

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Tanggungjawab Sosial Perusahaan didasari pada adanya kebutuhan perusahaan untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lingkungan perusahaan itu berada guna beradaptasi dan mendapatkan keuntungan sosial dari hubungan sosialnya berupa kepercayaan (*trust*).Perusahaan menyadari bahwa seharusnya tidak hanya mengejar keuntungan belaka namun juga melayani keinginan *stakeholders*. Perusahaan juga menyadari bahwa apabila *stakeholders* kehilangan kepercayaan kepada perusahaan, maka keuntungan perusahaan juga akan lenyap. Oleh karena itu, keberlangsungan hidup perusahaan tidak bisa lepas dari lingkungan eksternalnya, baik lingkungan alam maupun sosialnya.

Keberlangsungan hidup suatu perusahaan bergantung pada keuntungan yang diperolehnya.Keuntungan inilah yang kemudian menjadi tujuan utama didirikannya suatu perusahaan.Pada umumnya, semakin besar keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan maka semakin terjamin pula keberlangsungan hidup perusahaan tersebut. Oleh karena itu, sah apabila suatu perusahaan melakukan berbagai usaha untuk meningkatkan keuntungannya, misalnyadengan peningkatan produktivitas dan efisiensi biaya. Dengan kata lain, Tanggung Jawab Sosial

Perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) juga di pandang sebagai tolak ukur untuk reputasi suatu perusahaan.

Konsep *Corporate Social Responsibility* pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen tahun 1953, awalnya *Corporate Social Responsibility* dilandasi oleh kegiatan yang bersifat “filantropi” yakni dorongan kemanusiaan yang bersumber dari norma dan etika untuk mendorong sesama. Di Indonesia, penerapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan ada sejak tahun 1990-an. Perkembangan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) di Indonesia masih membutuhkan banyak perhatian bagi semua pihak, baik pemerintah, masyarakat dan perusahaan.

Implementasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada Bank BTN mengacu pada peraturan perundang-undangan yang berlaku yaitu Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.47 Tahun 2012 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas”. Dan dalam naungan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor: Per-02/MBU/7/2017 Tanggal 5 Juli 2017 yaitu sebagai bentuk pertanggungjawaban pelaksanaan tugas berupa Program Kemitraan dan Bina Lingkungan.

Melalui Tanggungjawab Sosial Perusahaan dalam menjalankan bisnis, PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Medan dengan sebutan lain Bank BTN adalah Badan Usaha Milik Negara yang berbentuk Perseroan Terbatas dan bergerak di bidang jasa keuangan. Bank BTN berupaya menciptakan suasana kegiatan usaha yang harmonis dengan masyarakat dan ramah

lingkungan. Fenomena yang dihadapi BTN adalah kecenderungan meningkatnya tuntutan publik mengenai implementasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan.

Dengan demikian Bank BTN melaksanakan kegiatan CSR di bidang lingkungan hidup melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), Bank BTN memberikan dukungan dan bantuan terhadap masyarakat, khususnya tepat Bank BTN menyalurkan pembiayaan. Dalam pelaksanaannya, program ini memprioritaskan masyarakat menengah ke bawah. Program ini bertujuan mengedukasi masyarakat secara terpadu melalui beberapa pelatihan atau pendidikan, serta pendampingan kepada warga sebagai dasar pengembangan program yang terintegrasi. Program ini mencakup kegiatan-kegiatan terpadu dan berkelanjutan untuk mendukung kebersihan, kesehatan, penghijauan, pendidikan dan pelatihan.

Adapun penelitian sebelumnya yang terkait dengan implementasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR) yaitu: Pertama Penelitian Fiqih Fauzi (2015), tentang “Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* Pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Percetakan Uang Republik Indonesia.” Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian sebelumnya adalah dalam mengimplementasikan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan menetapkan program PKBL melalui penetapan Menteri BUMN dan mengenai alokasi dana program PKBL sesuai dengan ketentuannya.

