

Share: Social Work Jurnal	VOLUME: 8	NOMOR: 2	HALAMAN: 195 - 202	ISSN: 2339-0042 (p) ISSN: 2528-1577 (e) Doi: 10.24198/share.v8i2.20080
---------------------------	-----------	----------	--------------------	--

PELAKSANAAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PT. INDONESIA POWER UPJP KAMOJANG

Cita Insaniah Muhammad¹, Santoso Tri Raharjo², Risna Resnawaty³

¹Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Padjadjaran,
citainsaniah@gmail.com

²Pusat Studi CSR, Kewirausahaan Sosial dan Pengembangan Masyarakat,
Universitas Padjadjaran
santoso.tri.raharjo@unpad.ac.id

³Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Padjadjaran
risna.resnawaty@unpad.ac.id

ABSTRACT

The concept of corporate social responsibility has been around for thousands of years. The concept of corporate social responsibility has increasingly developed at the beginning of the industrial revolution which began to focus on the problem of corporate responsibility. The implementation of CSR is considered as an effort to create good companies in the public eye. John Elkinton through the concept of "3P" (profit, people and planet) as a way for companies to survive by making a positive contribution to society (people) and actively taking part in preserving the environment (planet). Budimantara also explained the type of CSR implementation, namely community relations, community services, and community empowering. This study uses the literature study method as an analytic tool. The data used are primary data from interviews and student data.

Keywords: Corporate social responsibility, Type of CSR, and triple bottom line

ABSTRAK

Konsep *corporate social responsibility* sudah ada sejak ribuan tahun yang lalu. Konsep *corporate social responsibility* ini semakin berkembang pada awal masa revolusi industri yang mulai berfokus pada masalah tanggung jawab perusahaan. Pelaksanaan CSR dianggap sebagai upaya untuk menciptakan baik perusahaan dimata publik. John Elkinton melalui konsep "3P" (profit, people, dan planet) sebagai cara bagi perusahaan ingin bertahan dengan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (people) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet). Budimantara juga menjelaskan tipe pelaksanaan CSR yaitu *community relations*, *community services*, dan *community empowering*. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur sebagai *tools analysis*. Data yang digunakan data primer dari wawancara dan data sekunder.

Kata Kunci : *Corporate social responsibility*, Tipe CSR, dan *triple bottom line*

PENDAHULUAN

Konsep *Corporate Social Responsibility* sudah ada sejak ribuan tahun yang lalu. Hal ini diawali dengan adanya sanksi bagi pengusaha yang lalai dalam menjaga kenyamanan warga atau menyebabkan kematian bagi pelanggannya. Dalam kode hammurabi pada 1700-an SM silam berisikan 282 pasal disebutkan bahwa hukuman mati

diberikan kepada orang – orang yang menyalahkan izin penjualan minuman, pelayanan buruk dan melakukan pembangunan gedung di bawah

Share: Social Work Jurnal	VOLUME: 8	NOMOR: 2	HALAMAN: 195 - 202	ISSN: 2339-0042 (p) ISSN: 2528-1577 (e) Doi: 10.24198/share.v8i2.20080
---------------------------	-----------	----------	--------------------	--

standar sehingga menyebabkan kematian orang lain.¹

Peristiwa revolusi industri menjadi titik awal CSR mulai dikenal dan digunakan. Pada masa revolusi industri masalah tanggung jawab perusahaan menjadi fokus yang tajam. Kegiatan perusahaan yang menitik beratkan pada keuntungan semata. Teori klasik Adam Smith menguatkan tugas korporasi yang diletakkan semata-mata mencari keuntungan, "*the only duty of the corporation is to make profit*". Hal ini pun yang memicu terjadinya eksploitasi besar – besaran baik pada tenaga manusia maupun sumber daya alam. Penyebabnya banyak terjadi protes besar – besaran kepada perusahaan terhadap aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menciptakan citra yang baik di mata publik. Cara untuk menciptakan citra yang baik di mata publik haruslah memikirkan dampak lebih yang dapat mereka bagi terhadap lingkungan dan manusia di sekitar mereka. Dalam mengakomodir kegiatan kebbaikannya terhadap lingkungan sosial dikenal sebagai corporate social responsibility atau CSR.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan meningkat secara berkelanjutan apabila dalam menjalankan operasinya perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, dimensi sosial, dan dimensi lingkungan hidup. Dimensi ekonomi dapat diproksikan melalui profitabilitas perusahaan, sementara dimensi sosial dan dimensi lingkungan hidup tergambarkan melalui CSR. Menurut Bowman&Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston&Milne (1996) dalam Anggraini (2006) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat.

