

Implementasi Undang - Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 Tentang *Corporate Social Responsibility* Dalam Upaya Pengembangan Masyarakat Sekitar Pada PT. Semen Baturaja Persero Tbk Site Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) Provinsi Sumatera Selatan

Puji Rahman¹⁾

¹⁾Program Studi Administrasi Negara, STIA Satya Negara
Jl. Sukerejo Sukatani Kenten Palembang Kode Pos 30961
Email : pujirahman@stiasatyanegara.ac.id¹⁾

Abstract

Implementation of Law number 40 of 2007 on Corporate Social Responsibility in the development of surrounding communities at PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk has an effect on the economic, social and environmental condition of the community in Ring I area of Ogan Komering Ulu Regency. The programs conducted are also based on the Regulation of the Minister of BUMN PER-07/ MBU/05/2015 namely Partnership and Community Development program with small business. The implementation of the Partnership and Community Development program should be based on the submission of proposals from the community except for routine programs

This research data is obtained from primary data and secondary data. Primary data in the form of direct interviews with the company and local communities. While the secondary data in the form of data obtained from internal data company. The method used is descriptive qualitative method.

The results showed that based on the answers of informants interview the implementation of CSR program environment PT. Semen Baturaja Persero Tbk, which is always and frequently done in Sukajadi, Air Gading, Talang Jawa, Saung Naga, Tanjung Agung and Puser villages is an indicator of religious infrastructure development program and public facilities and indicators of disaster relief program. on the indicators of infrastructure development programs for places of worship and public facilities, one of which is the provision of clean water and indicators of disaster relief programs.

Keywords: Policy Implementation, CSR, Socio-Economic Community.

Abstrak

Implementasi Undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam pengembangan masyarakat sekitar di PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk berpengaruh terhadap kondisi ekonomi, sosial dan lingkungan masyarakat di daerah Ring I Kabupaten Ogan Komering Ulu. Program-program yang dilakukan juga didasarkan pada Peraturan Menteri BUMN PER-07 / MBU / 05/2015 yaitu program Kemitraan dan Bina Lingkungan dengan usaha kecil. Pelaksanaan program Kemitraan dan Pengembangan Masyarakat harus didasarkan pada pengajuan proposal dari masyarakat kecuali untuk program rutin.

Data penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer berupa wawancara langsung dengan perusahaan dan komunitas lokal. Sedangkan data sekunder berupa data yang diperoleh dari perusahaan data internal. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan jawaban dari informan wawancara terhadap pelaksanaan program CSR lingkungan PT. Semen Baturaja Persero Tbk, yang selalu dan sering dilakukan di desa Sukajadi, Air Gading, Talang Jawa, Saung Naga, Tanjung Agung dan Puser merupakan indikator program pengembangan infrastruktur keagamaan dan fasilitas umum serta indikator program bantuan bencana. pada indikator program pengembangan infrastruktur untuk tempat ibadah dan fasilitas umum, salah satunya adalah penyediaan air bersih dan indikator program penanggulangan bencana.

Kata kunci: Implementasi Kebijakan, CSR, Komunitas Sosial Ekonomi.

1. Pendahuluan

Keberadaan perusahaan ditengah laju globalisasi sebagai pemenuh kebutuhan manusia baik barang maupun jasa di era modern ini, hampir bisa dipastikan membawa dampak negatif. Beberapa kasus berskala nasional dan internasional seperti global warming, pencemaran, radiasi serta munculnya berbagai penyakit akibat infeksi bahan kimia dari industrialisasi. Kondisi yang demikian mendesak pemerintah untuk ikut andil dalam mengatur segala tatanan berjalannya perusahaan. Salah satunya adalah intervensi pemerintah dalam memberikan kewajiban terhadap pelaku bisnis untuk terlibat dalam kepeduliannya terhadap sosial dan lingkungan melalui UU PT (Undang-Undang Perseroan Terbatas) No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang *Corporate Social Responsibility* (Tanggung jawab sosial dan lingkungan).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu cara agar perusahaan dapat mengelola usahanya tidak hanya untuk kepentingan para pemegang kepentingan (*Stakeholder*) tetapi juga pihak-pihak lain diluar perusahaan seperti lingkungan, masyarakat, para pekerja dan komunitas lokal. Keberadaan perusahaan sebagai pelaku bisnis disatu sisi memberikan banyak keuntungan bagi masyarakat seperti memberikan kesempatan kerja, menyediakan barang yang dibutuhkan masyarakat.

Berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan pada tanggal 31 Agustus 2016 di kantor PT. Semen Baturaja Persero Tbk departemen SDM dan Umum Unit Kerja KBL, Masalah yang terjadi pada program Bina Lingkungan ini adalah penyediaan air bersih yang tidak merata. PT. Semen Baturaja Persero Tbk hanya menyediakan air bersih untuk daerah pemukiman ring 1 dimasing-masing kelurahan Sukajadi, Air Gading dan Talang Jawa yang ditampung dalam tandon (tangki) air. Air tersebut dialirkan dari pipa induk PT. Semen Baturaja Persero Tbk yang dapat digunakan masyarakat untuk keperluan sehari-hari misalnya untuk air minum, untuk masak dan mandi. Sedangkan untuk pemukiman masyarakat didaerah ring 1 yang beradadikelurahan Tanjung Agung dan desa Pusartidak disediakan air bersihsebab tidak memungkinkan untuk pemasangan jalur air. Hal ini disebabkan karena kelurahan Tanjung Agung dan desa Pular yang berlokasi jauh dari pipa induk PT. Semen Baturaja Persero Tbk. Hal ini tentunya dapat membuat kesenjangan dan kecemburuan sosial antar masyarakat sekitar.

Dari beberapa pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul "Implementasi Undang - Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 Tentang *Corporate Social Responsibility* Dalam Upaya Pengembangan Masyarakat Sekitar Pada PT. Semen Baturaja Persero Tbk Site Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) Provinsi Sumatera Selatan."

A. Implementasi

Pendapat Cleaves yang dikutip (dalam Wahab 2008;187), yang secara tegas menyebutkan bahwa : "Implementasi itu mencakup Proses bergerak menuju tujuan kebijakan dengan cara langkah administratif dan politik. Keberhasilan atau kegagalan implementasi sebagai demikian dapat dievaluasi dari sudut kemampuannya secara nyata dalam meneruskan atau mengoperasionalkan program-program yang telah dirancang sebelumnya."

Model implementasi yang peneliti gunakan dalam menganalisis implementasi kebijakan adalah model implementasi yang dikemukakan oleh George C. Edward III dalam Juliartha (2009:58) adalah "Dimana implementasi dapat dimulai dari kondisi abstrak dan sebuah pertanyaan tentang apakah syarat agar implementasi dapat berhasil, Menurut George C. Edward III ada empat publik dalam kebijakan yaitu Komunikasi, Sumber Daya, Sikap atau Disposisi dan Struktur Birokrasi." Faktor yang berpengaruh dalam implementasi menurut George C. Edward III dalam Juliartha (2009:58) sebagai berikut.

1. Komunikasi, Keberhasilan kebijakan mensyaratkan agar implementator mengetahui apa yang harus dilakukan.
2. Sumber Daya, Walaupun isi kebijakan sudah dikomunikasikan secara jelas dan konsistensi, tetapi apabila implementator kekurangan Sumber Daya untuk melaksanakan, implementasi tidak akan berjalan efektif.
3. Sikap atau Disposisi, adalah watak dan karakteristik yang dimiliki oleh implementator seperti komitmen, kejujuran, sifat demokratis. Apabila implementator memiliki sikap atau disposisi yang baik maka dia akan menjalankan kebijakan dengan baik dan sebaliknya.
4. Struktur birokrasi yang bertugas mengimplementasikan kebijakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap implementasi kebijakan. Salah satu dari aspek struktur yang penting dari setiap organisasi adalah adanya prosedur operasi yang standar (Standar Operating Procedures) atau SOP yang menjadi pedoman implementator dalam bertindak.

Di Indonesia sering terjadi inefektivitas implementasi kebijakan karena kurangnya koordinasi dan kerja sama di antara lembaga-lembaga negara atau pemerintahan.

Nadya (2011:24) memaparkan untuk mempermudah program implementasi, pemilihan dampak dibagi menjadi tiga tingkatan yaitu sebagai berikut.

1. Ring 1 yaitu daerah yang menerima dampak paling besar. Daerah yang menjadi prioritas pertama ini tidak selalu berada dekat dengan perusahaan. Misalnya, daerah yang jauh dari aktivitas produksi perusahaan, tetapi menjadi daerah pelintasan truk membawa bahan mentah. Tidak bisa dipungkiri bahwa aktivitas pengangkutan bahan mentah menimbulkan debu yang merugikan masyarakat.

