

KEPEDULIAN PERUSAHAAN TERHADAP LINGKUNGAN

Ronny Hendrawan, Samsul M. *

Abstract

The existence of high-tech corporations in villages are regarded as aliens in their environment. This indicates a wide gap between them and the environments. That gap may result in an interaction that tends to be negative. Although this has been anticipated by the initiators implemented in Amdal document accompanied by UPL & UKL, it cannot guarantee that it can give a solution of the gap.

Any efforts to bridge the gap through CD that turn into CSR do not have a strong foundation by law or academically. However, CSR is a way to develop collaboration between Academics (A), Businessmen (B) and Government (G). The attempts to combine the ABG concept have several obstacles either from the internal or from external institutions.

The corporations' care for environment, well-known as CSR, can be regarded as a new breakthrough to provide a chance for developing creativity, not only in developing society, research, and community service but also in improving the roles of government for public service, especially in managing environment. It can also reposition the roles of government in society, as it was proposed by Al Gore.

Sosok benda asing dan kesenjangan

Ketika sebuah perusahaan besar pengguna teknologi (*hi-tech*) beroperasi di lingkungan perdesaan, akan terjadi interaksi antara perusahaan tsb dengan lingkungannya. Yang dimaksudkan dengan lingkungannya bukan hanya sebatas lingkungan bio-geo fisika saja, tetapi meliputi juga lingkungan ekonomi-sosial- budayanya.

Sudah barang tentu perusahaan besar tsb dalam berusahanya menggunakan teknologi yang jauh lebih tinggi dari teknologi yang dikuasai oleh masyarakat sekitarnya, demikian pula modalnya sangat jauh lebih besar dari modal yang

dimiliki masyarakat setempat, tentunya bila kita tinjau aspek lainnya keberadaan perusahaan besar tsb dapat dipandang sebagai 'unsur' asing yang sangat kontras dengan lingkungan sekelilingnya dari berbagai aspek kehidupan.

Kontras keadaan sosok perusahaan yang sangat mencolok di lingkungannya merupakan ekspresi kesenjangan yang sangat lebar dan berpotensi untuk menimbulkan berbagai gejala sosial. Interaksi perusahaan dengan lingkungan tidak hanya sebatas bagai mana perusahaan tsb menangani limbah produk samping dari aktivitas usahanya, atau pengaruh kebisingan, pencahayaan, hingga kepada timbulnya kecemburuan sosial terhadap *recruitment* pegawai. Sering kali dijumpai bahwa pegawai

* Dosen KK-Ilmu kemanusiaan FSRD-ITB

yang bekerja di perusahaan tsb lebih banyak didatangkan dari luar ketimbang dari masyarakat setempat. Kita tidak dapat saling menyalahkan antara masyarakat dan perusahaan tsb hal ini disebabkan kapasitas tingkat pendidikan dan keterampilan masyarakat setempat jauh dari memadai untuk bisa bekerja di lingkungan perusahaan tsb. Demikian pula perusahaan tsb tidak dapat melatih masyarakat untuk dapat bekerja di lingkungan perusahaannya karena tugas pokok perusahaan tsb bukan sebagai lembaga pelatihan atau pelayanan sosial.

Keberadaan perusahaan di suatu tempat tsb memunculkan beragam interaksi dengan lingkungan yang tidak sama untuk tiap periode kegiatan usaha dari perusahaan tsb. Biasanya sebelum pemerintah memberi ijin beroperasinya kepada suatu perusahaan terlebih dahulu perusahaan tsb diwajibkan membuat Amdal yang dilengkapi dengan UKL dan UPL. Dokumen-dokumen tsb selain merupakan kelengkapan untuk diberikannya ijin operasi perusahaan juga berfungsi sebagai acuan bagi berbagai pihak untuk mengantisipasi berbagai kemungkinan dampak lingkungan.

