

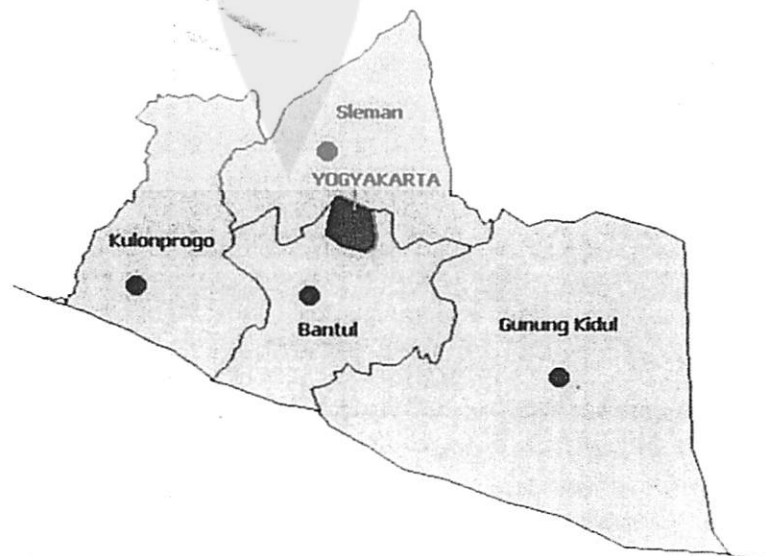


SEKRETARIAT DAERAH PROVINSI DIY BIRO ADMINISTRASI PEMBANGUNAN

JURNAL Penelitian dan Pengembangan

Volume II, Nomor 2, Tahun 2010

- * Pengelolaan Sampah Limbah Rumah Tangga dengan Komposter Elektrik Berbasis Komunitas
- * Pengembangan Model Konservasi Energi dalam Mendukung Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Bantul DIY
- * Studi Penerapan *Green Building* pada Industri Konstruksi di Daerah Istimewa Yogyakarta (Tinjauan pada Aspek Pasar *Green Building*)
- * Potensi Ekstrak Sirih Merah (*Piper Crocatum Ruiz. & Pav.*) sebagai Antikanker
- * Perbaikan Kualitas Produk di UKM Industri Tanah Liat dengan Metode Tujuh Langkah
- * Rancang Bangun Canting Batik Listrik
- * Peningkatan Produktivitas Usaha Briket dan Tungku di Daerah Sleman guna Mendukung Penyediaan Bahan Bakar Alternatif yang Ramah Lingkungan
- * Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) pada Usaha Kecil Menengah di Yogyakarta dan sekitarnya
- * Keefektifan Program Pelatihan Pendidikan Non Formal Dalam Menciptakan Lapangan Pekerjaan di Daerah Istimewa Yogyakarta
- * Ketahanan Pangan Rumah Tangga Miskin di Provinsi DIY
- * Status dan Pola Sebaran Logam Berat pada Lingkungan Pertanian di Provinsi DIY



Alamat Redaksi :

Kompleks Kepatihan - Danurejan
Yogyakarta 55213

Telp : 0274 - 562811 Psw. 1308

Fax : 0274 - 553156

Email : jumalibangdiy@gmail.com



**Jurnal Penelitian dan Pengembangan
Pemerintah Provinsi DIY**

Penanggung jawab :
Ir. Surat Djumadal

Redaktur :
Dra. Amiarsi Harwani, SH. MS
Bogie Nugroho, SH

Penyunting/Editor :
Djoko Ismadiantono, S.Sos.
Purwanto, SH

Redaktur Pelaksana :
Yunaeni Istati, SE.
Nur Cahyo, SH
Siti Wahyuni. SIP
Purwoto Bijakso, B.Sc

Sekretariat :
Eny Diah Sulistiyawati
Dra. Sri Utarinah
Siti Asnah
Suwarjan
Sri Murwantini

**BAGIAN PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN**

Jurnal Litbang Provinsi DIY merupakan jurnal yang bersifat ilmiah yaitu jurnal penelitian dan pengembangan bidang pemerintahan dan kebijakan umum, yang diterbitkan oleh Biro Administrasi Pembangunan Sekretariat Daerah Provinsi DIY.

Jurnal Litbang Provinsi DIY menyajikan hasil-hasil penelitian dan pengembangan serta pemikiran, gagasan, pandangan di bidang pemerintahan dan kebijakan umum.

Redaksi menerima tulisan karya ilmiah, hasil penelitian yang sesuai dengan visi pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta. Redaksi berhak mengedit tulisan tanpa mengubah makna substansi tulisan. Tulisan yang dimuat akan diberikan imbalan sesuai ketentuan yang berlaku.

Alamat Redaksi :
Biro Administrasi Pembangunan
Sekretariat Daerah Provinsi DIY
Komplek Kepatihan - Danurejan
Yogyakarta 55213