2. Ring 2 yaitu daerah yang menjadi tempat pembangunan infrastruktur pendukung perusahaan seperti pipa air atau sarana lainnya. Adanya pembangunan infrastruktur ini menimbulkan dampak fisik maupun psikologi.
3. Ring 3 yaitu wilayah yang menerima dampak paling kecil atau sama sekali tidak ada dampak negatif.

Implementasi melibatkan usaha dari pembuat Kebijakan dalam memberikan pelayanan atau mengatur perilaku kelompok sasaran. Untuk kebijakan yang sederhana, implementasi hanya melibatkan satu badan yang berfungsi sebagai implementor misalnya, kebijakan pembangunan infrastruktur publik untuk membantu masyarakat agar memiliki kehidupan yang lebih baik, Sebaliknya untuk kebijakan makro, misalnya kebijakan pengurangan kemiskinan di pedesaan, maka usaha-usaha implementasi akan melibatkan berbagai institusi, seperti birokrasi kabupaten, kecamatan, pemerintah desa.

Dari beberapa teori ahli diatas, penulis menyimpulkan bahwa teori yang berkaitan dengan model implementasi adalah teori menurut George C. Edward III dalam Wahab (2008:58) Karena ke empat variabel tersebut saling berhubungan satu sama lain.

1. Definisi Corporate Social Responsibility

Rachman (2011:37) mengungkapkan bahwa : “CSR saat ini ditandai dengan adanya inisiatif standar secara internasional dalam bentuk ISO, yaitu ISO 26000. ISO 26000 menyatakan bahwa CSR adalah bentuk kepedulian sosial perusahaan yang saat ini menjadi aspek dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan.”

Dari beberapa definisi CSR di atas, penulis menyimpulkan bahwa CSR adalah bentuk kepedulian perusahaan secara suka rela dari keuntungan yang diperoleh untuk masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan dan *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap satu issue tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik.

2. Perkembangan Corporate Social Responsibility

Beberapa tahun belakangan ini CSR semakin di kenal di Indonesia, program CSR telah berkembang seiring dengan berjalannya waktu.

Rahmatullah & Trianita Kurniati (2011:05-16) memaparkan perkembangan CSR dalam tiga periode sebagai berikut.

Periode pertama, periode 1950-1960. Dalam periode ini prinsip derma dan perwalian sebagai faktor awal lahirnya Konsep CSR. Sejak kurun waktu tahun 1930-an sampai periode tahun 1960-an, terdapat tiga tema cara pandang yang berkaitan untuk menjelaskan tanggung jawab sosial korporasi yang di gunakan oleh para pemimpin bisnis, yaitu *trusteeship*, *balancing of interests and service* yang telah memperoleh penerimaan yang semakin besardari para pelaku bisnis;

Periode kedua, periode 1960-an – 1970-an, berfokus pada pengaruh konsep *stakeholder management* terhadap

perkembangan CSR. Dalam periode ini, perkembangan konsep CSR berjalan seiring dengan perkembangan konsep *stakeholder*. Adapun konsep *stakeholder* sendiri tidak dapat dilepaskan perkembangannya dari adopsi pendekatan sistem ke dalam teori manajemen. Pengenalan terhadap konsep lingkungan organisasi perusahaan yang berkembang sejalan dengan berkembangnya pendekatan sistem dalam manajemen, telah mengubah cara pandang manajer dan para ahli teori manajemen terhadap organisasi, terutama mengenai bagaimana suatu organisasi perusahaan dapat mencapai tujuannya secara efektif. Pada awalnya yang dimaksud dengan *stakeholder* mencakup, para pemegang saham, para karyawan, pelanggan, pemasok, pemberi pinjaman dan masyarakat luas;

Periode ketiga, perkembangan konsep CSR pada periode 1980-an hingga saat ini.

Dalam periode ini, Carrol dalam Rahmatullah & Trianita Kurniati (2011:14) mengemukakan konsep CSR yang memuat komponen-komponen sebagai berikut.

