**PERLAKUAN AKUNTANSI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN UNTUK
PENGEMBANGAN MASYARAKAT SEKITAR PT SEMEN TONASA**

Ismail Badollahi¹

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Makassar
Ismailbadollahi@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the application and treatment of Corporate Social Responsibility (CSR) accounting in an effort to develop communities around companies in PT Semen Tonasa. Research data obtained from primary data and secondary data. Primary data in the form of direct interviews with the company and the community. While secondary data in the form of data obtained from the company's internal data. The method used is descriptive qualitative method. The results showed that the CSR comdev program implemented by PT Semen Tonasa has greatly helped the surrounding community and the community has felt the benefits and has been running effectively, but needs to be followed up on several programs that are still running without extra supervision from the company. The CSR accounting report originates from the current year's profit of 4% in accordance with the RUPS.

Keywords: Corporate Social Responsibility; Community Development

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan dan perlakuan akuntansi tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility/CSR*) dalam upaya pengembangan masyarakat sekitar perusahaan di PT Semen Tonasa. Data penelitian diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer berupa wawancara langsung dengan pihak perusahaan dan masyarakat. Sementara data sekunder berupa data yang diperoleh dari data internal perusahaan. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program CSR dalam bentuk comdev yang dilaksanakan oleh PT Semen Tonasa sudah sangat membantu masyarakat sekitar dan telah dirasakan manfaatnya oleh masyarakat dan telah berjalan secara efektif, namun perlu ditindaklanjuti mengenai beberapa program yang pelaksanaannya masih berjalan tanpa adanya pengawasan ekstra dari pihak perusahaan. Laporan akuntansi CSR bersumber dari laba tahun berjalan sebesar 4% sesuai dengan RUPS.

Kata Kunci: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan; Pengembangan Masyarakat.

A. PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan. Seperti yang tercantum pada UU No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas pasal 74 ayat (1) menyebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Perusahaan di Indonesia dalam menjalankan konsep CSR dipaksa oleh pemerintah, baik pemerintah daerah maupun pemerintah pusat serta regulasi yang mengaturnya. Paksaan yang dimaksud yaitu untuk transparan dalam menjalankan program tanggung jawab sosial perusahaan. Regulasi dan aturan-aturan pemerintah dibuat dikarenakan masalah-masalah lingkungan yang sering terjadi di Indonesia yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan. Upaya yang dilakukan perusahaan dalam mewujudkan tanggung jawab sosial pada lingkungan, antara lain berinvestasi pada sektor ramah lingkungan, pengolahan limbah maupun meningkatkan pengeluaran-pengeluaran sosial (*social cost*) yang tujuannya untuk menjaga keseimbangan eksistensi antara perusahaan dengan lingkungan sosialnya.

Kesadaran tentang pentingnya penerapan CSR ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian yang mengutamakan *stakeholders*. Program CSR merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan. Salah satu upaya perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik dengan komunitas sekitarnya yaitu dengan melaksanakan kegiatan CSR yang berbasis pengembangan masyarakat atau *community development*.

Berbagai tekanan yang berasal dari masyarakat dan juga pemerintah untuk mendesak agar tercipta kesinambungan antara orientasi bisnis dengan kepedulian atas kondisi sosial dan lingkungan terus terjadi hingga saat ini. Tentu saja tekanan yang muncul berkaitan dengan keberagaman kepentingan yang melatarbelakanginya. Tetapi terdapat satu kesamaan mendasar dari kepentingan-kepentingan tersebut, yaitu adanya pertanggung jawaban perusahaan atas segala aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Secara umum, CSR merupakan kontribusi menyeluruh dari dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari kegiatannya.

Menurut Ghazali dan Chariri (2007) dalam *stakeholders theory*, perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun dapat memberikan manfaat bagi para *stakeholders*-nya. Jadi, perusahaan tidak hanya meningkatkan labanya saja, tetapi juga harus memperhatikan masyarakat, lingkungan, pelanggan, serta pemasoknya. Sedangkan teori legitimasi lebih cenderung dalam perkembangan perusahaan kedepannya. Menurut Dowling dan Pletter, perusahaan perlu memperoleh legitimasi dari seluruh *stakeholders* dikarenakan adanya batasan-batasan yang dibuat dan ditekan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperlihatkan lingkungan (Adhiwardana dan Daljono, 2013)

Penelitian ini dilakukan di PT. Semen Tonasa yang bergerak dalam bidang industri manufaktur penghasil semen, dengan alasan bahwa perusahaan tersebut diketahui menghasilkan limbah industri dan berpotensi merusak lingkungan, sehingga perlu dikaji mengenai perlakuan akuntansi CSR dalam laporan tahunan perusahaan sebagai dasar perusahaan dalam melakukan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan serta upaya yang dilakukan oleh PT.