Dengan keberadaan Tanggungjawab Sosial Perusahaan memperkuat keberadaan dan keberlanjutan perusahaan dengan *stakeholders*. Adapun jumlah

penyaluran dana untuk PKBL sebesar Rp.409.550.000, yang terdiri atas penyaluran Bina Lingkungan sebesar Rp. 244.550.000, dan Program Kemitraan sebesar Rp.165.000.000.

Dengan demikian, Tanggungjawab Sosial Perusahaan BTN tidak hanya sekedar pemenuhan regulasi, lebih dari itu, CSR menjadi tanggung jawab Bank kepada para pemangku kepentingan. Karena itu, kebijakan pelaksanaan Tanggungjawab Sosial Perusahaan mengacu dan selaras dengan Misi BTN serta aspek LST (Lingkungan, Sosial dan Tata Kelola).

Sehingga peneliti mengambil objek PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Medan dalam melaksanakan Program Tanggungjawab Sosial Perusahaan sebagai wujud komitmen mendukung konsep pembangunan berkelanjutan, yaitu **“Tujuan pembangunan berkelanjutan adalah memastikan suatu masyarakat yang adil, bertindak ramah terhadap lingkungan, dan meningkatkan kualitas hidup.”**<sup>1</sup>

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Implementasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Medan”**

---

<sup>1</sup> Keith Butterick, **Pengantar Public Relations Teori dan Praktik**, Cetakan Kedua: RajaGrafindo Persada, Jakarta 2013, Hal 97.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diungkapkan di atas maka yang menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah, Bagaimana Implementasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Medan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Medan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian mengenai implementasi Tanggungjawab Sosial perusahaan antara lain:

### **1. Bagi Peneliti**

Sebagai informasi serta menambah wawasan untuk mengetahui implementasi tanggungjawab sosial yang dilaksanakan atau diterapkan oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Medan

### **2. Bagi PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Medan**

Sebagai masukan serta memberikan informasi dalam menghasilkan perencanaan yang baik dalam implementasi tanggungjawab sosial perusahaan.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Sebagai bahan referensi untuk pentian selanjutnya yang berkaitan dengan implementasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Teori *Stakeholders*

Menurut Gray dalam penelitian Fergisonanda, teori *stakeholder* merupakan **“teori yang berkaitan dengan bagaimana cara perusahaan mengelola *stakeholdernya*.”**<sup>2</sup> Dalam teori ini, keberlangsungan hidup perusahaan dan keberhasilannya tergantung pada hubungan yang optimal antara perusahaan dengan berbagai kelompok *stakeholdernya*.

Teori ini menunjukkan respon perusahaan untuk memenuhi tuntutan dari para *stakeholder* yang dapat mengubah harapan *stakeholder* melalui tindakan strategis. Keberadaan Tanggungjawab Sosial Perusahaan memiliki hubungan erat dengan *stakeholders-nya*. *Stakeholder* dikelompokkan menjadi dua yaitu *stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal.

*Stakeholder* internal meliputi organisasi/industri itu sendiri, pemegang saham, pemilik bisnis, dan para karyawan. Sedangkan *stakeholder* eksternal meliputi konsumen, *supplier*, pesaing, investor, pemerintah, sebuah komunitas lokal di suatu daerah, media dan masyarakat.

---

<sup>2</sup>Fergisonanda Dian Angraini, **Pengaruh Pengungkapan Perubahan Iklim, Kinerja Lingkungan, dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Kinerja Perusahaan**, Artikel Ilmiah: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya, 2019, hal 2.

Beberapa contoh tanggung jawab sosial ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Tanggung jawab sosial kepada karyawan

Dalam melakukan pekerjaan di perusahaan/organisasi para pemilik perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial pada karyawan seperti memberikan fasilitas yang nyaman dan sesuai bagi karyawan mereka, memberikan gaji sesuai dengan perjanjian kerja yang tertulis, dan tidak melakukan diskriminasi dalam hal apapun pada karyawan.

2. Tanggung jawab sosial kepada konsumen

Jika dahulu kita sering mendengar pernyataan “konsumen adalah Raja”, sekarang pernyataan tersebut berubah menjadi “konsumen adalah mitra”. Seperti pernyataan bahwa konsumen adalah mitra berarti perusahaan harus bisa menjadi rekan baik bagi para konsumen mereka.