Pada awal mula kemunculannya, konsep CSR berkaitan dengan kegiatan *charity* dan filantropisnya. Sebagai bentuk tanggung jawab sosial dengan memberikan bantuan secara langsung yang didasari atas rasa kemanusiaan. Akan tetapi, seiring dengan perkembangan zaman sampai dengan pada era 1980-an makin banyak perusahaan yang menggeser konsep filantropisnya kearah *Community Development*

(CD). Intinya kegiatan kedermwanaan yang sebelumnya kental dengan pola kedermwanaan ala Robbin Hood makin berkembang kearah pemberdayaan manusia misal pengembangan kerjasama, memberikan keterampilan, pembukaan akses pasar, dan sebagainya. Dasawarsa 1990-an adalah dasawarsa yang diwarnai dengan beragam pendekatan civil society. Beragam pendekatan tersebut telah mempengaruhi praktek CD. CD menjadi suatu aktivitas yang lintas sektor karena mencakup baik aktivitas produktif maupun sosial dan juga lintas pelaku sebagai konsekuensi berkembangnya keterlibatan berbagai pihak.¹³

John Elkinton melalui konsep "3P" (profit, people, dan planet) yang dituangkan dalam bukunya "Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business" yang direlease pada tahun 1997 semakin menambah khazanah pemahaman mengenai CSR. Ia berpendapat bahwa jika perusahaan ingin sustain atau bertahan, maka ia perlu memperhatikan 3P, yakni bukan cuma profit yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (people) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet).

Berdasarkan berbagai sumber, CSR merupakan bagian dari kegiatan perusahaan, yaitu program perusahaan untuk menjaga kelangsungan usahanya dengan memperhatikan hubungan internal dan eksternal perusahaan. Program CSR yang dilakukan dengan baik akan berdampak positif bagi kelangsungan hidup perusahaan, namun sebaliknya jika CSR tidak dilakukan dengan baik maka bukan tidak mungkin akan muncul berbagai kendala yang dapat mengganggu keberlangsungan perusahaan.

Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) atau "aktivitas sosial perusahaan". Walaupun tidak menamainya sebagai CSR, secara faktual aksinya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk "peran serta" dan "kepedulian" perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Pelaksanaan CSR ini diatur dalam Pasal 74 UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Pasal 15, Pasal 17, dan Pasal 34 UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, yang di dalamnya mengatur kewajiban bagi perusahaan untuk

¹ Hendi, CSR : Sekilas Sejarah dan Konsep, <http://ngeyiz.blogspot.com/2009/02/csr-sekilas-sejarah-dan-konsep.html>

Share: Social Work Jurnal	VOLUME: 8	NOMOR: 2	HALAMAN: 195 - 202	ISSN: 2339-0042 (p) ISSN: 2528-1577 (e) Doi: 10.24198/share.v8i2.20080
---------------------------	-----------	----------	--------------------	--

menyelenggarakan program CSR. Artinya seluruh Perseroan Terbatas yang menggunakan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial.

Pelaksanaan CSR di Indonesia masih berada pada tahap pembagian keuntungan yang dipergunakan untuk menjawab *felt needs* (keinginan) daripada *real needs* (kebutuhan nyata) masyarakat. Hal ini disebabkan banyak perusahaan belum memahami pentingnya mengetahui dan memfasilitasi kebutuhan nyata masyarakat melalui pelaksanaan CSR yang tepat. Pelaksanaan CSR yang tidak tepat dapat menuai permasalahan yang lebih mendalam, dengan kata lain memecahkan masalah dengan masalah baru. Kecenderungan perusahaan melaksanakan CSR adalah melalui pemberian derma berupa sumbangan, padahal hal tersebut berada pada tingkatan terendah pada kedermawanan. Hendaknya perusahaan melakukan CSR dengan itikad untuk "*growing bigger together*" antara perusahaan dengan masyarakat setempat. Artinya perusahaan seiring dengan perkembangannya melakukan pengembangan terhadap masyarakat agar memiliki kualitas kehidupan yang lebih baik, sehingga perusahaan dan masyarakat dapat berkembang secara bersama-sama. Terdapat beberapa tipe pelaksanaan CSR seperti yang diungkapkan oleh Budimanta, dkk (2007) yaitu:

1. *Community relations*
2. *Community services*
3. *Community empowering*

Community relations; yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Dalam kategori ini, program cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (*charity*) atau filantropis perusahaan kepada masyarakat, atau pemangku kepentingan lainnya. Jika semua kegiatan-kegiatan CSR lebih banyak diarahkan pada kegiatan tersebut maka akan menimbulkan ketergantungan dari masyarakat lokal kepada perusahaan. Kegiatan-kegiatan CSR yang ditujukan dalam upaya meredakan gejala di masyarakat dan dikhawatirkan akan mengganggu hubungan antara perusahaan dengan masyarakat, juga termasuk dalam kategori ini. Sehingga kegiatan-kegiatan CSR yang lebih berlandaskan pada *community relations* semata, perlu ditunjang dengan kegiatan lainnya yang lebih memberdayakan. Dari hubungan ini maka perlu dirancang pengembangan hubungan yang lebih mendalam dan terkait dengan bagaimana mengetahui kebutuhan-kebutuhan dan masalah-

masalah yang ada di komunitas lokal sehingga perusahaan dapat menerapkan program selanjutnya.

Tipe kedua adalah *community services*; merupakan pelayanan kemasyarakatan dari perusahaan untuk memenuhi kepentingan komunitas ataupun kepentingan umum lainnya. Tipe kategori ini, kegiatan atau program yang biasa dilakukan adalah pembangunan secara fisik sektor kesehatan, keagamaan, pendidikan, transportasi dan sebagainya yang berupa puskesmas, sekolah, rumah ibadah, jalan raya, sumber air minum, dan sebagainya. Hal pokok dari kategori ini adalah memberikan kebutuhan yang ada di komunitas dan pemecahan masalah yang dihadapi oleh komunitas. Idealnya, pelaksana kegiatan ini dilakukan oleh komunitas sendiri, sedangkan perusahaan hanya bertindak sebagai fasilitator dari pemecahan masalah yang ada di komunitas. Sehingga dalam rangka peran fasilitator tersebut, kebutuhan-kebutuhan yang ada di komunitas dianalisis oleh para *community development officer*, kemudian dibuat rencana kegiatannya. Namun persoalannya, tidak semua perusahaan memiliki sumber daya manusia yang cukup dan memadai, baik kualitas maupun kuantitas, yang mendukung kegiatan CSR bersama masyarakat.

Kemudian tipe ketiga adalah *community empowering*; merupakan kegiatan-kegiatan dan program-program yang berkaitan dengan pemberian akses yang lebih luas kepada komunitas untuk menunjang kemandiriannya. Pada dasarnya, kategori ini melalui tahapan-tahapan kategori lain seperti melakukan *community relation* pada awalnya, yang kemudian berkembang pada *community services* dengan segala metodologi penggalian data dan kemudian diperdalam melalui ketersediaan pranata sosial yang sudah lahir dan muncul di komunitas melalui program kategori ini. Dalam rangka menunjang kemandirian masyarakat tersebut, maka dalam setiap tahapan kegiatan pemberdayaan masyarakat (*community empowering*), masyarakat harus dilibatkan sesuai dengan prinsip-prinsip pengembangan masyarakat (Ife, 2007).