Unjuk Kepedulian Perusahaan

Kepedulian perusahaan terhadap lingkungan terutama terhadap masyarakatnya biasanya diungkapkan dengan berbagai kegiatan bakti sosial, peran serta perusahaan pada perayaan hari-hari besar, pembuatan fasilitas umum seperti MCK, mushola/ mesjid dimasyarakat sekitar lingkungan perusahaan hingga penanaman pohon

dalam rangka reboisasi, mendukung berbagai kampanye pengelolaan lingkungan.

Tujuan pokok perusahaan adalah mencari keuntungan (*profit centre*), sedangkan kegiatan-kegiatan tsb di atas berbentuk kegiatan yang mengeluarkan biaya yang dianggap tidak menciptakan keuntungan (*profit*) tetapi membangun citra dan memperbaiki serta memelihara hubungan baik yang kemanfaatannya akan memiliki dampak positif terhadap keberadaan perusahaan di masyarakat dan lingkungannya (*benefit*) yang bentuk serta sifat kemanfaatannya non material.

Karena sifat dan kedudukan dari kegiatan di atas dapat digolongkan sebagai kegiatan hubungan masyarakat (*Public Relation*), seringkali pelaksana dari kegiatan-kegiatan tsb dilakukan oleh unit/ bagian Humas (PR).

Kita dapat mencermati kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh perusahaan tsb seringkali berbentuk pemberian bantuan yang bersifat karitatif dan tidak mendidik bahkan menyebabkan suatu kondisi masyarakat yang tidak produktif dan meningkatnya ketergantungan terhadap perusahaan tsb. Kondisi ini muncul akibat diselenggarakannya kegiatan tanpa memperhatikan kondisi dan situasi masyarakatnya. Pemberian bantuan dari perusahaan kepada masyarakat seperti itu bila terus dilakukan dapat menimbulkan persoalan baru berupa konflik antarkelompok dalam masyarakatnya. Kecemburuan sosial muncul akibat tidak meratanya pemberian bantuan kepada masyarakat,

sehingga sering kali kita mendengar keluhan dari sekelompok masyarakat yang mengatakan bahwa: *mengapa hanya kepada kelompok itu saja sementara kami pun masih warga desa yang sama kok tidak memperoleh bantuan serupa?* dst.

Bagaimana sebaiknya perusahaan mewujudkan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat sekitarnya? Merupakan persoalan yang seringkali tidak mendapat tanggapan yang memadai dari perusahaan tsb, kegiatan dianggap cukup ditangani oleh bagian humas, sementara persoalan yang dihadapi tidak hanya sebatas kegiatan pengelolaan dampak lingkungan dan humas saja. Hal ini merupakan persoalan kelembagaan tersendiri dalam internal perusahaan dalam upaya mewujudkan ungkapan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakatnya.

Beberapa pekerjaan pembangunan masyarakat yang diungkapkan dalam bentuk pelayanan kesehatan atau membangun fasilitas umum biasanya dilakukan oleh pihak ke tiga yang sifatnya sebagai suatu projek dengan syarat-syarat pelaksanaannya sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Ketika pihak ketiga melaksanakan projek tsb, sering kita jumpai berbagai persoalan baru sebagai efek samping dan turunan dari kurangnya keterlibatan masyarakat dalam projek tsb.

Dulu CD sekarang CSR

Kegiatan bantuan perusahaan kepada masyarakat dulu dikenal sebagai

(*Community Development*), kegiatan ini merupakan salah satu bagian dari kewajiban perusahaan dalam memenuhi janjinya sesuai dengan yang tertuang dalam UKL dan UPL, selain kegiatan pemantauan komponen lingkungan lainnya (bio-geo fisika) yang terus dipantau dan ditanggulangi bila terjadi kondisi di atas ambang batas yang diijinkan, sesuai tertuang dalam dokumen Amdal.