3. Tanggung jawab sosial kepada *supplier*

Kerja sama antara perusahaan dengan para *supplier* harus dijaga dengan adanya tindakan kejujuran dalam penetapan harga dan hak untuk menjual, mengedepankan rasa toleransi agar tercipta hubungan jangka panjang dalam bisnis, selalu bertukar informasi dengan *supplier*, dan melakukan pembayaran secara tepat waktu pada para *supplier*.

4. Tanggung jawab sosial pemegang saham

Perusahaan harus melibatkan pemegang saham (investor) dalam pembuatan sebuah keputusan di perusahaan. Karena perusahaan memiliki tanggung jawab berkaitan dengan kepuasan investor dan semua keputusan yang diambil oleh perusahaan adalah demi kepentingan



investor. Hubungan timbal balik yang sangat menguntungkan ini harus tetap terjaga agar tujuan objektif perusahaan dapat tercapai dengan maksimal.

#### 5. Tanggung jawab sosial kepada lingkungan

Tanggung jawab sosial di sini berkaitan dengan hal kelestarian lingkungan. Beberapa hal yang biasanya dilakukan perusahaan adalah memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar seperti di bidang pendidikan, kesehatan, fasilitas umum, dan bantuan sosial.

## 2.2 Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Kegiatan Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada dasarnya merupakan bentuk tanggungjawab perusahaan kepada masyarakat sekaligus sebagai sarana untuk membangun reputasi dan meningkatkan keunggulan perusahaan dalam bersaing. Berikut definisi Tanggungjawab Sosial Perusahaan yang dikemukakan oleh beberapa para ahli adalah:

Menurut Davis dan Frederick dalam buku Busyra Azheri:

**“CSR adalah sebagai kewajiban organisasi bisnis atau perusahaan untuk mengambil bagian dalam kegiatan yang bertujuan melindungi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan di samping kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk kepentingan organisasi itu sendiri.”<sup>3</sup>**

Menurut A.B. Susanto dalam buku Sukrisno dan Cenik:

**“Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai tanggungjawab perusahaan baik kedalam maupun luar perusahaan. Tanggungjawab kedalam diarahkan kepada pemegang saham dan karyawan dalam wujud profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan, sedangkan tanggungjawab keluar dikaitkan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan**

---

<sup>3</sup> Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*, Edisi I, Cetakan Kedua :PT RajaGrafindo Persada, Jakarta 2012, hal 27.

kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi generasi mendatang.”<sup>4</sup>

Menurut Sri Urip:

“Tanggungjawab Sosial Perusahaan adalah sesuatu yang secara luas dinilai sebagai ikatan tanggungjawab yang layak dijalankan untuk menjamin terciptanya manfaat berkelanjutan bagi perusahaan maupun masyarakat.”<sup>5</sup>

Menurut Williams (2015) dalam Buku Manajemen:

“Tanggungjawab sosial adalah kewajiban bisnis untuk mengejar kebijakan, membuat keputusan, dan mengambil tindakan, yang bermanfaat bagi masyarakat.”<sup>6</sup>

Menurut Agung Rakhmat:

“*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan klaim agar perusahaan tak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham, tapi juga untuk kesejahteraan pihak pemangku kepentingan dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, LSM, konsumen, dan lingkungan.”<sup>7</sup>

Defenisi CSR menurut beberapa organisasi dalam buku Martono Anggusti :

- *World Business Council for Sustainable Development* mendefinisikan CSR sebagai komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.
- *International Finance Corporation* adalah komitmen dunia bisnis untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan.

---

<sup>4</sup> Sukrisno Agoes dan Cenik, **Etika Bisnis dan Profesi**, Edisi Revisi : Salemba Empat, Jakarta 2014, hal 90.

<sup>5</sup> Sri Urip, **Strategi CSR**, Cetakan Pertama: Literati Imprint, Jakarta 2014, hal 15.

<sup>6</sup> Rusliaman, dkk, **Manajemen** : Universitas HKBP Nommensen, Medan, 2017, hal 99.