Telp. : 0274 – 562811 Psw. 1308

Daftar Isi

4-15	PENGELOLAAN SAMPAH LIMBAH RUMAH TANGGA DENGAN KOMPOSTER ELEKTRIK BERBASIS KOMUNITAS <i>Oleh : Drs Mutaqin MPd Didik Hardiyanti SPdT, MT Sigit Yatmono ST, MT</i>
16-24	PENGEMBANGAN MODEL KONSERVASI ENERGI DALAM Mendukung PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DI KABUPATEN BANTUL DIY <i>Oleh : Nurhening Yuniarti SPd, MT Drs. Sunyoto MPd. Drs. Imam Mustholiq MPd.</i>
25-33	STUDI PENERAPAN GREEN BUILDING PADA INDUSTRI KONSTRUKSI DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (TINJAUAN PADA ASPEK PASAR GREEN BUILDING) <i>Oleh : Ir. Wulfram I. Evianto, MT.</i>
34-40	POTENSI EKSTRAK SIRIH MERAH (<i>PIPER CROCATUM RUIZ & PAV.</i>) SEBAGAI ANTIKANKER <i>Oleh : Evy Yulianti SSi, MSc dr. Tutiek Rahayu MKes Ixora Sartika Marcuariani MSi</i>
41-51	PERBAIKAN KUALITAS PRODUK DI UKM INDUSTRI TANAH LIAT DENGAN METODE TUJUH LANGKAH <i>Oleh : Baju Bawono, MT.</i>
52-65	RANCANG BANGUN CANTING BATIK LISTRIK <i>Oleh : Ir. Bambang Moyoretno</i>
66-72	PENINGKATAN PRODUKTIVITAS USAHA BRIKET DAN TUNGKU DI DAERAH SLEMAN GUNA Mendukung PENYEDIAAN BAHAN BAKAR ALTERNATIF YANG RAMAH LINGKUNGAN <i>Oleh: RR Indah Mustikawati SE, Akt, MSi. Drs. Widarto MPd. Dra. Retno Arianingrum MSi. Zulfi Hendri SPd, MSn</i>
73-83	PELAKSANAAN PROGRAM <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> (CSR) PADA USAHA KECIL MENENGAH di YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA <i>Oleh: Ch Wiwik Sunarni, MSA, Akt. Pratiwi Budiharta, MSA, Akt.</i>

PELAKSANAAN PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* PADA USAHA KECIL MENENGAH DI YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA

Oleh : Ch. Wiwik Sunarni, Dra, MSA, Akt
Pratiwi Budiharta, SE., MSA, Akt

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility is a company's actions to embrace responsibility for the impact of its activities on the environment, consumers, employees, public community, and other stakeholders. The Indonesia Government have regulated the obligation of CSR in publicly-held companies with the enactment of UU PT no. 40, 200, however there is no such regulation for small and medium enterprises (SMEs) . The goal of this research is to observe the implementation of CSR by SMEs located around Yogyakarta. 48 samples were observed. It is found that firms are acting out CSR in various ways and methods. The priorities of executing CSR is to fulfill the needs of suppliers, customers, employees, local community, and the environment.

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada umumnya CSR diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan kepada stakeholdernya (Ekkyanshah, 2008). *Stakeholder* meliputi karyawan, kreditor, pemasok, pelanggan dan masyarakat di sekitar wilayah perusahaan. Leonard and Mc. Adams (2006) menekankan pada adanya perhatian yang seimbang dari perusahaan bagi masalah-masalah ekonomi, sosial dan lingkungan sehingga suatu organisasi dapat bermanfaat bagi masyarakat, komunitas dan lingkungannya. Ahmad Daniri (2009) menyatakan bahwa dengan CSR perusahaan tidak lagi berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang selama ini direfleksikan melalui unsur

keuangan saja, tetapi telah berpijak pada *triple bottom line* karena juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan.

Di Indonesia, kalangan pengusaha mengartikan CSR sebagai "berbagi kepada masyarakat sekitar/kalangan tertentu". Pemaknaan ini menyebabkan CSR sendiri banyak dilakukan pada tahap yang paling sederhana, yakni sifat kedermawanan para pemilik perusahaan. Dwi Hartanti (2006) menyebutkan bahwa pemaknaan inilah yang menyebabkan di Indonesia CSR tak lebih dari sekedar *philantrophy*. Penekanan pada sifat "suka rela" juga dilakukan oleh Aupell, Carol and Hatfield (1985) yang menyebutkan bahwa CSR merupakan konsep yang mengintegrasikan kepentingan sosial dan lingkungan perusahaan serta meru-

pakam progam interaksi perusahaan dengan *stakeholdernya* secara suka rela.

Mantan Wakil Presiden, Yusuf Kalla (2006) mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah sebuah tanggung jawab, bukan sebuah "opsi", bukan pula sebuah kata "gagah-gagahan". Mengacu pada konsep 3-P, perusahaan tidak boleh hanya mengejar keuntungan ekonomi (*Profit*), tetapi juga harus memperhatikan "P" yang lain, yaitu peduli terhadap lingkungan (*Planet*) serta memperhatikan kesejahteraan masyarakat (*People*).

Ami Sudarmi (2008) mengatakan bahwa pelaksanaan CSR menuntut peran serta 3 pihak, yaitu pemerintah, perusahaan dan masyarakat. Pemerintah sebagai regulator dan fasilitator punya otoritas mengarahkan praktik CSR di Indonesia agar lebih baik. Ali Darwin (2008) menyebutkan bahwa peranan pemerintah Indonesia dalam mengembangkan konsep CSR ini masih lemah dibanding negara Asean lainnya. Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 menandai babak baru pengaturan CSR di Indonesia.

Pada UU PT yang disahkan pada bulan Juli 2007, mewajibkan perusahaan yang berbadan hukum Perseroan Terbatas untuk melaksanakan CSR terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam. Ahmad Daniri (2008) menyebutkan bahwa terdapat 3 alasan mengapa suatu organisasi perlu melaksanakan program CSR, yaitu:

- a. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat, oleh karena itu wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat.
- b. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memilih hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme.
- c. Kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam bahkan menghindari konflik sosial

Dalam hal ini yang terpenting adalah adanya kesadaran setiap perusahaan untuk melakukannya. Demikian juga dengan usaha kecil dan menengah (UKM) yang selama ini banyak menjadi obyek CSR perusahaan-perusahaan besar. UKM juga tidak dapat dilepaskan dari masyarakat sekitar, lingkungan alam, dan lain sebagainya. Sebagai suatu entitas mandiri juga tanggung jawab bagi para stakeholdernya.

