

**EFEKTIVITAS PELAKSANAAN PROGRAM KESEHATAN
MASYARAKAT, LINGKUNGAN MASYARAKAT, PENDIDIKAN
MASYARAKAT, DAN BENCANA ALAM SEBAGAI IMPLEMENTASI CSR
DI PT. OTSUKA INDONESIA**

Disusun Oleh:

Roshief Fani Maulana

NIM. 165020307111040

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Derajat Sarjana Ekonomi*



JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2021



LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

**EFEKTIVITAS PELAKSANAAN PROGRAM KESEHATAN MASYARAKAT,
LINGKUNGAN MASYARAKAT, PENDIDIKAN MASYARAKAT, DAN BENCANA
ALAM SEBAGAI IMPLEMENTASI CSR DI PT. OTSUKA INDONESIA**

Yang disusun oleh:

Nama : Roshief Fani Maulana
NIM : 165020307111040
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Akuntansi
Bidang Kajian : Akuntansi Manajemen

Disetujui untuk digunakan ujian komprehensif.

Malang, 7 Juni 2021

Dosen Pembimbing

Helmy Adam, MSA., Ak., CPMA
NIP. 197904032005011002

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

EFEKTIVITAS PELAKSANAAN PROGRAM KESEHATAN MASYARAKAT, LINGKUNGAN MASYARAKAT, PENDIDIKAN MASYARAKAT, DAN BENCANA ALAM SEBAGAI IMPLEMENTASI CSR DI PT. OTSUKA INDONESIA

Yang disusun oleh:

Nama : Roshief Fani Maulana
NIM : 165020307111040
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Akuntansi

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 23 Juni 2021 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI:

- 1. Helmy Adam, MSA., Ak., CPMA
NIP. 197904032005011002
(Dosen Pembimbing)
2. Noval Adib, Ph. D., Ak., CA.
NIP. 197210052000031001
(Dosen Penguji 1)
3. Putu Prima Wulandari, MSA., Ak.
NIP. 2011068702152001
(Dosen Penguji 2)

[Signature]

[Signature]

[Signature]

Malang, 29 Juli 2021
Ketua Program Studi S1 Akuntansi



Dr. Dra. Arum Prastiwi, M.Si., Ak
NIP. 196707142005012001



SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Roshief Fani Maulana
NIM : 165020307111040
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

EFEKTIVITAS PELAKSANAAN PROGRAM KESEHATAN MASYARAKAT, LINGKUNGAN MASYARAKAT, PENDIDIKAN MASYARAKAT, DAN BENCANA ALAM SEBAGAI IMPLEMENTASI CSR DI PT. OTSUKA INDONESIA

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya dapat bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan

Malang 7 Juni 2021

Pembuat Pernyataan



Roshief Fani Maulana

NIM. 165020307111040

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Efektivitas Pelaksanaan Program Kesehatan Masyarakat, Lingkungan Masyarakat, Pendidikan Masyarakat, dan Bencana Alam Sebagai Implementasi CSR di PT. Otsuka Indonesia”**. Sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

Dalam penyusunan laporan skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala namun pada akhirnya dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan keyakinan pada diri penulis untuk selalu mengingatkan dalam menyelesaikan skripsi dengan cara berdoa dan terus berusaha untuk menyelesaikannya.
2. Keluarga tercinta yaitu kedua orang tua saya yang selalu mendukung saya ketika saya sedih, susah, dan senang dalam kehidupan saya termasuk skripsi.
3. Bapak Helmy Adam, MSA., Ak., CPMA selaku dosen pembimbing saya yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, serta tenaga untuk senantiasa memberikan bimbingan, saran, dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Noval Adib, Ph. D., Ak., CA. dan Ibu Putu Prima Wulandari, MSA., Ak. selaku dosen penguji yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan kritik dan saran perbaikan dalam penelitian dan penulisan skripsi ini.
5. Teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu dan hamba Allah yang mungkin tanpa penulis tahu mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Malang, 23 Juni 2021

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
CURICULUM VITAE.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1. Akuntansi.....	8
2.1.1. Pengertian Akuntansi.....	8
2.1.2. Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial.....	9
2.1.3. Biaya Sosial.....	9
2.2. <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILTY</i>	10
2.2.1. Pengertian CSR.....	10
2.2.2. Tujuan Corporate Social Responsibility.....	13
2.2.3. Manfaat CSR.....	14
2.3. Teori yang Mendasari CSR.....	15
2.3.1. Teori Stakeholders.....	15
2.3.2. Teori Legitimasi.....	16
2.3.3. Teori Kontrak Sosial.....	16



2.4.	Motivasi CSR oleh Perusahaan	17
2.4.1.	Motivasi Etika	18
2.4.2.	Motivasi Instrumental	20
2.5	Ukuran Keberhasilan Program CSR Perusahaan	21
2.5.1	Versi Perusahaan	22
2.5.2.	Versi Masyarakat	24
2.5.3.	Versi Pemerintah	25
2.5.4.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas CSR dari Riset Terdahulu	26
2.6.	Klasifikasi Program CSR Perusahaan	27
2.6.1.	Klasifikasi Berdasarkan Bidang	27
2.6.2.	Klasifikasi Berdasarkan Sasaran	29
2.7.	Efektifitas Program CSR	37
2.7.1.	Ukuran Efektivitas CSR	38
2.7.2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan CSR	39
2.8.	Efisiensi	40
2.9.	Efektivitas Biaya	40
2.10.	Kerangka Pemikiran	41
BAB III. METODE PENELITIAN		43
3.1	Jenis Penelitian	43
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	43
3.3	Sumber Data	43
3.4	Metode Pengumpulan Data	44
3.5	Metode Analisis Data	45
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1	Penyajian Hasil dan Temuan Penelitian	48
4.1.1	CSR di PT. Otsuka Indonesia	48
4.1.2	Hasil CSR PT. Otsuka Indonesia untuk Masyarakat	52
4.2	Analisis Hasil Penelitian	55
4.2.1	Efisiensi Biaya Lingkungan	57



4.2.2 Efektivitas Program..... 59

BAB V. PENUTUP..... 70

5.1 Kesimpulan..... 70

5.2 Keterbatasan Penelitian 71

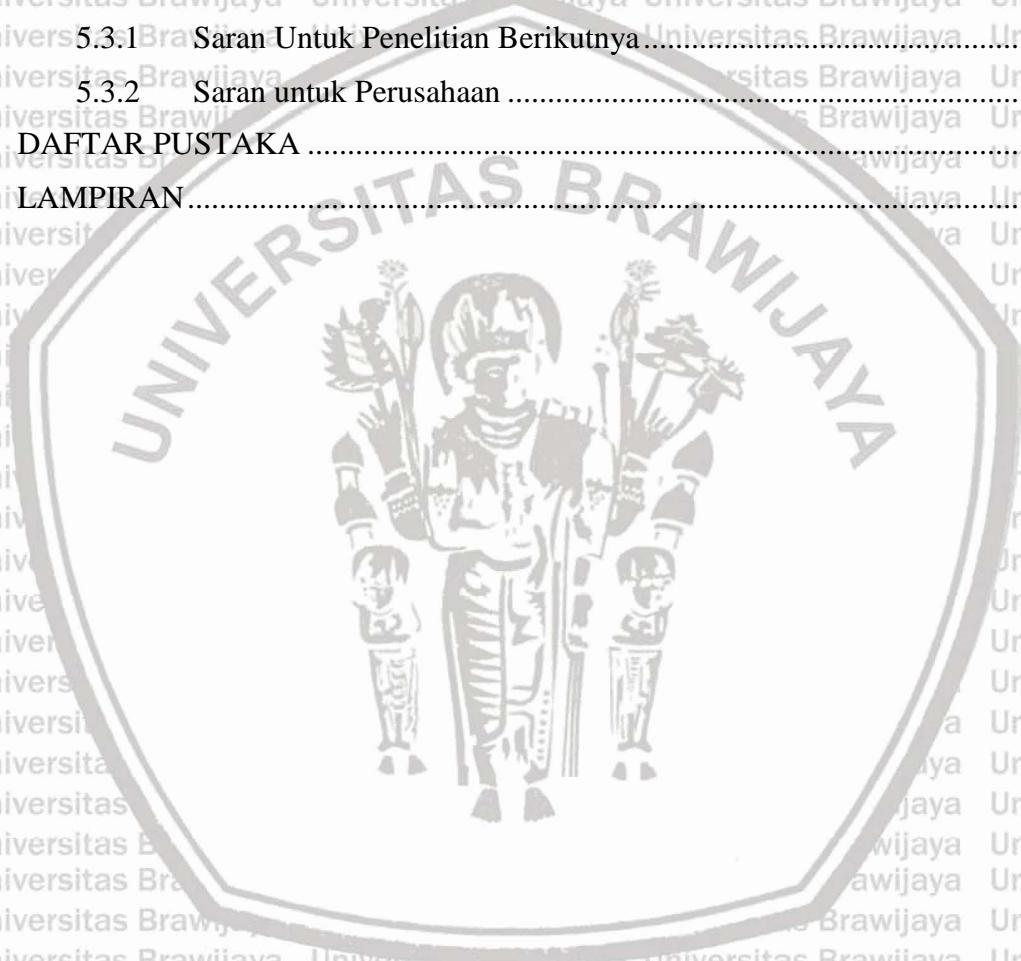
5.3 Saran..... 71

5.3.1 Saran Untuk Penelitian Berikutnya..... 72

5.3.2 Saran untuk Perusahaan 72

DAFTAR PUSTAKA 72

LAMPIRAN..... 75





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....



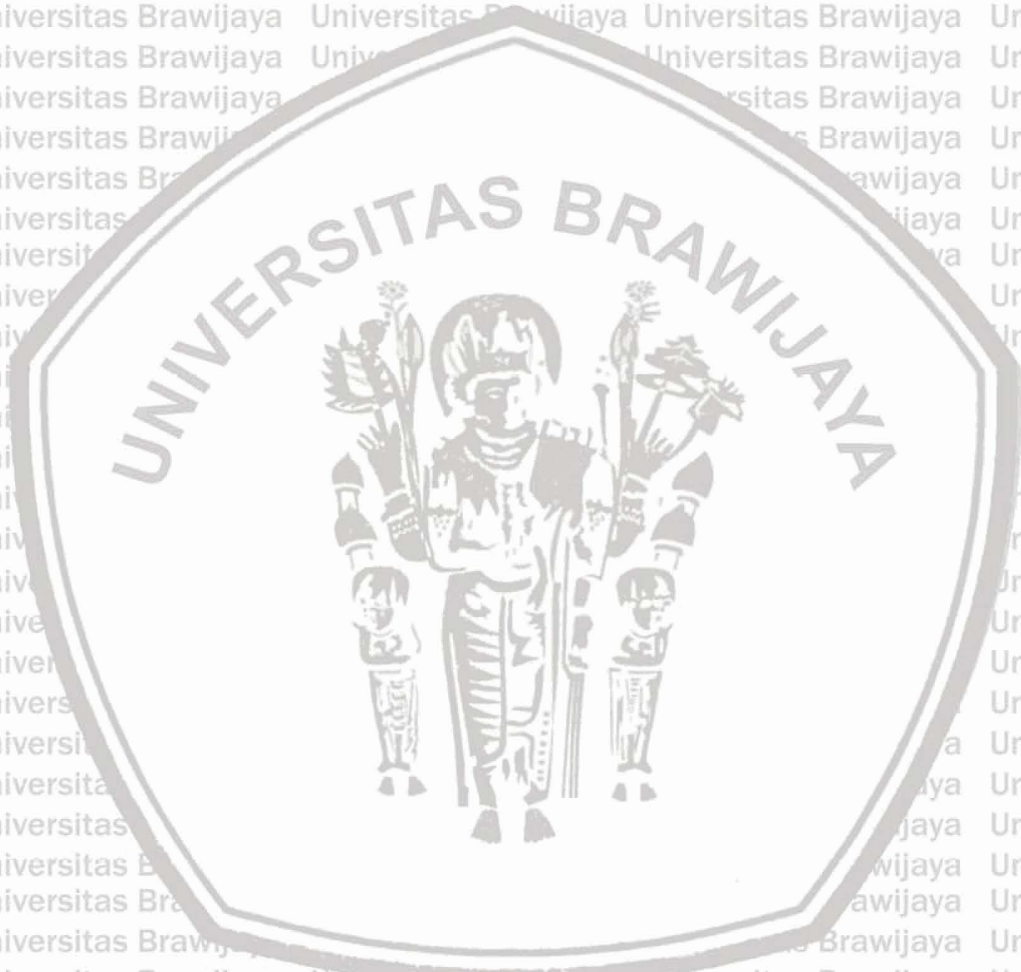
DAFTAR TABEL

Tabel 1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Program	26
Tabel 2. Anggaran dan Realisasi Program CSR yang dilaksanakan PT. Otsuka Indonesia Tahun 2020	57
Tabel 3. Proposi Dana Program CSR yang dilaksanakan PT. Otsuka Indonesia Tahun 2020	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pengantar Penelitian.....	76
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	76
Lampiran 3. Transkrip Wawancara.....	82



ABSTRAK

**EFEKTIVITAS PELAKSANAAN PROGRAM KESEHATAN
MASYARAKAT, LINGKUNGAN MASYARAKAT, PENDIDIKAN
MASYARAKAT, DAN BENCANA ALAM SEBAGAI IMPLEMENTASI CSR
DI PT. OTSUKA INDONESIA**

Oleh:

Roshief Fani Maulana

Dosen Pembimbing: Helmy Adam, MSA., Ak., CPM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas program *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan oleh PT. Otsuka Indonesia. Objek penelitian ini adalah PT. Otsuka Indonesia yang berada di Kecamatan Lawang. Sebanyak 4 program yang diteliti berupa Program Kesehatan, Program Lingkungan, Program Pendidikan, dan Program Bencana Alam. Data yang diperoleh dikumpulkan melalui proses wawancara dari masing-masing koordinator penerima kegiatan tersebut. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, yaitu menganalisa dan mengevaluasi pelaksanaan kegiatan CSR di perusahaan, melakukan deskripsi terhadap semua yang dilihat, didengar, dan dirasakan, sehingga mampu mendeskripsikan terhadap semua yang ditemui yang mana informasinya diperoleh dari wawancara. Hasil analisa data menunjukkan bahwa program CSR yang dilakukan oleh PT. Otsuka Indonesia sudah berjalan dengan efektif dan efisien. Hal tersebut dibuktikan dengan tolak ukur efektivitas program yang dikemukakan oleh Budiani (2007) yaitu ketepatan sasaran program, sosialisasi program, tujuan program, dan pemantauan program sudah sesuai antara apa yang dilakukan oleh PT. Otsuka Indonesia kepada masyarakat yang menerima CSR tersebut. Selain itu, program CSR yang dilakukan oleh PT. Otsuka Indonesia ini memenuhi indikator efisiensi yang dikemukakan oleh Mardiasmo (2009) yang menyebutkan bahwa proses kegiatan operasional dapat dikatakan efisien apabila suatu produk atau hasil kerja tertentu dapat dicapai dengan penggunaan sumber daya dan dana yang serendah-rendahnya.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Efektivitas, Efisiensi, Implementasi CSR, Sosial, Masyarakat.*



ABSTRACT**EFFECTIVENESS OF THE IMPLEMENTATION OF PUBLIC HEALTH PROGRAMS, COMMUNITY ENVIRONMENT, COMMUNITY EDUCATION, AND NATURAL DISASTERS AS THE IMPLEMENTATION OF CSR AT PT. OTSUKA INDONESIA****By:****Roshief Fani Maulana****Advisor Lecturer: Helmy Adam, MSA., Ak., CPMA.**

This study aims to determine the effectiveness of the Corporate Social Responsibility program implemented by PT. Otsuka Indonesia. The object of this research is PT. Otsuka Indonesia, which is located in Lawang. A total of 4 programs studied were the Health Program, the Environmental Program, the Education Program, and the Natural Disaster Program. The data obtained were collected through an interview process from each of the coordinators receiving these activities. Data analysis was carried out using qualitative descriptive analysis techniques, namely analyzing and evaluating the implementation of CSR activities in the company, describing everything that was seen, heard, and felt, so as to be able to describe everything that was encountered where the information was obtained from interviews. The results of data analysis show that the CSR program carried out by PT. Otsuka Indonesia has been running effectively. This is evidenced by the effectiveness benchmarks proposed by Budiani (2007), namely the accuracy of program targets, program socialization, program objectives, and program monitoring that are in accordance with what PT. Otsuka Indonesia to the people who received the CSR. In addition, the CSR program carried out by PT. Otsuka Indonesia fulfills the efficiency indicators proposed by Mardiasmo (2009) which states that the operational activity process can be said to be efficient if a certain product or work can be achieved with the lowest possible use of resources and funds.

Keyword: *Corporate Social Responsibility, Effectiveness, Efficiency, CSR Implementation, Community, Social*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam membangun sebuah perusahaan, sangat penting untuk mengetahui terlebih dahulu tentang pemahaman mengenai pengertian perusahaan, jenis perusahaan, dan juga fungsi dari perusahaan tersebut. Dengan hal-hal tersebut yang akan dikuasai nantinya akan lebih mudah untuk bisa meningkatkan perusahaan semaksimal mungkin yang berdampak pada kenaikan profit setiap waktunya.

Menurut UU No. 13 Tahun 2003 Pasal 1 Ayat 6, pengertian perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang berbadan hukum atau tidak, miliki orang perseorangan, milik persekutuan atau milik badan hukum, baik milik swasta atau negara yang mempekerjakan pekerja/buruh dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain. Dan juga usaha-usaha sosial dan usaha-usaha lain yang memiliki pengurus dan mempekerjakan orang lain dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain.

Salah satu bentuk perusahaan yang ada yaitu Perseroan Terbatas (PT). Perseroan Terbatas (PT) merupakan badan usaha dan besarnya modal perseroan tercantum dalam anggaran dasar. Kekayaan perusahaan terpisah dari kekayaan pribadi pemilik perusahaan sehingga memiliki kekayaan sendiri. Setiap orang dapat memiliki lebih dari satu saham yang menjadi bukti kepemilikan perusahaan. Pemilik saham memiliki tanggung jawab yang terbatas, yaitu sebanyak saham yang dimiliki. Apabila utang perusahaan melebihi kekayaan, maka kelebihan utang tersebut tidak menjadi tanggung jawab pemilik saham. Apabila perusahaan mendapat keuntungan, maka keuntungan

tersebut dapat dibagikan sesuai ketentuan. Pemilik saham akan mendapat keuntungan tersebut yang disebut dividen yang besarnya tergantung dengan besar kecilnya keuntungan yang diperoleh Perseroan Terbatas (PT) tersebut.