<sup>7</sup> Agung Rakhmat, **Good Corporate Governance (GCG) Sebagai Prinsip Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR): Studi Kasus pada Community Development Center PT. Telkom Malang**, 2013, hal 1-2.

- *European Commission* adalah sebuah konsep dengan mana perusahaan mengintegrasikan perhatian terhadap sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan.
- *CSR Asia* adalah komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial, dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para *stakeholders*.<sup>8</sup>

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap suatu permasalahan tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk menciptakan suasana yang harmonis dan terjalin hubungan yang baik di sekitarnya.

Dari sisi perspektif jangka panjang secara umum kegiatan-kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tersebut memiliki 3 ciri-ciri sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan bagian perspektif jangka panjang mengenai keuntungan ekonomis yang tidak mudah diukur walaupun bisa memberikan asset berharga yang bisa menghasilkan keuntungan (profit) pada masa yang akan datang.
2. *Corporate Social Responsibility (CSR)* berkaitan dengan hal yang tidak terbatas pada ketentuan hukum, teknik, dan ekonomi yang biasanya sempit. Oleh sebab itu, mematuhi peraturan tidak serta merta membuat sebuah perusahaan dianggap bertanggungjawab sosial. Jadi, *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan ekspresi tindakan yang bersifat sukarela, bukan karena dipaksa pemerintah.
3. *Corporate Social Responsibility (CSR)* dilakukan karena ada kesadaran bahwa perusahaan memiliki tanggungjawab kepada semua pemangku kepentingan yang bisa ditentukan memiliki klaim baik secara hukum atau moral.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Martono Anggusti, *Tanggungjawab Sosial Perusahaan*: Books Terrace & Library, Bandung, 2010, hal 9-10.

<sup>9</sup> Gudono, *Teori Organisasi*, Edisi Keempat: Andi Offset, Yogyakarta, 2017, hal 266.

### 2.2.1 Ruang Lingkup Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Pada prinsipnya Tanggungjawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan *stakeholders* dalam arti luas sekedar kepentingan perusahaan. Sehingga secara positif, hal ini bermakna bahwa setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sedemikian rupa, pada akhirnya mampu meningkatkan kesejahteraan para *stakeholders*nya dengan memerhatikan kualitas lingkungan kearah yang lebih baik.

Berkaitan dengan hal tersebut, John Elkington's mengelompokkan *CSR* atas 3 aspek yang lebih dikenal dengan istilah "***Triple Bottom Line (3BL)***".**Ketiga aspek itu meliputi kesejahteraan atau kemakmuran ekonomi (*economic prosperity*), peningkatan kualitas lingkungan (*environmental quality*), dan keadilan sosial (*social justice*). Dan menerapkan konsep berkelanjutan dikenal dengan "*Triple P*" yaitu *profit, planet, and people*."**<sup>10</sup>

Bila dikaitkan dengan 3BL dengan *Triple P*, disimpulkan bahwa "*Profit*" sebagai wujud aspek ekonomi, "*Planet*" sebagai wujud aspek lingkungan dan "*People*" sebagai aspek sosial. Ketiga aspek tersebut dapat diwujudkan dalam kegiatan pada tabel berikut.

---

<sup>10</sup> Busyra Azheri, **Op.Cit.** hal 34-35

**Tabel 2.1**Kegiatan *Corporate Social Responsibility*

No	Aspek	Muatan
1	Sosial	Pendidikan, pelatihan, kesehatan, perumahan, penguatan kelembagaan (secara internal, termasuk kesejahteraan karyawan), olahraga, pemuda, wanita, agama, kebudayaan dan sebagainya.
2	Ekonomi	Kewirusahaan, kelompok usaha bersama/unit mikro kecil dan menengah (KUB/UMKM), agrobisnis, pembukaan lapangan kerja, infrastruktur ekonomi dan usaha produktif.
3	Lingkungan	Penghijauan, reklamasi lahan, pengelolaan air, pelestarian alam, ekowisata penyehatan lingkungan, pengendalian polusi, serta penggunaan produksi dan energi secara efisien.