Semen Tonasa dalam melakukan pengembangan masyarakat di sekitar perusahaan.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis mengenai pengembangan akuntansi CSR dan memberikan manfaat praktis bagi perusahaan dalam penerapan akuntansi CSR terkhusus bagi PT. Semen Tonasa dalam menjalankan aktivitas CSR yang berkelanjutan.

B. TELAAH PUSTAKA

B.1. Teori Stakeholder

Ramizes dalam bukunya *Cultivating Peace* mengidentifikasi berbagai pendapat mengenai *stakeholder*. Friedman mendefinisikan *stakeholder* sebagai: “any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization’s objectives.” Terjemahan bebasnya adalah sebagai kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi dan/atau dipengaruhi oleh suatu pencapaian tujuan tertentu.

Riset secara singkat mendefinisikan *stakeholders* adalah orang dengan suatu kepentingan atau perhatian pada permasalahan tertentu. Sedangkan Grimble and Wellard melihat *stakeholders* dari segi posisi penting dan pengaruh yang mereka miliki. Dari definisi tersebut, maka *stakeholders* merupakan keterikatan yang didasari oleh kepentingan tertentu. Dengan demikian, jika berbicara mengenai *stakeholders theory* berarti membahas hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan berbagai pihak. Hal pertama mengenai teori *stakeholder* adalah bahwa *stakeholder* merupakan sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengenai sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis.

Premis dasar dari teori *stakeholder* adalah bahwa semakin kuat hubungan korporasi, maka akan semakin baik bisnis korporasi. Sebaliknya, semakin buruk hubungan korporasi maka akan semakin sulit. Hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan adalah berdasarkan kepercayaan, rasa hormat, dan kerjasama. Teori *stakeholder* adalah sebuah konsep manajemen strategis, tujuannya adalah untuk membantu korporasi memperkuat hubungan dengan kelompok-kelompok eksternal dan mengembangkan keunggulan kompetitif (Mardikanto, 2014).

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

B.2. Teori Legitimasi

Teori lain yang melandasi CSR adalah teori legitimasi. Teori legitimasi dan teori *stakeholder* merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik. Menurut Gray *et al.* (), pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan cenderung menggunakan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat.

Legitimasi merupakan hal yang penting dalam perkembangan perusahaan kedepannya. Menurut Dowling dan Pletter, perusahaan perlu memperoleh legitimasi dari seluruh *stakeholders* dikarenakan adanya batasan-batasan yang dibuat dan ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperlihatkan lingkungan (Adhiwardana dan Daljono, 2013)

B.3. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan/ Corporate Social Responsibility

Bowen (1953) mendefenisikan tanggung jawab sosial perusahaan yang disingkat CSR ialah sebuah keputusan bisnis untuk memberikan nilai-nilai

kebaikan bagi masyarakat, lebih lanjut Davis (1973) mendefinisikan CSR sebagai usaha sukarela dari sebuah usaha atau bisnis untuk menciptakan keseimbangan ekonomi dengan keadaan lingkungan sosial yang baik. Perkembangan CSR berawal dari sudut pandang masyarakat Barat terhadap bisnis. Dalam pandangan masyarakat Barat, perusahaan hanya berusaha untuk mengumpulkan keuntungan, mementingkan kepentingan diri walaupun merugikan hak orang lain, dan materialistik (Yusuf, 2017).