Berdasarkan UU No 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil, yang dimaksud dengan usaha kecil adalah usaha memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,-. Bagi usaha menengah, pemerintah telah menerbitkan Inpres No. 10/1999 yang menyebutkan bahwa usaha menengah adalah usaha yang memiliki aktiva bersih berkisar antara Rp 200 juta – 10 milyar termasuk tanah dan bangunan. Kriteria berdasarkan jumlah tenaga kerja dikemukakan oleh BPS yang menyatakan bahwa usaha rumah tangga mempunyai pekerja kurang dari 3 orang termasuk yang tidak dibayar, usaha kecil mempunyai jumlah pekerja antara 3-19 orang dan usaha menengah mempunyai jumlah pekerja antara 20 -99 orang .

1.2 Rumusan Masalah

Sebagai bagian dari sistem ekonomi, UKM mestinya punya peran yang sama dalam melaksanakan CSR. Oleh karena itu perlu kajian tentang persepsi atau pendapat pengelola Usaha Kecil Menengah tentang arti konsep *Corporate Social Responsibility* dan perlu tidaknya regulasi dalam pelaksanaannya serta mengidentifikasi praktik-praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang selama ini telah dijalankan oleh UKM. Berdasarkan pendahuluan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dalam penelitian ini diajukan rumusan permasalahan sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah persepsi atau pendapat pengelola Usaha Kecil Menengah

tentang program *Corporate Social Responsibility*?

- b. Bagaimanakah pendapat pengelola Usaha Kecil Menengah terhadap perlu tidaknya regulasi pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility*?
- c. Bagaimanakah penerapan atau praktik-praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang selama ini telah dijalankan oleh perusahaan yang tergolong sebagai Usaha Kecil Menengah yang bergerak di bidang pabrikan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis beberapa hal berikut ini:

- a. Persepsi atau pandangan para pengelola Usaha Kecil Menengah yang bergerak di bidang pabrikan terhadap arti dari konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- b. Pendapat para pengelola Usaha Kecil Menengah yang bergerak di bidang pabrikan terhadap perlu tidaknya regulasi dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang selama ini mereka jalankan.
- c. Praktik-praktik atau program-program *Corporate Social Responsibility* apa saja yang selama ini telah dilaksanakan oleh para pengelola UKM di wilayah Yogyakarta dan sekitarnya.

1.4 Manfaat

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut ini:

- a. Memberikan referensi atau hasil sebagai pelengkap penelitian atau studi terdahulu khususnya yang berkaitan dengan studi mengenai pemahaman dan penerapan konsep *Corporate Social Responsibility* sebagai suatu tanggung jawab sosial UKM terhadap *stakeholder*, terutama masyarakat sekitarnya.
- b. Memberikan gambaran bagi para pengambil keputusan, khususnya

pemerintah guna menentukan arah bagi pengembangan konsep *Corporate Social Responsibility* di Indonesia khususnya bagi UKM yang berbentuk bukan Perseroan Terbatas.

- c. Memberikan masukan bagi para pengambil keputusan guna mendorong pelaksanaan model praktik-praktik CSR di Indonesia ke arah yang lebih baik, agar CSR benar-benar dapat memberikan manfaat bagi masyarakat umum.
- d. Memberikan masukan bagi pemerintah sebagai regulator dalam merancang dan menetapkan peraturan tentang CSR sehingga mampu lebih berperan dalam menumbuh kembangkan praktik CSR di Indonesia
- e. Memberikan *insight* baru bagi para pengelola UKM terutama yang belum melakukan CSR, bahwa sebagai perusahaan tugas utamanya bukan laba semata tetapi juga harus bertanggung jawab pada para *stakeholder*.

II. METODOLOGI

2.1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah UKM yang bergerak di bidang pabrikan yang berlokasi di Yogyakarta dan sekitarnya. Pemilihan UKM pabrikan dikarenakan perusahaan pabrikan mempunyai proses pembuatan produk yang panjang, dimulai dari pengadaan dari bahan mentah dan mengubahnya menjadi produk yang siap dijual. Ada 2 alasan mengapa dipilih usaha pabrikan dalam penelitian ini. Alasan pertama adalah karena perusahaan pabrikan akan mempunyai kegiatan yang lebih panjang dan beragam, sehingga akan lebih banyak melibatkan pihak lain, yaitu karyawan, pemasok bahan baku dan bahan penolong. Alasan kedua perusahaan pabrikan dimungkinkan akan mempunyai dampak limbah yang lebih signifikan pada lingkungan karena adanya kemungkinan munculnya limbah

padat, cair maupun gas. Dengan jumlah kegiatan yang beragam, perusahaan pabrikasi dimungkinkan melakukan praktik-praktik CSR yang lebih lengkap. Sampel dalam penelitian ini akan ditentukan secara random atau acak. Terdapat 46 UKM yang bersedia untuk berpartisipasi.

