya cenderung menilai negatif setiap program pemberdayaan komunitas yang dilaksanakan oleh perusahaan.

4. Masih kurangnya komunikasi dan kerjasama yang baik antara Pemerintah Daerah dan masyarakat sehingga muncul program-program yang tidak tepat sasaran, saling tumpang tindih, dan tidak sesuai dengan keinginan masyarakat.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan

Modal sosial adalah suatu serangkaian nilai atau norma-norma informal yang dimiliki bersama di antara para anggota suatu kelompok masyarakat yang saling terkait, yang didasarkan pada nilai kepercayaan, norma, dan jaringan sosial. Modal sosial merupakan suatu kapabilitas yang muncul dari kepercayaan di dalam sebuah masyarakat secara umum. Sesuai dengan pembahasan pada bagian sebelumnya disimpulkan bahwa implementasi model CSR yang dilakukan oleh PT JKM dikategorikan sebagai modal sosial, karena salah satu keberhasilan perusahaan adalah keberlanjutan usaha. Keberlanjutan usaha itu dapat dilihat dari organisasi pihak internal dan pihak eksternal. Implementasi CSR yang dikategorikan sebagai modal sosial adalah ketika perusahaan mampu meyakinkan masyarakat bahwa dengan berdirinya perusahaan tersebut dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendapat Suharto (2005:2) yang menyatakan bahwa pengukuran modal sosial yang baik ketika adanya hasil kesepakatan antara kedua belah pihak baik visi dan tujuan organisasi memiliki kesamaan.

Saran

Terkait dengan penelitian yang telah dilakukan ini, maka peneliti menyarankan kepada PT JKM untuk terus mengembangkan model CSR yang dapat berpengaruh secara langsung dan tidak langsung kepada masyarakat di sekitar lokasi tambang. Selain itu, PT JKM juga diharapkan dapat melakukan peninjauan secara berkala terhadap model-model kegiatan CSR yang telah dilakukan. PT JKM juga diharapkan dapat membuat laporan CSR, sehingga program-program yang telah dilakukan dapat tercatat dengan baik. Dari sisi keterbatasan penelitian, peneliti menyarankan kepada penelitian berikutnya untuk menambah jumlah sampel, sehingga hasil penelitian dapat dibandingkan dengan perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianthiny, K.D. (2015). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada PT. Tirta Mumbul Jaya Abadi, Singaraja Bali. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, Vol. 5 No. 1. pp. 1-12.
- Benny. (2011). Enviromental Performance, Enviromental Disclosure, Economic Performance. *Journal Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara*.
- Bourdieu, P. (1986). *The Forn of Capital: Hand Book Theory and Research in Sociologi of Education*, J.G. Richardson (edt). West Port: Greenwood.
- Crowther, D. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Gulen Aras & Ventus Publishing Aps.
- Hadi, N. (2009). Interakasi Biaya Sosial, Kinerja Sosial, Kinerja Keuangan, dan Luas Pengungkapan: Uji Praktik Social Responsibility Perusahaan Go-Public di Bursa Efek Indonesia. *Disertai*. Universitas Dipenogoro.
- Jackson, A., Boswell, K., & Davis, D. (2011). Sustainability and Triple Bottom Line Reporting-What is All About. *International Journal of Bussines, Humanities and Technology*, Volume 1 No. 3, pp. 53-39.
- Ja'far, M., & Arifah, D.A. (2006). Pengaruh Dorongan Manajemen Lingkungan, Manajemen Lingkungan Proaktif, dan Kinerja Lingkungan Publik Environmental Reporting, Simposium National Akuntansi IX Padang, 23-26 Agustus 2006.
- Keraf, A.S. (1998). *Etika Bisnis (Tuntutan dan Relevansinya)*. Yogyakarta: Kanisius.
- Mukhtar, N. (2012). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Modal Sosial pada PT. Pertamina EP Region KTI Field Bunyu. *Tesis*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Hasanuddin.
- Prusak, L. (2001). *In Good Company: How Social Capital Makes Organizations Work*. Massachuset: Harvard Business School Press.
- Putman. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princenton NJ: Princenton University Press.
- Ridell, M. (1997). *Social Capital and Policy Development*. Wellington: Institute of Policy Studies.
- Rosyidah, N.A. (2017). Analisis Pengungkapan Triple Bottom Line dan Faktor yang Mempengaruhi. *Jurnal Equity*, Volume 3 No 2.
- Satria, D. (2008). Modal Manusia dan Globalisasi: Peran Subsidi Pendidikan. *Institute for Development of Economics and Finance (INDEF)*, Volume 9 No 3, pp. 29-39

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suharto E. (2008). *Kebijakan Sosial Sebagai Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
Suryaningsum, S., Effendy, M.I., & Gusaptono, R.H. (2015). Corporate Social Responsibility Untuk Peningkatan Ekonomi Masyarakat: Model Terbaik Untuk Perusahaan Tambang. *Buletin Ekonomi. UPN Veteran Yogyakarta*: pp. 183-194

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 *Perseroan Terbatas*. Jakarta