Dengan adanya Perseroan Terbatas (PT) ini memberikan banyak manfaat diantaranya tersedianya lapangan pekerjaan, menyediakan barang yang dapat dikonsumsi masyarakat, pemasukan bagi negara dari pajak yang dibayarkan oleh Perseroan Terbatas (PT), dan lain-lain. Namun juga terdapat dampak negatif diantaranya mengenai persoalan sosial dan lingkungan seperti polusi udara, pembuangan limbah yang dapat mengganggu masyarakat, kebisingan suara, dan lain-lain.

Dengan demikian, maka perusahaan harus bertanggung jawab dengan dampak negatif yang terjadi. Perusahaan harus dapat bisa mengalokasikan sebagian keuntungan yang didapat untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat.

Corporate Social Responsibility (CSR), adalah sebuah konsep yang dilakukan sebuah perusahaan sebagai rasa tanggung jawabnya kepada sosial dan lingkungan sekitar dimana perusahaan tersebut berdiri dan berkembang. Pengertian lain menurut Wibisono dalam bukunya yang berjudul “Membedah Konsep dan Aplikasi CSR”, Wibisono menjabarkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dan komunitas setempat atau masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya.



Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Akbar (2012) menyatakan bahwa program CSR yang dilaksanakan PT. Unilever Indonesia yaitu program Jakarta Green and Clean (JGC) di wilayah Pasarminggu dan Mampang Prapatan telah berjalan efektif berdasarkan indikator pelaksanaan. Penelitian yang dilakukan oleh Shalihah (2018) juga menyatakan bahwa program CSR yang dilaksanakan Bank Syariah Mandiri dari aspek efektivitas mendapat apresiasi positif dari masyarakat karena aspek ini dirasakan dapat memberikan manfaat pada masyarakat di wilayah perusahaan beroperasi.

Sedangkan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ristiawan (2019) menyatakan bahwa efektivitas program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Pertamina di Tambakrejo belum efektif dilihat dari masing-masing indikator yang belum tercapai. Indikator yang digunakan adalah pemahaman program, ketepatan sasaran, ketepatan waktu, tercapainya tujuan, dan perubahan nyata. Berikutnya penelitian yang dilakukan oleh Hadisuamarjo menyatakan bahwa sistem perencanaan CSR Pendidikan di wilayah Kawasan Industri Bogor belum dapat dilaksanakan secara efektif sebagai akibat adanya keinginan pencitraan dari masing-masing perusahaan yang terlalu kuat, sehingga setiap perusahaan tidak saling terbuka, bersifat rahasia, dan mengakibatkan bantuan yang diberikan ke sekolah atau desa sekitar tidak adil dan merata.

PT. Otsuka Indonesia didirikan pada tahun 1975 sebagai perusahaan patungan di bidang farmasi dengan Otsuka Pharmaceutical Co.,Ltd., Jepang. Dibangun diatas lahan seluas 40.000 M² di Lawang, sebuah kota kecil di Jawa Timur, pabrik PT, Otsuka Indonesia memproduksi dan memasarkan 4 kelompok produk yaitu obat-obat etikal, nutrisi klinis, alat-alat kesehatan, dan produk IV SET. Berdirinya PT. Otsuka Indonesia



tentunya memberikan dampak yang cukup besar terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Oleh karena itu, program CSR sangat dibutuhkan sebagai salah satu pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Pada PT. Otsuka Indonesia mereka telah membuat beberapa program kemasyarakatan dan pelestarian lingkungan seperti “Sehat Bersama Otsuka”, “Go Green Bersama Otsuka”, “Pintar bersama-sama dengan Otsuka”, dan “Bangkit Bersama Otsuka”.

Pada program “Sehat Bersama Otsuka”, perusahaan ingin mengajak masyarakat agar dapat menjalankan hidup secara sehat. Yang kedua “Go Green Bersama Otsuka”, program ini sebagai salah satu cara untuk meningkatkan komitmen manajemen dalam rangka tanggung jawab perusahaan terhadap melestarikan lingkungan. Ketiga “Pintar Bersama Otsuka”, program ini sebagai sarana untuk meningkatkan *Human Development* di negara Indonesia. Dan yang terakhir “Bangkit Bersama Otsuka”, hal ini bertujuan untuk menyalurkan bantuan apabila nantinya ada suatu kejadian atau bencana alam yang tidak terduga.

Berdasarkan pelaksanaan CSR ini sekaligus dapat mengetahui bagaimana kebijakan, program dan sasaran yang ditetapkan oleh perusahaan yang menjadi pedoman utama dalam menganalisis efektivitas CSR yang dilakukan oleh PT. Otsuka Indonesia. Dilihat dari komitmen PT. Otsuka Indonesia dalam melaksanakan kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga perusahaan ini dapat dijadikan objek penelitian.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Corporate Social Responsibility di PT. Otsuka Indonesia apakah sudah efektif dilaksanakan dengan benar dan benar-benar bermanfaat bagi masyarakat sekitar.

Penelitian ini termuat dalam judul *“Efektivitas Pelaksanaan Program Kesehatan Masyarakat, Lingkungan Masyarakat, Pendidikan Masyarakat, dan Bencana Alam Sebagai Implementasi CSR di PT. Otsuka Indonesia”*.

Indikator komponen efektivitas yang digunakan adalah bagaimana usaha yang dilaksanakan apakah sebanding dengan manfaat yang diterima oleh masyarakat lingkungan sekitar perusahaan. Penelitian ini juga nantinya diharap dapat menunjukkan apakah program CSR PT. Otsuka Indonesia yang dilaksanakan tersebut hanya bersifat formalitas atau memang benar-benar bermanfaat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan di atas maka dalam penelitian ini mengangkat sebuah rumusan masalah:

1. Apakah program CSR Kesehatan Masyarakat di PT. Otsuka sudah dilaksanakan dengan efektif dan biaya lingkungan yang dikeluarkan sudah efisien?
2. Apakah program CSR Lingkungan Masyarakat di PT. Otsuka sudah dilaksanakan dengan efektif dan biaya lingkungan yang dikeluarkan sudah efisien?
3. Apakah program CSR Pendidikan Masyarakat di PT. Otsuka sudah dilaksanakan dengan efektif dan biaya lingkungan yang dikeluarkan sudah efisien?

4. Apakah program CSR Bencana Alam di PT. Otsuka sudah dilaksanakan dengan efektif dan biaya lingkungan yang dikeluarkan sudah efisien?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kegiatan Kesehatan Masyarakat sebagai salah satu implementasi CSR di PT. Otsuka sudah dilaksanakan dengan efektif dan efisien.
2. Untuk mengetahui apakah kegiatan Lingkungan Masyarakat sebagai salah satu implementasi CSR di PT. Otsuka sudah dilaksanakan dengan efektif dan efisien.
3. Untuk mengetahui apakah kegiatan Pendidikan Masyarakat sebagai salah satu implementasi CSR di PT. Otsuka sudah dilaksanakan dengan efektif dan efisien.
4. Untuk mengetahui apakah kegiatan Bencana Alam sebagai salah satu implementasi CSR di PT. Otsuka sudah dilaksanakan dengan efektif dan efisien.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Sebagai masukan kepada pihak PT. Otsuka dalam meningkatkan efektifitas dan efisiensi pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- b. Memperluas pengetahuan dan dijadikan acuan dalam melakukan penelitian di bidang *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- c. Penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan, sumber informasi, dan referensi penelitian selanjutnya tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR).

d. Bagi peneliti untuk menambah informasi keilmuan sebagai pengembangan kualitas kreatifitas bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)*.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Akuntansi

2.1.1. Pengertian Akuntansi

American Accounting Association mendefinisikan akuntansi sebagai proses mengidentifikasi, mengukur, dan melaporkan informasi ekonomi, untuk memungkinkan adanya penilaian dan keputusan yang jelas dan tegas bagi mereka yang menggunakan informasi tersebut (Soemarso, 2000). Definisi ini mengandung beberapa pengertian, yaitu:

1. Akuntansi merupakan proses yang terdiri dari identifikasi, pengukuran dan pelaporan informasi ekonomi.
2. Informasi ekonomi yang dihasilkan oleh akuntansi diharapkan berguna dalam penilaian dan pengambilan keputusan mengenai kesatuan usaha yang bersangkutan.

Suwardjono (1991) menyatakan akuntansi merupakan seperangkat pengetahuan yang luas dan kompleks. Cara termudah untuk menjelaskan pengertian akuntansi dapat dimulai dengan mendefinisikannya. Akan tetapi, pendekatan semacam ini mengandung kelemahan. Kesalahan dalam pendefinisian akuntansi dapat menyebabkan kesalahan pemahaman arti sebenarnya akuntansi. Akuntansi sering diartikan terlalu sempit sebagai proses pencatatan yang bersifat teknis dan prosedural dan bukan sebagai perangkat pengetahuan yang melibatkan penalaran dalam menciptakan prinsip, prosedur, teknis, dan metode tertentu.

2.1.2. Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial

Yuningsih (2008) mengemukakan bahwa akuntansi pertanggungjawaban sosial dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Akuntansi pertanggungjawaban sosial tidak hanya menilai dampak kegiatan perusahaan terhadap lingkungan perusahaannya tetapi juga mengukur efektivitas program sosial perusahaan.
2. Melaporkan serta menyediakan sistem informasi untuk pihak internal dan eksternal yang memungkinkan dilakukan penilaian yang komprehensif terhadap sumber daya organisasi dan dampaknya baik secara ekonomi maupun secara sosial.

Dengan demikian perusahaan seharusnya tidak hanya menyadari kalau kegiatan operasionalnya mempunyai dampak terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya tetapi sejak awal sudah memasukkan tujuan sosial di dalam tujuan perusahaan.

2.1.3. Biaya Sosial

Menurut Masud (1995) dalam Januarti (2005) masalah sosial yang harus dilaporkan dalam laporan keuangan pada publik adalah biaya sosial. Biaya sosial adalah biaya yang berhubungan akuntansi sosial meliputi : Biaya lingkungan, biaya karyawan, biaya produk, dan biaya komunitas. Sehingga dengan demikian dapat dikatakan biaya kesejahteraan karyawan akan dapat meningkatkan kepuasan kerja akan mempengaruhi produktivitas karyawan dan akan berimplikasi terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan pendapatan.

Adanya biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk komunitas melalui pelaksanaan kegiatan atau aktivitas sosial mengindikasikan tanggung jawab dan kepedulian sosial perusahaan terhadap komunitasnya.

Menurut the committee on Accounting for Corporate Social Performance of Nation Association of Accountants (Yuniarti, 2002) bentuk kegiatan sosial perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Keterlibatan komunitas (*Community Involvement*), mencakup aktivitas berbentuk donasi atau bantuan untuk kegiatan rohani, olahraga, bantuan bagi pengusaha kecil, pelayanan kesehatan masyarakat, bantuan penelitian dan sebagainya.
2. Sumberdaya manusia (*Human Resources*), meliputi program pendidikan dan pelatihan karyawan, fasilitas keselamatan kerja, kesehatan, kerohanian, serta tunjangan karyawan.
3. Lingkungan Hidup dan Sumberdaya Fisik (*Environmental and Physical Resources*) terdiri dari antara lain keterlibatan perusahaan dalam pengolahan limbah, program penghijauan, pengendalian polusi, dan pelestarian lingkungan hidup.
4. Kontribusi produk atau jasa (*Product or services contribution*), mencakup keamanan dan kualitas produk, kepuasan konsumen, dan sebagainya.

2.2. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

2.2.1. Pengertian CSR

Corporate Social Responsibility merupakan suatu elemen penting dalam kerangka keberlanjutan usaha suatu industri dan perkembangan bisnis. CSR

merupakan sebuah konsep terintegrasi yang menggabungkan aspek ekonomi, lingkungan dan sosial dengan selaras.

Definisi secara luas mengenai CSR diungkapkan oleh *World Business Council for Sustainable Development* (WBCD) dalam publikasinya *Making Good Business Sense*. CSR diartikan sebagai suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk terus-menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaanya beserta seluruh keluarganya. (Wibisono, 2007).

Menurut Nuryana (2005), CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelaan atau kemitraan. Kotler dan Lee (2005) menyatakan bahwa CSR merupakan suatu komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas mereka secara sukarela melalui kebijaksanaan praktik bisnis dan kontribusi dari sumberdaya perusahaan.

Pengertian CSR menurut Lingkar Studi CSR adalah upaya manajemen yang dijalankan entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasar keseimbangan ekonomi, sosial, dan lingkungan dengan meminimumkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif tiap aspek. Wibisono (2007) mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan

dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Pendapat tentang pengertian CSR yang lebih komprehensif dikemukakan oleh *Prince of Wales International Business Forum* lewat lima aspek. Pertama, *building human capital*, menyangkut kemampuan perusahaan untuk memiliki dukungan sumber daya manusia yang andal (internal). Di sini perusahaan dituntut melakukan pemberdayaan, biasanya melalui *community development*. Kedua, *strengthening economies* yaitu melalui pemberdayaan ekonomi komunitas. Ketiga, *assessing social*, maksudnya perusahaan menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar tak menimbulkan konflik. Keempat, *encouraging good governance*, artinya perusahaan dikelola dalam tata birokrasi yang baik. Kelima, *protecting the environment*, yaitu perusahaan harus mengawal dan menjaga kelestarian lingkungan.

Versi lain mengenai definisi CSR juga dikemukakan oleh World Bank. Menurut World Bank, CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi berkelanjutan, memperhatikan karyawan dan masyarakat lokal, dan masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas hidup mereka. Sejumlah pendapat mengenai pengertian CSR tersebut memiliki kesamaan mengenai definisi CSR yakni CSR merupakan komitmen sebuah perusahaan untuk mengembangkan taraf kehidupan masyarakat sekitar, masyarakat luas, dan karyawan, serta komitmen perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan melalui praktik bisnis yang bertanggung jawab.

2.2.2. Tujuan Corporate Social Responsibility

Sebuah perusahaan menjalankan program CSR tentunya dengan tujuan dan target tertentu yang sudah ditetapkan sebelumnya. Salah satu tujuan umum yang biasanya diharapkan oleh perusahaan adalah menciptakan dampak positif pada lingkungan dan masyarakat.

Adapun beberapa tujuan dari program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan menurut Chuck Williams (2001:123) diantaranya:

- a. Tujuan ekonomis. Kata kuncinya adalah: *make a profit*. Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba. Laba adalah pondasi perusahaan. Perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang.
- b. Tanggung jawab legal. *Obey the law*, perusahaan harus taat hukum. Dalam proses mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah.
- c. Tanggung jawab etis. Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil, dan *fair*. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan.
- d. Tanggung jawab filantropis. Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat memberikan kontribusi yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah meningkatkan kualitas kehidupan semua. Para pemilik dan pegawai yang pegawai bekerja di perusahaan

memiliki tanggung jawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada public yang kini dikenal dengan istilah *non-fiduciary responsibility*.

2.2.3. Manfaat CSR

a. Manfaat CSR Bagi Perusahaan

Berikut beberapa manfaat dari pelaksanaan program CSR bagi perusahaan menurut Hendrik (2008:6):

- 1) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- 2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- 3) Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
- 4) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
- 5) Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- 6) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- 7) Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
- 8) Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- 9) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- 10) Peluang mendapatkan penghargaan.

b. Manfaat CSR Bagi Pemerintah

Menurut Clark (2000) bahwa terdapat hubungan masyarakat (PR) dengan komunikasi yang efektif dan manajemen hubungan dalam penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan diperoleh banyak manfaat bagi komunitas, dalam bentuk:

- 1) Keahlian komersial.

- 2) Representasi bisnis sebagai promosi bagi prakarsa-prakarsa komunitas.
- 3) Kompetensi teknis dan personal individual pekerja yang terlibat.
- 4) Peluang penciptaan kesempatan kerja, pengalaman kerja, dan pelatihan.
- 5) Pendanaan investasi komunitas, pengembangan infrastruktur.

2.3. Teori yang Mendasari CSR

2.3.1 Teori Stakeholders

Menurut Frynas (2009), *Stakeholders* adalah adalah semua pihak, internal maupun eksternal, dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung atau tidak langsung. Teori *stakeholder* mungkin digunakan dengan ketat dalam suatu organisasi arah terpusat (*centered-way organization*). Diungkapkan bahwa lingkungan sosial perusahaan merupakan sarana sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan *stakeholder*-nya.

Berdasarkan asumsi teori *stakeholder*, maka perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern*.

Untuk itu, tanggung jawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas indikator ekonomi dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial terhadap *stakeholder*, baik internal maupun eksternal.

2.3.2 Teori Legitimasi

Legitimasi dapat dianggap sebagai persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995).

Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan kedepan. O'Donovan (2000) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat.

Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengontruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju.

Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup. Definisi tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem mengedepankan keberpihakan kepada lingkungan masyarakat, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat.

2.3.3 Teori Kontrak Sosial

Menurut Hadi (2014:95) teori ini muncul karena adanya intelerasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan,

termasuk dalam lingkungan. Perusahaan merupakan kelompok orang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, di mana antara kedua saling pengaruh-mempengaruhi. Untuk itu, agar terjadi keseimbangan, maka perlu kontrak sosial baik secara tersusun baik secara tersurat maupun tersirat, sehingga terjadi kesepakatan saling melindungi kepentingan masing-masing. Kontrak sosial dibangun dan dikembangkan, salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat.

Disini, perusahaan memiliki kewajiban pada masyarakat untuk memberi manfaat bagi masyarakat. Interaksi perusahaan dengan masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi dan mematuhi dan mematuhi aturan dan norma-norma berlaku di masyarakat, sehingga perusahaan dapat dipandang *legitimate*.

2.4. Motivasi CSR oleh Perusahaan

Pelaksanaan CSR memiliki motivasi khusus. Motivasi adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan usaha untuk mencapai suatu tujuan. Intensitas terkait dengan seberapa kuat usaha dengan arah yang jelas dan konsisten untuk mencapai tujuan dalam jangka waktu tertentu (Robbins dan Judge, 2009).

Dalam perspektif ilmu psikologi, motivasi dapat mempengaruhi perilaku manusia untuk mencapai suatu tujuan. Motivasi perilaku manusia dibedakan menjadi dua, yaitu ekstrinsik dan intrinsik. Motivasi ekstrinsik ditujukan untuk mencapai penghargaan eksternal, sedangkan motivasi intrinsik bertujuan untuk mendapatkan identitas diri (Minoja dan Zollo, 2010).

Adapun motivasi suatu organisasi melakukan CSR, menurut Minoja dan Zollo (2010), bertujuan meningkatkan kesejahteraan semua pemangku kepentingan yang akan menjadi sumber kebahagiaan. Motivasi ini dapat dikonsepsikan sebagai suatu emosi terkait upaya memperbaiki kondisi hidup seseorang.