Tipe pelaksanaan CSR akan menerangkan bentuk kegiatan atau program CSR yang dilaksanakan oleh PT Indonesia Power UPJP Kamojang. Oleh karena itu, tulisan ini akan membahas mengenai pelaksanaan CSR PT. Indonesia Power UPJP Kamojang dengan menganalisis 3 pilar pelaksanaan CSR. Hal ini ditujukan untuk memahami sejauh mana PT. Indonesia Power UPJP Kamojang mempunyai

Share: Social Work Jurnal	VOLUME: 8	NOMOR: 2	HALAMAN: 195 - 202	ISSN: 2339-0042 (p) ISSN: 2528-1577 (e) Doi: 10.24198/share.v8i2.20080
---------------------------	-----------	----------	--------------------	--

komitmen yang baik dalam pelaksanaan CSR berdasarkan upaya penyelesaian masalah dan pengembangan potensi masyarakat sekitar.

METODE

Tulisan ini didasarkan pada penelitian deskriptif kualitatif yaitu mencoba mengungkapkan fakta pelaksanaan CSR yang dilakukan PT Indonesia Power UPJP Kamojang. Sebagaimana penelitian lainnya, penelitian ini mencoba untuk mengeksplorasi pelaksanaan CSR PT Indonesia Power UPJP Kamojang berdasarkan tipe pelaksanaan CSR. Penelitian ini menggunakan metode atau *tool analysis* yaitu studi literatur, yaitu studi terhadap tipe pelaksanaan CSR PT Indonesia Power UPJP Kamojang. Data yang digunakan berupa data primer dari hasil wawancara tidak terstruktur dengan pihak perusahaan dan data sekunder melalui studi dokumentasi yaitu laporan pelaksanaan program, catatan, surat kabar; berita internet dan sebagainya. Data yang diperoleh kemudian di analisis dengan metode analisis deskriptif, dengan cara mendeskripsikan fakta – fakta yang kemudian disusun dengan analisis, tidak semata – mata menguraikan, melainkan juga memberikan pemahaman dan penjelasan secukupnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Indonesia Power merupakan perusahaan pembangkit tenaga listrik yang didirikan pada 3 Oktober 1995. PT. Indonesia Power merupakan salah satu anak perusahaan dari PT. PLN Persero. Unit PLTP Kamojang beralamat di Desa Laksana Kecamatan Ibum, Kabupaten Bandung terletak di kaki Gunung Guntur gugusan Gunung Gajah. Unit PLTP Darajat beralamat di desa pada awas Kecamatan Pasir Wangi, Kabupaten Garut terletak di kaki Gunung Papandayan dan Unit PLTP Gunung Salak beralamat di Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor. UPJP Kamojang mengoperasikan tujuh unit mesin pembangkit dengan pembagian 3 unit di PLTP Kamojang, 1 unit di PLTP Darajat dan 3 Unit di PLTP Gunung Salak. Berdasarkan lokasi wilayah PT Indonesia Power yang berada di Kabupaten Bandung, maka ring wilayah pelaksanaan CSR PT Indonesia Power berada di Kabupaten Bandung dan Kabupaten Garut.

Sebagai salah satu perusahaan multinasional yang memanfaatkan sumber daya alam, PT Indonesia Power UPJP Kamojang berkewajiban untuk melaksanakan kegiatan CSR. Kegiatan CSR PT. Indonesia Power UPJP Kamojang

ini telah diatur dalam beberapa Kebijakan Perusahaan dalam Pelaksanaan CSR, yaitu :

- Kebijakan Community Development PT Indonesia Power – Unit Pembangkitan dan Jasa Pembangkitan UPJP Kamojang Tahun 2018
- Kebijakan Lingkungan Unit Pembangkitan dan Jasa Pembangkitan Kamojang Unit PLTP Kamojang – Darajat Tahun 2018
- Kebijakan Lingkungan Unit Pembangkitan dan Jasa Pembangkitan Kamojang Unit PLTP Kamojang – Darajat Tahun 2017
- Surat Keputusan Direksi *Community Development* 2004
- Kebijakan tentang Tanggung Jawab Lingkungan 2014
- Kebijakan tentang Corporate Social Responsibility PT. Indonesia Power tahun 2014