Mayoritas sampel merupakan perusahaan yang berbentuk perusahaan perseorangan (84,78%) dengan produk yang dihasilkan berupa *handycraft* atau kerajinan (58,70%) dengan jenis kerajinan yang beragam (perak, kulit, kayu, dll), sedangkan sisanya produk konveksi, makanan-minuman, dan *furniture*. Dilihat dari jumlah karyawan, sebagian besar sampel memiliki kurang dari 50 orang karyawan (86,13%) dan sisanya antara 50-99 orang. Mengacu pada kriteria Biro Pusat Statistik (BPS) maka sampel dapat dikategorikan sebagai usaha berskala menengah. Dilihat dari jumlah total aktivitya, ke-46 UKM sebagian besar (52,17%) memiliki kekayaan kurang Rp 200 juta, dan (36,96%) memiliki rentang kekayaan antara Rp 200 juta - Rp 500 juta dan hanya 10,87 % dengan kekayaan antara Rp 500 juta - Rp 1 miliar. Berdasarkan UU No. 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil, dapat disimpulkan bahwa sampel berimbang antara usaha berskala kecil dan menengah.

Responden dalam penelitian ini adalah manajer perusahaan atau UKM. Dipilihnya manajer sebagai responden karena manajer atau pimpinan perusahaan merupakan orang yang paling mengetahui dan terlibat dalam kebijakan organisasi dalam penentuan program-program atau praktik-praktik CSR yang akan dijalankan oleh perusahaan. Penentuan praktik CSR yang dijalankan oleh perusahaan merupakan keputusan manajer atas pada setiap perusahaan.

2.2. Metode Pengumpulan dan Analisis Data

Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesionair yang terdiri dari 3 bagian.

Bagian pertama terdiri dari 6 pertanyaan tentang demografi dan karakteristik UKM. Dengan pertanyaan ini diharapkan dapat memberikan gambaran apakah UKM merupakan usaha kecil atau menengah. Dalam karakteristik UKM ditanyakan waktu berdiri, jenis produk yang dihasilkan, status perusahaan, jumlah karyawan serta total kekayaan perusahaan.

Bagian kedua menanyakan mengenai pandangan pengelola UKM terhadap arti konsep CSR. Di bagian ini terdapat 3 pertanyaan, selain pandangan atau persepsi juga ditanyakan pendapat responden tentang perlu tidaknya regulasi yang mengatur pelaksanaan CSR bagi UKM serta ada tidaknya alokasi dana khusus yang bersifat "fixed" untuk mendanai kegiatan CSR perusahaan di setiap tahunnya.

Bagian terakhir ditanyakan tentang praktik-praktik CSR yang selama ini telah dijalankan oleh UKM. Terdapat 20 kemungkinan praktik-praktik CSR yang selama ini dapat dilakukan oleh perusahaan. Dalam bagian kedua ini perusahaan hanya menjawab "ya" dan "tidak". Jawaban "ya" menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan praktik CSR tersebut, sedangkan jawaban "tidak" berarti perusahaan belum melaksanakannya. Keduapuluh praktik CSR ini mencerminkan berbagai kepentingan pihak *stakeholder* perusahaan, yaitu pemasok, konsumen, karyawan, lingkungan serta masyarakat.

Data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis *cross-tab*. Analisis diskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran yang akan memudahkan peneliti dalam menginterpretasikan data hasil penelitian. Dalam analisis deskriptif, data yang telah terkumpul dihitung prosentase tiap-tiap kelompok sehingga dapat diketahui gambaran umum obyek penelitian. Analisis *cros-tab* dilakukan untuk mengetahui keterkaitan antara skala

perusahaan dalam hal ini UKM, jenis produk yang dihasilkan, jumlah karyawan serta total kekayaan perusahaan dengan berbagai praktik pelaksanaan CSR yang selama ini telah dijalankan.

2.3 Kajian Pustaka

2.3.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Sofyan Djalil (2008) menyebutkan bahwa saat ini terdapat sekitar 37 definisi tentang CSR. Karena CSR tidak dapat dilepaskan dari interaksi kegiatan bisnis dan masyarakat, maka berbagai definisi tentang CSR tidak dapat dilepaskan dari perkembangan bisnis maupun masyarakat itu sendiri. Wan Saiful (2006) menyebutkan bahwa CSR merupakan "a content dependent concept" yang memungkinkan punya pengertian berbeda untuk organisasi yang berbeda. Dari sudut akademisi definisi yang paling tua dikemukakan oleh Howard R Bowen pada tahun 1952 (Hartanti, 2006) yang mendefinisikan CSR sebagai kewajiban dari seorang pebisnis dalam mengusahakan dan melaksanakan tindakan-tindakan dalam kerangka tujuan dan nilai-nilai sosial kemasyarakatan. Definisi yang sama juga diberikan oleh Wineberg dan Rudolp dalam Tanudajaya (2009) yang mendefinisikan bahwa *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut ini:

"The contribution that a company makes in society through its core business activities, its social investment and philanthropy programmes, and its engagement policy".

Definisi yang lengkap dikemukakan oleh Goyder (2003) dalam Wan Saiful (2006), yang mengartikan CSR lebih kearah operational atau *working definition*. Menurut Goyder, CSR dapat diartikan dari dua sudut pandang yang berbeda, yaitu sebagai "An Ethical Stance" dan "A Business Strategy". Sebagai suatu perbuatan ethis, CSR diartikan sebagai suatu kegiatan organisasi yang murni tanpa mengharapkan

imbalan atau pamrih apapun dari kegiatan tersebut. Dari sudut pandang ini CSR benar-benar sebagai kegiatan untuk "serving stakeholder". Daniri (2009) juga menyebutkan bahwa CSR dikembangkan dengan menganggap perusahaan sebagai agen moral yang harus menjunjung tinggi moralitas.

