

# IMPLEMENTASI STRATEGI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

## *Implementation Of Corporate Social Responsibility Strategy*

**Sjamsu Alam Lawelle**

Program Studi Agrobisnis Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Halu Oleo, Kendari, Sulawesi Tenggara, Indonesia, Hp +6281210678457, e-mail: alawelle@yahoo.com

### ABSTRAK

Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai upaya untuk mewujudkan *good corporate governance*, *good corporate citizenship* dan *good business ethics* dari sebuah entitas bisnis, sehingga perusahaan tidak cukup hanya memikirkan kepentingan pemilik modal, tetapi juga untuk memenuhi kepentingan seluruh *stakeholders*. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh strategi CSR terhadap implementasi CSR. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan desain penelitian yakni *testing hypothesis* atau uji hipotesis. Penentuan sampel dengan metode *purposive sampling*. Sampel terdiri dari direktur, senior manager, asisten senior manager, supervisor dan staf/spesialis. Dalam analisis dilakukan 2 uji awal, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian dilakukan uji kesesuaian dengan *Anova*, *Correlation* dan *Regresi linier* sederhana. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan strategi CSR memiliki hubungan yang kuat dan searah dengan implementasi CSR dengan angka korelasi 0.437, dan Nilai *R Square* 0.191 artinya 19% variabel strategi CSR perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel implementasi CSR atau besarnya pengaruh implementasi CSR terhadap strategi CSR perusahaan sebesar 19% sedangkan sisanya sebesar 81% dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel implementasi CSR. Strategi CSR perusahaan yang dikemas dengan baik dan terintegrasi dengan strategi bisnisnya akan berpengaruh positif dan mendapatkan dukungan dari masyarakat dan pemangku kepentingan lain.

**Kata Kunci :** *Corporate Social Responsibility, Strategi, Implementasi*

### ABSTRACT

Strategy Corporate Social Responsibility as an attempt to achieve good corporate governance, good corporate citizenship and good business ethics of a business entity, so the company is not enough to just think about the interests of owners of capital, but also to meet the interests of all stakeholders. The purpose of this study was to analyze the influence of CSR strategy for CSR implementation. This study used quantitative methods, and design studies testing the hypothesis or hypotheses. The samples by purposive sampling method. The sample consisted of a director, senior manager, senior assistant managers, supervisors and staff / specialists. In the analysis conducted two initial test, the test validity and reliability testing. Then test compliance with *Anova*, *Correlation* and simple linear regression. Results of hypothesis testing showed CSR strategy has a strong and direct relationship with the implementation of CSR with correlation number 0,437, and the value of *R Square* 0,191 means that 19% of the company's CSR strategy variables can be explained by the effect of implementation of CSR or CSR implementation of the company's CSR strategy by 19% while the remaining 81% is explained by other factors outside variables CSR implementation. CSR strategies are packed with good company and integrated with its business strategy will be a positive influence and gain support from the community and other stakeholders.

**Keyword :** *Corporate Social Responsibility, Strategy, Implementation*

## PENDAHULUAN

*Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah kesepakatan dari *World Summit on Sustainable Development* (WS-SD) di Johannesburg Afrika Selatan 2002 yang ditujukan untuk mendorong seluruh perusahaan di dunia dalam rangka terciptanya suatu pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*) (Amba Rao, 1993; Anderson, Jr., 1989; Kim, 2000; dan Raynard & Forstater, 2002 dalam Andi, 2009). Salah satu faktor yang harus dihadapi dalam rangka mencapai pembangunan berkelanjutan adalah memperbaiki kehancuran lingkungan tanpa mengorbankan kebutuhan pembangunan ekonomi dan keadilan sosial.

Pesatnya perkembangan dunia usaha sebagai akibat liberalisasi ekonomi, menyebabkan berbagai kalangan seperti sektor swasta, organisasi masyarakat dan dunia pendidikan berupaya merumuskan dan mempromosikan tanggung jawab sosial sektor usaha dalam hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan. Namun ketika dunia usaha juga tengah dihimpit oleh berbagai tekanan, mereka perlu mencari pola-pola kemitraan (*partnership*) dengan seluruh *stakeholder* agar dapat berperan dalam pembangunan, sekaligus meningkatkan kinerjanya agar tetap dapat bertahan dan berkembang menjadi perusahaan yang mampu bersaing baik di tingkat lokal maupun nasional dan internasional. Di sisi lain, tujuan utama dari pendirian perusahaan adalah mencari profit atau keuntungan. Namun dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus mentaati semua peraturan hukum

yang berlaku mulai dari aturan perburuhan hingga aturan kelestarian lingkungan.