Pelaksanaan CSR PT. Indonesia Power UPJP Kamojang mengacu pada tiga pilar yaitu pelayanan masyarakat, pembinaan hubungan, dan pemberdayaan masyarakat. Pelayanan masyarakat merupakan kegiatan pemberian bantuan untuk memenuhi kebutuhan atau memecahkan masalah masyarakat. Kegiatan ini berupa pemberian dana bantuan, pembangunan fasilitas publik, pemeriksaan kesehatan, dan pengadaan kebutuhan lainnya. Selanjutnya adalah pilar pembinaan hubungan merupakan kegiatan untuk menjalin komunikasi dan relasi dengan masyarakat. Kegiatan ini berupa forum komunikasi antar masyarakat dan perusahaan. Terakhir adalah pilar pemberdayaan masyarakat merupakan kegiatan pembinaan masyarakat dengan konsep pemberdayaan untuk mencapai kemandirian masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara kami bersama Supervisor Senior Keamanan dan Humas UPJP KMJ Heri Hermawan, PT. Indonesia Power UPJP Kamojang memiliki tiga program CSR yaitu:

1. Bank Sampah

Program Bank Sampah dilaksanakan berdasarkan kepedulian PT. Indonesia Power UPJP Kamojang pada lingkungan dan menjadi wujud nyata kemitraan positif untuk menumbuhkan kembangkan kesadaran akan lingkungan yang sehat, bersih yang telah diimplementasikan dengan kerja nyata PARAGITA. Program yang dilaksanakan di daerah Garut ini telah merealisasikan pembagian tabung Komposter sebanyak 50 tabung pada 6 RW yang berada desa

Sukakarya Kecamatan Samarang bulan April lalu, meliputi RT 01 RW 03 Kmp. Bongkor, RT 02 RW 04 Kmp. Kiara Payung, RT 01,02 RW 05 Kmp. Sindang Wargi, RT 03 RW 01 Kmp. Sukamaju, RT 02 RW 08 Kmp. Randu Kurung dan RT 01 RW 10 Kmp. Sawargi. Melalui sosialisasi tentang Bank Sampah, melakukan *workshop* dan studi banding, hingga pengadaan tempat sampah terpilah (3R) dan sarana kelengkapan operasional bank sampah telah diberikan guna melaksanakan dan mengembangkan program Bank Sampah PT. Indonesia Power UPJP Kamojang.

2. Sekolah Berbasis Lingkungan (SBL)

Fenomena bencana alam yang terjadi di berbagai kota besar di Indonesia. Mulai dari polusi udara, bencana banjir, hingga kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh eksplorasi lahan secara masif. Fenomena ini ternyata berdampak pada kerusakan alam di kota-kota tersebut dan menular ke daerah-daerah sekitarnya. Sekolah Berbasis Lingkungan yang dilaksanakan di 2 sekolah di daerah Ibum, Kabupaten Bandung yaitu SMPN 2 Ibum, SMP Karya Pembangunan, SMA Karya Pembangunan Paseh. SBL dilaksanakan guna menciptakan sekolah yang menjadi paham tentang manajemen sekolah berbudaya lingkungan, manfaat green house, kegiatan bank sampah sekolah, pemanfaatan komposter, dan peraturan dan kebijakan sekolah yang berbudaya lingkungan terhadap guru dan murid.

3. Kampung Pelag

Kampung Pelag yang merupakan Desa Binaan CSR PT. Indonesia Power UPJP Kamojang, memiliki program yang dilaksanakan seperti "Pemberantasan Buta Aksara Melalui Pembelajaran Keaksaraan Dasar" kerjasama dengan pemerintah, perusahaan swasta, dan organisasi non pemerintah terkait isu nasional pada tahun 2010 tentang keprihatinan sosial terhadap buta aksara. Program ini merupakan investasi sosial dan pembangunan berkelanjutan. Dalam merealisasikan Kmalung Pelag yang andiri dilakukan beberapa tahapan yaitu :

- a) Tahap Perintisan (2011)
Pemberantasan Buta Akshara 1 dengan target masyarakat mengemil huruf dan bis amembaca
- b) Tahap Penguatan (2012 – 2013)

Pemberantasan buta akshara tahap 2 yaitu pembagunan ruang kelas baru SD/MI Yayasan AL-Jamila memudahkan masyarakat belajar sendiri mungkin dengan kondusif dan memberikan bantuan pemberian modal yaitu penyemaian kopi java peanger, bantuan untuk ternak domba, dan pipanisasi air bersih.