**Sumber : Busyra Azheri**

Menurut Brodshaw dan Vogel, dalam Buku Sofyan Syafri Harahap menyatakan ada tiga bentuk tanggungjawab sosial perusahaan yaitu:

**1. *Corporate Philianthropy***

**Di sini tanggungjawab perusahaan itu berada sebatas kedermawanan atau kerelaan belum sampai pada tanggungjawabnya.**

**Bentuk tanggungjawab ini merupakan kegiatan amal, sumbangan atau kegiatan lain yang mungkin saja tidak langsung berhubungan dengan lembaga perusahaan.**

**2. *Corporate Responsibility***

Dari kegiatan pertanggungjawaban itu sudah merupakan bagian dari tanggungjawab sosial perusahaan bisa karena Undang-Undang atau bagaimana kemauan atau kesediaan perusahaan.

**3. *Corporate Policy***

Di sini tanggungjawab sosial perusahaan itu sudah merupakan bagian dari kebijakannya.<sup>11</sup>

### 2.2.2 Tujuan Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Pada umumnya, tidak ada perusahaan yang menjalankan Tanggungjawab Sosial Perusahaan tanpa memiliki tujuan. Implementasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan dilakukan sedemikian rupa secara terstruktur, sistematis dan periodik. Salah satu tujuan perusahaan melaksanakan Tanggungjawab Sosial Perusahaan adalah meningkatkan hubungan baik dengan regulator.

Dalam Buku Martono Anggusti, terdapat beberapa tujuan Tanggungjawab Sosial Perusahaan sebagai berikut:

- 1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan.**  
Kontribusi positif mendongkrak reputasi dan image positif perusahaan. Inilah yang menjadi modal *non financial* utama bagi perusahaan dan *stakeholdersnya* yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.
- 2. Layak mendapatkan *social licence to operate*.**  
Masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan manfaat dari keberadaan perusahaan, maka pasti dengan sendirinya mereka ikut merasa memiliki perusahaan. Sehingga imbalan yang diberikan ke perusahaan paling tidak adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan roda bisnisnya di wilayah tersebut.
- 3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.**

---

<sup>11</sup>Sofyan Syafri Harahap, **Teori Akuntansi**, Edisi Revisi, Cetakan Keduabelas: PT.RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2011, hal 406

Menempuh langkah antisipatif dan preventif melalui penerapan *CSR* merupakan upaya investatif yang dapat menurunkan risiko bisnis perusahaan.

4. Melebarkan akses sumber daya.  
*Track record* yang baik dalam pengelolaan *CSR* merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
5. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders.  
Implementasi program *CSR* tentunya akan menambah frekwensi komunitas dengan *stakeholders*. Nuansa seperti itu dapat membentangkan karpet merah bagi terbentuknya *trust* kepada perusahaan.<sup>12</sup>

### 2.2.3 Manfaat Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Terdapat beberapa manfaat yang diterima dari pelaksanaan Tanggungjawab Sosial Perusahaan, baik bagi perusahaan, bagi masyarakat, bagi pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya, diantaranya :

1. Bagi Perusahaan
  - a. Pertumbuhan, laba, citra, dan daya saing.
  - b. Dukungan dan niat baik masyarakat.
  - c. Rasa bangga dan spiritual bagi karyawan dan keluarganya.
  - d. Dialog tulus dengan para pemangku kepentingan.
2. Bagi Masyarakat
  - a. Perubahan kebiasaan, peningkatan kualitas hidup.
  - b. Peningkatan kompetensi sumber daya manusia, penciptaan lapangan pekerjaan dan kemakmuran.
3. Bagi Lingkungan
  - a. Pengelolaan limbah.
  - b. Ekosistem yang seimbang.
  - c. Lingkungan hijau dan bersih.
4. Bagi Pemerintah
  - a. Keberlanjutan pembangunan dan percepatan pertumbuhan perekonomian mikro melalui “tata kelola perusahaan baik/perubahan tata nilaidan “praktik terbaik“ akan mendorong terbentuknya pasar yang kondusif bagi investor lokal maupun asing.
  - b. Perusahaan yang mendorong terlaksananya *CSR* yang memberi manfaat bagi masyarakat asalkan memenuhi kriteria pembangunan dan keberlanjutan tertentu, dapat dipertimbangkan untuk mendapat insentif pajak.