Upaya adanya praktik CSR dari perusahaan-perusahaan secara langsung didasarkan atas beberapa alasan. Menurut Asyraf Wajdi Dusuki dan Humayon Dar (2005) dalam Yusuf (2017:33), ada empat faktor yang menyebabkan pertumbuhan *corporate social responsibility* (CSR) sangat cepat. *Pertama*, adanya desakan dan tekanan pasar dari para pengguna, pekerja ataupun pasar modal terhadap pilihan-pilihan dalam menggunakan produk-produk perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial dan etika dalam berbisnis. *Kedua*, adanya tekanan dari undang-undang dan pemerintah untuk melakukan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR). *Ketiga*, tumbuhnya kekuatan dan pengaruh alat komunikasi, baik berupa media televisi, surat kabar, maupun media sosial yang mendorong konsumen membentuk organisasi, baik organisasi yang didirikan oleh pemerintah maupun badan non-pemerintah. Peran organisasi ini adalah untuk menekan perusahaan melakukan aktivitas sosial terhadap masyarakat. *Keempat*, *corporate social responsibility* (CSR) menimbulkan keuntungan bagi perusahaan, perusahaan meyakini bahwa tanggung jawab sosial yang dilakukan akan memberikan kesan positif yang baik dari masyarakat dan pemegang kepentingan sehingga akan meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang.

CSR kini dianggap penting untuk menjembatani dan memperkecil jurang antara lapisan masyarakat kaya dan miskin. Tidak ada perusahaan yang dapat maju apabila berada ditengah masyarakat miskin atau lingkungan yang tidak menunjang eksistensinya. Model CSR yang kini dikembangkan lebih luas jangkauannya dari sekedar menunjukkan kepedulian terhadap masalah sosial. Perusahaan membutuhkan masyarakat yang semakin meningkat kualitas hidup dan lingkungannya demi menunjang eksistensi usaha di masa depan.

Berdasarkan riset yang dilakukan *United States-based Bussiness for Social Responsibility* (BSR) dalam Rohma (2012:7), banyak sekali keuntungan yang didapatkan perusahaan yang telah mempraktikkan CSR antara lain: (1) meningkatkan *brand image* dan reputasi perusahaan, CSR dapat membuat perusahaan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat sehingga reputasi perusahaan juga akan meningkat apabila perusahaan melaksanakan program tersebut dengan sebaik-baiknya; (2) meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan. Apabila program CSR dilakukan dengan baik oleh perusahaan maka para pelanggan akan menjadi loyal karena para pelanggan tidak hanya mengetahui kualitas tetapi juga tujuan baik perusahaan; (3) mengurangi biaya operasional, dengan adanya CSR perusahaan tidak perlu lagi mengeluarkan anggaran untuk biaya promosi, karena produk atau perusahaan pasti akan lebih dikenal masyarakat. Dengan demikian biaya *operasional* akan menurun; (4) meningkatkan kinerja keuangan, dengan adanya CSR diharapkan laba perusahaan akan lebih meningkat karena penjualan akan meningkat. Dengan demikian, dengan adanya penerapan CSR keuangan dari perusahaan tersebut secara otomatis akan meningkat.

B.4. Akuntansi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)

Perlakuan akuntansi terhadap biaya lingkungan dapat dibedakan menjadi dua. *Pertama*, pengorbanan sumber-sumber ekonomi untuk biaya lingkungan yang tidak memiliki manfaat ekonomi bagi perusahaan untuk periode-periode selanjutnya harus diperlakukan sebagai pengeluaran investasi (aset) dan perlu

diamortisasi ke periode-periode selanjutnya. Informasi tersebut harus dilaporkan dalam neraca (*balance sheet*).

Kedua, pengorbanan sumber-sumber ekonomi untuk biaya lingkungan yang tidak memiliki manfaat ekonomi bagi perusahaan untuk periode-periode selanjutnya harus diperlakukan sebagai pengeluaran beban periodik dan langsung dilaporkan dalam kelompok biaya umum dalam laporan laba rugi. Rincian atas jumlah informasi tersebut dapat diungkapkan dalam catatan atas laporan keuangan atau dalam laporan keuangan tahunan perusahaan.

Laporan keuangan merupakan media bagi manajemen perusahaan dalam menyediakan informasi bagi para investor dan sebagai media untuk tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat. Informasi yang menarik bagi investor biasanya berhubungan dengan keuntungan/laba dan harga saham karena menggambarkan nilai perusahaan. Informasi lainnya selain laba yang dapat digunakan untuk investor sebagai dasar pengambilan keputusan yaitu pengungkapan-pengungkapan CSR.