Dari sudut pandang kedua menganggap CSR sebagai strategi bisnis suatu perusahaan. Sudut pandang ini didasarkan pada anggapan bahwa tidak mungkin suatu perusahaan melakukan aktivitas sosial tanpa mengharapkan keuntungan dari apa yang telah dilakukannya. CSR dapat memberikan keuntungan baik yang bersifat *tangible* maupun *intangible* bagi perusahaan. Keuntungan *tangible* dapat berupa peningkatan laba dan penjualan, sedangkan keuntungan *intangible* misalnya peningkatan reputasi di masyarakat, kuatnya *brand* perusahaan, dan meningkatkan loyalitas karyawan dan konsumen. Hopkins (2003) dalam Wan Saiful (2006) menggabungkan kedua sudut pandang di atas dengan mendefinisikan CSR sebagai "treating the stakeholders of the firm ethically or in a reponsible manner".

Selain definisi yang diberikan secara individu, CSR juga didefinisikan oleh organisasi dengan penekanan yang sama. *International Organization for Standardization* yang dikenal dengan ISO menekankan pada keseimbangan berbagai aspek yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk kepentingan para stakeholder. Secara lengkap ISO mendefinisikan CSR sebagai berikut ini:

"A balance Approach for organization to address economic, social and environmental issues in a way that aims to benefits people, community and society".

Penekanan aspek jangka panjang pada CSR disinggung oleh WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) pada tahun 2000 yang menekankan pada komitmen organisasi yang berkelanjutan pada CSR, serta

definisi yang dikemukakan oleh IBLF (*International Business Leader Forum*) yang menyebutkan bahwa CSR bertujuan untuk memberikan "*sustainable value*" pada masyarakat termasuk juga pada para pemegang saham. Dari beberapa definisi yang telah dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa CSR meliputi aspek-aspek berikut ini: *economic, legal, ethical, dan business performance*. (Carroll's, 1979)

2.3.2 Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility*

WBCSD (2002) menyebutkan adanya 5 area yang masuk dalam ruang lingkup CSR yaitu: *human right, employee right, environmental protection, community development* serta *supplier relationship*. Ruang lingkup yang dikemukakan oleh WBCSD tidak secara spesifik menyebutkan konsumen sebagai salah satu cakupan CSR, padahal saat ini konsumen adalah merupakan kunci perusahaan untuk tetap bertahan dalam lingkungan bisnis yang global, kompetitif dan turbulenta.

Penekanan perhatian perusahaan pada konsumen dikemukakan dalam ISO 26000: *Guidance Standard on Social Responsibility*, yang menyebutkan adanya 7 area yang saling terintegrasi dalam cakupan CSR yaitu: Pengembangan masyarakat, konsumen, Praktik kegiatan Institusi yang sehat, Lingkungan, Ketenagakerjaan, hak asasi manusia, serta *Organizational Governance*. Cakupan CSR yang lengkap dikemukakan oleh *International Business Leader Forum* (IBLF) dengan 7 cakupan CSR, yaitu: *human right, labor and security, enterprise and economic development, business standard and corporate governance, health promotion, education and leadership development, human disaster relief dan environment*.

2.3.3 Manfaat *Corporate Social Responsibility* Bagi Stakeholder dan Perusahaan

Manfaat CSR bagi perusahaan sangat beragam, dan sulit diukur secara

kuantitatif, meskipun demikian ada beberapa literatur yang menyebutkan adanya korelasi antara kinerja sosial/lingkungan dengan kinerja financial dari perusahaan (Tanudjono, 2009). Daniri (2009) menyebutkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh Hill et.al (2007) menemukan bahwa setelah mengontrol variabel-variabel lainnya perusahaan yang melakukan CSR, dalam jangka pendek (3-5 tahun) tidak mengalami kenaikan nilai saham, tetapi dalam jangka panjang (10 tahun) perusahaan tersebut mengalami kenaikan nilai saham yang sangat signifikan dibandingkan perusahaan yang tidak melakukan praktik CSR. Leonard dan Mc. Adam (2003) menyebutkan bahwa manfaat CSR yang dilakukan oleh perusahaan juga akan membawa manfaat bagi perusahaan, antara lain berupa pengurangan permasalahan litigasi, proteksi *brandimage* perusahaan, meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, mengurangi tingkat perputaran karyawan serta memberikan kemampuan mempertahankan karyawan yang berprestasi.

CSR pada akhirnya akan menguntungkan perusahaan pelaksana CSR, meskipun seharusnya perusahaan sebagai pelaku CSR tidak boleh mengharapkan manfaat dari program-program sosial yang dijelankannya. Manfaat CSR bagi perusahaan belum dapat dilihat dalam jangka pendek, tetapi akan muncul dalam jangka panjang. Chrisanti Hasibuan (2006) mengatakan bahwa CSR merupakan investasi jangka panjang, karena dengan melakukan praktik CSR yang berkelanjutan, perusahaan akan mendapatkan "tempat di hati dan ijin operasional" dari masyarakat bahkan mampu memberikan kontribusi yang berkelanjutan bagi pembangunan.

2.3.4 Model Praktik *Corporate Social Responsibility* di Indonesia

Menurut Daniri (2009) terdapat 3 bentuk atau model penerapan CSR di Indonesia, yaitu *Public Relation,*

Strategy Defensif serta kegiatan yang berasal dari visi perusahaan. Selama ini bentuk praktik CSR yang sering diterapkan di Indonesia adalah *community development* atau program pengembangan masyarakat yang dapat dikategorikan dalam tiga program yaitu *Community Relation* (Kegiatan atau program yang cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan perusahaan), *Community Services* (Kegiatan pelayanan untuk memenuhi kepentingan masyarakat umum). Dalam program ini perusahaan bertindak sebagai fasilitator dan *Community Empowering* (Kegiatan yang berkaitan dengan pemberian akses lebih pada masyarakat untuk menunjang kemendiriannya).