---

<sup>12</sup> Martono Anggusti, *Ibid.* hal 34-35

- c. **Anggaran bersama CSR dapat berperan sebagai sumber pendapatan tambahan masyarakat (melalui penyediaan lapangan kerja dan penciptaan kemakmuran untuk mengurangi kemiskinan).**<sup>13</sup>

Menurut A.B. Susanto dalam *A Strategic Management Approach: Corporate Social Responsibility* menjelaskan terdapat berbagai manfaat yang diperoleh perusahaan dari aktivitas CSR, antara lain:

1. **Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan.**
2. **CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis.**
3. **Munculnya keterlibatan dan kebanggaan dari karyawan pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik.**
4. **CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dan para stakeholder-nya.**
5. **Meningkatkan penjualan, konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggungjawab sosialnya dengan baik.**<sup>14</sup>

### **2.3 Peraturan Tentang Tanggungjawab Sosial Perusahaan Di Perbankan**

Pengaturan mengenai pengawasan pemerintah terkait dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan atau CSR pada industri Perbankan belum diatur secara tegas oleh pemerintah. Apabila telah dikeluarkan peraturan-peraturan yang mewajibkan setiap Perseroan Terbatas khususnya industri perbankan wajib melaksanakan CSR yaitu pada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 Tentang Penanaman Modal dan yang terakhir Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas maka peraturan-peraturan ini

---

<sup>13</sup> Sri Urip, **Op.Cit**, hal xvii

<sup>14</sup> Dedi Kurnia Syah Putra, **Komunitas CSR Politik**, Edisi Pertama: Prenadamedia Group, Jakarta, 2015 hal 19.



harus juga diikuti dengan pengaturan tentang pengawasan dari pemerintah tentang pelaksanaan *CSR* pada Perseroan Terbatas khususnya industri Perbankan. Pengawasan yang dimaksud dalam hal ini adalah mempertegas pihak siapa yang semestinya berperan dalam mengawasi praktik-praktik pelaksanaan kegiatan *CSR* pada lingkungan industri perbankan agar tidak terjadi suatu penyalahgunaan, penyelewengan dana *CSR* ataupun tidak dilaksanakannya *CSR* oleh industri perbankan tersebut. *CSR* yang dikeluarkan perusahaan industri perbankan bagi masyarakat yang belum semua mendapat pengawasan.

Minimnya pengawasan pelaksanaan *CSR* itu sehingga banyak perusahaan industri perbankan yang mengucurkan dana *CSR* hanya untuk menguntungkan keberlanjutan usahanya. Sehingga peruntukan *CSR* tidak memperhatikan kebutuhan masyarakat sekitar. Aspek sosial dalam pengelolaan *CSR* industri perbankan harus meliputi beberapa isu pokok, diantaranya untuk pengembangan masyarakat, perlindungan konsumen, praktek kegiatan operasi yang adil, lingkungan, pelibatan tenaga kerja, hak asasi manusia, dan pengembangan masyarakat.

Undang-Undang Perseroan Terbatas juga mengatur ketentuan mengenai *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Pengertian *CSR* diatur di dalam Pasal 1 butir (3) UUPT, dalam hal ini *CSR* disebut sebagai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang berarti komitmen Perseroan 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. Mengenai pelaksanaan *CSR* ini harus dimuat

di dalam laporan tahunan perseroan yang disampaikan oleh direksi dan ditelaah oleh dewan komisaris yang mengharuskan memuat laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 66 ayat (2) huruf c UUPT). Dalam hal ini, UUPT mewajibkan bagi setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan.

Peraturan Pemerintah ini melaksanakan ketentuan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam Peraturan Pemerintah ini diatur mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya maupun Perseroan itu sendiri dalam rangka terjalinnya hubungan Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Dalam Peraturan Pemerintah ini, Perseroan yang kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Kegiatan dalam memenuhi kewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang dilaksanakan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajiban. Pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut dimaksudkan untuk:

1. Meningkatkan kesadaran Perseroan terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia;
2. Memenuhi perkembangan kebutuhan hukum dalam masyarakat mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan; dan
3. Memperkuat pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan sesuai dengan bidang kegiatan usaha Perseroan yang bersangkutan.