Laporan keuangan yang diterbitkan suatu perusahaan harus dapat mengungkapkan kondisi perusahaan yang sebenarnya, sehingga bermanfaat bagi masyarakat umum. Informasi yang bermanfaat bagi pengambilan keputusan haruslah informasi yang mempunyai relevansi. Sutopoyodu (2009) dalam Andoyo (2013:3) seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dengan pelaksanaan CSR tingkat profitabilitas perusahaan meningkat. Oleh karena itu, perusahaan menyadari bahwa CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial dan lingkungan.

C. METODE PENELITIAN

C.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang dilakukan adalah melalui pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berusaha mengungkapkan gejala secara menyeluruh dan sesuai dengan konteks melalui pengumpulan data. Dalam penelitian kualitatif tidak ditemukan adanya angka-angka yang dianalisis menggunakan statistik, melainkan data diperoleh dari berbagai sarana yang dilakukan peneliti, seperti wawancara, dokumentasi, maupun pengamatan langsung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif.

Studi deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi atau menggambarkan fakta-fakta. Penelitian deskriptif ini akan memaparkan hal-hal yang berkaitan dengan penerapan CSR oleh PT. Semen Tonasa dalam upaya pengembangan masyarakat sekitar.

C.2. Metode Analisis

Alat analisis menggunakan instrumen wawancara, dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Teknik analisis yang akan dilakukan yaitu kualitatif deskriptif yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data, seperti wawancara dan dokumen, serta sumber data yang telah ada untuk dapat disimpulkan.

Peneliti menggunakan metode deskriptif agar penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil yang apa adanya dan objektif. Penelitian yang objektif dan hasil yang apa adanya di lapangan akan menunjukkan bahwa penelitian ini menjadi acuan bagi kelangsungan CSR ke depan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

D.1. Akuntansi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR)

PT. Semen Tonasa telah menetapkan *blueprint* CSR sebagai *manual book* pelaksanaan program-program tanggung jawab sosial dan lingkungan yang didalamnya terdapat *Strategic Flagship* CSR Semen Tonasa yang mengambil tema “konservasi Energi Untuk Negeri” Program-program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan yang dilaksanakan oleh perseroan mengacu pada UU No. 40/2007 tentang Perseroan Pasal 74 dan penerapan konsep *triple bottom lines* yang menyelaraskan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Perseroan berkomitmen sebagaimana tecantum dalam kebijakan perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Pembiayaan dana tanggung jawab sosial dan lingkungan dianggarkan sesuai dengan Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) tahunan.

Program CSR untuk BUMN adalah PKBL. Penyaluran Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (PKBL) dananya disisihkan sebesar 4% dari laba setelah pajak. Sumber dan penggunaan dana PKBL diatur dalam Peraturan Menteri No.02/MBU/7/2017. Dalam pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan sesuai *blueprint* yang ditetapkan, perseroan telah menetapkan lima pilar utama yang didalamnya terdapat berbagai program dan kegiatan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan. Pilar Tanggung Jawab Sosial Lingkungan tersebut adalah program Tonasa Mandiri, Tonasa Sehat, Tonasa Hijau, Tonasa Cerdas, Tonasa Bersahaja yang memiliki sasaran strategis.

Tabel 1

Persentase pembiayaan Program PKBL PT. Semen Tonasa

Tahun	Laba Setelah Pajak	Persentase	Dana Program PKBL
2016	603.207.000.000	2,12%	12.709.000.000
2017	274.758.000.000	4,62%	12.844.000.000

Sumber Data: Diolah tahun 2018

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa besar persentase penyisihan dana PKBL telah sesuai dengan RUPS yaitu 4% dari laba setelah pajak. Penjabaran penyaluran dana bina lingkungannya yaitu sebagai berikut.