1. *Economic responsibilities* adalah Tanggungjawab sosial utama perusahaan adalah tanggungjawab ekonomi, karena lembaga bisnis terdiri dari aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.
2. *Legal responsibilities*. Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan mentaati hukum dan peraturan yang berlaku yang pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga *legislative*.
3. *Ethical responsibilities*. Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Etika bisnis menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun secara kelembagaan untuk menilai suatu isu di mana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat.
4. *Discretionary responsibilities*. Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat filantropis.

Konsep CSR saat ini dapat dipandang sebagai titik awal lahirnya konsep-konsep yang memiliki keterkaitan erat dengan CSR. Konsep CSR juga sangat dipengaruhi oleh disiplin ilmu etika bisnis. Tanggungjawab organisasi yang ditimbulkan sebagai akibat dari keputusan dan aktivitasnya pada masyarakat dan lingkungan melalui perilaku etis dan transparan dalam berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, seperti kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan ekspektasi pemangku kepentingan, menaati peraturan dan perundangan yang berlaku serta konsisten dengan norma perilaku internasional, dan terintegrasi dalam organisasi dan diimplementasikan pada seluruh aktivitas organisasi yang terkait dengan organisasi tersebut.

Budi (2008:35) memberikan penjelasan mengenai kontribusi CSR bahwa : “Kontribusi CSR adalah

kontribusi berkesinambungan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan, yaitu bekerja sama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat luas untuk memperbaiki kualitas hidup dengan cara-cara yang dapat diterima oleh bisnis dan juga pembangunan itu sendiri adalah nilai dasar CSR. Kemiskinan yang sudah mengglobal saat ini adalah masalah sosial yang menjadi target seluruh negara di dunia untuk ditekan, bahkan dihapuskan dan tentunya dalam implementasi CSR kontemporer yang dilakukan oleh dunia usaha, dan sudah seharusnya dunia usaha menyadari posisi mereka sebagai bagian dari masyarakat.”

Perkembangan CSR sekarang mulai nampak karena adanya kepedulian terhadap komunitas sekitar. Pada masa sekarang keberhasilan perusahaan tidak hanya dinilai dari keberhasilan komersial saja, tapi juga diukur dari keberhasilannya dalam merebut perhatian dan simpati masyarakat di sekitar daerah operasinya.

3. Manfaat Corporate Social Responsibility

Mursitama (2011:27) dalam artikel yang berjudul *Corporate Social Responsibility and Resource-Based Perspectives*, membagi dua manfaat CSR bila dikaitkan dengan keunggulan kompetitif dari sebuah perusahaan, yaitu dari sisi internal dan eksternal. Manfaat dari sisi internal meliputi sebagai berikut.

1. Pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Untuk itu dibutuhkan praktik-praktik ketenagakerjaan yang bertanggungjawab sosial.
2. Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan *supplier* berjalan dengan baik.
3. Menciptakan budaya perusahaan, kapabilitas Sumber Daya Manusia, dan organisasi yang baik.
4. Kinerja keuangan perusahaan, terutama harga saham bagi perusahaan yang telah *go public*, menjadi lebih baik.

Manfaat eksternal yang dapat diperoleh perusahaan dari penerapan CSR, meliputi sebagai berikut.

1. Penerapan CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengemban dengan baik pertanggungjawaban secara sosial.
2. CSR merupakan satu bentuk differensiasi produk yang baik. Artinya sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial.
3. Melaksanakan CSR dan membuka kegiatan CSR secara publik merupakan instrument untuk komunikasi yang baik dengan masyarakat.

Rahmatullah & Trianita Kurniati (2011:83) memaparkan *reward* finansial yang diperoleh perusahaan yang melaksanakan CSR berupa sebagai berikut.

1. Menurunkan biaya operasi.

2. Meningkatkan volume penjualan dan pasaran.
3. Menarik calon investor dan pertumbuhan nilai saham yang signifikan.
4. Membuat kesejahteraan karyawan lebih baik.
5. Mencegah resiko dari dampak sosial dan mencegah resiko dari dampak alam.
6. Selain *reward* finansial, terdapat *reward* non finansial yang akan didapatkan perusahaan adalah memperkuat reputasi perusahaan.

Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup. Keuntungan yang diperoleh adalah memberikan kontribusi untuk keberlanjutan lingkungan hidup, meningkatkan kesan baik terhadap perusahaan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

4. Pengembangan Masyarakat

Pengembangan Masyarakat (*Community Development*) merupakan konsep yang berkembang sebagai tandingan (*opponent*) terhadap konsep negara kesejahteraan (*welfare state*). Kedua konsep ini muncul dalam wacana pembangunan yang diperankan oleh negara (sebagai tanggung jawab Pemerintah) untuk mensejahterakan masyarakat (rakyat) dan mendistribusikan kesejahteraan tersebut secara merata (adil). Inti dari konsep kesejahteraan adalah pemenuhan kebutuhan hidup manusia (*human needs*) yang dimulai dengan pemenuhan kebutuhan dasar (*basic needs*), seperti sandang, pangan, papan, kesehatan, pendidikan. Di Negara maju, telah terbukti bahwa konsep negara-kesejahteraan (*welfare state*) tidak mampu berjalan secara berkelanjutan pada saat negara krisis ekonomi karena dibebani oleh peningkatan pengangguran dan kemiskinan. Apalagi dinegara yang lebih miskin, konsep ini sulit dijalankan.

Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi tuntutan tak terelakkan seiring munculnya komunitas disekitar perusahaan. Perusahaan sadar bahwa keberhasilannya tidak hanya didukung oleh faktor internal, melainkan juga karena adanya pengaruh dari komunitas sekitar perusahaan. Salah satu upaya perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik dengan komunitas sekitarnya adalah dengan melaksanakan kegiatan CSR yang berbasis pengembangan masyarakat atau *community development*. *Community development* adalah kegiatan pengembangan masyarakat yang diselenggarakan secara sistematis, terencana, dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, dan kualitas kehidupan yang lebih baik.

Erni (2011:12) mengemukakan bahwa : “*Community Development* (Pengembangan Masyarakat) sebagai salah satu dari tujuh isu CSR merupakan sarana aktualisasi CSR yang paling baik jika dibandingkan dengan implementasi yang hanya berupa *charity*, *philanthropy*, atau dimensi-dimensi CSR yang lain, karena dalam

pelaksanaan pengembangan masyarakat terdapat prinsip-prinsip kolaborasi kepentingan bersama antara perusahaan dengan komunitas, adanya partisipasi, produktivitas, keberlanjutan, dan mampu meningkatkan perasaan solidaritas.”

Pengembangan masyarakat merupakan proses pembangunan kesadaran kritis yang dilakukan secara transformatif, partisipatif, sistematis dan berkesinambungan melalui pengorganisasian dan peningkatan kemampuan menangani berbagai persoalan dasar yang mereka hadapi untuk mengarah pada perubahan kondisi hidup yang semakin baik sesuai dengan cita-cita yang diharapkan. Jadi yang dimaksud dengan istilah pengembangan masyarakat dalam studi ini adalah proses penyadaran dan penggalian potensi lokal masyarakat yang dilakukan oleh seluruh komponen masyarakat secara bersama-sama, dengan tujuan memenuhi kebutuhan serta mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mereka.

Jalal (2012:10) memaparkan bahwa : “Pengembangan masyarakat atau *community development* (CD) adalah upaya sistematis untuk meningkatkan kemandirian kelompok masyarakat rentan (*vulnerable groups*) dengan gabungan Sumber Daya yang mereka miliki maupun Sumber Daya dari luar. Perusahaan bukanlah pelaku pengembangan masyarakat yang pertama dan utama, namun kontribusinya semakin membesar.” Jalal juga memaparkan tujuh proposisi Keberhasilan Pengembangan Masyarakat Perusahaan, yaitu sebagai berikut.

1. Pengembangan Masyarakatnya akan berhasil manakala ditempatkan dalam kebijakan tertinggi (sentral) dalam perusahaan.
2. Pengembangan Masyarakat hanya akan berhasil apabila diletakkan dalam konteks CSR.
3. Pengembangan Masyarakatnya akan berhasil jikabentuk tanggungjawab lain dalam CSR juga dilaksanakan.
4. Pengembangan Masyarakatnya akan berhasil jikadampak negatif perusahaan sudah diminimalkan.
5. Pengembangan Masyarakatnya akan berhasil jikadisandarkan pada hasil *community need sasessments* yang baik.
6. Pengembangan Masyarakatnya akan berhasil apabila harapan masyarakat bisa dikelola pada tingkat yang wajar.
7. Pengembangan Masyarakat akan semakin besar peluang keberhasilannya jikadilaksanakan dalam kerangka kemitraan tiga pihak.