Branco dan Rodrigues (2007) mengategorikan motivasi perusahaan dalam kegiatan CSR lebih rinci menjadi dua, yakni berdasarkan Etika dan Instrumental.

2.4.1. Motivasi Etika

Perusahaan melakukan kegiatan CSR berdasarkan etika merujuk prinsip-prinsip agama, filsafat, dan norma-norma sosial yang berlaku. Perilaku bisnis perusahaan yang bertanggung jawab karena dibenarkan secara moral. Dari perspektif teori stakeholder, pendekatan ini menganggap pemangku kepentingan sebagai akhir dari tujuan (Branco dan Rodrigues, (2007)).

Secara lebih ringkas, konsep motivasi CSR berdasarkan etika menurut Garriga dan Mele (2004), hubungan antara perusahaan dan masyarakat tertanam berdasar nilai-nilai etika. Perusahaan harus menerima tanggung jawab sosial sebagai kewajiban etis.

Motivasi CSR berdasarkan etika ini mempunyai empat pendekatan, yaitu;

a. Teori pemangku kepentingan

Dalam pendekatan ini, memandang *stakeholders* perusahaan memiliki klaim/hak pada perusahaan. Oleh sebab itu, *fiduciary duties* harus mempertimbangkan kepentingan *stakeholders* perusahaan yang penerapannya memerlukan referensi beberapa teori moral. Dengan kata lain, pendekatan ini memandang perusahaan menerima tanggung jawab sosial sebagai kewajiban

etis untuk mempertimbangkan kepentingan *stakeholders* seolah menjadi kepentingan pribadi (motivasi intrinsik), bukan hanya memprioritaskan kelompok lain seperti kepentingan pemegang saham.

b. Hak universal

Pendekatan ini memandang keputusan perusahaan beretika apabila berdasarkan hak asasi manusia, hak-hak buruh dan penghargaan terhadap lingkungan hidup (seperti tercantum pada UN Global Compact).

c. Pembangunan berkelanjutan

Pendekatan ini memandang keputusan perusahaan beretika apabila ditujukan untuk mencapai pembangunan manusia seutuhnya mengingat generasi sekarang dan mendatang. Pembangunan berkelanjutan ini mengintegrasikan aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi secara seimbang untuk jangka panjang.

d. Kebaikan umum atau bersama

Pendekatan ini memandang perusahaan beretika apabila memiliki orientasi menjadikan kebaikan bersama dalam masyarakat sebagai nilai referensial untuk CSR. Perusahaan sebagai bagian dari masyarakat sehingga harus berkontribusi bersama individu maupun kelompok dalam masyarakat untuk mempertahankan bisnis. Konsep kebaikan bersama ini mirip dengan konsep *Kyosei* Jepang yang dipahami “hidup dan bekerjasama untuk kebaikan bersama”. Perusahaan dapat berkontribusi terhadap kebaikan bersama dengan berbagai cara, seperti menciptakan kesejahteraan sosial secara adil, damai, bersahabat. Dalam buku berjudul *“A Framework for Ethical Decision Making”*, keputusan etis dengan



pendekatan kebaikan umum apabila suatu masyarakat atau komunitas yang anggotanya bergabung dalam mengejar nilai-nilai bersama dan tujuan mereka pegang bersama.

2.4.2. Motivasi Instrumental

Motivasi perusahaan melakukan CSR secara instrumental, menurut Branco dan Rodrigues (2007), karena adanya asumsi kalkulatif (transaksional) bahwa hal itu akan memberikan keuntungan bagi perusahaan, setidaknya dalam jangka panjang.

Pendekatan instrumental ini memposisikan pemangku kepentingan sebagai “sarana” untuk meningkatkan efisiensi keuangan. Dalam teori *stakeholder*, memposisikan pemangku kepentingan sebagai faktor yang harus diperhitungkan dan dikelola untuk memaksimalkan keuntungan bagi setiap pemegang saham. Argumen yang mendasarinya adalah bahwa setiap kepentingan *stakeholder* dianggap sebagai sarana untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi, seperti memaksimalkan keuntungan, pertumbuhan, dan keberlanjutan perusahaan.

Hal senada diungkapkan Garriga dan Mele (2004), yang menyatakan motivasi perusahaan secara instrumental memandang CSR sebagai alat strategis untuk mencapai tujuan ekonomi hingga akhirnya menciptakan kekayaan.

Motivasi perusahaan secara instrumental yang menjadikan CSR sebagai instrumen dikelompokkan menjadi tiga, yaitu;

- a. CSR bertujuan memaksimalkan nilai pemegang saham, yang dapat diukur dengan harga saham. Setiap investasi sebaiknya dapat meningkatkan nilai terhadap

pemegang saham. Motivasi ini berorientasi mengejar keuntungan jangka panjang perusahaan.

b. CSR yang strategis bertujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Investasi sosial merupakan cara untuk meningkatkan konteks keunggulan kompetitif perusahaan dan biasanya menciptakan nilai sosial yang lebih besar dari donor atau pemerintah. Kemampuan perusahaan untuk tampil lebih baik dibandingkan pesaingnya tergantung pada interaksi yang unik dari manusia, sumber daya organisasi, dan fisik dari waktu ke waktu.

c. Kegiatan CSR karena terkait dengan pemasaran. CSR menjadi bagian kegiatan pemasaran. Proses perumusan dan pelaksanaan pemasaran ditandai dengan tawaran perusahaan kepada konsumen tertentu yang bersedia melakukan pertukaran untuk memenuhi tujuan perusahaan maupun individu. Adapun tujuan perusahaan adalah meningkatkan pendapatan perusahaan dan menjalin hubungan dengan pelanggan untuk membangun merek melalui status akuisisi.

2.5 Ukuran Keberhasilan Program CSR Perusahaan

Menurut Wibisono (2007:145), untuk melihat sejauh mana efektivitas program CSR, diperlukan parameter atau indikator untuk mengukurnya. Setidaknya ada dua indikator keberhasilan yang dapat digunakan, yaitu:

a. Indikator Internal

1) Ukuran Primer

a) *Minimize*, yaitu meminimalkan perselisihan/konflik/potensi konflik antara perusahaan dengan masyarakat dengan harapan terwujudnya hubungan yang harmonis dan kondusif.

b) *Asset*, yaitu asset perusahaan yang terdiri dari pemilik, pemimpin perusahaan, karyawan, pabrik, dan fasilitas pendukungnya terjaga dan terpelihara dengan aman.

c) *Operational*, yaitu seluruh kegiatan perusahaan berjalan aman dan lancar.

2) Ukuran Sekunder

- a) Tingkat penyaluran dan kolektibilitas (umumnya untuk PKBL BUMN).
- b) Tingkat *compliance* pada aturan yang berlaku.

b. Indikator Eksternal.

1) Indikator Ekonomi

- a) Tingkat pertambahan kualitas sarana dan prasarana umum
- b) Tingkat peningkatan kemandirian masyarakat secara ekonomis
- c) Tingkat peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat secara berkelanjutan

2) Indikator Sosial

- a) Frekuensi terjadinya gejolak atau konflik sosial
- b) Tingkat kualitas hubungan sosial antara perusahaan dengan masyarakat
- c) Tingkat kepuasan masyarakat

2.5.1. Versi Perusahaan

Indikator keberhasilan pelaksanaan program CSR menurut Sari dan Intan (2015) dapat dibagi menjadi tujuh, yaitu:



a. *Leadership* (Kepemimpinan)

Program CSR dapat dikatakan berhasil jika mendapat dukungan dari manajemen atas perusahaan. Selain itu, juga terdapat kesadaran filantropik, yakni kesadaran untuk melakukan aktivitas kedermawanan sosial dari pimpinan perusahaan yang menjadi dasar bagi pelaksanaan program CSR.

b. *Penyerapan Alokasi Bantuan*

CSR yang berhasil tidak tergantung pada seberapa besar pendanaan yang dialokasikan untuk sebuah program, tetapi lebih kepada tingkat serapan maksimal. Tingkat penyerapan yang maksimal menunjukkan bahwa program berjalan dengan baik sesuai kebutuhan yang direncanakan.

c. *Transparansi dan Akuntabilitas*

Terdapat laporan tahunan yang dibuat oleh sebuah perusahaan terkait dengan praktik CSR yang telah dilakukan pada tahun berjalan. Selain laporan tahunan, perusahaan juga dapat dikatakan berhasil jika telah menerapkan mekanisme audit sosial dan finansial.

d. *Coverage Area* (Cakupan Wilayah)

Untuk menilai keberhasilan pelaksanaan program CSR sebaiknya terdapat identifikasi penerima manfaat secara tertib dan rasional berdasarkan skala prioritas yang telah ditentukan. Setelah cakupan wilayah penerima manfaat diidentifikasi dengan jelas, perusahaan perlu menerapkannya secara konsisten.

e. *Perencanaan dan Mekanisme Monitoring-Evaluasi (Monev)*

Untuk memastikan perencanaan yang telah ditentukan dapat berjalan sebagai mestinya, manajemen perusahaan perlu menerapkan mekanisme monitoring dan evaluasi secara teratur dan berkala. Dengan demikian, penerapan monev ini secara teratur dan berkala merupakan salah satu indikator yang menentukan keberhasilan pelaksanaan CSR sebuah perusahaan.

f. Keberlanjutan (*Sustainability*)

Keberhasilan program CSR juga dapat dinilai dari aspek keberlanjutannya.

Dari segi inisiatif, misalnya, terjadi alih peran dari perusahaan ke masyarakat.

Sehingga tanpa adanya peran perusahaan pun program dapat berjalan secara mandiri. Lebih dari itu, program CSR dinilai berhasil.

2.5.2. Versi Masyarakat

Indikator keberhasilan pelaksanaan program CSR menurut standar GRI-G4

versi masyarakat yaitu:

a. Masyarakat Lokal

1) Presentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan.

2) Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal.

b. Anti Korupsi

1) Jumlah total dan presentase operasi yang dinilai terhadap resiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi

2) Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti korupsi.



3) Insiden Korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.

c. Kebijakan Publik

1) Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima manfaat.

2) Jumlah total tindakan hukum terkait anti-persaingan, anti-*trust*, serta praktik monopoli dan hasilnya.

d. Kepatuhan

1) Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan.

e. Asesmen Pemasok atas Dampak Masyarakat

1) Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat.

2) Dampak negatif aktual dan potensi yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.

f. Mekanisme Pengaduan Dampak terhadap Masyarakat

1) Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.

2.5.3. Versi Pemerintah

Program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan tentunya ikut membangun negara dan pemerintah dalam hal peningkatan kualitas sumber daya alam, sumber daya manusia, dan juga kemajuan ekonomi. Dapat digunakan indikator pengukuran, yaitu:

a. Peningkatan sumber daya alam masyarakat sekitar

b. Peningkatan sumber daya manusia masyarakat sekitar



- c. Peningkatan jumlah frekuensi kegiatan pelatihan kepada warga masyarakat
- d. Peningkatan jumlah orang yang telah dilatih dalam mengelola organisasi
- e. Peningkatan unit dan ragam usaha
- f. Peningkatan rata-rata jumlah pendapatan.

2.5.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas CSR dari Riset Terdahulu

Pelaksanaan program CSR akan mudah terwujud jika ada faktor-faktor yang mendukung pelaksanaan pemberdayaan masyarakat. Program berbasis masyarakat adalah salah satu upaya pengembangan masyarakat dalam bentuk pelaksanaan program yang dalam prosesnya sangat mengutamakan kerja sama yang baik antar *stakeholder*.

Berikut adaah faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas program

Tabel 1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Program

No.	Penulis	Bentuk program	Faktor yang mempengaruhi efektivitas
1.	Yulianti (2012)	<ul style="list-style-type: none"> - Peduli kemitraan - Peduli bencana alam - Peduli pendidikan - Peduli kesehatan - Peduli pembangunan - Peduli keagamaan 	<ul style="list-style-type: none"> - Administrasi yang jelas - Terpenuhnya input - Keterlibatan masyarakat



		- Peduli kelestarian lingkungan	- Bantuan sesuai yang diinginkan oleh masyarakat
2.	Irwanto dan Prabowo (2009)	- Program lingkungan - Program daur ulang - Program pendidikan	- Faktor penerima pihak bantuan - Faktor organisasi - Faktor prioritas
3.	Puspitasari (2015)	- Program lingkungan - Program masyarakat	- Faktor penerima bantuan - Faktor organisasi - Faktor prioritas kebutuhan

Sumber: Data Diolah (2021)

2.6. Klasifikasi Program CSR Perusahaan

2.6.1. Klasifikasi Berdasarkan Bidang

Suharto (2010), mendefinisikan CSR sebagai kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungan (*profut*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan professional. Sehingga program aksi CSR dapat digolongkan menjadi lima bidang, yaitu:

a. CSR Bidang Pendidikan



Sebagai salah satu pilar pembangunan bangsa, Pendidikan tidak bisa diabaikan oleh perusahaan dalam menerapkan CSR. Maka tidak mengherankan apabila pendidikan adalah bidang yang tidak terlewatkan dalam implementasi CSR setiap perusahaan. Misalnya memberikan beasiswa, pengadaan tenaga bantuan pengajar, pengadaan peralatan pendidikan, dan lain sebagainya.

b. CSR Bidang Kesehatan

Peningkatan kesehatan suatu penduduk adalah salah satu target *Milenium Development Goals* (MDGs). Dengan demikian, program-program CSR sudah sebaiknya tidak meninggalkan program di bidang kesehatan ini. Program-program CSR bisa dilakukan dengan banyak cara, disesuaikan dengan kebutuhan dan apa yang semestinya dilakukan di daerah setempat. Misalnya memberikan pengobatan gratis, bantuan makanan untuk anak-anak dan balita, bantuan Posyandu dan perbaikan Puskesmas, dan lain sebagainya.

c. CSR Bidang Lingkungan

Tanggungjawab terhadap perlindungan lingkungan seringkali dianggap berada dalam ranah public. Di masa lalu pemerintah dipandang sebagai aktor utama yang mengadopsi perilaku ramah lingkungan, baik melalui regulasi, saksi dan tidak jarang melalui penawaran insentif. Sementara itu, sector swasta hanya dilihat sebagai penyebab timbulnya masalah-masalah lingkungan.

d. CSR Bidang Modal Sosial

Bidang sosial dalam konteks CSR seringkali dilihat sebagai pola bantuan sosial yang dilakukan perusahaan kepada lingkungan sekitar dalam rangka mencapai

keharmonisan sosial antara perusahaan dan lingkungannya (masyarakat).

Misalnya pembangunan infrastruktur, pembinaan karang taruna, sunatan massal, bantuan sosial pesta adat, bantuan bencana alam, dan lain sebagainya.

e. CSR Bidang Ekonomi dan Kewirausahaan

Meningkatkan taraf hidup masyarakat dalam bidang ekonomi menjadi perhatian serius setiap pemangku kebijakan CSR. Maka program peningkatan pendapatan masyarakat seringkali menjadi program andalan setiap perusahaan dalam mengimplementasikan CSR. Peningkatan pendapatan ekonomi ini bisa diterapkan dengan mengembangkan lembaga keuangan mikro, bantuan modal kepada pengusaha-pengusaha kecil, pemberdayaan usaha kecil dan menengah, hingga program pemberdayaan petani.

2.6.2. Klasifikasi Berdasarkan Sasaran

Menurut Kotler dan Lee (2005), terdapat enam alternatif program CSR yang dapat dipilih perusahaan dengan mempertimbangkan tujuan perusahaan, tipe program, keuntungan potensial yang akan diperoleh, serta tahap-tahap kegiatan. Kotler dan Lee dalam Solihin (2008), menyebutkan enam kategori program, diantaranya:

a. *Cause Promotions*

Perusahaan yang menggunakan jenis program CSR *Cause Promotions* menyediakan sejumlah dana sebagai bentuk kontribusi CSR atau sumber daya lainnya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat (*awareness*) terhadap suatu masalah sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, atau dalam rangka merekrut relawan untuk mendukung masalah

sosial tersebut. Perusahaan dapat menginisiasi dan mengelola sendiri kegiatan

Cause Promotions ini seperti yang dikemukakan Kotler (2005:23): “*The corporation may initiate and may manage the promotion on its own*”.

Perusahaan menjadikan program CSR *Cause Promotions* sebagai fokus utama dalam mewujudkan tujuan komunikasi perusahaan berikut ini:

- 1) *Building awareness and concern*, perusahaan berusaha membangun kesadaran dan kepedulian masyarakat dengan menampilkan data statistic dan fakta seperti mempublikasikan angka gizi buruk di Indonesia.
- 2) *Persuading people to find out more*, perusahaan berusaha menarik minat masyarakat untuk mengetahui masalah sosial yang diangkat lebih dalam dengan web terkait, brosur atau *tool kit* lainnya.

b. *Cause Related Marketing* (CRM)

Perusahaan yang mengimplementasikan CSR dengan Jenis program *Cause Related Marketing* (CRM), berkomitmen untuk menyumbangkan presentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk. Seperti yang dilakukan Bakrie Telecom melalui Bakrie Untuk Negeri dengan menyerahkan donasi 1,3 miliar yang disisihkan Rp 10 ribu dari setiap hasil penjualan Hape Esia Slank bagi masyarakat Sumatera Barat. Donasi tersebut digunakan untuk melakukan pembangunan maupun perbaikan berbagai fasilitas kesehatan, pendidikan dan ibadah di 4 (empat) wilayah Sumatera Barat: Padang, Pasaman, Padang Pariaman dan Pariaman.



Keuntungan potensial dari program CSR CRM adalah bergabungnya pelanggan baru melalui pelaksanaan CRM, terjangkauanya ceruk pasar (*market niche*) tertentu, dapat meningkatkan penjualan produk perusahaan serta membangun identitas merek yang positif di mata pelanggan.

Tahapan dalam mengimplementasikan program CRM sebagaimana dalam Kotler (2005:111-112):

“...beginning with a situation assessment, setting objectives and goals, selecting target audiences, determining the marketing mix and developing budget, implementation, and evaluation plans”.