Tabel 2

Penyaluran dana Bina Lingkungan PT. Semen Tonasa

Kegiatan	2016	2017
Bantuan pendidikan/pelatihan	1.908.120.000	1.047.420.000
Bantuan Sosial kemasyarakatan	1.490.942.000	1.153.928.000
Bantuan peningkatan kesehatan	584.142.000	1.622.117.000
Bantuan pelestarian alam	416.130.000	839.997.000
Bantuan sarana ibadah	307.825.000	175.000.000
Bantuan korban bencana alam	47.500.000	52.630.000
Bantuan dana pembinaan kemitraan	42.000.000	18.076.000
Jumlah bantuan program BL	4.796.659.000	4.969.030.000
Beban administrasi	812.000	1.106.000
Jumlah	4.797.471.000	4.970.136.000

Sumber Data: Diolah tahun 2018

Dari tabel di atas menunjukkan penyaluran dana yang dikeluarkan PT Semen Tonasa untuk kegiatan Bina Lingkungannya di mana tahun 2016 sebesar Rp. 4.797.471.000 dan tahun 2017 sebesar Rp. 4.970.136.000. sedangkan untuk program kemitraan sendiri yaitu pemberian pinjaman usaha untuk semua daerah yang masih dalam lingkup Sulawesi Selatan.

Tabel 3
Realisasi Kegiatan CSR di Ring 1 PT. Semen Tonasa

Desa/Kel	Bidang Kesehatan	Bidang Pendidikan	Bidang Ekonomi	Bidang Lingkungan Infrastruktur	Ket
Biring ere	Pengobatan gratis	Beasiswa	Bantuan pinjaman modal usaha	Pembagian bibit pohon, Bedah rumah	Terlaksana
Bontoa	Pengobatan gratis	Beasiswa	Bantuan pinjaman modal dengan bunga rendah	Perbaikan jalan berlubang, pembagian bibit tanaman	Terlaksana
Kalabirang		Beasiswa	Bantuan pinjaman modal usaha	Pembagian bibit tanaman	Terlaksana
Samalewa	Pengobatan gratis	Beasiswa	Bantuan modal usaha, mempekerjakan masyarakat	Bedah rumah, pembuatan jalan rabat beton, penanaman pohon	Terlaksana
Taraweang	Pengobatan gratis dan sunatan massal	Beasiswa	Bantuan pinjaman modal usaha	Pembagian bibit tanaman	Terlaksana
Tabo-tabo	PMT dan pengobatan gratis	Beasiswa	Bantuan pinjaman modal usaha	Pengadaan air bersih	Terlaksana
Sapanag	PMT posyandu	Beasiswa	Bantuan modal usaha dan peralatan usaha	Jembatan/ Jalan tani, pembagian bibit pohon, dan perbaikan mesjid	Terlaksana
Bowong cindea	Sunatan massal	Beasiswa		Bantuan dana kemesjid, bantuan bencana alam.	Terlaksana

Sumber Data: Hasil Wawancara

Berdasarkan dari tabel realisasi kegiatan CSR di atas dapat kita lihat bahwa 5 pilar program perusahaan yaitu Tonasa Mandiri, Tonasa Sehat, Tonasa Hijau, Tonasa Cerdas, dan Tonasa Bersahaja sudah mereka terapkan di masyarakat sekitar, meskipun masih ada beberapa program yang tidak terlaksana di beberapa desa. Akan tetapi sebagian besarnya sudah berjalan dengan baik dan membantu masyarakat.

D.2. Pengembangan Masyarakat dari Program CSR PT. Semen Tonasa

PT. Semen Tonasa melakukan pengembangan masyarakat dalam konteks pembangunan sumber daya manusia kearah kemandirian, karena tidak dapat dipungkiri bahwa kehadiran perusahaan di tengah kehidupan masyarakat

dengan berbagai kegiatannya menimbulkan ketidaksetaraan sosial ekonomi anggota masyarakat lokal dengan perusahaan ataupun pendatang lainnya, sehingga diperlukan suatu kebijakan untuk meningkatkan daya saing dan kemandirian masyarakat lokal.

Penerapan CSR PT Semen Tonasa dalam upaya pengembangan masyarakat dapat dilihat dari kegiatan-kegiatan yang telah PT Semen Tonasa laksanakan dalam beberapa tahun ini. PT Semen Tonasa telah melaksanakan berbagai kegiatan diberbagai bidang yang telah mencakup dalam ruang lingkup program pengembangan masyarakat. Beberapa program yang dilakukan oleh PT. Semen Tonasa dalam pengembangan masyarakat adalah sebagai berikut.