## 2.4 Implementasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Implementasi merupakan proses untuk melaksanakan ide, program atau seperangkat aktivitas baru dengan harapan orang lain dapat menerima dan melakukan perubahan. Esensinya implementasi adalah suatu proses, suatu aktivitas yang digunakan untuk mentransfer ide/gagasan, program atau harapan-harapan yang dituangkan dalam bentuk kurikulum desain (tertulis) agar dilaksanakan sesuai desain yang dibuat. Menurut Susanto dalam Buku *Corporate Social Responsibility*, CSR dilihat dari segi implementasinya dapat dibagi atas tiga tahapan atau kategori, yaitu:

### ***1. Social Obligation***

**Pada kategori ini, implementasinya sekedar untuk memenuhi persyaratan minimal yang ditentukan oleh pemerintah dan ada kesan terpaksa.**

### ***2. Social Reaction***

**Pada tahap ini sudah muncul kesadaran oleh perusahaan akan pentingnya CSR, namun tetap saja memiliki kelemahan karena dilakukan setelah masyarakat mengalami eksternalitas yang cukup lama tanpa ada kebijakan dari perusahaan.**

### ***3. Social Response***

**Pada kategori ini masyarakat dan perusahaan mencari peluang timbulnya kebaikan di tengah masyarakat. Ini merupakan sebuah dorongan internal dan jalinan kemitraan.<sup>15</sup>**

Umumnya perusahaan-perusahaan yang telah berhasil dalam menerapkan

Tanggungjawab Sosial Perusahaan menggunakan pertahapan sebagai berikut :

### 1. Tahap Perencanaan

Perencanaan terdiri atas tiga langkah utama yaitu: *Awareness Building*, *CSR Assesement*, dan *CSR manual building*.

- *Awareness Building* merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai arti penting *CSR* dan komitmen manajemen. Upaya ini dapat dilakukan antara lain melalui seminar, diskusi kelompok dan lain-lain.
- *CSR Assesement* merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapan *CSR* secara efektif.
- Langkah selanjutnya adalah membangun *CSR* manual. Hasil *assessment* merupakan dasar untuk penyusunan manual atau pedoman implementasi *CSR*.

### 2. Tahap Implementasi

Tahap implementasi terdiri atas tiga langkah yaitu, sosialisasi, pelaksanaan, dan internalisasi. Sosialisasi diperlukan untuk memperkenalkan kepada komponen perusahaan mengenai berbagai aspek yang terkait dengan implementasi *Corporate Social Responsibility*. Tujuan utama sosialisasi ini adalah

---

<sup>15</sup> Busyra Azheri, *Ibid.* hal 42-26

agar program *Corporate Social Responsibility* yang akan diimplementasikan mendapat dukungan penuh dari seluruh komponen perusahaan.

Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada dasarnya harus sejalan dengan pedoman *Corporate Social Responsibility* yang ada. Sedangkan internalisasi adalah tahap jangka panjang. Internalisasi ini mencakup upaya-upaya untuk memperkenalkan *Corporate Social Responsibility* di dalam seluruh proses bisnis perusahaan misalnya melalui sistem administrasi kinerja.

### 3. Tahap Evaluasi

Setelah program *CSR* diimplementasikan langkah berikutnya adalah evaluasi program. Tahap evaluasi ini adalah tahap yang perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauh mana efektifitas penerapan *Corporate Social Responsibility*. Evaluasi dilakukan sebagai sarana untuk pengambilan keputusan. Misalnya keputusan untuk menghentikan, memperbaiki atau mengembangkan aspek-aspek tertentu dari program yang telah diimplementasikan.

### 4. Pelaporan

Pelaporan diperlukan dalam rangka membangun sistem informasi baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai perusahaan.