Sedangkan Tanudjaya (2006) maupun www.keepandshare.com (2009) mengemukakan adanya 4 model dalam penerapan CSR di Indonesia yaitu:

1. Terlibat langsung dengan terjun langsung ke masyarakat dalam menerapkan CSRnya tanpa melalui perantara.
2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan yang dibentuk oleh perusahaan atau groupnya dan menyediakan dana khusus guna mendanai kegiatannya.
3. Bermitra dengan pihak lain dengan menjalin kerjasama dengan suatu lembaga baik pemerintah maupun non pemerintah untuk melaksanakan CSRnya.
4. Mendukung atau bergabung dengan suatu konsorsium dimana perusahaan.

III. HASIL PENELITIAN

Semua responden menganggap bahwa **Corporate Social Responsibility** merupakan "Program sosial perusahaan bagi masyarakat dan lingkungan sekitar yang bersifat suka rela" serta "Program suka rela perusahaan untuk membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar perusaha-

an". Kata "suka rela" berarti tidak adanya paksaan atau keharusan dari pihak manapun untuk memaksa UKM melaksanakan program-program CSR.

Dalam melaksanakan program CSR, sebagian besar UKM (77,8%) merasa perlu adanya regulasi yang jelas dari Pemerintah. Adapun alasan perlunya regulasi pelaksanaan CSR ini, antara lain agar lebih menumbuhkan kesadaran adanya kewajiban sosial perusahaan pada para pengelola perusahaan, agar pelaksanaan CSR lebih terarah, jelas, tepat sasaran dan dapat fokus pada kelompok yang membutuhkan. Responden yang menganggap tidak perlu adanya regulasi (22,23%) beralasan bahwa CSR adalah program yang bersifat sukarela, sehingga tidak perlu ada aturan, semuanya diserahkan pada kebijakan masing-masing perusahaan saja, karena kemampuan masing-masing perusahaan juga berbeda-beda. Adanya aturan atau regulasi akan menggeser CSR yang mestinya bersifat sukarela menjadi "paksaan". Dalam melaksanakan program CSR nya, hanya sepertiga responden (33,3%) yang mempunyai "dana khusus" yang disisihkan yang berkisar antara 5 - 10% dari laba perusahaan. Sedangkan sisanya tidak mempunyai "plafond" atau "dana khusus" tertentu, tetapi jumlahnya amat sangat tergantung pada kebutuhan.

Praktik-praktik Pelaksanaan **Corporate Social Responsibility**

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan, semua UKM telah melakukan praktik-praktik CSR yang beragam. Hasil selengkapnya disajikan dalam tabel 1. Dari tabel terlihat bahwa terdapat 6 praktik yang telah dijalankan oleh semua UKM, yaitu adanya pemasok tetap dan hubungan baik dengan pemasok, menyediakan keselamatan kerja bagi karyawan, menyediakan fasilitas umum bagi karyawan, menjalin hubungan baik dengan konsumen serta mengadakan program

"gathering" secara teratur dengan konsumen.

Hanya ada satu praktik CSR yang masih belum banyak dijalankan oleh UKM dalam penelitian ini, yaitu penyediaan sarana atau fasilitas umum bagi masyarakat di sekitar perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena sampel dalam penelitian ini merupakan usaha yang berskala kecil dan menengah, yang belum mempunyai dana cukup guna menyediakan fasilitas umum bagi masyarakat, misalnya tempat ibadah, sarana pelayanan kesehatan ataupun sarana pelayanan pendidikan. Kondisi ini bukan berarti UKM tidak peduli dengan masyarakat sekitar, karena hampir semuanya (91,3%) UKM telah mempekerjakan masyarakat sekitar,

memang tidak ada informasi lebih lanjut tentang posisi pekerjaan karyawan yang berdomisili di sekitar perusahaan. Meskipun demikian dapat dikatakan bahwa UKM telah ikut serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar lokasi perusahaan dengan menyediakan lapangan kerja untuk mereka. Hal ini konsisten dengan jawaban responden pada bagian kedua yang lebih mempersepsikan CSR sebagai "Program sosial perusahaan bagi masyarakat dan lingkungan sekitar yang bersifat suka rela" serta "Program suka rela perusahaan untuk membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan".

Tabel 1
Prosentase Pelaksanaan Praktik –Praktik CSR

No.	PRAKTIK – PRAKTIK CSR	%
1	Adanya pemasok tetap bahan untuk panjang	100,0%
2	Hubungan yang baik antar perusahaan dan pemasok	100,0%
3	Limbah yang dihasilkan dimanfaatkan kembali menjadi suatu produk	60,9%
4	Limbah yang dihasilkan diproses baru dibuang	6,5%
5	Limbah yang dihasilkan langsung dibuang	54,3%
6	Memperoleh sertifikat aman untuk limbah dari BAPEDAL	2,2%
7	Perusahaan mempunyai instalasi pengolahan limbah	4,3%
8	Mempekerjakan karyawan dari masyarakat sekitar perusahaan	91,3%
9	Menyediakan pelatihan bagi karyawan baru maupun lama	89,1%
10	Menyediakan tunjangan kesehatan bagi karyawan	84,8%
11	Menyediakan cuti dan tunjangan melahirkan bagi karyawan perempuan	60,9%
12	Mengikutkan karyawan dalam program JAMSOSTEK	6,5%
13	Menyediakan perlengkapan keselamatan kerja bagi karyawan	100,0%
14	Menyediakan cuti melahirkan bagi karyawan perempuan	60,9%
15	Memperbolehkan karyawan berorganisasi dalam organisasi serikat buruh	43,5%
16	Menyediakan fasilitas bagi karyawan	100,0%
17	Menyediakan fasilitas umum untuk masyarakat sekitar	0,0%
18	Menjalin hubungan baik dengan konsumen langsung	100,0%
19	Memberikan garansi bagi konsumen atas produk perusahaan	65,2%
20	Mempunyai program "gathering" perusahaan dengan konsumen	100,0%