Dalam perkembangannya kegiatan CD dipandang tidak hanya berkedudukan sebagai pengelolaan terhadap dampak lingkungan pada aspek ekonomi-sosial-budaya tetapi fungsinya bergeser dan berkembang sehingga memiliki peran sebagai pagar sosial (*Sosial barrier*) yang dapat dibangun dengan suatu teknik *rekayasa sosial* yang terencana dengan baik, sehingga kegiatannya tidak lagi sebatas kegiatan karitatif seperti sinterklas membagikan hadiah natal kepada anak-anak. Karena sifat kegiatannya seperti itu, beberapa pihak memandang pemberian nama CD pada kegiatan tsb sudah tidak cocok lagi, sehingga diberikan istilah baru yang kini dikenal sebagai *Corporate Sosial Responsibility* (CSR).

CSR dalam tataran globalisasi bisnis kegiatan yang ditangani diperluas, tidak hanya menangani upaya keserasian kegiatan bisnis dengan kehidupan sosial disekitar perusahaan saja, tetapi menjangkau keseluruhan pemangku kepentingan.

Pemangku kepentingan yang dimaksud meliputi: karyawan perusahaan beserta keluarganya, konsumen/pasar, para pemasok, lembaga2 penunjang perusahaan antara lain perbankan dan

konsultan, Para pemangku kepentingan perlu mendapat perhatian karena perusahaan memerlukan dukungan kepercayaan/trust dari mereka.

Hal tersebut jika ditinjau dari sisi manajemen perusahaan akan terlihat sebagai masalah bagaimana perusahaan melakukan redistribusi nilai tambah kepada pemangku kepentingan.

Kegiatan CSR ini akan memberikan implikasi yang wajar terhadap perusahaan, kalau tidak bagian keuntungan untuk pemilik modal menjadi berkurang, maka harga barang menjadi lebih mahal. Seandainya menaikkan harga barang yang dipilih, hal ini logis karena yang diperdagangkan tidak hanya fisik barang tetapi termasuk didalamnya nilai2 kepercayaan/trust.

CBD (Community Base Development)

Sudah sejak dulu masyarakat nusantara memiliki tradisi membangun lingkungan secara bergotong royong. Kegiatan gotong royong tsb sebagai ungkapan tata nilai lokal yang dihormati oleh masyarakatnya. Sebagai salah satu contoh adalah dalam membangun rumah salah seorang anggota masyarakatnya dilakukan secara 'adat'. Kegiatan itu merupakan suatu tradisi yaitu bersama-sama sebagai kewajiban anggota masyarakatnya untuk kemajuan bersama.

Dengan kemajuan jaman dan masuknya perusahaan besar dengan berbagai dampak ikutannya, seringkali kita jumpai bahwa tatanilai lokal yang pernah ada secara bertahap berkurang,

memudar hingga hilang ditelan jaman. Tidak etis bila kita menuduh bahwa hilangnya *local wisdom* itu disebabkan oleh kedatangan benda asing perusahaan tsb. Tata nilai bergeser dari tindakan yang bersifat sosialistik menjadi individualistik akibat makin meningkatnya intensitas kegiatan formal yang segalanya harus dipertanggungjawabkan secara administratif dan jelas pertanggungjawaban keuangannya.

Kegiatan gotong royong sebagai ungkapan dari CBD (*Community Base Development*) yang dimiliki masyarakat selayaknya tidak boleh hilang dengan adanya program CD tsb., malahan seharusnya CD itulah yang meningkatkan aktivitas CBD, bukan sebaliknya menggeser bahkan menggantikannya.

CSR diharapkan memiliki kemampuan untuk mengubah pola kegiatan CD yang dulu dilakukan oleh pihak ketiga yang tidak memiliki kapasitas dan kemampuan menangani kegiatan rekayasa sosial. Oleh karena itu, CBD perlu ditetapkan sebagai salah satu indikator keberhasilan dari kegiatan CSR dan perlu ada beberapa kriteria yang harus diberikan kepada beberapa perusahaan pihak ke tiga yang akan menangani projek CD yang diberikan oleh pemrakarsa dalam rangka CSR. Di sinilah peran pihak akademisi dalam menjembatani antara perusahaan pemrakarsa dalam mempengaruhi pemerintah untuk mengatur para pihak ke tiga (kontraktor local) dalam menangani CD dan CSR.