Pendekatan dalam laporan suatu akuntansi sosial ekonomi dapat dilakukan dengan empat pendekatan yaitu:

#### a. *Inventory Approach*

Pendekatan ini pendekatan yang paling dasar sederhana dimana dampak sosial di definisikan dan dijelaskan. Pendekatan ini digunakan untuk menjelaskan dampak positif dan negatif yang ditimbulkan perusahaan terhadap masing-masing pihak dan lingkungan sosialnya.

*b. Outlay Cost Approach*

Pendekatan ini pada umumnya membandingkan biaya-biaya sosial antar periode. Namun pendekatan ini tidak terlihat jelas pengeluaran yang mempunyai dampak positif dan mana yang mempunyai dampak negatif.

*c. Sosial Program Management Approach*

Pada pendekatan ini perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosial tetapi tetap juga tujuan dari aktivitas tersebut disertai hasil yang telah dicapai oleh perusahaan-perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

*d. Cost Benefit Approach*

Pendekatan ini merupakan pendekatan yang paling direkomendasikan untuk digunakan karena pendekatan ini dapat dilihat dampak positif maupun dampak negative yang timbul kuantifikasi nilainya.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek Penelitian merupakan permasalahan yang diteliti dan menjelaskan siapa yang menjadi objek penelitian dan dimana penelitian dilakukan. Adapun yang menjadi objek penelitian dalam skripsi adalah PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Medan yang beralokasi di Jalan Pemuda Nomor 10A Medan.

Dan subjek penelitian merupakan subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti dan merupakan sumber informasi untuk mengungkapkan fakta-fakta yang terjadi. Subjek dalam penelitian ini adalah mengenai Implementasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada PT. Bank Tabungan Negara.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Metode Studi Kepustakaan**

Metode ini dilakukan dengan mempelajari dan menelaah yang berhubungan dengan Tanggungjawab Sosial Perusahaan dan tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Metode ini mencari landasan teori berupa data yang berasal dari sumber-sumber buku bacaan, jurnal atau proposal penelitian dan situs website yang berhubungan erat dengan bahasan skripsi.

## 2. Metode Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan dilakukan dengan cara peninjauan langsung terhadap perusahaan yang menjadi objek penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan sesuai bahasan skripsi melalui wawancara dengan pihak yang berkaitan secara langsung dengan perusahaan.

### 3.3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data

#### 3.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumber data yaitu laporan realisasi dana Tanggungjawab Sosial Perusahaan yang diperoleh dari perusahaan yang diteliti yaitu PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Medan.

b. Data Sekunder

Data yang secara tidak langsung berhubungan dengan responden dan diperoleh dari dokumen perusahaan mengenai Tanggungjawab Sosial Perusahaan, selain itu data sekunder berupa buku-buku mengenai tanggungjawab sosial perusahaan yang mendukung proposal skripsi.

#### 3.3.2 Metode Pengumpulan Data



**“Metode pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.”**<sup>16</sup>Umumnya cara mengumpulkan data dapat menggunakan metode:

a. Wawancara

Dalam Buku Haris menurut Gorden, **“wawancara merupakan percakapan antara dua orang di mana salah satunya bertujuan menggali dan mendapatkan informasi untuk suatu tujuan.”**<sup>17</sup>Suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan Tanya jawab langsung dengan bagian *Corporate Social Responsibility (CSR)* mengenai pengimplementasian Tanggungjawab Sosial Perusahaan dan tahapan-tahapan yang dilakukan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengambil data dan informasi dalam bentuk buku, dokumen dan gambar mengenai Implementasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan yang diterapkan.

### 3.4 Metode Analisis Data

---

<sup>16</sup>Juliansyah Noor, **Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah**, Edisi Pertama : Prenadamedia Group, Jakarta, 2011, hal 138

<sup>17</sup>Haris Herdiansyah, **Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif**, Edisi 1, Cetakan Ke-2, PT.Raja Grafindo, Jakarta, 2015. Hal29

Data dalam penelitian ini dianalisis secara deskriptif, langkah analisis yang digunakan untuk mengumpulkan, memapakan, menggambarkan data yang diperoleh sehingga dapat memberikan gambaran dan penjelasan mengenai peranan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (*CSR*) pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Medan terhadap masyarakat.