- c) Tahap Penguatan (2014)
Pemberantasan buta akshara tahap 3 dan Peningkatan Kesehatan

Peningkatan minat baca melalui perpustakaan dan rumah pintar, peningkatan kapabilitas guru, pembangunan posyandu, edukasi mengenai limbah B3 dan sampah rumah tangga, perpustakaan dan saran computer, kesehatan santasi, dan pembentukan koperasi kopi pelag.

- d) Tahap Pengembangan (2015)
Tahap iniberfokus pada kesehatan dan lingkungan dengan melakukan aktivitas seperti perbaikan infrastruktur, pemilihan sampah B3 rumah tangga, composting, dan masyarakat rurin memilah dampak yang dihasilkan kompos.

- e) Tahap Pemandirian (2016)
Lingkungan dan Kemandirian yaitu pemakaian kompos ntuk budidaya Kopi Java Preanger, pengelolaan kompos dari sampah dan kotoran domba, dan perubahan perilaku masyarakat menuju Kampung Mandiri

- f) Tahap Exit Strategy (2017)
Kampung Pelag Mandiri yaitu mandiri dalam aspek pendidikan, kesehatan, dan ekonomi dan kelembagaan masyarakat melalui bank sampak dan koperasi.

Salah satu program unggulan PT. Indonesia Power UPJP Kamojang di Kampung Pelag yaitu Pemberdayaan Kopi Pelag. Melalui pemberian pelatihan terkait produksi hingga proses *branding* kopi Pelag. Selain itu PT. Indonesia Power UPJP Kamojang juga melakukan pengadaan mesin-mesin yang terkait dengan produksi kopi Pelag itu sendiri. Sehingga kini masyarakat Kampung Pelag dapat mengembangkan dan mengelola perekonomian melalui kegiatan penjualan kopi pelag.

Share: Social Work Jurnal	VOLUME: 8	NOMOR: 2	HALAMAN: 195 - 202	ISSN: 2339-0042 (p) ISSN: 2528-1577 (e) Doi: 10.24198/share.v8i2.20080
---------------------------	-----------	----------	--------------------	--

Berdasarkan tipe pelaksanaan CSR yang dikemukakan oleh Budimantara (2007) dapat kita analisis 3 pilar pelaksanaan CSR PT Indonesia Power UPJP Kamojang. Pilar pertama yaitu pelayanan masyarakat, Pilar pelayanan masyarakat PT Indonesia Power UPJP Kamojang serupa dengan tipe kedua yaitu *community service*. Pilar pelayanan masyarakat PT Indonesia Power UPJP Kamojang berupa pelayanan kemasyarakatan untuk memenuhi kepentingan atau program seperti pembangunan secara fisik sektor sekolah yaitu membangun ruang belajar di SMPN 1 Pasirwangi; pembangunan masjid; memperbaiki jalan Kampung Pelag untuk mempermudah aksesibilitas masyarakat; membangun posyandu; membangun mck dan sebagainya. Pemberian layanan ini didasari atas kebutuhan yang ada di masyarakat sebagai upaya menyelesaikan permasalahan yang ada. Seperti jalan utama menuju Kampung Pelag yang sebelumnya tanah dan berbatu. Kini dengan adanya program perbaikan jalan yang dilakukan oleh PT Indonesia Power UPJP Kamojang membantu aksesibilitas masyarakat. Selain itu, perencanaan hingga pelaksanaan program dipantau dan diakomodir oleh bagian keamanan dan kehumasan yang membahwahi bidang CSR perusahaan.

Kedua, pilar pembinaan hubungan yaitu kegiatan membangun komunikasi dan relasi dengan masyarakat. Kegiatan ini berupa forum komunikasi antar masyarakat dan perusahaan Hal ini sejalan dengan tipe pelaksanaan CSR *community relations*, yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait seperti masyarakat, aparat desa, lembaga swadaya masyarakat, dan sebagainya. Kegiatan yang dilakukan berupa forum masyarakat atau forum group discussion bersama masyarakat. Pada tipe pelaksanaan CSR dari Budimantara dijelaskan bahwa dalam kategori ini, program cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (*charity*) atau filantropis perusahaan kepada masyarakat, atau pemangku kepentingan lainnya.