Guna mengetahui fokus praktik-praktik CSR yang dilakukan, praktik CSR dapat dikelompokkan menurut *stakeholder* perusahaan, yaitu karyawan, pemasok, konsumen, lingkungan

serta masyarakat sekitar. Berdasarkan data penekanan perhatian UKM pada masing-masing *stakeholder* melalui pelaksanaan program CSR dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Pengelompokan Pelaksanaan Praktik –Praktik CSR

No.	KELOMPOK STAKEHOLDER	%
1	Pemasok (Supplier)	100,0%
2	Konsumen	88,4%
3	Karyawan	68,2%
4	Masyarakat sekitar	45,7%
5	Lingkungan	25,7%

Dari tabel tersebut dapat dilihat urutan fokus kegiatan atau praktik CSR yang selama ini dilakukan oleh para UKM, yaitu pemasok, konsumen, karyawan, masyarakat sekitar dan yang terakhir adalah lingkungan. Dari urutan tersebut dapat disimpulkan bahwa praktik CSR yang dilakukan UKM saat ini masih belum berorientasi pada lingkungan, karena hanya 25,7% yang telah memperhatikan hal tersebut. Hal ini dapat dijelaskan karena sebagian besar sampel adalah perusahaan *handycraft* yang tidak menghasilkan limbah berbahaya bagi lingkungan sekitar perusahaan. Kondisi ini juga ditunjukkan dengan baru adanya satu UKM dalam penelitian ini yang telah mendapatkan sertifikat aman dari BAPEDAL (Badan Pengendalian Lingkungan) untuk limbah yang mereka hasilkan atau hanya sekitar 2,2%. Apabila dilihat lebih lanjut, perusahaan ini juga merupakan salah satu perusahaan yang mempunyai instalasi pengolahan limbah.

Untuk isu-isu lingkungan lain seperti pemrosesan limbah terlebih dahulu sebelum membuangnya juga relatif kecil penerapannya, hal ini dapat terjadi karena sebagian besar limbah yang dihasilkan dimanfaatkan kembali untuk menunjang kegiatan mereka (60,9%). Kecilnya perhatian UKM pada

program-program yang berhubungan dengan lingkungan, khususnya limbah dapat juga disebabkan karena sebagian besar produk yang dihasilkan adalah kerajinan (*handycraft*) yang menghasilkan limbah tidak berbahaya, sehingga menyebabkan kurangnya perhatian UKM pada program-program lingkungan. Hal ini konsisten dengan kecilnya prosentase UKM yang telah memiliki sarana atau instalasi pengolahan limbah (4,2%), karena memang tidak diperlukan adanya instalasi pengolah limbah.

Karyawan juga merupakan salah satu *stakeholder* yang menjadi perhatian pengelola UKM sebagai penerapan praktik CSR perusahaan. Dari beberapa praktik CSR pada karyawan, ternyata baru tiga UKM yang mengikutkan karyawannya pada program Jamsostek. Apabila dilihat dari jumlah total kekayaannya, terlihat bahwa UKM yang telah mengikuti program Jamsostek satu berassets kurang dari Rp 200 juta, satu UKM berassets antara Rp 500 juta sampai Rp 1 miliar dan satu UKM berasset antara Rp 1 sampai 2 miliar. Dari data ini dapat disimpulkan bahwa sebenarnya mengikuti program Jamsostek bagi karyawan dapat dilakukan oleh setiap UKM baik yang berskala kecil maupun menengah. Program Jamsostek untuk karyawan mestinya perlu men-

dapatkan perhatian bagi para pengelola UKM, karena program ini merupakan program yang dapat membantu dalam meningkatkan kesejahteraan karyawan, yang merupakan salah satu tujuan dari praktik-praktik CSR.

IV. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Dengan mendasarkan pada 46 UKM yang menjadi sampel dalam penelitian, terlihat bahwa semua UKM menganggap *Corporate Social Responsibility* atau CSR merupakan "Program sosial perusahaan bagi masyarakat dan lingkungan sekitar yang bersifat suka rela" serta "Program suka rela perusahaan untuk membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan". Meskipun tidak ada regulasi yang mengharuskan UKM untuk melaksanakan CSR, tetapi semua UKM di Yogyakarta telah melaksanakan CSR dalam berbagai program CSR. Meskipun demikian dalam melaksanakan program CSR, sebagian besar UKM (77,8%) merasa perlu adanya regulasi yang jelas dari Pemerintah yang dapat dijadikan pedoman bagi pengelola UKM. Pada umumnya tidak ada alokasi "dana khusus" untuk mendanai kegiatan CSR, tetapi jumlah yang disediakan juga sangat tergantung pada kebutuhan dan kemampuan keuangan perusahaan masing-masing.