Upaya tersebut secara umum dapat disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidupnya, sehingga pada akhirnya dunia usaha dapat bertahan secara berkelanjutan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang menjadi tujuan dibentuknya perusahaan.

CSR adalah pilihan yang dilandasi kesadaran dari perusahaan. Dalam berbisnis, perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban kepada *shareholder* (pemegang saham) tetapi juga harus memenuhi harapan para *stakeholder* (pemangku kepentingan) yakni karyawan, rekanan bisnis, pemerintah dan masyarakat sekitar. Perusahaan yang merupakan sebuah entitas bisnis dinilai harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat karena perusahaan itu bisa muncul dan beroperasi karena berada pada lingkungan yang mendukungnya.

CSR tidak hanya melingkupi unsur yang ada di luar perusahaan tetapi juga termasuk unsur yang ada di dalam perusahaan yaitu karyawan. Unsur di luar perusahaan (*stakeholder eksternal*) antara lain: pemerintah, pemasok, masyarakat, organisasi di masyarakat seperti LSM dan PKK, *customer* atau pelanggan serta media. Sedangkan *stakeholder internal* antara lain: *shareholders*, manajemen atas, karyawan dan organisasinya serta investor.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *United Statesbased Business for Social Responsibility (BSR)*, keuntungan dalam mengimplementasikan CSR yaitu meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan, kinerja keuangan, *brand image* (citra) dan reputasi perusahaan.

Bentuk-bentuk CSR PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk seperti yang tertuang di dalam *CSR strategic planning 2006-2010* yaitu *program community development* dan *sustainable development program*. Pengembangan komunitas (*community development*) terdiri dari lima pilar meliputi: pendidikan, ekonomi, kesehatan, sosial, budaya, agama dan olah raga, serta keamanan. Untuk *Sustainable Development Project*, program terdiri dari: budidaya jarak, pengolahan sampah, biogas, bengkel terpadu, UMKM, PKBL Bank Mandiri, peternakan, ulat sutera, *local purchase* dan *local employee*.

Pengembangan CSR PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk merupakan bentuk implementasi dari tujuh prinsip ISO 26000 (*guidance standard on social responsibility*) yang telah diluncurkan pada tanggal 1 November 2010. *MDGs* dapat direalisasikan apabila perusahaan-perusahaan di dunia berlomba menjalankan CSR sesuai standar implementasi CSR seperti yang terdapat pada ISO 26000 (CSR Indocement, 2012)

PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi semen bermutu di Indonesia, terbukti dengan penghargaan-penghargaan terhadap

implementasi CSR yang diperolehnya selama ini. Keberhasilan Implementasi CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan tersebut menarik untuk diteliti dan dikaji secara ilmiah. Tujuan penelitian ini khusus untuk menganalisis pengaruh strategi CSR terhadap implementasinya.

## METODE

### 1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan desain uji hipotesis. Uji hipotesis adalah penelitian yang mencoba menjelaskan sifat dari suatu hubungan atau pengaruh tertentu dan melihat perbedaan-perbedaan tertentu dalam beberapa kelompok atau independensi dari dua faktor atau lebih dalam suatu situasi.

### 2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Sampel adalah bagian dari unit-unit populasi yang diperoleh melalui cara pemilihan tertentu (Rochaety *dkk*, 2009). Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. Sampel adalah Direktur, SVP atau Senior Manager, Assisten Senior Manager, Supervisor dan Staf atau Spesialis dengan jenis kelamin pria dan wanita untuk keseluruhan masa kerja. Sampel yang digunakan adalah karyawan tetap hampir seluruh bagian yang ada pada bulan Maret-Mei 2012. Sampel dibatasi hanya pada karyawan yang memiliki

pendidikan minimal SLTA. Batasan ini dilakukan dengan tujuan agar responden mudah memahami isi kuesioner.

### 3. Metode pengumpulan data

Jenis data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari sumber asli yang dikumpulkan untuk keperluan penelitian (Jakaria, 2008). Metode pengumpulan data menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu metode *purposive sampling* dan *accidental sampling* dimana teknik penentuan sampel dengan mempertimbangkan tujuan dan masalah penelitian. Kuesioner diberikan kepada siapa saja responden yang bertemu dengan peneliti. Data langsung dikumpulkan melalui kuesioner yang telah diisi oleh responden.