Ketiga, pilar pemberdayaan masyarakat merupakan kegiatan pembinaan masyarakat dengan konsep pemberdayaan untuk mencapai kemandirian masyarakat. Pada pilar pemberdayaan masyarakat sesuai dengan tipe pelaksanaan CSR

community empowering. Pelaksanaan pemberdayaan masyarakat PT Indonesia Power UPJP Kamojang mempunyai prinsip *empowerment*. Salah satu contohnya ada pembinaan Kampung Pelag. Pemberdayaan Kampung Pelag dilakukan dengan 6 tahapan, yang mana pada tahap perintisan dan penguatan dilakukan upaya pemebrian akses seperti memberantas buta akshaa, penanaman bibit kopi, pembentukan koperasi, pengelolaan lingkungan yang bertujuan untuk memberikan kapabilitas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya. Dalam upaya pemandirian ini juga keterlibatan masyarakat dijadikan pokok utama agar masyarakat mampu mengelola kehidupannya. pada program kopi pelag atau java preanger, petani kopi dilibatkan langsung pada proses pembentukan koperasi tani untuk menunjang sumber ekonomi kedepan. Para petani terlibat sebagai pengurus dan anggota pada koperasi tani tersebut. Kini para petani kopi telah mampu mengelola kopi pelag atau java preanger hingga pemasaran. Hasilnya kopi pelag memiliki branding yang cukup baik di pasar kopi.

Maka berdasarkan analisis di atas, dapat disebutkan bahwa tiga pilar pelaksanaan CSR PT Indonesia Power sesuai dengan tipe pelaksanaan CSR Budimantara yaitu pilar pelayanan masyarakat sesuai dengan tipe *community services*, pilar pembinaan hubungan sesuai dengan tipe *community relations*, dan pilar pemberdayaan masyarakat sesuai dengan *community empowering*.

Dalam Teori *Triple Bottom Lane* menurut John Elkington (1997) bahwa Elkington mengembangkan konsep Triple bottom line dalam istilah *economic prosperity, environmental quality, dan social justice*. Elkington memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan "3P". Selain mengejar *profit*, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Analisis program yang dilakukan PT. Indonesia Power yang sudah diwawancarai dari informan, PT. Indonesia Power merupakan Perusahaan BUMN dibawah PT. PLN Indonesia yang *profitnya* berasal dari sumber daya alam (menggunakan panas bumi sebagai energi primer). Berdasarkan hasil

Share: Social Work Jurnal	VOLUME: 8	NOMOR: 2	HALAMAN: 195 - 202	ISSN: 2339-0042 (p) ISSN: 2528-1577 (e) Doi: 10.24198/share.v8i2.20080
---------------------------	-----------	----------	--------------------	--

wawancara, informan mengatakan bahwa dalam pengambilan *profit* perusahaan (panas bumi) tidak merusak lingkungan dan menyatakan 0% limbah yang dihasilkan dalam proses pembangkit listrik. PT Indonesia Power juga memperhatikan keseimbangan *Planet*, dengan melakukan penanaman pohon untuk mencegah kerusakan alam. Maka berdasarkan konsep *triple bottom line* dapat dikatakan bahwa pelaksanaan CSR PT Indonesia Power UPJP Kamojang telah menggunakan konsep *triple bottom line*.

SIMPULAN

CSR merupakan suatu konsep yang telah berkembang dari puluhan tahun yang lalu. Awal kemunculan CSR ini didasari atas bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungannya. Perusahaan perlu menciptakan citra yang baik di mata publik. Cara untuk menciptakan citra yang baik di mata publik haruslah memikirkan dampak lebih yang dapat mereka bagi terhadap lingkungan dan manusia di sekitar mereka. Dalam mengakomodir kegiatan kebbaikannya terhadap lingkungan sosial dikenal sebagai corporate social responsibility atau CSR.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan meningkat secara berkelanjutan apabila dalam menjalankan operasinya perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, dimensi sosial, dan dimensi lingkungan hidup. Dimensi ekonomi dapat diprosikan melalui profitabilitas perusahaan, sementara dimensi sosial dan dimensi lingkungan hidup tergambarkan melalui CSR. Menurut Bowman&Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston&Milne (1996) dalam Anggraini (2006) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat.