(Diawali dengan melakukan *assessment* atau penilaian terhadap situasi, kemudian menetapkan tujuan, memilih target *audiens*, dan pada akhirnya melakukan perhitungan terhadap rencana pemasaran, rencana anggaran, serta rencana implementasi dan evaluasi).

c. Corporate Social Marketing (CSM)

Dalam program *Corporate Social Marketing* (CSM), perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk merubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kampanye CSM lebih banyak terfokus untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan dengan beberapa isu yakni isu kesehatan, perlindungan terhadap kecelakaan/ kerugian, lingkungan serta keterlibatan masyarakat (Kotler dalam Solihin: 2009)

Keuntungan yang diperoleh perusahaan melalui program CSM tersebut yaitu meningkatnya *brand positioning* atau penguatan merek perusahaan di mata konsumen, mendorong peningkatan penjualan, mendorong antusiasme partner perusahaan untuk mendukung program ini, serta memberikan dampak nyata pada perubahan sosial. Adapun tahapan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan CSM secara garis besar serupa dengan tahapan CRM yang telah dijelaskan sebelumnya.

d. *Corporate Philantropy*

Perusahaan dengan program *Corporate Philantropy* memberikan kontribusi langsung secara cuma-cuma dalam bentuk hibah tunai, sumbangan, dan sejenisnya. *Corporate Philantropy* pada umumnya berkaitan dengan masalah sosial yang menjadi prioritas perhatian perusahaan, diantaranya dalam bentuk sebagai berikut:

1) *Providing cash donations*, program CSR dalam bentuk donasi tunai seperti yang dilakukan Telkomsel dengan menyalurkan dana Rp 1,6 miliar untuk 55 yayasan dalam rangkaian kegiatan Safari Ramadhan tahun 2010. Dari total itu, sejumlah Rp 152,5 juta untuk lima yayasan mulai dari panti asuhan, jompo dan lembaga pemasyarakatan.

2) *Offering grants*, dalam bentuk bantuan hibah seperti yang dilakukan PKBL PT Petrokimia Gresik melalui Program Desa Model PKBL-CSR, dengan memberikan bantuan hibah sarana pendukung usaha pertanian dan

peternakan berupa hand tractor dan alat pencacah rumput kepada wakil masyarakat Desa Pinggir, Kecamatan Balongpang, kabupaten Gresik.

- 3) *Awarding scholarships*, perusahaan memberikan beasiswa. Sebagai contoh PT. Djarum dalam program Djarum Scholarship Plus. Beasiswa menyediakan pelatihan soft skill dan mendorong pengembangan karakter melalui seminar kepemimpinan dan kewirausahaan, sesi outbound, praktis pelatihan keterampilan, dan kegiatan lainnya. Sejak awal program, lebih dari 6.000 penerima Beasiswa Djarum telah berhasil memperoleh mereka gelar Sarjana pada 71 universitas diseluruh Indonesia
- 4) *Donating products*, berupa pemberian donasi produk yang diproduksi oleh perusahaan sebagaimana yang dilakukan Tupperware Indonesia melalui program CSR “Aku Anak Sehat 2009” dengan memberikan edukasi kepada anak-anak Indonesia akan pentingnya menjaga kesehatan dan kebersihan diri serta lingkungan. Dengan memperkenalkan lebih dekat produk Tupperware ke anak-anak dan orangtua, yaitu penggunaan wadah Tupperware untuk membawa bekal sehat dan bersih untuk anak-anak. Anak sekolah yang mendapatkan kesempatan mendapatkan program ini mendapatkan goody bag untuk dibawa pulang dan *bounce back* yang dapat ditukarkan dengan 1 produk Tup Tumbler jika orangtua murid (Ibu) menghadiri assembly di kantor distributor Tupperware.

5) *Donating services*, pemberian layanan oleh perusahaan seperti layanan kesehatan yang dilakukan PT Indosat dengan program Mobil Klinik Sehat Keliling di 8 wilayah Indonesia.

6) *Providing technical expertise and offering use equipment*, pemberian kontribusi perusahaan dengan jasa keahlian dan pemakaian peralatan secara cuma-cuma. Sebagai contoh Program Broadband Learning Center (BLC) PT Telkom. BLC dapat dimanfaatkan sebagai tempat latihan teknologi informasi bagi pelajar dan masyarakat, mulai dari playgroup, TK beserta orang tuanya, serta pelajar SD, SMP, SMA hingga mahasiswa. Aktifitas yang dapat dilakukan antara lain free warung internet dan pelatihan siswa-siswa sekolah yang dibimbing trainer dan asisten

Keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan dari pelaksanaan program *Corporate Philanthropy* adalah meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat masa depan perusahaan melalui penciptaan citra yang baik di mata publik serta memberi dampak bagi penyelesaian masalah sosial dalam komunitas lokal.

e. *Community Volunteering*

Melalui program *Community Volunteering*, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, para pemegang franchise atau rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

Salah satu contoh Community Volunteering adalah sebagaimana program Astra Employee Volunteer, yaitu kegiatan CSR dengan melibatkan karyawan.

Tepatnya pada tanggal 20 Oktober 2010, 68 orang karyawan PT Astra International Tbk Head Office, melakukan bedah sekolah dan mengajar selama 1 hari kepada siswa dan siswi SD SMP Remaja Kelurahan Sungai Bambu, Tanjung Priok, Jakarta Utara.

Keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan melalui kegiatan Community Volunteering, adalah terciptanya hubungan yang tulus antara perusahaan dengan komunitas, memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan serta meningkatkan kepuasan dan motivasi karyawan.

f. *Socially Responsible Business Practice (Community Development)*

Socially Responsible Business Practice (SRBP), menurut Kotler (2005:208) adalah: “*where the corporation adapts and conducts discretionary business practices and investments that support social causes to improve community well being and protect the environment*”

(praktek bisnis di mana perusahaan melakukan investasi yang mendukung pemecahan suatu masalah sosial untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dan melindungi lingkungan)

Perusahaan telah melakukan praktek bisnis melampaui standar etika yang telah ditetapkan berdasarkan regulasi. Komunitas yang dimaksud di atas diantaranya adalah karyawan perusahaan, pemasok, distributor, organisasi nirlaba dan sektor publik yang menjadi mitra perusahaan, serta masyarakat



secara umum. kesejahteraan yang dimaksud adalah kesehatan, keselamatan, serta pemenuhan akan kebutuhan psikologis dan emosional. *Socially*

Responsible Business Practice, mencakup hal-hal berikut:

1) *Designing facilities*, membuat fasilitas yang sesuai dengan standar keamanan yang direkomendasikan. Seperti Program Konservasi Energi dan Air yang dilaksanakan di lingkungan PT TASPEN di seluruh Indonesia.

Agar program ini berjalan lancar, direksi meminta kantor pusat dan kantor cabang menunjuk petugas untuk mengawasi dan membuat laporan. Hasil laporan itu nantinya disampaikan ke divisi umum.

2) *Developing process improvements*, mengembangkan kegiatan pengurangan sampah dan mengolahnnya kembali. PT Freeport Indonesia menjalankan program 3-R (*Reuse, Reduce dan Recycle*) di seluruh wilayah operasi perusahaan, dengan mewajibkan pendauran ulang sejumlah bahan plastik, peranca kayu, drum dan kertas yang ditemukan di wilayah operasi. Salah satu kegiatannya adalah dengan mengubah kertas bekas menjadi kartu ucapan Natal yang dibagikan kepada Direksi dan mitra.

3) *Discontinuing product offerings*, dengan menghentikan penawaran produk yang membahayakan kesehatan manusia. Levi's dan H&M menghentikan produksi jeans dengan efek pudar (*sandblasting*) dikarenakan sejak tahun 2005-2009, 40 pekerja garmen di Turki mati karena penyakit paru-paru, akibat paparan *crystalline silica*, bahan kimia yang digunakan untuk menciptakan efek pudar tersebut.



4) *Choosing manufacturing and packaging materials*, memilih pemasok yang menggunakan material ramah lingkungan.

5) *Developing programs to support employee well being*, yaitu mengembangkan berbagai program untuk menunjang terciptanya kesejahteraan karyawan seperti mengadakan *Employee Assistance Programs* (EAP) IBM Indonesia dalam membantu karyawannya meningkatkan kesejahteraan dengan program konsultasi bagi para karyawan IBM dan keluarganya.

2.7. Efektifitas Program CSR

Menurut Arikunto (2004:2) program adalah suatu unit atau kesatuan kegiatan yang merupakan realisasi atau implementasi dari suatu kebijakan, berlangsung dalam proses yang berkesinambungan, dan terjadi dalam suatu organisasi yang melibatkan sekelompok orang.

Program merupakan salah satu bentuk dari kebijakan publik. Hal ini dapat dilihat dari klasifikasi bentuk kebijakan publik. Di dalam telaah kebijakan publik, program menjadi salah satu kegiatan yang dapat dievaluasi. Evaluasi terhadap suatu program dimaksudkan untuk meningkatkan efektivitas kegiatan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Moekijat (2010:15) bahwa evaluasi merupakan suatu penilaian guna menentukan nilai suatu program. Suatu program akan berjalan baik apabila direncanakan dengan baik.

Menurut Rubin dan Babbie dalam Cahyanto (2015:5) menyatakan bahwa, *“program evaluation primarily in connection to assessing the effectiveness of*

programs in attaining their formal goals. Asking whether a program is achieving a successful outcome is perhaps the most significant evaluative question we might ask and probably the question that immediately comes to mind when we think about program evaluation”.

Jadi, evaluasi program yang utamanya berkaitan untuk menilai efektivitas program dalam mencapai tujuan. Menanyakan sebuah program sukses dalam mencapai hasil yang mungkin merupakan pertanyaan evaluatif paling signifikan yang dapat kita ajukan dan mungkin pertanyaan yang segera terlintas dalam pikiran ketika kita berpikir mengenai evaluasi sebuah program.

Pengukuran efektivitas suatu program dimaksudkan untuk menilai keseluruhan pelaksanaan program, kinerja, capaian dan hasil program, sehingga dapat dibuat keputusan mengenai kelanjutan suatu program. Pengukuran efektivitas suatu program dimaksudkan untuk menilai keseluruhan pelaksanaan program, kinerja, capaian dan hasil program, sehingga dapat dibuat keputusan mengenai kelanjutan suatu program.

2.7.1. Ukuran Efektivitas CSR

Budiani (2007), menyatakan bagaimana mengukur efektivitas suatu program, dengan menggunakan variabel-variabel sebagai berikut:

- a. Ketepatan sasaran program, sejauh mana peserta program tepat dengan sasaran yang sudah ditentukan sebelumnya.
- b. Sosialisasi program, kemampuan penyelenggara program dalam melakukan sosialisasi program sehingga informasi mengenai pelaksanaan program dapat

tersampaikan kepada masyarakat pada umumnya dan sasaran peserta program pada khususnya.

c. Tujuan program, sejauh mana kesesuaian antara hasil pelaksanaan program dengan tujuan program yang telah ditetapkan sebelumnya.

d. Pemantauan program, kegiatan yang dilakukan setelah dilaksanakannya program sebagai bentuk perhatian kepada peserta program,

2.7.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan CSR

Pelaksanaan sebuah program di dalam sebuah organisasi mempunyai faktor-faktor yang akan mempengaruhi keberhasilannya dalam mencapai sebuah tujuan program tersebut. Cheema dan Rondinelli menyatakan dalam Dyah dan Arif (2014:98) empat faktor yang mempengaruhi efektivitas dan dampak dari suatu program yaitu:

a. Kondisi Lingkungan

Berasal dari budaya, kondisi ekonomi, kondisi sosial, hukum dan dari kondisi alam (geografis).

b. Hubungan Antar Organisasi

Di dalam melaksanakan suatu program, tentu terdapat hubungan berbagai pihak yang terlibat atau *stakeholders* yang berkaitan dengan pelaksanaan program.

c. Sumber Daya Organisasi untuk Implementasi Program

Pihak-pihak yang menjalankan program yang berguna bagi masyarakat.

d. Karakteristik dan Kemampuan Agen Pelaksana

Sumber daya yang terlibat dalam proses pelaksanaan program menjadi penentu tercapainya tujuan program. Para pelaksana program ini harus memiliki kemampuan dan kompetensi di bidang yang sesuai dengan program.

2.8. Efisiensi

Mardiasmo (2009:132) efisiensi berhubungan erat dengan konsep produktifitas. Pengukuran efisiensi dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara output yang dihasilkan terhadap input yang digunakan (cost of output). Proses kegiatan operasional dapat dikatakan efisien apabila suatu produk atau hasil kerja tertentu dapat dicapai dengan penggunaan sumber daya dan dana yang serendah – rendahnya (*spending well*). Indikator efisiensi menggambarkan hubungan antara masukan sumber daya oleh suatu unit organisasi (misalnya: staf, upah, biaya administratif) dan keluaran yang dihasilkan.

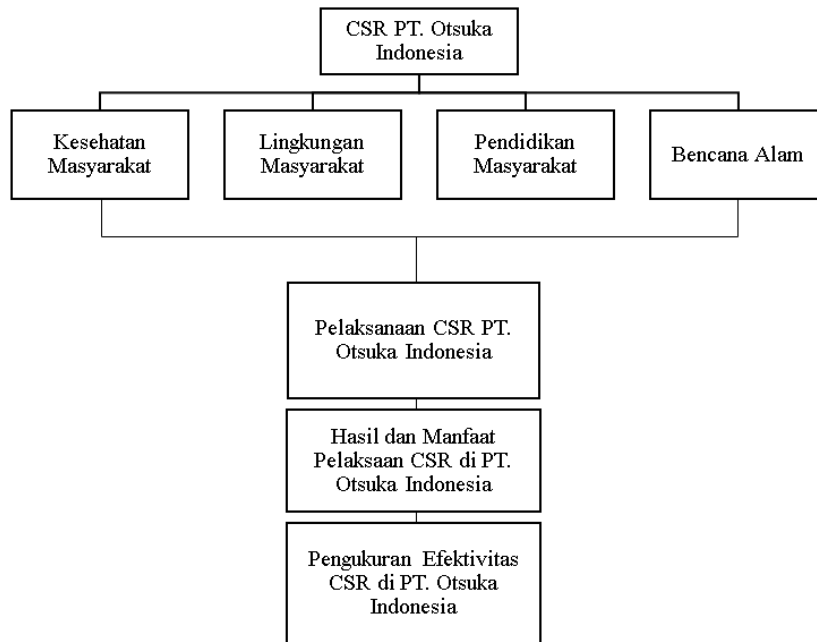
2.9. Efektivitas Biaya

Halim (2008) yang menjelaskan bahwa tingkat efektivitas dihitung dengan cara membandingkan realisasi anggaran dengan anggaran belanja yang telah ditetapkan.

Tingkat efektivitas digolongkan kedalam beberapa kategori yaitu:

- a. Hasil perbandingan tingkat pencapaian diatas 100% berarti sangat efektif.
- b. Hasil perbandingan tingkat pencapaian 99% sampai 91% berarti efektif.
- c. Hasil perbandingan tingkat pencapaian dibawah 90% berarti tidak efektif

2.10. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Pada kerangka pemikiran diatas, dapat dijelaskan bahwa PT. Otsuka Indonesia melakukan empat program CSR yaitu program Kesehatan Masyarakat, Lingkungan Masyarakat, Pendidikan Masyarakat, dan Bencana Alam. Dari keempat program tersebut nantinya akan diperoleh data dari PT. Otsuka mengenai bagaimana pelaksanaan masing-masing program CSR.

Kemudian setelah mendapat data dari PT. Otsuka Indonesia, akan dilakukan proses pengambilan data dari masyarakat mengenai manfaat apa yang didapatkan oleh masyarakat dan lingkungan terhadap pelaksanaan program CSR PT. Otsuka Indonesia.

Setelah mendapat data dari kedua pihak, baik dari PT. Otsuka Indonesia maupun dari



masyarakat, nantinya akan diukur seberapa efektif dan efisien pelaksanaan program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Otsuka Indonesia.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam pembuatan skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini langsung mengamati objek penelitian sehingga kesimpulan yang akan didapat hanya berlaku pada hal-hal yang bersangkutan dengan objek penelitian.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di PT. Otsuka Indonesia Jl. Sumber Waras No. 25 Lawang, Malang 65216 Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Desember 2020.

3.3 Sumber Data

Data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu hal yang yang diketahui atau yang dianggap atau anggapan. Atau suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode, dan lain-lain.

Data penelitian dikumpulkan baik lewat instrument pengumpulan data, observasi, wawancara maupun lewat data dokumentasi. Sumber data secara garis besar terbagi ke dalam dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama melalui prosedur dan teknik pengambilan data yang dapat berupa interview, observasi, maupun penggunaan instrument pengukuran yang khusus dirancang sesuai dengan tujuannya.

Sedangkan *data sekunder* adalah data yang diperoleh dari sumber tidak langsung yang

biasanya berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi. Ketepatan dan kecermatan informasi mengenai subyek dan variabel penelitian tergantung pada strategi dan alat pengambilan data yang dipergunakan. Hal ini pada akhirnya akan ikut menentukan ketepatan hasil penelitian.

Jadi sumber data dalam penelitian ini adalah kata-kata dan tindakan yang diperoleh dari informan yang terkait dalam penelitian, selanjutnya dokumen atau sumber tertulis lainnya merupakan data tambahan.

Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah:

1. Humas PT. Otsuka Indonesia
2. Ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia
3. Masyarakat sekitaran PT. Otsuka Indonesia

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah:

a. Metode Wawancara

Metode wawancara pada penelitian ini merupakan wawancara bebas terstruktur yang mengikuti pedoman wawancara yang telah disiapkan. Wawancara dilakukan dengan pihak yang mewakili pada bagian-bagian di perusahaan untuk memperoleh data seperti gambaran umum, kebijakan-kebijakan pada pelaksanaan program CSR, dan jenis-jenis pelaksanaan CSR. Wawancara juga dilakukan kepada pihak eksternal masyarakat sekitar perusahaan untuk mencari tahu bagaimana program CSR yang sudah dilaksanakan dan manfaat yang didapat.



b. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi pada penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data terkait informasi-informasi yang didapat melalui proses wawancara dari pihak internal maupun eksternal perusahaan.

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Pengelolaan data atau analisis data merupakan tahap yang penting dan menentukan. Karena pada tahap ini data dikerjakan dan dimanfaatkan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang diinginkan dalam penelitian.

Dalam menganalisis data ini, penulis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, yaitu menganalisa dan mengevaluasi pelaksanaan kegiatan CSR di perusahaan, melakukan deskripsi terhadap semua yang dilihat, didengar, dan dirasakan, sehingga mampu mendeskripsikan terhadap semua yang ditemui yang mana informasinya diperoleh dari wawancara.

Penelitian ini menggunakan analisis interaktif yang mencakup tiga komponen referensi dalam melakukan penelitian (Sutopo: 2006):

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*). Pengumpulan data merupakan proses awal penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Data pada penelitian



ini didapat melalui wawancara kepada Humas PT. Otsuka Indonesia, Ketua Pelaksana Program CSR PT. Otsuka, dan masyarakat sekitaran PT. Otsuka.