Program *community relation* yang mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan perusahaan. Dari hubungan ini, dapat dirancang pengembangan hubungan yang lebih mendalam dan terkait dengan bagaimana mengetahui kebutuhan dan masalah yang ada di komunitas lokal sehingga perusahaan dapat menerapkan program selanjutnya. PT. Semen Tonasa turut berperan serta apabila terjadi bencana alam di desa-desa sekitar perusahaan, memberikan bantuan beras, dana tunai, membantu perbaikan rumah yang terkena bencana angin puting beliung dan memberikan bantuan pemadam kebakaran. PT. Semen Tonasa mempunyai forum-forum kegiatan CSR di setiap desa yang ada di daerah ring 1, di mana kegiatan CSR yang akan dilaksanakan, didiskusikan terlebih dahulu antara pihak manajemen perusahaan dan pihak perwakilan masyarakat, sesuai dengan pernyataan yang diberikan oleh pihak CSR PT Semen Tonasa. Wawancara yang dilakukan kepada Bapak H. Kadir sebagai manajer CSR menyatakan bahwa:

“Kami memiliki konsultan CSR, melalui konsultan ini dilakukan mediasi dua jalur, yaitu informasi dari konsultan dan forum-forum desa yang diwakili oleh tokoh pemda, wanita, tokoh masyarakat dan LSM. Sehingga keterwakilan elemen-elemen dari masyarakat inilah yang diadopsi masuk kesini”

Program *community service*, dalam kategori ini, program-program dilakukan dengan adanya pembangunan secara fisik, seperti sektor kesehatan, pendidikan, keagamaan, transportasi dan sebagainya yang berupa puskesmas, sekolah, rumah ibadah, jalan raya, dan sumber air. Inti dari kategori ini adalah kebutuhan yang ada di komunitas, dilakukan oleh komunitas sendiri dan perusahaan hanya sebagai fasilitator dari pemecahan masalah yang ada di komunitas. PT Semen Tonasa telah melaksanakan program pelayanan untuk memenuhi kepentingan masyarakat dalam bidang kesehatan dengan bantuan pengobatan gratis, sunatan massal, dan lain-lain, dalam bidang lingkungan mengadakan program air bersih dengan menyediakan sumur bor untuk masyarakat, mengupayakan penanaman bibit pohon dan penyiraman jalan guna mengurangi debu yang mengusik masyarakat, dan mengadakan program bedah rumah bagi masyarakat yang rumahnya tak layak huni, di bidang pendidikan dengan program bantuan dana melalui beasiswa, bantuan perlengkapan sekolah dan lain-lain. Wawancara yang dilakukan kepada masyarakat atas nama Ibu Sabe' bahwa:

“kami telah merasakan program pemeriksaan dan pengobatan gratis di rumah sakit PT. Semen Tonasa”

Selain pengobatan gratis yang diberikan perusahaan kepada masyarakat sekitar, PT. Semen Tonasa memberikan bantuan pendidikan demi keberlanjutan masyarakat, alokasi bantuan pendidikan yang diberikan terdiri dari tingkat SD, SMP, SMA di Wilayah Ring 1 sebanyak Rp. 600.000 untuk SD, Rp. 800.000 untuk SMP, dan Rp.1.000.000 untuk SMA. Hal ini membuktikan bahwa program pengembangan masyarakat dalam bidang pendidikan menjadi perhatian khusus oleh PT. Semen Tonasa.

Program *community empowering*, dalam kategori ini perusahaan memberikan program-program yang berkaitan dengan pemberian akses yang

lebih luas kepada komunitas untuk menunjang kemandiriannya. PT Semen Tonasa memberikan bantuan kepada masyarakat dalam bidang ekonomi dengan memberikan bantuan kepada masyarakat dalam bidang ekonomi dengan memberikan bantuan modal kepada masyarakat, mengadakan pelatihan kerja dan mempekerjakan masyarakat sekitar. Ini didukung oleh pernyataan Bapak Hamzah selaku masyarakat yang mengatakan:

“Ada bantuan dana dengan tingkat bunga yang kecil dan ringan bagi masyarakat yang ingin membuka usaha dengan cara mengajukan proposal, saya sendiri pernah mendapatkan bantuannya dan membayar sampai lunas. Bantuan yang diberikan PT. Semen Tonasa lebih banyak dibandingkan bantuan yang dari pemerintah.”