Berdasarkan tipe pelaksanaan yang dikembangkan Budimantara (2007) bahwasanya dapat disebutkan bahwa tiga pilar pelaksanaan CSR PT Indonesia Power sesuai dengan tipe pelaksanaan CSR Budimantara yaitu pilar pelayanan masyarakat sesuai dengan tipe *community services*, pilar pembinaan hubungan sesuai dengan tipe *community relations*, dan pilar

pemberdayaan masyarakat sesuai dengan *community empowering*.

Selain itu, analisis program yang dilakukan PT. Indonesia Power yang sudah diwawancarai dari informan, PT. Indonesia Power merupakan Perusahaan BUMN dibawah PT. PLN Indonesia yang *profitnya* berasal dari sumber daya alam (menggunakan panas bumi sebagai energi primer). Berdasarkan hasil wawancara, informan mengatakan bahwa dalam pengambilan *profit* perusahaan (panas bumi) tidak merusak lingkungan dan menyatakan 0% limbah yang dihasilkan dalam proses pembangkit listrik. PT Indonesia Power juga memperhatikan keseimbangan *Planet*, dengan melakukan penanaman pohon untuk mencegah kerusakan alam. Maka berdasarkan konsep *triple bottom line* dapat dikatakan bahwa pelaksanaan CSR PT Indonesia Power UPJP Kamojang telah menggunakan konsep *triple bottom line*.

Maka dapat dikatakan bahwa pelaksanaan CSR PT Indonesia Power UPJP Kamojang telah menerapkan konsep tipepelaksanaan CSR Budimantara dan *triple bottom line*

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Raharjo, Santoso T. (2017). *CSR: Relasi Dinamis Antara Perusahaan Multinasional dengan Masyarakat Lokal*. Jatinangor: Unpad Press.
- Saidi, Zaim & Hamid Abidin. (2004). *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*. Jakarta: Pustaka

Jurnal

- Bice, Sara.(2015). *Corporate Social Responsibility as Institution : A Social Mechanisms Framework*. Cross Mark :
- Craig, Marita.(2013). *Corporate Social Responsibilities: Alternative Perspective About the Need to Legilate*. Springer
- Grzegorz, e.t.c.(2015). *Board Attributes, Corporate Social Responsibility Strategy, and Corporate Enviromental and Social Performance*. Cross Mark

Share: Social Work Jurnal	VOLUME: 8	NOMOR: 2	HALAMAN: 195 - 202	ISSN: 2339-0042 (p) ISSN: 2528-1577 (e) Doi: 10.24198/share.v8i2.20080
---------------------------	-----------	----------	--------------------	--

Meilinanny, Santoso.(2014). *Corporate Social Responsibility (CSR) Dari Sudut Pandang Perusahaan*. Prosiding KS : Jurnal Share.

Probosiwi, Ratih. (2016). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat*. Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial : Volume 13 No.2

Retnaningsih. (2015). *Permasalahan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat*. Pusat Pengkajian, Pengelohan Data dan Informasi (P3DI)

Rujukan Elektronik

Permasalahan Dalam Pelaksanaan CSR di Indonesia, Manajemen Kebijakan," Jumat, 06 Desember 2013. <http://w4nm4p.blogspot.co.id/2013/12/permasalahan-dalam-pelaksanaan-csr-di.html>, diakses 21 Desember 2018.

Kegiatan CSR di Indonesia Menghadapi Beragam Kendala, <http://www.amerta.or.id/2014/05/21/kegiatan-csr-di-indonesia-meng-hadapi-beragam-kendala/>, diakses 21 Desember 2018.

Hendi, CSR : Sekilas Sejarah dan Konsep, <http://ngeyiz.blogspot.com/2009/02/csr-sekilas-sejarah-dan-konsep.html>