2. Pengurangan Data (*Data Reduction*). Pengurangan data merupakan proses di dalam penelitian untuk lebih memfokuskan dan menyederhanakan data yang diperoleh. Data yang diperoleh dari responden internal yaitu PT. Otsuka dan responden eksternal yaitu masyarakat sekitaran PT. Otsuka nantinya akan disederhanakan lagi agar lebih fokus pada masalah atau topik yang akan dibahas.

3. Penyajian Data (*Data Serving*). Penyajian data merupakan proses di dalam penelitian untuk menggambarkan kesimpulan deskriptif narasi dari penelitian yang telah dilakukan, dan membandingkan kesimpulan dengan teori yang ditentukan. Setelah data dari responden disederhanakan, data tersebut nantinya dibandingkan dengan teori-teori yang mendukung mengenai efektivitas pelaksanaan program CSR di PT. Otsuka.

Kemudian dari data yang sudah diperoleh, analisa pengukuran efektivitas dilakukan dengan menggunakan faktor-faktor yang diadopsi dari penelitian Budiani (2007) sebagai berikut:

1. Ketepatan sasaran program, sejauh mana peserta program tepat dengan sasaran yang sudah ditentukan sebelumnya.
2. Sosialisasi program, kemampuan penyelenggara program dalam melakukan sosialisasi program sehingga informasi mengenai pelaksanaan program dapat

tersampaikan kepada masyarakat pada umumnya dan sasaran peserta pada khususnya.

3. Tujuan program, sejauh mana kesesuaian antara hasil pelaksanaan program dengan tujuan program yang telah ditetapkan sebelumnya.

4. Pemantauan program, kegiatan yang dilakukan setelah dilaksakannya program sebagai bentuk perhatian kepada peserta program.

Setelah analisis efektivitas program, akan dilakukan analisis efisiensi biaya lingkungan dengan menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Mardiasmo (2009) yaitu hubungan antara masukan sumber daya oleh suatu unit organisasi (misalnya: staf, upah, biaya administratif) dan keluaran yang dihasilkan. Proses kegiatan operasional dapat dikatakan efisien apabila suatu produk atau hasil kerja tertentu dapat dicapai dengan penggunaan sumber daya dan dana yang serendah – rendahnya (*spending well*).

Selain itu, analisis efektivitas biaya juga dapat diukur dengan perbandingan antara anggaran biaya yang direncanakan dengan realisasi anggaran yang diterima (Halim, 2008).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian Hasil dan Temuan Penelitian

4.1.1 CSR di PT. Otsuka Indonesia

CSR menjadi hal yang sangat diperhatikan oleh PT. Otsuka Indonesia semenjak awal berdirinya perusahaan, mengingat PT. Otsuka Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang farmasi dan memberikan dampak yang tidak sedikit terhadap lingkungan sekitar perusahaan. PT. Otsuka Indonesia memiliki misi untuk mendukung pertumbuhan perusahaan dengan menerapkan komitmen mereka untuk Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang akan memberikan nilai tambah bagi semua pemangku kepentingan, dan pada akhirnya meningkatkan kesadaran tanggung jawab sosial perusahaan untuk masyarakat yang lebih baik.

4.1.1.1. Area CSR PT. Otsuka Indonesia

1. Kesehatan Masyarakat

PT. Otsuka Indonesia secara konsisten memprioritaskan pentingnya masalah kesehatan di masing-masing program CSR-nya. Komitmen ini diwujudkan dalam program “*Sehat Bersama Otsuka*” di mana pemberian bantuan dalam bentuk produk kesehatan seperti suplemen gizi dan cairan infus.

2. Lingkungan Masyarakat

PT. Otsuka Indonesia di bidang lingkungan atau “*Go Green dengan Otsuka*”, meningkatkan komitmen manajemen dalam rangka tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan konservasi alam.

3. Pendidikan Masyarakat

Sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam memperbaiki kesejahteraan masyarakat melalui pendidikan dan meningkatkan akses pendidikan di negara tersebut. Program “*Cerdas Bersama Otsuka*” juga menjadi salah satu isu yang paling penting dalam CSR yang dilaksanakan PT. Otsuka Indonesia.

4. Bencana Alam

PT. Otsuka Indonesia juga fokus dalam keprihatinan terhadap masyarakat yang terkena dampak bencana alam. Melalui program “*Bangkit Bersama Otsuka*”, bantuan diberikan kepada masyarakat yang daerahnya terkena musibah bencana alam.

4.1.1.2. Tahapan Penerapan CSR PT. Otsuka Indonesia

Tahapan-tahapan yang dilakukan oleh PT. Otsuka Indonesia dalam implementasi CSR antara lain:

1. Tahap Perencanaan, langkah pertama adalah kesadaran pembangunan, dimana

PT. Otsuka Indonesia membangun kesadaran mengenai pentingnya arti CSR dan komitmen manajemen dalam menjalankannya. Langkah kedua adalah penilaian CSR, dimana perusahaan memetakan kondisi perusahaan dan melakukan identifikasi aspek-aspek apa saja yang perlu untuk dilakukan tindakan.

PT. Otsuka Indonesia memustuskan masyarakat Kelurahan Kalirejo sebagai prioritas sasaran program CSR, yang nantinya akan ada rencana untuk perluasan ke tempat-tempat lainnya. Selanjutnya, PT. Otsuka Indonesia

Menyusun rancangan sebagai panduan dalam pengelolaan program-program CSR yang akan dilakukan oleh perusahaan.

2. Tahap Implementasi, PT. Otsuka Indonesia melakukan sosialisasi kepada seluruh komponen perusahaan mengenai pedoman penerapan CSR. Langkah kedua yaitu pelaksanaan dimana implementasinya harus sesuai dengan rancangan yang ditentukan dan kemudian dilanjutkan dengan internalisasi yang merupakan tahap jangka panjang untuk membangun komitmen pentingnya CSR.
3. Tahapan Evaluasi, tahap ini perlu dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan untuk mengukur seberapa jauh dan seberapa efektif pelaksanaan program CSR tersebut. Dan PT. Otsuka Indonesia juga selalu menerapkan pengawasan yang ketat pada program CSR yang dilaksanakan.
4. Tahap Pelaporan, setiap program CSR yang dilaksanakan, PT. Otsuka Indonesia akan disusun laporan biaya yang nantinya ditujukan kepada bagian keuangan.

4.1.1.3. Pelaksanaan CSR PT. Otsuka Indonesia

1. Program Kesehatan Masyarakat

Program “*Sehat Bersama Otsuka*” ini dilaksanakan dengan adanya kegiatan *thermal fogging*. Kegiatan ini dilakukan di daerah perkampungan sekitaran PT. Otsuka Indonesia di wilayah Kelurahan Kalirejo. Program ini dilaksanakan dengan sosialisasi terlebih dahulu dengan masyarakat sekitar melalui Ketua RW di masing-masing lokasi yang akan dilaksanakan kegiatan

tersebut.” Ya kalau untuk fogging ya supaya tidak ada masyarakat yang terjangkit virus demam berdarah dan mungkin bisa memberi contoh kepada warga untuk berperilaku bersih di kampung nya” Ujar Pak Idi selaku Ketua Program CSR PT. Otsuka Indonesia. Aktivitas ini dilaksanakan khususnya pada saat menjelang dan selama musim hujan.

2. Program Lingkungan Masyarakat

Program “*Go Green dengan Otsuka*” ini dilaksanakan oleh PT. Otsuka Indonesia melalui program penghijauan dalam bentuk penanaman pohon di daerah Curah Daplang, tepatnya di hutan lindung petak 139 Desa Toyomarto, Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang.” Dalam hal ini pihak yang terkait yaitu Perhutani dan Komunitas Pecinta Alam Indraloka. Jadi apapun programnya kita pasti sosialisasi dengan pihak yang terkait ataupun perangkat desa setempat. Kita lakukan tersebut supaya tepat sasaran” Ujar Pak Idi terkait sosialisasi program tersebut. Tujuan kegiatan penanaman pohon tersebut untuk melestarikan dan mengembalikan fungsi hutan yang ada di lereng Gunung Arjuna.

3. Program Pendidikan Masyarakat

Program “*Cerdas Bersama Otsuka*” dilaksanakan dengan pemberian beasiswa kepada masyarakat yang kurang mampu dengan tujuan tidak ada lagi masyarakat yang putus sekolah akibat kurang mampu membiayai pendidikan. Program ini ditujukan untuk warga sekitaran Kelurahan Kalirejo dan rutin dilaksanakan setiap satu tahun sekali tepatnya di bulan Desember.



4. Program Bencana Alam

Program “*Bangkit Bersama Otsuka*” yang dilaksanakan oleh PT. Otsuka

Indonesia salah satunya adalah bantuan bencana alam gempa bumi yang terletak di Jogjakarta pada tahun 2006 silam. Bantuan yang diberikan oleh PT.

Otsuka Indonesia berupa makanan, obat-obatan, dan kebutuhan lainnya. PT.

Otsuka Indonesia juga membangun rumah-rumah dan puskesmas bagi

masyarakat yang terkena dampak bencana alam gempa bumi tersebut. Tim

relawan dari PT. Otsuka Indonesia setiap bulan selama dua tahun juga aktif

memantau perkembangan dan tetap bersosialisasi dengan PMI dan perangkat

pembantu lainnya. Tujuan dari program ini adalah memberikan tempat tinggal

dan kebutuhan yang diperlukan oleh para korban bencana tersebut.

4.1.2 Hasil CSR PT. Otsuka Indonesia untuk Masyarakat

Menurut hasil wawancara dengan para penerima CSR PT. Otsuka Indonesia, didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Program Kesehatan Masyarakat

Menurut hasil wawancara yang didapatkan dari Ketua RW. 08 Kelurahan

Kalirejo, program CSR PT. Otsuka Indonesia di bidang Kesehatan Masyarakat

dilakukan dengan *fogging* di wilayah sekitaran pabrik yang mencakup wilayah

RW. 08. Kegiatan ini dilakukan setiap 3 bulan sekali, setiap sebelum kegiatan

dilakukan sosialisasi antara pihak dari PT. Otsuka Indonesia dengan perangkat

desa setempat. Pak Hariyanto mengatakan “Kalau yang disini ya mencakup

semua wilayah RW. 08 mas. Jadi setiap 3 bulan itu PT. Otsuka melakukan

sosialisasi dan sekaligus pemantauan juga mas tentang bagaimana program ini berjalan dan bagaimana juga hasilnya”.

Tujuan dilakukannya program ini adalah memberantas nyamuk *Aedes Aegypti* yang merupakan penyebab utama penyakit demam berdarah.

Pemantauan dari PT. Otsuka Indonesia juga dilakukan secara berkala setelah proses *fogging* dilaksanakan. Menurut masyarakat, program *fogging* dinilai efektif dengan terjadinya penurunan angka penderita penyakit deman berdarah di kawasan RW. 08 Kalirejo. Harapan dari masyarakat mengenai program CSR ini agar PT. Otsuka Indonesia dapat melaksanakan program-program lainnya.

2. Program Lingkungan Masyarakat

Menurut hasil wawancara yang didapatkan dari Komunitas Pecinta Alam Indraloka yang membantu PT. Otsuka Indonesia dalam kegiatan “*Go Green Bersama Otsuka*”. Kegiatan penghijauan ini dilakukan dengan penanaman pohon di Curah Caplang, Toyomarto, Kecamatan Singosari. Program ini rutin dilakukan setiap setahun sekali mulai dari tahun 2009 hingga saat ini dan setiap 3-4 bulan sekali, program ini selalu dipantau dan disosialisasikan kepada Komunitas Indraloka dan juga Perhutani.

Tujuan dari program ini adalah pelestarian kembali daerah lereng Gunung Arjuna agar aman dari bencana tanah longsor dan selain itu juga merupakan sumber air utama di wilayah Kecamatan Lawang. Menurut Komunitas Indraloka dan juga Perhutani program penghijauan ini dianggap efektif karena

wilayah tersebut sudah tertanam banyak pepohonan dan juga membantu persediaan air bersih di Kecamatan Lawang tetap terjaga.

3. Program Pendidikan Masyarakat

Menurut hasil wawancara yang didapatkan dari Ketua RW. 08 Kelurahan Kalirejo, program CSR di PT. Otsuka Indonesia di bidang Pendidikan Masyarakat dilakukan dengan program beasiswa bagi masyarakat yang kurang mampu di wilayah Kelurahan Kalirejo. Kegiatan ini dilakukan setiap semester dan sudah berjalan kurang lebih selama 15 tahun. Sosialisasi program Pendidikan Masyarakat dilakukan oleh PT. Otsuka Indonesia melalui RT dan RW setempat untuk mendapatkan data jumlah siswa yang dinilai kurang mampu.

Tujuan dari program Pendidikan Masyarakat supaya tidak ada anak yang putus sekolah karena tidak ada biaya. Pemantauan program dilakukan secara berkala oleh pihak PT. Otsuka Indonesia. Menurut Ketua RW. 08, pemantauan program ini masih kurang efektif karena masih ada sedikit kendala seperti masih adanya kesalahan teknis dari pihak masyarakat mengenai penerima beasiswa yang tidak sesuai dengan ketentuan. Namun keseluruhan hasil dari kegiatan ini sudah efektif karena jumlah anak yang putus sekolah sudah menurun. Harapan dari masyarakat mengenai program CSR ini supaya program beasiswa ini dapat diterima oleh masyarakat secara merata.



4. Program Bencana Alam

Menurut hasil wawancara yang didapat dari PMI Jogjakarta dan BNPB Jogjakarta. Program CSR Bencana Alam dilaksanakan oleh PT. Otsuka

Indonesia dengan penyaluran bantuan di wilayah Kabupaten Bantul yang paling terdampak bencana alam gempa bumi pada tahun 2006 silam. Tim dari PT.

Otsuka Indonesia berkoordinasi dengan PMI dan BNPB dalam rencana penyaluran bantuan. Bantuan yang diterima berupa pembangunan rumah-rumahan dan puskesmas yang dapat digunakan oleh warga yang terdampak bencana.

Selain pembangunan rumah dan puskesmas, terdapat bantuan lain yang berupa sembako, obat-obatan, barang-barang perlengkapan untuk wanita dan balita.

Tujuan dari program ini supaya para korban bencana alam gempa bumi mendapat tempat tinggal dan bantuan kesehatan serta kebutuhan-kebutuhan lainnya. Tim dari PT. Otsuka Indonesia juga rutin memantau kegiatan ini setiap bulan selama 2 tahun untuk memastikan kebutuhan masyarakat yang terdampak bencana alam ini dapat terpenuhi. Menurut penerima bantuan ini program yang dilakukan oleh PT. Otsuka Indonesia sangat membantu dan bermanfaat.

4.2 Analisis Hasil Penelitian

Dari data di atas dapat dijelaskan bahwa CSR yang dilaksanakan oleh PT.

Otsuka Indonesia sudah berjalan sesuai dengan teori pengertian CSR yang dikemukakan oleh World Bank. Menurut World Bank, CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi berkelanjutan, memperhatikan karyawan dan masyarakat lokal, dan masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas

hidup mereka. Sejumlah pendapat mengenai pengertian CSR tersebut memiliki kesamaan mengenai definisi CSR yakni CSR merupakan komitmen sebuah perusahaan untuk mengembangkan taraf kehidupan masyarakat sekitar, masyarakat luas, dan karyawan, serta komitmen perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan melalui praktik bisnis yang bertanggung jawab.

Kemudian tujuan CSR yang dilaksanakan oleh PT. Otsuka Indonesia adalah memberikan nilai tambah bagi semua pemangku kepentingan, dan pada akhirnya meningkatkan kesadaran tanggung jawab sosial perusahaan untuk masyarakat yang lebih baik. Hal tersebut juga sudah berjalan sesuai dengan salah satu teori tujuan CSR yang dikemukakan oleh Williams (2001) yaitu perusahaan dituntut agar dapat memberikan kontribusi yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah meningkatkan kualitas kehidupan semua. Para pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggung jawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada public yang kini dikenal dengan istilah *non-fiduciary responsibility*. Selain itu juga dijelaskan bahwa diharapkan program CSR ini memberikan nilai tambah bagi semua pemangku kepentingan. Hal tersebut sesuai dengan teori yang mendasari CSR yaitu teori *stakeholders* yang dikemukakan oleh Frynas (2009), menjelaskan bahwa perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern*.



4.2.1 Efisiensi Biaya Lingkungan

Program CSR yang dilaksanakan PT. Otsuka Indonesia dibagi menjadi empat program, yaitu program Kesehatan Masyarakat, program Lingkungan Masyarakat, program Pendidikan Masyarakat, dan program Bencana Alam. Terkait dengan jumlah anggaran dan realisasi dalam Program CSR yang dilaksanakan PT. Otsuka Indonesia maka dapat disajikan pada Tabel 4.1.

Tabel 2. Anggaran dan Realisasi Program CSR yang dilaksanakan PT. Otsuka Indonesia Tahun 2020

No.	Program	Anggaran	Realisasi
1	Kesehatan Masyarakat	250.000.000	225.000.000
2	Lingkungan Masyarakat	250.000.000	200.000.000
3	Pendidikan Masyarakat	250.000.000	200.000.000
4	Bencana Alam	250.000.000	230.000.000
Total		1.000.000.000	855.000.000

Sumber: PT. Otsuka Indonesia

Menurut tabel 4.1, program CSR yang dilaksanakan PT. Otsuka Indonesia bisa dikatakan efisien karena dari dana anggaran yang keluar sebesar Rp. 1.000.000.000, program CSR bisa tercapai hanya dengan dana Rp. 855.000.000. Hal tersebut sesuai dengan teori Mardiasmo (2009) yang menyebutkan bahwa efisiensi adalah hubungan antara masukan sumber daya oleh suatu unit organisasi (misalnya: staf, upah, biaya administratif) dan keluaran yang dihasilkan. Proses kegiatan operasional dapat dikatakan efisien apabila suatu produk atau hasil kerja tertentu dapat dicapai dengan penggunaan sumber daya dan dana yang serendah – rendahnya (*spending well*).

Adapun untuk mengetahui besarnya proposi untuk masing-masing program dapat disajikan pada Tabel 4.2.

Tabel 3. Proposi Dana Program CSR yang dilaksanakan PT. Otsuka Indonesia Tahun 2020

No.	Program	Proporsi
1	Kesehatan Masyarakat	90%
2	Lingkungan Masyarakat	80%
3	Pendidikan Masyarakat	80%
4	Bencana Alam	92%

Sumber: PT. Otsuka Indonesia

Perhitungan di atas menggunakan teori yang dikemukakan oleh Halim (2008) yang menjelaskan bahwa tingkat efektivitas dihitung dengan cara membandingkan realisasi anggaran dengan anggaran belanja yang telah ditetapkan. Tingkat efektivitas digolongkan kedalam beberapa kategori yaitu:

- a. Hasil perbandingan tingkat pencapaian diatas 100% berarti sangat efektif.
- b. Hasil perbandingan tingkat pencapaian 99% sampai 91% berarti efektif.
- c. Hasil perbandingan tingkat pencapaian dibawah 90% berarti tidak efektif

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa proporsi tertinggi dalam penggunaan dana CSR yaitu pada program bencana alam. PT. Otsuka Indonesia memberikan bantuan bencana alam gempa bumi Jogjakarta. Sarana dan prasarana untuk korban bencana, salah satunya adalah rumah dan puskesmas darurat.