### 4. Variabel dan Pengukurannya

Variabel adalah karakteristik yang akan diamati dari satuan pengamatan. Jenis variabel: (1). variabel bebas (*predictor/independent variable*), (2). variabel terikat (*criterion/dependent variable*) (3). variabel *moderating* (*moderating variable*) dan variabel *intervening* (Jakaria, 2008). Strategi CSR merupakan variabel bebas dan Penerapan CSR merupakan variabel terikat.

Pengukuran penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan kepada para responden. Dalam penelitian ini responden diminta memberikan nilai atas semua pertanyaan setiap obyek penelitian. Isi kuesioner mencakup :

Tabel 1. Penerapan CSR

CSR	Penerapan/Implementasi
CSR 1	Perusahaan memberikan sumbangan amal kepada masyarakat sekitar
CSR 2	Perusahaan membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar
CSR 3	Perusahaan memberikan bantuan dalam pendidikan, kesehatan, keagamaan sarana umum, ekonomi dan lingkungan hidup
CSR 4	Perusahaan memiliki rencana pengendalian lingkungan
CSR 5	Perusahaan melakukan pengendalian lingkungan melebihi peraturan pemerintah
CSR 6	Perusahaan memberikan dukungan keuangan dalam pengendalian lingkungan
CSR 7	Perusahaan melakukan pengukuran kinerja lingkungan
CSR 8	Perusahaan tidak melakukan diskriminasi kepada karyawan
CSR 9	Perusahaan memberikan gaji sesuai dengan peraturan yang berlaku
CSR 10	Perusahaan memberikan kesempatan pada karyawan melanjutkan pendidikan
CSR 11	Perusahaan memperhatikan kondisi kehidupan karyawan
CSR 12	Perusahaan memperhatikan kepentingan karyawan dalam menjalankan usahanya

Sumber: Retab, Brik dan Mellahi (2008)

Tabel 2. Strategi CSR

CSR	Strategi CSR Perusahaan
1. <i>Environmental Management</i> : Implementasi strategi-strategi CSR yang fokus pada perlindungan sumber daya alam dan lingkungan	
Stra 1	Apakah perusahaan telah mengimplementasikan program untuk mengurangi polusi ( <i>pollution reduction</i> )
Stra 2	Apakah perusahaan telah mengimplementasikan program untuk mengurangi polusi suara ( <i>noise reduction</i> )
Stra 3	Perusahaan telah mengimplementasikan program untuk mengurangi energi ( <i>energy reduction</i> )
Stra 4	Apakah perusahaan telah mengimplementasikan program untuk mengurangi penggunaan air ( <i>water reduction</i> )
Stra 5	Apakah perusahaan telah mengimplementasikan program-program pengelolaan sampah ( <i>waste management</i> ), dan telah melampaui dari batas aturan yang disyaratkan ?
Stra 6	Apakah perusahaan telah mengimplementasikan program untuk perbaikan kemasan ( <i>packaging recovery</i> ), dan telah melampaui dari batas aturan yang disyaratkan ?
Stra 7	Apakah perusahaan telah mengimplementasikan program untuk pengembangan energi alternatif
Stra 8	Apakah perusahaan telah memiliki EMAS ( <i>Eco Management and Audit Scheme</i> ) and ISO14001 ?
2. <i>Employment</i> : Implementasi strategi-strategi CSR untuk meningkatkan kemampuan karyawan dan lingkungan kerja	
Stra 9	Apakah perusahaan melakukan pertemuan secara periodik bersama karyawan ?
Stra 10	Apakah perusahaan memfasilitasi komunikasi internal; dalam perusahaan ?
Stra 11	Apakah perusahaan melakukan aktifitas bersama karyawan (seperti perjalanan wisata dan turnamen) ?
Stra 12	Apakah perusahaan mengimplementasikan program pelatihan untuk karyawan?
Stra 13	Apakah perusahaan menyediakan sarana pelayanan kesehatan untuk karyawan?
Stra 14	Apakah karyawan mendapatkan manfaat dari waktu kerja yang fleksibel ?
3. <i>Supply Chain</i> : Implementasi strategi-strategi CSR yang mempromosikan kebijakan-kebijakan perusahaan ke luar perusahaan untuk suppliers dan customers (seperti : sertifikasi ISO 9001:2000, SA8000 dan lainnya; <i>product quality; waste recovery; ethical code</i> )	
Stra 15	Apakah perusahaan mensyaratkan sertifikasi yang spesifik kepada supplier ?
Stra 16	Apakah perusahaan mensyaratkan sertifikasi yang spesifik kepada customer ?
4. <i>Local Community</i> : Implementasi Strategi-Strategi CSR ke luar perusahaan dalam rangka meningkatkan hubungan dengan masyarakat lokal	
Stra 17	Apakah perusahaan menampilkan pesan-pesan sosial dalam iklan perusahaan?
Stra 18	Apakah perusahaan melakukan kegiatan-kegiatan sponsorship?
Stra 19	Apakah perusahaan terlibat dalam kegiatan pembiayaan yang berhubungan dengan pemasaran?
Stra 20	Apakah perusahaan melakukan donasi untuk masyarakat?
5. <i>Controlling and Reporting</i> : Perusahaan mengimplementasikan laporan melalui instrument khusus ( <i>social, environmental and sustainability reporting</i> ) ke publik	
Stra 21	Apakah perusahaan memiliki kode etik?
Stra 22	Apakah perusahaan memiliki Laporan sosial ( <i>social report</i> )?
Stra 23	Apakah perusahaan memiliki sertifikasi SA8000 ( <i>akuntabilitas sosial</i> )?
Stra 24	Apakah perusahaan memiliki Laporan Lingkungan?
6. <i>Community Volunteering</i> : Perusahaan memotivasi karyawan ke arah perilaku tanggung jawab sosial yang spesifik ke luar perusahaan	
Stra 25	Apakah perusahaan mendorong karyawan melakukan kegiatan sukarela?
Stra 26	Apakah perusahaan menyediakan subsidi keuangan kepada karyawan?