Dari kutipan wawancara tersebut, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan PT Semen Tonasa sudah memperhatikan bentuk kepeduliannya melalui program CSR dengan cara memberikan bantuan langsung kepada masyarakat dengan bentuk modal usaha dengan bunga yang sangat rendah. Meskipun demikian masih ada yang harus ditindaklanjuti mengenai pendistribusian bantuan tersebut kepada masyarakat. Masyarakat mengklaim bahwa pendistribusian bantuan tersebut perlu pengawasan yang lebih, karena banyak masih ada yang menyalahgunakan dana bantuan tersebut.

Program CSR yang dilakukan oleh PT. Semen Tonasa telah sesuai dengan teori stakeholder bahwa, perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Selain itu, teori legitimasi melengkapi program CSR yang lebih mengarah kepada program keberlanjutan ke depan. Menurut Dowling dan Pletter, perusahaan perlu memperoleh legitimasi dari seluruh *stakeholders* dikarenakan adanya batasan-batasan yang dibuat dan ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperlihatkan lingkungan (Adhiwardana dan Daljono, 2013)

E. PENUTUP

Dalam penerapan program CSR dalam upaya pengembangan masyarakat PT Semen Tonasa telah memiliki *Strategic Flagship* yang berfokus pada 5 pilar yaitu Tonasa Mandiri, Tonasa Sehat, Tonasa Hijau, Tonasa Cerdas, dan Tonasa Bersahaja. Program CSR dalam bentuk Comdev yang dilaksanakan PT Semen Tonasa terdiri dari program bedah rumah, program pengobatan gratis, bantuan pinjaman modal usaha, program pemberian air bersih, pembangunan sanggar seni, program penghijauan. Dari program yang telah dilakukan di atas sudah membantu masyarakat sekitar dan telah dirasakan manfaatnya oleh masyarakat namun perlu ditindaklanjuti mengenai beberapa program yang pelaksanaannya masih berjalan tanpa adanya pengawasan ekstra dari pihak perusahaan dan beberapa program yang pelaksanaannya belum tepat sasaran. Untuk penyaluran dana CSR di PT Semen Tonasa sesuai dengan RUPS diambil 4% dari laba setelah pajak untuk membiayai semua kegiatan-kegiatan yang masuk dalam program PKBL.

DAFTAR PUSTAKA

Andoyo, W.S. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas dengan Informasi Akuntansi sebagai variabel moderasi (Studi Empiris Perusahaan Go Publik di BEI). Vol. IV, No. 1.

- Edoardus Satya Adhiwardana dan Daljono. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Asing terhadap Kinerja Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. II, No. II.
- Gantino, R. 2016. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014. Vol. 3, No. 2.
- Ghofur, A. 2016. Perlakuan Akuntansi dan Pelaporan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan PT. PLN (persero) P3BJB APP Surabaya. Vol. 1, No. 1.
- Handjaja, G. 2013. Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility di Perusahaan Multilevel Marketing PT. Harmoni. *Dinamik Indonesia*, Vol. 2, No. 2.
- Solihin, I. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kartini, D. 2009. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Mardikanto, T. 2014. *Corporate Social Responsibility (Tanggung jawab Sosial Korporasi)*. Cetakan Pertama. Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI)
- Mursitama *et al.* 2011. *Corporate Social Responsibility di Indonesia (Teoridan Implmentasi)*. Institute for Development of Economic and Finance (INDEF).
- Rohmah, F. 2012. Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk). Univesitas Negeri Surabaya.
- Samuel. 2011. Semen Tonasa Dinilai Berat Sebelah salurkan dana CSR.<http://www.kabar-toraja.com/berita-luar/Sulawesi-selatan/889-semen-tonasa-dinilai-berat-sebelah-salurkan-csr>.
- Untung, H. B. 2008. *Corporate Social responsibility*. Cetakan Pertama. Jakarta: Sinar Grafika.
- Untung, H. B. 2009. *Corporate Social responsibility*. Cetakan Kedua. Jakarta: Sinar Grafika.
- Yusuf, M. Y. 2017. *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS)*. Kencana: Indonesia.

www.semenindonesia.com