Penyaluran bantuan CSR bencana alam ini memerlukan komitmen yang kuat dan kolaborasi antara pemerintah, perusahaan, dan masyarakat yang harmonis. PT. Otsuka Indonesia melalui program *Corporate Social Responsibility* dapat berperan serta dalam bidang bencana alam melalui penyaluran bantuan. Hal tersebut sesuai dengan teori klasifikasi bidang CSR yang dikemukakan oleh Suharto (2010), yaitu CSR sebagai kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungan (*profut*) bagi



kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan professional. Program CSR menurut Suharto dapat diklasifikasikan menjadi lima bidang yaitu bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, modal sosial, dan ekonomi kewirausahaan.

4.2.2 Efektivitas Program

Analisis hasil penelitian dalam penelitian ini berasal dari proses triangulasi antara hasil wawancara dengan beberapa informan dan teori CSR yang telah dijelaskan di bab 2. Dalam penelitian ini, menurut Budiani (2007) ukuran efektivitas suatu program diukur menggunakan variabel-variabel sebagai berikut:

1. Ketepatan Sasaran Program
 - a. Analisis Efektivitas Ketepatan Sasaran Program Kesehatan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan dari ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia yaitu Bapak Idi, disampaikan bahwa program kesehatan masyarakat ini dilakukan dengan program *fogging* di wilayah sekitaran PT. Otsuka Indonesia yaitu Kelurahan Kalirejo Lawang. Program ini dilakukan karena daerah tersebut banyak masyarakat yang terkena penyakit demam berdarah.

Kemudian menurut Bapak Hariyanto selaku Ketua RW. 08 Kelurahan Kalirejo Lawang menyampaikan bahwa memang masih ada beberapa daerah yang kumuh sehingga banyak terjadi kasus demam berdarah. Oleh karena itu kegiatan ini dilakukan kepada sebagian wilayah yang merupakan pusat

penyebaran nyamuk *Aedes Aegypti* yang menyebabkan terjadinya penyakit demam berdarah tersebut.

b. Analisis Efektivitas Ketepatan Sasaran Program Lingkungan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan dari ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia yaitu Bapak Idi, disampaikan bahwa program lingkungan masyarakat yang berupa penghijauan ini ditujukan kepada wilayah Curah Caplang Desa Toyomarto, karena di wilayah tersebut masih banyak lahan-lahan perbukitan yang kosong.

Kemudian menurut Bapak Susilo selaku anggota dari Komunitas Pecinta Alam Indraloka menyampaikan bahwa daerah tersebut merupakan lereng kaki Gunung Arjuno, jadi perlu dilakukan penghijauan supaya terdapat pepohonan yang nantinya menjadi pondasi lereng tersebut dengan tujuan bisa menanggulangi bencana tanah longsor. Selain itu juga kegiatan ini diharapkan bisa mengurangi polusi udara.

c. Analisis Efektivitas Ketepatan Sasaran Program Pendidikan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia yaitu Bapak Idi, disampaikan bahwa program kesehatan masyarakat ini ditujukan kepada masyarakat sekitaran PT. Otsuka Indonesia yaitu RW. 08 Kelurahan Kalirejo, karena di wilayah RW. 08 masih banyak anak-anak kecil yang putus sekolah akibat kurangnya biaya pendidikan.



Kemudian menurut Bapak Hariyanto selaku Ketua RW. 08 Kalirejo di wilayah tersebut memang banyak anak-anak yang putus sekolah akibat kurangnya biaya pendidikan. Kondisi tersebut memang diakibatkan karena mayoritas keluarga di wilayah RW. 08 berprofesi sebagai buruh pabrik sehingga yang kondisi perekonomian berada di tingkat menengah kebawah.

d. Analisis Efektivitas Ketepatan Sasaran Program Bencana Alam

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia yaitu Bapak Idi, disampaikan bahwa program kesehatan masyarakat ini ditujukan kepada wilayah Kecamatan Bantul Jogjakarta yang merupakan salah satu wilayah yang paling parah terdampak bencana gempa bumi Jogjakarta pada tahun 2006 silam.

Kemudian menurut PMI Jogjakarta dan BNPB Jogjakarta menyampaikan bahwa memang daerah Kecamatan Bantul ini yang terkena dampak paling parah dari bencana gempa bumi tersebut. Oleh karena itu bantuan yang dirasa paling dibutuhkan pertama yaitu pada daerah Kecamatan Bantul ini.

2. Sosialisasi Program

a. Analisis Efektivitas Sosialisasi Program Kesehatan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia yaitu Bapak Idi, disampaikan bahwa program kesehatan masyarakat ini disosialisasikan melalui Ketua RW. 08 Kelurahan Kalirejo terlebih dahulu kemudian nantinya dari Ketua RW. 08 yang nantinya disampaikan ke masing-masing masyarakat.

Kemudian menurut Bapak Hariyanto selaku Ketua RW. 08 Kelurahan Kalirejo Lawang menyampaikan bahwa sosialisasi dari pihak PT. Otsuka Indonesia ini dilakukan setiap 3 bulan sekali. Sosialisasi ini dilakukan oleh PT. Otsuka Indonesia dengan Ketua RW. 08 sekaligus perangkat desa setempat yang terlibat dalam proses kegiatan *fogging* ini.

b. Analisis Efektivitas Sosialisasi Program Lingkungan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia yaitu Bapak Idi, disampaikan bahwa program Lingkungan Masyarakat ini disosialisasikan bersama Komunitas Pecinta Alam Indraloka dan juga Perhutani untuk membahas bagaimana kegiatan penghijauan dilaksanakan.

Kemudian menurut Bapak Susilo selaku anggota dari Komunitas Pecinta Alam Indraloka menyampaikan bahwa sosialisasi sekaligus pemantauan dari pihak PT. Otsuka Indonesia ini dilakukan setiap 3-4 bulan sekali untuk mencari tahu bagaimana proses berjalannya kegiatan penghijauan ini.

c. Analisis Efektivitas Sosialisasi Program Pendidikan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia yaitu Bapak Idi, disampaikan bahwa program pendidikan masyarakat ini disosialisasikan bersama Ketua RW. 08 Kelurahan Kalirejo Lawang yang nantinya disampaikan ke masyarakat mengenai bagaimana program beasiswa ini nantinya berjalan.

Kemudian menurut Bapak Hariyanto selaku Ketua RW. 08 Kelurahan Kalirejo Lawang menyampaikan bahwa sosialisasi dari pihak PT. Otsuka Indonesia dilaksanakan setiap awal semester dengan cara pendataan berapa jumlah siswa-siswi yang kurang mampu yang nantinya akan mendapatkan bantuan beasiswa tersebut.

d. Analisis Efektivitas Sosialisasi Program Bencana Alam

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia yaitu Bapak Idi, disampaikan bahwa program bencana alam ini disosialisasikan bersama PMI Jogjakarta dan BNPB Jogjakarta.

Kemudian menurut PMI Jogjakarta selaku penerima dan sekaligus penyalur bantuan menyampaikan bahwa tim dari PT. Otsuka Indonesia langsung datang ke lokasi bencana di Kecamatan Bantul Jogjakarta untuk mensosialisasikan kegiatan penyaluran bantuan bencana alam ini.

3. Tujuan Program

a. Analisis Efektivitas Tujuan Program Kesehatan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia yaitu Bapak Idi, disampaikan bahwa program kesehatan masyarakat yang berupa kegiatan *fogging* di wilayah sekitaran PT. Otsuka Indonesia yaitu daerah RW. 08 Kelurahan Kalirejo Lawang ditujukan untuk mengurangi mengurangi jumlah penderita penyakit demam berdarah.

Kemudian menurut penerima program ini yaitu Bapak Hariyanto selaku Ketua RW. 08 Kelurahan Kalirejo Lawang menyampaikan bahwa kegiatan *fogging* yang dilakukan di sekitar wilayah Kelurahan Kalirejo Lawang ini cukup efektif. Karena jumlah penderita penyakit demam berdarah di wilayah tersebut menurun semenjak program *fogging* oleh PT. Otsuka Indonesia ini berjalan.

b. Analisis Efektivitas Tujuan Program Lingkungan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia yaitu Bapak Idi, disampaikan bahwa program lingkungan masyarakat yang dilakukan dengan penghijauan ini ditujukan untuk melestarikan dan mengembalikan fungsi hutan yang ada di lereng Gunung Arjuna yang merupakan sumber mata air utama di wilayah Kecamatan Lawang.

Kemudian menurut penerima dan pelaksana program penghijauan ini yaitu Bapak Susilo selaku anggota dari Komunitas Pecinta Alam Indraloka menyampaikan bahwa program ini sudah berjalan sesuai tujuan. Semenjak program ini dilakukan, hutan di Curah Caplang Desa Toyomarto ini semakin banyak tertanam pohon dan juga persediaan air bersih di Kecamatan Lawang terjaga dengan baik. “Jadi gini mas, untuk saat ini banyak wilayah di Indonesia tidak terkecuali di Malang yang areal nya kritis. Kritis yang dimaksud adalah minimnya pohon tegakan yang menjadi pengikat air saat hujan, Perihal ini yang di khawatirkan bisa terjadi longsor dan berakibat

bencana bagi masyarakat di kaki Lereng Gunung Arjuna hingga terus kebawah. Oleh karena itu kami fokus pada momen ini, yaitu rehabilitasi lahan kritis. Jadi InsyaAllah dengan kegiatan penghijauan penanaman pohon massal tersebut selain lahan kritis terselamatkan. Juga momen pelestarian dan tambahan oksigen juga akan didapat”.

c. Analisis Efektivitas Tujuan Program Pendidikan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia yaitu Bapak Idi, disampaikan bahwa program beasiswa ini ditujukan supaya para anak-anak sekolah yang berada di wilayah RW. 08 Kelurahan Kalirejo Lawang tidak ada yang putus sekolah akibat kekurangan biaya untuk pendidikan.

Kemudian menurut penerima program pendidikan masyarakat ini yaitu Bapak Hariyanto selaku Ketua RW. 08 Kalirejo Lawang menyampaikan bahwa “Menurut saya untuk yang masalah beasiswa pendidikan ini sudah efektif sih mas. Karena warga pra-sejahtera di daerah RW.08 tiap tahun rutin mendapat bantuan beasiswa dari PT. Otsuka ini. Khusus nya disini yang menerima bantuan ini itu siswa-siswa yang kurang mampu mas, bukan siswa yang berprestasi. Mulai dari siswa SD kelas 1 sampai SMA”.

d. Analisis Efektivitas Tujuan Program Bencana Alam

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia yaitu Bapak Idi, disampaikan bahwa program penyaluran bantuan untuk gempa bumi Jogjakarta pada tahun

2006 silam ditujukan untuk membantu para korban yang terdampak paling parah yaitu terletak di Kecamatan Bantul.

Kemudian menurut penerima sekaligus penyalur bantuan ini yaitu PMI Jogjakarta dan BNPB Jogjakarta menyampaikan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh PT. Otsuka Indonesia ini sudah berjalan sesuai tujuan.

Bantuan berupa pembangunan rumah-rumah, sebuah puskesmas, dan juga barang-barang keperluan lainnya dinilai sangat bermanfaat bagi masyarakat Kecamatan Bantul yang menerima bantuan tersebut.

4. Pemantauan Program

a. Analisis Efektivitas Pemantauan Program Kesehatan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia yaitu Bapak Idi, disampaikan bahwa program *fogging* ini dipantau setiap 3 bulan sekali oleh PT. Otsuka Indonesia dengan Ketua RW. 08 Kelurahan Kalirejo dan juga perangkat desa setempat.

Kemudian menurut penerima program ini yaitu Bapak Hariyanto selaku Ketua RW. 08 Kelurahan Kalirejo Lawang menyampaikan bahwa, “Ya kalau *fogging* yang pertama untuk memberantas nyamuk demam berdarah ini mas. Kemudian juga warga pelan-pelan juga memulai hidup bersih. Jadi kita evaluasi juga mas ada perubahan positif setiap 3 bulan hasilnya juga semakin rendah penderita penyakit demam berdarah di daerah RW. 08 ini”.

b. Analisis Efektivitas Pemantauan Program Lingkungan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia yaitu Bapak Idi, disampaikan bahwa program penghijauan yang dilakukan di Curah Caplang Desa Toyomarto ini dipantau dan disosialisasikan setiap 3-4 bulan sekali oleh PT. Otsuka Indonesia dengan Komunitas Pecinta Alam Indraloka dan juga Perhutani.

Kemudian menurut penerima sekaligus pelaksana program penghijauan ini yaitu Bapak Susilo selaku anggota dari Komunitas Pecinta Alam Indraloka ini menyampaikan bahwa memang pihak PT. Otsuka Indonesia selalu memantau kegiatan ini setiap 3-4 bulan sekali. Pemantauan ini dilakukan oleh PT. Otsuka Indonesia untuk melihat bagaimana perkembangan dan juga hasil program penghijauan tersebut. “

c. Analisis Efektivitas Pemantauan Program Pendidikan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia yaitu Bapak Idi, disampaikan bahwa program beasiswa yang dilaksanakan ini dipantau setiap awal semester tahun ajaran.

Kemudian menurut penerima sekaligus penyalur program beasiswa ini yaitu Bapak Hariyanto selaku Ketua RW. 08 Kelurahan Kalirejo Lawang menyampaikan bahwa dari PT. Otsuka Indonesia memang memantau kegiatan ini setiap awal semester tahun ajaran. Namun menurut Bapak Hariyanto pemantauan dari PT. Otsuka Indonesia masih terdapat beberapa

kesalahan teknis dari pihak masyarakat mengenai penerima beasiswa yang tidak sesuai dengan ketentuan.

d. Analisis Efektivitas Pemantauan Program Bencana Alam

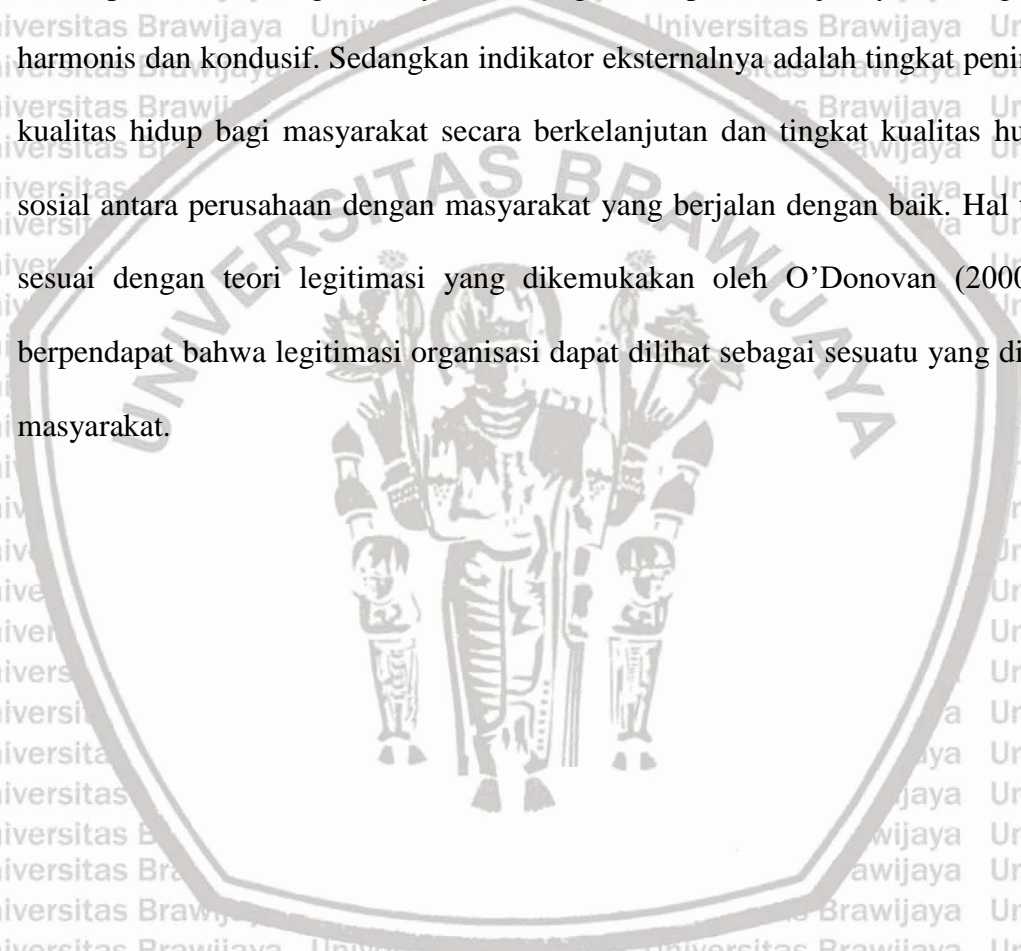
Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari ketua pelaksana program CSR PT. Otsuka Indonesia yaitu Bapak Idi, disampaikan bahwa program penyaluran bantuan bencana alam gempa bumi Jogjakarta tahun 2006 silam ini dipantau langsung oleh tim dari PT. Otsuka Indonesia sendiri yang langsung berangkat ke Jogjakarta.

Kemudian menurut penerima sekaligus penyalur bantuan bencana ini yaitu pihak PMI Jogjakarta dan BNPB Jogjakarta menyampaikan bahwa pemantauan ini dilakukan oleh tim dari PT. Otsuka Indonesia langsung pada tempat kejadian yaitu di Kecamatan Bantul rutin setiap bulan selama 2 tahun untuk memastikan kebutuhan masyarakat yang terdampak bencana alam ini dapat terpenuhi. "PT. Otsuka juga ada standby disini setiap bulan. Sampai benar-benar bantuan nya di distribusikan dan masyarakat sudah pulih. Kalau tidak salah selama 1-2 tahun tim dari PT. Otsuka rutin memantau".

Dari data wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan CSR PT. Otsuka Indonesia memenuhi beberapa indikator ukuran keberhasilan program CSR perusahaan. Teori yang digunakan adalah teori dari Wibisono (2007) yang menjelaskan bahwa untuk melihat sejauh mana efektivitas program CSR, diperlukan parameter atau

indikator untuk mengukurnya. Setidaknya ada dua indikator keberhasilan yang dapat digunakan, yaitu indikator internal dan indikator eksternal.