B. Pengembangan Masyarakat terhadap Pelaksanaan CSR

Keinginan untuk mewujudkan masyarakat yang memiliki kemandirian yang tinggi, diperlukan suatu program yang berbasis pada masyarakat yang biasa disebut *community development*. Diharapkan peran serta masyarakat dalam kegiatan sosial perusahaan dapat meminimalkan ketidaksetaraan sosial ekonomi antara anggota komunitas lokal dengan perusahaan.

Nadya (2011:18) mengungkapkan bahwa : “*Community development* merupakan suatu proses adaptasi sosial budaya yang dilakukan oleh industri, pemerintah pusat dan daerah terhadap kehidupan komunitas-komunitas lokal. Konsep *Community development* sebaiknya dibentuk tidak untuk membuat masyarakat menjadi ketergantungan, tetapi untuk memberikan pendidikan mental untuk memperjuangkan kesejahteraannya. Hubungan yang selaras antara pengembangan industri dan pengembangan masyarakat belum terwujud sesuai dengan yang diharapkan.”

2. Pembahasan

A. Analisis Implementasi Undang-Undang N. 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang Corporate Social Responsibility dalam upaya pengembangan masyarakat sekitar pada PT. Semen Baturaja Persero Tbk Site Baturaja Kabupaten OKU Provinsi Sumatera Selatan

Isi dari sebuah kebijakan memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap tingkat keberhasilan suatu implementasi kebijakan. Suatu kebijakan tentu menghendaki perubahan yang sangat besar namun untuk mencapainya tidak semudah yang dibayangkan pasti ada pro dan kontra kebijakan tersebut. Maka dari itu kebijakan harus berpedoman pada Undang-Undang yang berlaku agar pihak yang kontra tidak bisa menentang kebijakan tersebut. Model implementasi kebijakan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah model implementasi menurut George C. Edward III yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, peneliti mengamati bahwa Sejauh ini komunikasi yang terjalin sudah cukup baik, hal ini dapat dilihat dari proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh pihak perusahaan tentang adanya kebijakan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang *Corporate Social responsibility* sebagai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap dampak lingkungan sekitar dan Peraturan Menteri BUMN PER-07/MBU/05/2015 kepada Lurah, RT dan diteruskan kemasyarakat langsung.

Komunikasi yang terjalin antara pihak perusahaan PT. Semen Baturaja Persero Tbk unit kerja KBL dengan masyarakat sekitar wilayah ring 1 sudah terlihat jelas dengan adanya hubungan baik diantara kedua belah pihak. Hal ini terbukti dengan adanya kerjasama yang baik dan respon yang positif dari masyarakat dalam pelaksanaan program-program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang diinformasikan oleh PT. Semen Baturaja Persero Tbk unit kerja KBL.

2. Sumber Daya

Pihak perusahaan telah berupaya mengkomunikasikan kebijakan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang *Corporate Social responsibility* dengan jelas dan tidak bertele-tele, Namun apabila

implementasinya kekurangan Sumber Daya Manusia (SDM) misalnya minim staff pegawai untuk melaksanakannya, implementasi kebijakan tidak akan berjalan efektif dan efisien sebab Sumber Daya Manusia merupakan faktor penting dalam mengimplementasikan kebijakan agar berjalan dengan lancar.

Walaupun SDM di unit kerja KBL minim staff pegawai, pihak perusahaan akan semaksimal mungkin menjalankan semua program-program CSR sesuai dengan Undang-Undang dan peraturan yang berlaku agar tujuan kebijakan tersebut dapat tercapai secara optimal.

3. Disposisi (Sikap/Karakteristik)

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, Dalam pelaksanaan implementasi Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang *Corporate Social Responsibility* belum berjalan cukup baik. Hal ini terlihat jelas dari disposisi pegawai unit kerja KBL yang kurang inisiatif dalam melihat kebutuhan masyarakat akibat dampak lingkungan positif maupun dampak negatif yang timbul dari aktivitas pabrik, semua program-program CSR harus mengajukan proposal terlebih dahulu kecuali program yang rutin dilakukan setiap tahun oleh PT. Semen Baturaja Persero Tbk seperti sunatan massal, pemberian hewan kurban pada saat hari raya Idul Adha dan pemberian dana pendidikan bagi siswa yang berprestasi dan siswa yang kurang mampu. Selebihnya harus mengajukan proposal.