Peran Pemerintah

Walaupun Perusahaan /pebisnis (B) telah melakukan kewajibannya membayar pajak kepada pemerintah, dimana pajak tsb sesungguhnya ditujukan untuk membangun daerah. Pajak tersebut seharusnya diprioritaskan untuk daerah tempat perusahaan tsb berada (berproduksi). Sering kali sikap pemerintah daerah kita masih menganut azas pemerataan sehingga kebijakan pembangunan daerah tidak memprioritaskan pada lokasi tempat perusahaan itu berada, bahkan sebaliknya daerah-daerah tsb seakan membiarkan agar pembangunan daerah sekitar lokasi perusahaan dibiayai oleh program CSR perusahaan tsb.

Sebut saja beberapa desa di sekitar bendungan Saguling, seperti Desa Jati, Cikande, Cipangeran, Ds Saguling, kondisi daerahnya masih jauh dari berkembang dibanding dengan desa-desa lainnya di Kec Batujajar. Demikian pula Desa-desa Malabar, Margamulya, Margamukti, Bunisari, masih relatif tertinggal dibanding dengan desa-desa lainnya di Kec. Pangalengan padahal di lokasi tsb terdapat perusahaan pembangkit panas bumi (geothermal) Wayang Windu. Dikecamatan Jatiluhur terdapat desa-desa: Tajur sindang, Panindangan, Ciseuti yang terletak ditepi danau Jatiluhur. Jatiluhur dikenal sebagai bendungan serbaguna penyuplai air baku bagi air minum DKI, Pembangkit listrik, dan penyedia air saluran irigasi Tarum Timur dan Tarum Barat.

Pemerintah daerah belum memahami apa peran dan fungsi perusahaan yang

ada di daerah tsb dihadapkan kepada masyarakat dan lingkungannya, keadaan tsb merupakan peluang bagi perguruan tinggi dalam hal ini ITB untuk memanfaatkan kegiatan CSR ini menjadi modus operandi bagi penguatan kerja sama antara pihak perguruan tinggi/akademisi (A)- Pebisnis/perusahaan pengguna teknologi (B) dan pemerintah daerah/government (G).

Sinergitas A-B-G

Sinergitas A-B-G meskipun sudah terdapat didalam dokumen-dokumen lembaga pemerintah dan juga sudah pernah menjadi pernyataan resmi pejabat, namun belum terlihat adanya pola yang jelas bagaimana A-B-G dapat bersinergi secara intens.

Untuk membangun pola sebagai upaya meningkatkan intensitas A-B-G bersinergi, dirasa perlu adanya mediator yang efektif.

Mediasi dapat dilakukan baik oleh individu ataupun lembaga.

Mediator dalam melakukan mediasi perlu memperhatikan kepentingan masing2 pihak, dengan demikian perlu diciptakannya bahasa komunikasi administratif yang dapat digunakan untuk melakukan pembagian peran masing2 pihak.

Daftar Pustaka

1. Arsjad Anwar, Moh; Omura, Keiji; et al; *Local Development in Indonesia, Institute of Developing Economies, Tokyo, 1994.*

2. Simandjuntak, B. drs, SH & Pasaribu, I. L., Dra; *Pendidikan dan Pembangunan Masyarakat Desa*, TARSITO, Bandung, 1986.
3. Kartasasmita, G.; *Pemberdayaan Masyarakat dalam rangka membangun perekonomian yang berdasar Pancasila*; Journal Studi Pembangunan, ITB Bandung, vol. 1, No. 1, Januari 1998.
4. Saefuddin, Asep; *IPTEK ditengah perubahan Bangsa*, TIM INNOSCENT, Bogor, 2004.
5. Arif Budimanta, Adi Prasetijo, Bambang Rudito, Corporate Sosial Responsibility.