Dari keduapuluh praktik CSR, sembilan belas praktik CSR telah dijalankan oleh UKM. Terdapat 6 praktik yang dijalankan oleh semua UKM dalam penelitian ini, yaitu adanya pemasok tetap dan hubungan baik dengan pemasok, menyediakan keselamatan kerja bagi karyawan, menyediakan fasilitas umum bagi karyawan, menjalin hubungan baik dengan konsumen serta mengadakan program "gathering" secara teratur dengan konsumen. Hanya ada satu praktik CSR yang belum banyak dapat dijalankan oleh UKM dalam penelitian ini, yaitu penyediaan sarana

atau fasilitas umum bagi masyarakat di sekitar perusahaan. Praktik CSR yang dijalankan kurang dari setengah UKM (<50%) adalah program Jamsostek bagi karyawan serta praktik-praktik CSR yang berhubungan dengan lingkungan.

Praktik CSR yang telah dijalankan dapat dilihat berdasarkan *stakeholder*-nya yaitu pemasok, karyawan, lingkungan, masyarakat sekitar dan konsumen. Dari data dapat disimpulkan urutan fokus kegiatan atau praktik CSR yang selama ini dilakukan oleh para UKM, adalah pemasok, konsumen, karyawan, masyarakat sekitar dan yang terakhir adalah lingkungan. Dari urutan tersebut dapat disimpulkan bahwa praktik CSR yang dilakukan UKM saat ini masih kurang berorientasi pada lingkungan, karena hanya 25,7% yang telah memperhatikan hal tersebut.

4.2 Saran

Berdasarkan temuan-temuan dalam penelitian ini, dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut ini:

1. Perlu adanya perhatian pihak pemerintah melalui instansi terkait untuk menginformasikan kepada para pengelola UKM tentang CSR dan tujuan, serta manfaat pelaksanaan CSR bagi perusahaan dan para *stakeholder* atau pemangku kepentingan.
2. Perlu adanya upaya dari pihak Pemerintah melalui instansi terkait untuk mengarahkan para pengelola UKM dalam praktik CSR-nya, sehingga semua *stakeholder* mendapatkan perhatian yang sama.
3. Perlunya campur tangan pihak yang terkait agar praktik CSR yang selama ini telah dilakukan juga memfokuskan pada pelestarian lingkungan dan pengembangan masyarakat sekitar (*community development*).
4. Perlu adanya program-program pemerintah guna memberikan apresiasi bagi para pengelola UKM yang telah menjalankan CSR dengan

baik, misalkan "CSR award" untuk mendorong para pengelola UKM agar meningkatkan pelaksanaan CSR.

Agar penelitian ini dapat lebih mewakili apa yang telah dilaksanakan UKM dalam menerapkan konsep *Corporate Social Responsibility*, perlu kiranya untuk dilakukan penelitian dengan sampel yang lebih banyak dan jenis usaha yang lebih beragam.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, Sri. 2002. *Regulasi dan Revitalisasi Usaha Kecil dan Menengah Di Indonesia*.
- Ali Darwin (2008). "CSR itu Tak Ubahnya Seperti Sedekah". *Akuntansi Indonesia Mitra Dalam Perubahan*. Edisi No. 12 tahun II /Oktober 2008.
- " Akuntabilitas, Kebutuhan, Pelaporan dan Pengungkapan CSR Bagi Perusahaan di Indonesia". *Akuntansi Indonesia Mitra Dalam Perubahan*. Edisi No. 12 tahun II / Oktober 2008.
- Ami Sudarmi Alwi (2008). "CSR dan Kesetiakawanan Social". *Akuntansi Indonesia Mitra Dalam Perubahan*. Edisi No. 12 tahun II / Oktober 2008.
- Aupell, Carol and Hatfield (1985). "An Empirical Examination of The CSR and Profitability". *Academic of Management Journal*. Vol. 28. No. 2. p. 446-463.
- Budi Untung (2008). "Corporate Social Responsibility". *Sinar Grafika*. Jakarta. Cetakan Pertama. Maret 2008.
- Dwi Hartanti (2006). "Makna Corporate Social Responsibility: Sejarah dan Perkembangannya". *Economics Business Accounting Rview*. Fakultas Ekonomi – Universitas Indonesia. Edisi III September 2006
- Ekkyanshah, (2008). "Membangun Program CSR yang Seimbang". *Akuntansi Indonesia Mitra Dalam Perubahan*. Edisi No. 12 tahun II /Oktober 2008.
- (2008). Dana CSR Bukan Donasi. *Harian Kompas*. Edisi 24 Juli 2008.
- (2008) . Untuk CSR, Indosat Siapkan Rp 40 milyar. *Harian Kompas*, 21 November 2008
- Leonard , Dennis, and Mc. Adams, Rodney. (2006). " Quality and Ethics: Corporate Social Responsibility". *Quality Progress*, October 2003.
- Mas Ahmad Daniri (2008). CSR, UU PT dan Peran Akuntan Indonesia". *Akuntansi Indonesia Mitra Dalam Perubahan*. Edisi No. 12 tahun II /Oktober 2008.

VI. BIODATA PENULIS

Dra. Christina Wiwik Sunarni, MSA, Akt. Lahir di Yogyakarta pada tanggal 6 Maret 1962. Penulis menyelesaikan pendidikan Program S1 Akuntansi di Fakultas Ekonomi UGM Yogyakarta dan Program *Master of Science in Accounting* University of Texas at Arlington, TX, USA. Penulis saat ini tercatat sebagai Dosen Tetap di *S1 International Program*, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.