Padahal dampak negatif secara langsung dirasakan oleh masyarakat seperti polusi suara, polusi udara, jalan rusak, kesehatan masyarakat terganggu akibat debu semen maupun debu yang timbul akibat mobil pengangkut semen yang sering lewat. Seharusnya untuk mengatasi debu disekitar lingkungan masyarakat yang mengganggu kesehatan, pihak perusahaan bisa melakukan pembagian masker gratis dan melakukan penyiraman jalan agar tidak berdebu.

Dampak positif akibat aktifitas pabrik bagi masyarakat yaitu perusahaan memberikan bentuk tanggung jawab sosialnya dengan cara membantu masyarakat dalam bidang ekonomi, sosial dan lingkungan. Tentu hal ini dapat mengurangi kesulitan masyarakat terutama dalam bidang ekonomi.

4. Struktur Birokrasi

Struktur Birokrasi yang bertugas mengimplementasikan kebijakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap implementasi kebijakan. Salah satu aspek struktur birokrasi yang paling penting adalah standar operasional prosedur. Berdasarkan hasil penelitian di PT. Semen Baturaja Persero Tbk terlihat jelas bahwa pelaksanaan implementasi sudah berjalan cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari program-program CSR telah dilaksanakan sesuai dengan peraturan Menteri yang berlaku dan dengan adanya dukungan dan respon positif dari masyarakat sekitar sehingga program-program tersebut dapat berjalan dengan lancar walaupun ada kendala-kendala yang dihadapi.

B. Pelaksanaan program-program CSR berdasarkan Peraturan Menteri BUMN PER-07/MBU/05/2015

Pelaksanaan program-program CSR berdasarkan Peraturan Menteri BUMN PER-07/MBU/05/2015 sebagai berikut

Pelaksanaan program-program CSR berdasarkan Peraturan Menteri BUMN PER-07/MBU/05/2015 sebagai berikut:

1. Program Kemitraan

Pada kenyataannya, Kondisi ekonomi masyarakat sekitar masih banyak ditemukan masyarakat miskin. Sumber mata pencarian masyarakat hanya bertopang pada sector perdagangan yang tidak didukung permodalan yang kuat, sehingga usaha masyarakat sulit untuk berkembang sedangkan meminjam dana untuk modal usaha juga dirasa masyarakat masih sulit karena mereka harus memiliki jaminan karyawan PT. Semen Baturaja Persero Tbk dan menjaminkan sertifikat tanah/rumah yang mereka miliki.

Hal ini yang membuat masyarakat belum sepenuhnya merasakan program Kemitraan tersebut. Tingkat pendidikan masyarakat sekitar sebagian besar hanya tamat Sekolah Menengah Pertama(SMP) sebesar 20,28 persen dan Sekolah Menengah Atas (SMA) sebesar 29,76 persen (Badan Pusat Statistik OKU, 2015). Masyarakat tidak dapat meneruskan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi dikarenakan keterbatasan biaya yang mereka miliki.

2. Program Bina Lingkungan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penelitian yang terjadi lapangan, beberapa program Bina Lingkungan yang sering dilakukan yaitu program sunatan massal, program perbaikan fasilitas umum dan keagamaan seperti perbaikan jalan yang rusak, penyediaan dan tempat penampungan air bersih di tiap Kelurahan, perbaikan Masjid atau Mushollah, bantuan hewan kurban, program pemberian bantuan korban bencana alam seperti banjir, dan program peningkatan kesehatan seperti penyediaan mobil ambulance.

Namun, untuk implementasi program Bina Lingkungan fisik dan sosial masih belum optimal dirasakan masyarakat karena dinilai masyarakat masih kadang-kadang dan bahkan tidak pernah dilakukan misalnya pengadaan fasilitas sekolah dan Program peningkatan kualitas kesehatan lingkungan serta program konservasi alam dan lingkungan.

Program tersebut masih bersifat insidental atau program yang dilakukan bila diminta oleh masyarakat atau jika masyarakat mengajukan proposal. Hal tersebut harus dilakukan pembinaan sehingga menjadi program yang selalu dilakukan untuk kepentingan masyarakat yang akan berpengaruh terhadap peningkatan kondisi sosial, ekonomidan lingkungan masyarakat.