Indikator internalnya adalah meminimalkan perselisihan/konflik/potensi konflik antara perusahaan dengan masyarakat dengan harapan terwujudnya hubungan yang harmonis dan kondusif. Sedangkan indikator eksternalnya adalah tingkat peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat secara berkelanjutan dan tingkat kualitas hubungan sosial antara perusahaan dengan masyarakat yang berjalan dengan baik. Hal tersebut sesuai dengan teori legitimasi yang dikemukakan oleh O'Donovan (2000) yang berpendapat bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat.



BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Program Kesehatan Masyarakat yang dilaksanakan oleh PT. Otsuka Indonesia sudah dilaksanakan dengan efektif dan efisien. Hal ini dikarenakan sudah memenuhi indikator yang digunakan yaitu ketepatan sasaran program, sosialisasi program, tujuan program, dan pemantauan program. Program dikatakan efisien karena program ini dapat dicapai dengan penggunaan dana yang serendah-rendahnya (Mardiasmo, 2009). Selain itu, tingkat efektivitas biaya program Kesehatan Masyarakat sebesar 90% maka dapat dikatakan efektif.

2. Program Lingkungan Masyarakat yang dilaksanakan oleh PT. Otsuka Indonesia efektif dan efisien. Hal ini dikarenakan sudah memenuhi indikator yang digunakan yaitu ketepatan sasaran program, sosialisasi program, tujuan program, dan pemantauan program. Program dikatakan efisien karena program ini dapat dicapai dengan penggunaan dana yang serendah-rendahnya (Mardiasmo, 2009).

Namun, biaya program Lingkungan Masyarakat ini masih belum efektif dikarenakan anggaran yang diserap hanya 80% dari yang direncanakan.

3. Program Pendidikan Masyarakat yang dilaksanakan oleh PT. Otsuka Indonesia sudah dilaksanakan dengan efektif. Hal ini dikarenakan memenuhi indikator yang digunakan yaitu ketepatan sasaran program, sosialisasi program, tujuan program,



dan pemantauan program. Program dikatakan efisien karena program ini dapat dicapai dengan penggunaan dana yang serendah-rendahnya (Mardiasmo, 2009).

Namun, biaya program Lingkungan Masyarakat ini masih belum efektif dikarenakan anggaran yang diserap hanya 80% dari yang direncanakan.

4. Program Bencana Alam yang dilaksanakan oleh PT. Otsuka sudah dilaksanakan dengan efektif. Hal ini dikarenakan memenuhi indikator yang digunakan yaitu ketepatan sasaran program, sosialisasi program, tujuan program, dan pemantauan program. Program dikatakan efisien karena program ini dapat dicapai dengan penggunaan dana yang serendah-rendahnya (Mardiasmo, 2009). Selain itu, tingkat efektivitas biaya program Bencana Alam sebesar 92% maka dapat dikatakan efektif.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Batasan yang dilakukan peneliti hanya pada tingkat efektivitas program dan efisiensi biaya CSR di PT. Otsuka Indonesia.
2. Batasan sumber data yang dilakukan peneliti hanya bersumber pada PT. Otsuka Indonesia dan koordinator penerima bantuan CSR dari PT, Otsuka Indonesia.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dan hasil analisis data yang telah dijelaskan di bab sebelumnya mengenai efektivitas program CSR di PT. Otsuka Indonesia, secara umum dapat ditarik beberapa saran sebagai berikut:

5.3.1 Saran Untuk Penelitian Berikutnya

1. Peneliti selanjutnya, dapat melakukan wawancara langsung dengan masyarakat yang menerima CSR dari PT. Otsuka Indonesia, bukan hanya wawancara dengan koordinator penerima CSR ini saja.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat melakukan penelitian dengan topik yang sama, karena masih terdapat program-program CSR lain yang dilaksanakan oleh PT. Otsuka Indonesia yang belum diteliti efektivitas dan efisiensinya.

5.3.2 Saran untuk Perusahaan

1. PT. Otsuka Indonesia kedepannya bisa memperluas wilayah program CSR. Bukan hanya program disekitar Kecamatan Lawang saja.
2. PT. Otsuka Indonesia kedepannya bisa memperbanyak jenis program CSR yang dilakukan untuk masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto. (2004). *Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: Rineka Cipta.

Branco & Rodrigues. (2007). Positioning stakeholder theory within the debate on corporate social responsibility. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*.

Budiani, Ni Wayan. (2007). Efektivitas Program Penanggulangan Pengangguran Karang Taruna “Eka Taruna Bhakti” Desa Sumerta Kelod Kecamatan Denpasar Timur Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi Sosial Vol. 2(1)*.

Clark, Cynthia. (2000). *Differences between Public Relations and Corporate Social Responsibility: An Analysis*. Bentley University.

Frynas, Jędrzej. (2009). *Corporate Social Responsibility and International Development: Critical Assessment*. Blackwell Publishing.

Garriga & Mele. (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*. Journal of Business Ethics.

Halim, Abdul. 2008, *Akuntansi Keuangan Daerah*. Cetakan Ketiga, Salemba Empat. Jakarta

Irwanto. (2009). Kajian efektivitas program corporate Social Responsibility (CSR) Yayasan Unilever Indonesia. *Jurnal Manajemen 99-110 Universitas Madura*.

Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.

Mardiasmo, 2009, *Akuntansi Sektor Publik*, penerbit ANDI Yogyakarta.

Minoja & Zollo. (2010). *Stakeholder cohesion, innovation, and competitive advantage*. Emerald Group Publishing.

Moekijat. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Mandar Maju

Nuryana, Mu'man. (2005). *Corporate Social Responsibility dan Kontribusi bagi Pembangunan Berkelanjutan, makalah yang disampaikan pada diklat pekerjaan sosial industri, Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Kesejahteraan sosial (BBPPKS)*. Lembang, Bandung.

O'Donovan. (2002). Environmental Disclosure in the Annual Report: Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal, Vol. 15(3): 344-371*.

Robbins & Judge. (2009). *Organizational Behavior*. New Jersey: Pearson Education.

Sari & Intan. (2015). Pengaruh Penerapan Strategi CSR dalam Meningkatkan Citra Perusahaan pada PT. Pertamina Persero. *Competence Journal of Management Studies*.

Suharto, Edi. (2010). *CSR & COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*. Bandung: Alfabeta.

Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.

Untung, Hendrik Budi. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.

UU No.13 Tahun 2003 Pasal 1 Ayat 6.

Wibisono. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Jakarta: PT. Gramedia.

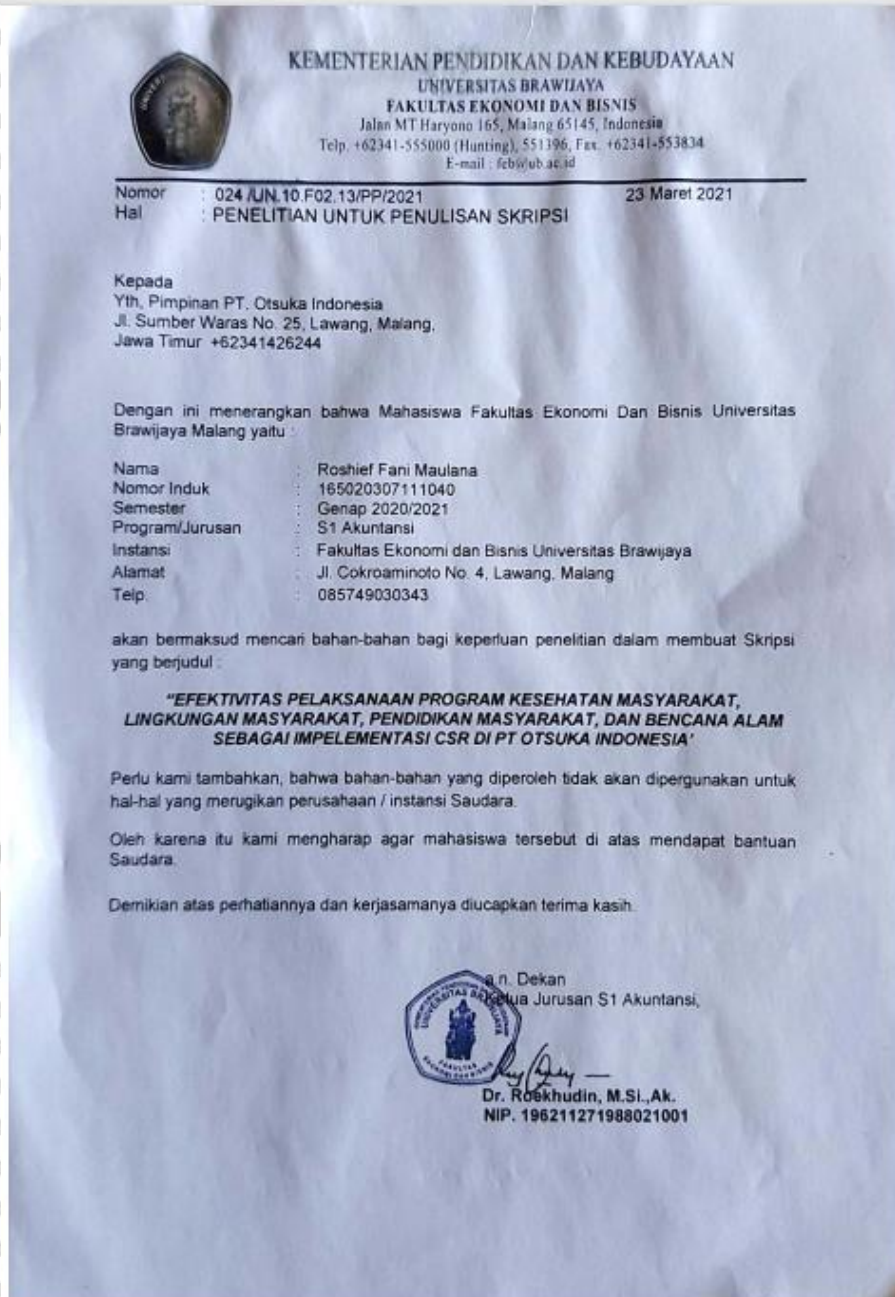
Williams, C. (2001). *Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.

World Bussiness Council for Sustainable Development. (2007). *Corporate Social Responsibility: Making Good Bussiness Sense*. Switzerland.

Yulianti. (2012). Efektivitas Program PTPN 7 Peduli di PTPN VII (Persero) Lampung
(suatu evaluasi atas Program CSR). *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan
Pembangunan Universitas Lampung.*



Lampiran 1. Surat Pengantar Penelitian



Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara



UNTUK PT OTSUKA

Pertanyaan General

1. Mulai kapan CSR PT. Otsuka dilaksanakan?
2. Apa saja program CSR PT. Otsuka?
3. Wujud pelaksanaan program CSR PT. Otsuka?
4. Sumber daya apa saja yang digunakan untuk pelaksanaan program CSR PT. Otsuka?
5. Rincian biaya lingkungan untuk alokasi CSR PT. Otsuka?
6. Seberapa sering masyarakat memanfaatkan pelaksanaan program CSR PT. Otsuka?
7. Bagaimana cara PT. Otsuka mengevaluasi program CSR yang dilaksanakan?
8. Bagaimana PT. Otsuka mengukur efektivitas pelaksanaan program CSR?
9. Apa saja kendala yang dialami PT. Otsuka dalam melaksanakan program CSR?

Pertanyaan Program Kesehatan

1. Ketepatan sasaran. Siapakah target yang dituju oleh pt Otsuka dalam pelaksanaan program kesehatan masyarakat?
2. Sosialisasi program. Bagaimana program kesehatan masyarakat disosialisasikan?



3. Tujuan program. Apa harapan PT. Otsuka dari pelaksanaan program kesehatan masyarakat?

4. Pemantauan program. Bagaimana PT. Otsuka memantau berjalannya program kesehatan masyarakat?

Pertanyaan Program Lingkungan

1. Ketepatan sasaran. Siapakah target yang dituju oleh pt Otsuka dalam pelaksanaan program lingkungan?

2. Sosialisasi program. Bagaimana program lingkungan masyarakat disosialisasikan?

3. Tujuan program. Apa harapan PT. Otsuka dari pelaksanaan program lingkungan masyarakat?

4. Pemantauan program. Bagaimana PT. Otsuka memantau berjalannya program lingkungan masyarakat?

Pertanyaan Program Pendidikan



1. Ketepatan sasaran. Siapakah target yang dituju oleh pt Otsuka dalam pelaksanaan program pendidikan masyarakat?

2. Sosialisasi program. Bagaimana program pendidikan masyarakat disosialisasikan?

3. Tujuan program. Apa harapan PT. Otsuka dari pelaksanaan program pendidikan masyarakat?

4. Pemantauan program. Bagaimana PT. Otsuka memantau berjalannya program pendidikan masyarakat?

Pertanyaan ProgramBencana

1. Ketepatan sasaran. Siapakah target yang dituju oleh pt Otsuka dalam pelaksanaan program bencana alam?

2. Sosialisasi program. Bagaimana program bencana alam disosialisasikan?

3. Tujuan program. Apa harapan PT. Otsuka dari pelaksanaan program bencana alam?

4. Pemantauan program. Bagaimana PT. Otsuka memantau berjalannya program bencana alam?

UNTUK MASYARAKAT YANG MENDAPAT CSR PT. OTSUKA



Pertanyaan General

1. Mulai kapan program CSR PT. Otsuka dilaksanakan?
2. Wujud pelaksanaan program CSR PT. Otsuka?
3. Seberapa sering masyarakat memanfaatkan program CSR PT. Otsuka?
4. Apakah program CSR PT. Otsuka sudah efektif?
5. Apakah ada kendala yang dialami masyarakat terhadap CSR PT. Otsuka?

Pertanyaan Program Kesehatan

1. Ketepatan sasaran. Apakah menurut masyarakat sekitar, CSR sudah tepat sasaran?
2. Sosialisasi program. Bagaimana program kesehatan masyarakat disosialisasikan?
3. Tujuan program. Bagaimana program kesehatan masyarakat dilaksanakan?
4. Pemantauan program. Bagaimana PT. Otsuka memantau berjalannya program kesehatan masyarakat?

Pertanyaan Program Lingkungan



1. Ketepatan sasaran. Apakah menurut masyarakat sekitar, CSR sudah tepat sasaran?

2. Sosialisasi program. Bagaimana program lingkungan masyarakat disosialisasikan?

3. Tujuan program. Bagaimana program lingkungan masyarakat dilaksanakan?

4. Pemantauan program. Bagaimana PT. Otsuka memantau berjalannya program lingkungan masyarakat?

Pertanyaan Program Pendidikan

1. Ketepatan sasaran. Apakah menurut masyarakat sekitar, CSR sudah tepat sasaran?

2. Sosialisasi program. Bagaimana program pendidikan masyarakat disosialisasikan?

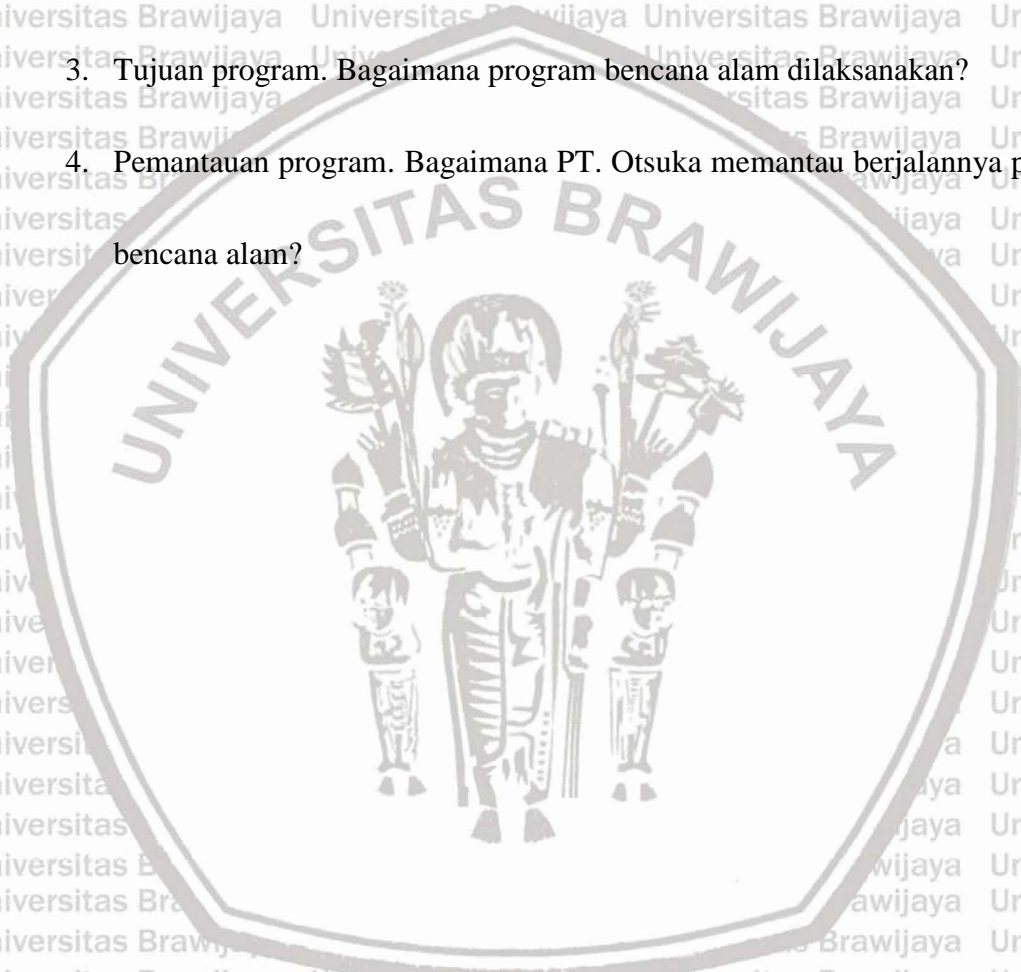
3. Tujuan program. Bagaimana program pendidikan masyarakat dilaksanakan?

4. Pemantauan program. Bagaimana PT. Otsuka memantau berjalannya program pendidikan masyarakat?

Pertanyaan Program Bencana



1. Ketepatan sasaran. Apakah menurut masyarakat sekitar, CSR sudah tepat sasaran?
2. Sosialisasi program. Bagaimana program bencana alam disosialisasikan?
3. Tujuan program. Bagaimana program bencana alam dilaksanakan?
4. Pemantauan program. Bagaimana PT. Otsuka memantau berjalannya program bencana alam?