Sebagian besar masyarakat telah merasakan program-program CSR yang dilakukan oleh PT. Semen Baturaja Persero Tbk. Hanya saja masyarakat yang berada dikelurahan Tanjung Agung dan desa pusar yang belum secara optimal merasakan program-program CSR

khususnya program Bina Lingkungan dalam penyediaan dan penampungan air bersih. Hal ini dikarenakan belum terpasang pipa aliran air dari pipa induk Pihak PT. Semen Baturaja Persero Tbk ke tempat tinggal mereka. Namun Pihak perusahaan masih mengupayakan agar penyediaan air bersih dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat ring 1 tanpa terkecuali.

Pelaksanaan program Kemitraan dan Bina Lingkungan harus berjalan dengan seimbang agar pengembangan masyarakat dapat tercapai sesuai dengan harapan baik dalam bidang ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan. Dalam hal ini pihak perusahaan dan masyarakat harus bekerja sama dan berkomunikasi dengan baik dalam mengatasi kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan program Kemitraan dan program Bina Lingkungan.

Dari hasil observasi dan wawancara peneliti dilapangan, Secara keseluruhan program Kemitraan dan program Bina lingkungan yang dilakukan oleh PT. Semen Baturaja Persero Tbk kepada masyarakat sudah cukup baik namun belum maksimal. Tetapi telah membantu masyarakat dalam meningkatkan kehidupan masyarakat dalam bidang ekonomi, sosial dan lingkungan.

3. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka didapat kesimpulan sebagai berikut.

1. Implementasi Undang-Undang No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang *Corporate Social Responsibility* dalam upaya pengembangan masyarakat sekitar pada PT. Semen Baturaja Persero Tbk site Baturaja Kabupaten OKU Provinsi Sumatera Selatan, sudah berjalan cukup baik karena komunikasi dan Struktur birokrasi sudah terlaksana dengan baik dan sesuai dengan SOP. Namun SDM (Sumber Daya Manusia) dan Disposisi (sikap/karakteristik) staff pegawai unit kerja KBL PT. Semen Baturaja Persero Tbk belum terlaksana dengan baik dan maksimal. Program-program CSR yang dijalankan sudah sesuai dengan peraturan Menteri BUMN, hanya saja ada beberapa program CSR yang belum berjalan maksimal.
2. Kendala-kendala dalam mengimplementasikan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang *Corporate Social Responsibility* dalam upaya pengembangan masyarakat sekitar pada PT. Semen Baturaja Persero Tbk site Baturaja Kabupaten OKU Provinsi Sumatera Selatan adanya faktor yang menghambat pelaksanaan program-program CSR di masyarakat sekitar seperti kurangnya Sumber Daya manusia dan disposisi (sikap/karakteristik) pegawai di unit kerja KBL yang kurang inisiatif dalam mengimplementasikan kebijakan tersebut.

Daftar Pustaka

Budi. 2008. *Definisi CSR Menurut Ahli. CSR dan Definisi.* *html*, (Online) Hlm. 76, (<http://www.maribelajar.id>, Diakses 06 November 2015)

<http://semenbaturaja.co.id/program-kemitraan-dan-bina-lingkungan-pkbl/>

- Jalal. 2012. *CSR dan Pengembangan Masyarakat.* Makalah disampaikan pada Diskusi ISO 26000 dan Pelaporan Keberlanjutan dengan PT. Newmont Nusa Tenggara.
- Mursitama. 2011. *Corporate Social Responsibility and Resource Based Perspectives.* Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Nadya. 2011. *Mempermudah Program implementasi.* *Jurnal Research Paper.* Jakarta : PT. Erlangga
- Nugroho. Riant. 2004. *Definisi Implementasi Kebijakan. Implementasi dan Teori.* Jakarta : PT. Erlangga
- Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara PER-07/MBU/05/2015 Tentang Program Kemitraan Badan usaha Milik Negara dengan usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, (Online) pdf, (<http://www.bumn.go.id>, Diakses 22 Mei 2015)
- Rachman, N.M., Efendi, A., & Wicaksana, E. 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan Corporate Social Responsibility* (ed.1). Jakarta, Indonesia: Penebar Swadaya
- Rahmatullah & Trianita Kurniati. 2011. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR (Corporate Social Responsibility).* Yogyakarta: Samudra Biru
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 Tentang *Perseroan Terbatas*, (Online) pdf, (<http://www.hukumonline.com>, Diakses 13 November 2013)
- Wahab. 2008. *Definisi Implementasi Kebijakan. Implementasi dan Teori.* Jakarta: PT. Erlangga