Lampiran 3. Transkrip Wawancara



WAWANCARA DENGAN PT. OTSUKA (Pak Idi Hartono)

R: Untuk program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Otsuka Indonesia setelah saya pelajari dari website dan jurnal itu ada 4 pak, yang pertama program pendidikan yaitu “Pintar Bersama Otsuka” itu dalam bentuk beasiswa. Kemudian program kesehatan ini “Sehat Bersama Otsuka” dalam bentuk fogging di daerah sekitaran PT. Otsuka.

Kemudian program bencana alam itu bantuan sembako. Kemudian program lingkungan itu pengijjauan di Toyomarto, Singosari.

I: Jadi untuk program pendidikan PT. Otsuka, kita ada pembagian beasiswa untuk warga yaitu setiap setahun sekali. Itu kita laksanakan setiap akhir tahun ajaran. Kemudian yang untuk lingkungan sebenarnya banyak mas, bukan cuman di Toyomarto aja, tapi juga ada yang di kaki Gunung Arjuno juga semua kita tanam tanaman yang produktif.

R: Kemudian, berapa lama program CSR PT. Otsuka Indonesia ini berjalan pak?

I: Program CSR PT. Otsuka kita mulai tahun 2006 kalau tidak salah mas, kalo program CSR yang donor darah malah kita laksanakan sebelum tahun 2006 rutin. Kalau program beasiswa kita laksanakan mulai tahun 2000an.

R: Apa benar wujud pelaksanaan program CSR PT. Otsuka itu 4 program yang saya sebutkan tadi pak?

I: Iya benar mas

R: Sumber daya apa saja pak yang digunakan oleh PT. Otsuka pada program CSR ini pak?



I: Kalau biaya kita ada budget sendiri untuk itu

R: Apa bisa dijelaskan secara rinci pak? Mengenai biaya lingkungan yang dikeluarkan untuk masing-masing program yang saya sebutkan tadi? Jadi mulai dari anggaran yang diajukan dan juga realisasi anggaran tersebut pak.

I: Kalo untuk masing-masing program itu kita anggarkan 250juta, namun untuk program kesehatan realisasinya 225 juta, program lingkungan itu 200juta, program pendidikan itu 200juta, program bencana alam itu yang paling banyak sekitar 230juta.

Jadi untuk total kira-kira ya 1M mas cuman yang terealisasi dilapangan tidak sampai.

R: Kemudian seberapa sering pak manfaat dari program CSR ini didapatkan oleh masyarakat?

I: Kalau itu setiap tahun pasti kita ada mas. Dan itu selalu kita evaluasi semua setiap 3 bulan.

R: Kemudian itu bagaimana pak cara PT. Otsuka mengevaluasi program CSR nya tersebut?

I: Jadi kita pantau terus mas kegiatan nya. Kemudian kita minta respon dari masyarakat bagaimana program CSR ini untuk mereka

R: Kemudian bagaimana cara PT. Otsuka mengukur efektivitas program CSR nya pak?

I: Kalau ukur efektivitas nya mungkin yang pertama dari hasilnya, yang kedua kita melihat dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan masyarakat kepada kita. Sejauh ini respon yang didapat semakin lama program berjalan responnya juga semakin baik.

R: Berarti program CSR PT. Otsuka ini sudah bisa dikatakan efektif?

I: Kalau menurut kita sementara ini sudah efektif, karena sudah ada perbaikan peningkatan dari masyarakat. Tapi masih ada yang belum terwujud yaitu waktunya.

Jadi CSR itu sebenarnya harus kita kasih waktu. Karena kalau terus menerus nanti nyalah jadi tanggungan kita. Intinya program CSR akan kita lakukan secara berkala.

Jadi kendala yang kita alami ini cuman masalah waktu saja mas.

R: Kemudian harapan PT. Otsuka mengenai program ini apa pak?

I: Harapan kita ya mudah-mudahan program ini akan selalu eksis terus. Karena CSR sangat membantu lingkungan. Juga kita berharap ada feedback dari masyarakat untuk kegiatan-kegiatan yang lain.

R: Kemudian sekarang saya lanjutkan ke pertanyaan per program ya pak. Yang pertama program kesehatan. Siapa target yang dituju oleh PT. Otsuka dalam kegiatan ini?

I: Paling tidak lingkungan sekitar kita yaitu RW.08 ini.

R: Bagaimana sosialisasi program ini ke masyarakat?

I: Jadi sosialisasi kita hubungi lewat Pak RW. Kita selalu komunikasi untuk kegiatan yang akan dilaksanakan melalui Ketua RW. 08 Kalirejo Lawang. Kita beri 2 atau 3 hari sebelumnya untuk persiapan warga

R: Kemudian tujuan dari program kesehatan ini apa pak?

I: Ya kalau untuk fogging ya supaya tidak ada masyarakat yang terjangkit virus demam berdarah dan mungkin bisa memberi contoh kepada warga untuk berperilaku bersih di kampung nya.

R: Kemudian untuk pemantauan program ini bagaimana pak?

I: Pemantauan ya kita lakukan rutin mas kita percayakan semua kepada warga RW. 08



R: Lalu kemudian ke program lingkungan pak. Pertanyaannya sama sih pak, siapa yang ditarget dari dilaksanakannya program ini?

I: Kalau program lingkungan kita tidak laksanakan di daerah sini mas. Kita lakukan perkembangan wilayah dari daerah lawang ke daerah singosari

R: untuk sosialisasi program ini bagaimana pak?

I: Kalau itu kita sosialisasikan dengan pihak-pihak yang terkait mas. Dalam hal ini pihak yang terkait yaitu Perhutani dan Komunitas Pecinta Alam Indraloka. Jadi apapun program nya kita pasti sosialisasi dengan pihak yang terkait ataupun perangkat desa setempat. Kita lakukan tersebut supaya tepat sasaran

R: Kemudian untuk tujuan program ini pak?

I: Ya yang jelas kita lakukan penghijauan untuk meringankan beban masyarakat. Bisa juga bermanfaat mengembalikan fungsi hutan.

R: Kemudian pemantauan program lingkungan ini bagaimana pak?

I: Pemantauan kita selalua ada mas, selain komunikasi dengan perangkat. Kita juga selalu terkadang kita memantau langsung ke tempat warga. Karena kita juga perlu masukan dari mereka. Semua pemantauan program kita lakukan 3 bulan sekali mas.

R: Baik pak. Kemudian saya lanjut ke program pendidikan ya pak. Pertanyaannya tetap pak. Target dari program ini siapa pak?

I: Target ke warga sekitar mas yaitu RW. 08 Kelurahan Kalirejo Lawang. Tujuan dari program ini y akita tidak mau ada anak yang putus sekolah akibat tidak adanya biaya pendidikan mas. Nantinya target ini akan terus berkembang luas. Target kita yaitu



untuk siswa yang kurang mampu, bukan untuk siswa yang berprestasi. Nanti juga kita harapkan bisa menaikkan taraf hidup mereka yang mendapat beasiswa ini

R: Kalau untuk sosialisasi pak?

I: Kalau masalah sosialisasi sama mas. Sosialisasi setiap 3 bulan sekali melalui ketua

RW. 08 dan perangkat lainnya. Sosialisasi biasanya kita lakukan sekaligus pemantauan juga mas. Dan alhamdulillah mereka juga kondusif dan support kepada kita mengenai program CSR kita.

R: Kemudian selanjutnya ke program bencana pak

I: Kita untuk program bencana selalu ada. Contoh kasus nya yang di Jogja. Di jogja kita bangun 1 kampung disana dan 1 puskesmas di daerah Gunung Kidul. Semua kita lakukan dengan berangkat ke lokasi bencana alam. Tim dari kita sosialisasi dan memantau terus kesana bersama PMI dan BNPB untuk mengatur semua nya. Kita siapkan semua sesuai permintaan dari mereka. Pemantauan kita lakukan setiap bulan selama 2 tahun. Bantuan kita kebanyakan berupa barang keperluan wanita, anak kecil, dan obat-obatan.

R: Kalau begitu sudah pak. Misalkan nanti ada pertanyaan yang lain nanti saya hubungi lagi ya pak.

I: Iya mas santai saja kalau ada apa-apa tanya lagi aja sama saya perlu nya apa.

R: Terima kasih banyak ya pak. Mohon maaf mengganggu waktunya

I: Iya mas sama-sama

WAWANCARA DENGAN KETUA RW. 08 KALIREJO (Pak Hariyanto)

R: Jadi kemarin saya mendapat arahan dari Pak Idi selaku ketua program CSR yang dilakukan PT. Otsuka Indonesia untuk menemui bapak mengenai wawancara program CSR ini pak. Jadi program CSR PT. Otsuka kan ada 4 pak? Program kesehatan masyarakat, program pendidikan masyarakat, program lingkungan masyarakat, dan program bencana alam. Apa benar pak untuk program kesehatan masyarakat dan pendidikan masyarakat ini program CSR PT. Otsuka dilakukan di lingkungan RW. 08 ini pak?

H: Iya benar mas

R: Untuk program kesehatan masyarakat dilakukan dengan kegiatan fogging, dan untuk program pendidikan masyarakat dilakukan dengan program beasiswa untuk siswa yang kurang mampu

H: Iya benar

R: Untuk program fogging dan beasiswa ini sudah berjalan mulai kapan pak?

H: Kalau yang program beasiswa itu udah lama mas, setiap tahun ada kira-kira sudah berjalan selama 15 tahunan lebih. Kalau yang program fogging ini rutin setiap 3 bulan sekali mas dilakukan di lingkungan RW sini.

R: Menurut bapak, apa program CSR yang dilakukan PT. Otsuka ini sudah efektif apa belum?

H: Menurut saya untuk yang masalah beasiswa pendidikan ini sudah efektif sih mas.

Karena warga pra-sejahtera di daerah RW. 08 tiap tahun rutin mendapat bantuan beasiswa dari PT. Otsuka ini. Khusus nya disini yang menerima bantuan ini itu siswa-

siswa yang kurang mampu mas, bukan siswa yang berprestasi. Mulai dari siswa SD kelas 1 sampai SMA.

R: Beasiswa nya dalam bentuk apa ya pak?

H: Dalam bentuk uang mas, setiap tingkatan SD sampai SMA itu beda nominalnya.

Kalau SMA kisaran 300 ribu, kalau SD sama SMP kisaran 270 ribu.

R: kemudian dalam pelaksanaan CSR ini apa pernah ada kendala pak?

H: Nggak ada sih mas. Soalnya emang benar-benar rutin programnya. Kalau yang fogging itu rutin tiap 3 bulan sekali, yang beasiswa rutin diadakan setiap setahun sekali.

Dan menurut saya juga tidak ada kendala mengenai proses kegiatan program ini. Ada sih kalau cuman kendala-kendala teknis kecil mengenai pendataan siswa pra-sejahtera ini tadi mas.

R: Kemudian cara PT. Otsuka mensosialisasikan program CSR ini bagaimana pak?

H: Itu sudah dari RW sebelumnya mas. Kita hanya meneruskan dari RW sebelumnya. Jadi dari PT. Otsuka minta pendataan ke kita, lah dari kita nanti kita minta data ke masing-masing RT untuk berapa jumlah siswa pra-sejahtera yang nantinya mendapatkan bantuan beasiswa ini.

R: Kemudian setelah berjalannya program ini, apakah PT. Otsuka memantau kegiatan ini?

H: Masih terus dipantau kok mas. Ada pembinaan khusus dari PT. Otsuka. Kemudian nanti jika ada siswa yang mendapat beasiswa ini berprestasi di sekolahnya, ada kemungkinan siswa tersebut nantinya bisa direkrut langsung oleh PT. Otsuka.

R: Kemudian kalau untuk kegiatan fogging ini dilakukan dimanapak?

H: Kalau yang disini ya mencakup semua wilayah RW. 08 mas. Jadi setiap 3 bulan itu

PT. Otsuka melakukan sosialisasi dan sekaligus pemantauan juga mas tentang bagaimana program ini berjalan dan bagaimana juga hasilnya.

R: Kemudian untuk tujuan fogging ini apa ya pak?

H: Ya kalau fogging yang pertama untuk memberantas nyamuk demam berdarah ini mas. Kemudian juga warga pelan-pelan juga memulai hidup bersih. Jadi kita evaluasi juga mas ada perubahan positif setiap 3 bulan hasilnya juga semakin rendah penderita penyakit demam berdarah di daerah RW. 08 ini.

R: Apa ada harapan bapak sebagai Ketua RW. 08 mengenai program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Otsuka ini pak?

H: Ya kalau harapan saya program ini tetap dilanjutkan terus. Terutama yang beasiswa ya mudah-mudahan cakupannya lebih luas lagi mas. Tapi sementara ini semua ya juga benar-benar sudah sangat bermanfaat bagi kita mas. Selain program fogging juga sebenarnya PT. Otsuka ada program untuk posyandu lansia mas dan itu kita setiap sebulan mendapat dana.

R: Baik pak, terima kasih banyak ya pak. Mohon maaf saya mengganggu waktu nya

H: Oh iya mas sama-sama.

WAWANCARA DENGAN KOMUNITAS PECINTA ALAM INDRALOKA

(Pak Susilo)

R: Selamat siang pak. Saya Roshief mahasiswa Universitas Brawijaya. Saya mendapat arahan dari Pak Idi untuk menghubungi njenengan. Saya sedang melakukan penelitian

mengenai CSR yang dilakukan oleh PT. Otsuka Indonesia dengan Komunitas Pecinta Alam Indraloka. Apa saya bisa melakukan wawancara pak?

S: Selamat siang mas, monggo

R: Tentang CSR program lingkungan pak, apa benar salah satu program CSR Otsuka adalah penanaman pohon di daerah Curah Caplang, Toyomarto, Singosari?

S: Iya benar mas

R: Lalu bagaimana sosialisasi yang dilakukan oleh PT. Otsuka kepada Komunitas Pecinta Alam Indraloka dan juga warga sekitaran Toyomarto pak?

S: Koordinasi dilakukan oleh PT. Otsuka dengan Kepala Dusun dan juga Perhutani mas

R: Kemudian seberapa sering program ini dilakukan?

S: Tanam pohon massal dilakukan setiap setahun sekali mas. Kalau untuk perawatan dan pemantauan dilakukan setiap 3-4 bulan sekali oleh PT. Otsuka dengan kami.

R: Kemudian tujuan dari adanya program penghijauan ini apa pak?

S: Jadi gini mas, untuk saat ini banyak wilayah di Indonesia tidak terkecuali di Malang yang areal nya kritis. Kritis yang dimaksud adalah minimnya pohon tegakan yang menjadi pengikat air saat hujan. Perihal ini yang di khawatirkan bisa terjadi longsor dan berakibat bencana bagi masyarakat di kaki Lereng Gunung Arjuna hingga terus kebawah. Oleh karena itu kami fokus pada momen ini, yaitu rehabilitasi lahan kritis.

Jadi InsyaAllah dengan kegiatan penghijauan penanaman pohon massal tersebut selain lahan kritis terselamatkan. Juga momen pelestarian dan tambahan oksigen juga akan didapat.

R: Jadi selain untuk tambahan oksigen dan mengurangi polusi, kegiatan ini juga bermanfaat untuk memperkuat lahan supaya kuat jika ada longsor ya pak?

S: Iya betul mas

R: Baik pak kalau begitu. Terima kasih banyak ya pak atas waktu nya

S: Iya mas, sama-sama

WAWANCARA DENGAN PMI JOGJAKARTA (Pak Haris)

R: Selamat siang pak. Saya Roshief, mahasiswa dari Universitas Brawijaya Malang.

Saya sedang melakukan penelitian dan ingin melakukan wawancara dengan bapak mengenai salah satu program CSR PT. Otsuka Indonesia Lawang yaitu program bantuan untuk bencana alam di Jogjakarta tahun 2006 silam. Apakah bapak bersedia waktunya untuk saya lakukan wawancara?

H: Siang mas, iya mas bagaimana?

R: Jadi gini pak, saya mendapat arahan dari Humas PT. Otsuka sekaligus Ketua Program CSR di PT. Otsuka yaitu Pak Idi untuk komunikasi dengan panjenengan. Apakah benar ya pak PT. Otsuka melakukan kegiatan bantuan bencana alam untuk gempa di Jogjakarta pada tahun 2006 silam?

H: Iya benar

R: Kemudian di daerah mana pak PT. Otsuka menyalurkan bantuan tersebut?

H: Kebanyakan di daerah Bantul dan juga ada Sebagian di daerah Gunung Kidul mas.

Kalau di Bantul memang daerah yang paling terdampak besar karena gempa bumi tersebut.

R: Kemudian untuk proses kegiatan yang dilakukan oleh PT. Otsuka Indonesia bagaimana pak?

H: Kalau itu tim dari PT. Otsuka sendiri mas yang langsung berangkat ke lokasi bencana. Jadi kita dari PMI dan BNPB itu melakukan koordinasi sekaligus penyusunan rencana dengan PT. Otsuka dan juga pihak-pihak lain yang turut ikut menyalurkan bantuan bencana.

R: Kemudian bantuan apa saja pak yang disalurkan oleh PT. Otsuka?

H: Banyak mas, mulai dari obat-obatan, perlengkapan wanita dan anak, dan juga sembako. Selain itu PT. Otsuka juga memberikan bantuan berupa pembangunan rumah-rumah dan juga sebuah puskesmas untuk masyarakat yang terdampak.

R: Kemudian menurut bapak apa tujuan dari program yang dilakukan oleh PT. Otsuka tersebut?

H: Ya kalo menurut kami ya supaya kebutuhan masyarakat yang terdampak gempa ini bisa terpenuhi mas. Karena kan di Kabupaten Bantul memang benar-benar parah kondisinya, diperkirakan ribuan rumah hancur akibat terkena gempa bumi tersebut.

R: Kemudian apakah ada pemantauan dari PT. Otsuka dalam kegiatan ini pak?

H: Ada mas, PT. Otsuka juga ada standby disini setiap bulan. Sampai benar-benar bantuan nya di distribusikan dan masyarakat sudah pulih. Kalau tidak salah selama 1-2 tahun tim dari PT. Otsuka rutin memantau.

R: Kemudian apakah bantuan dari PT. Otsuka ini bermanfaat pak?

H: Ya sangat bermanfaat mas. Apalagi bantuan pembangunan rumah-rumah dan puskesmas itu mas sangat membantu juga baik untuk masyarakat dan juga untuk PMI.



Selain PT. Otsuka juga banyak yang turut ikut membantu menyelurkan bantuan mas.

Bukan hanya dari Indonesia saja mas melainkan juga banyak bantuan-bantuan dari pihak Yayasan kemanusiaan yang ada di seluruh dunia turut ikut serta peduli terhadap bencana alam gempa bumi Jogjakarta ini.

R: Baik pak. Terima kasih banyak ya pak sudah menyempatkan waktunya untuk proses wawancara ini.

H: Baik mas, sama-sama