(Sumber: Perrini *et al*, (2007))

## 5. Metode Analisis

### Uji Statistik

Dalam penelitian ini dilakukan 2 uji awal, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian ini dilakukan untuk menjamin tingkat kepercayaan atas hasil analisis dan kesimpulan yang akan diambil. Setelah uji awal, dilakukan uji kesesuaian dengan *Anova*, *Correlation* dan *Regresi linier* sederhana. Sebagai uji awal digunakan data dengan sampel sebesar 30 responden yang dilakukan secara acak pada karyawan.

### Uji Validitas

Pengujian validitas ini menggunakan metode *factor analysis*, dimana *factor analysis* adalah sebuah analisis yang mencari hubungan *interdependensi* antar variabel, sehingga mampu mengidentifikasi dimensi-dimensi atau faktor-faktor yang menyusunnya dengan menggunakan *software* SPSS 11.5. Standar minimum syarat validitas adalah ketika nilai KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) untuk masing-masing dimensi lebih besar dari 0,5 ( $KMO > 0,5$ ) dan nilai *anti image correlation* dari matrix diagonal untuk masing-masing pernyataan lebih besar dari 0,5 (*anti image*  $> 0,5$ ).

### Uji Reliabilitas

Menurut Jakaria (2008), suatu instrumen pengukuran dikatakan *reliabel* jika pengukurannya konsisten dan akurat. Sebagai kriteria pengujian reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Dimana pengambilan keputusan dalam

pengujian ini dilakukan dengan menggunakan kriteria:

Jika *Cronbach Alpha* (CA)  $\geq 0,6$  maka dikatakan *reliabel*

Jika *Cronbach Alpha* (CA)  $< 0,6$  maka dikatakan tidak *reliabel*

### Anova (*Analysis of Variance*)

Anova (*Analysis of variance*) merupakan metode analisis untuk menguji varian antar sampel (*among samples*) dan varian di dalam masing-masing sampel (*within sample*) (Rochaety dkk, 2009). Anova digunakan untuk menampilkan data apakah ada perbedaan persepsi dari responden terkait pertanyaan penerapan CSR, dan strategi CSR perusahaan. Data Anova akan digunakan sebagai bahan analisa dan pembuatan kesimpulan terkait hubungan antara penerapan CSR dengan komitmen perusahaan dan penerapan CSR dengan strategi CSR Perusahaan.

### *Correlation*

*Correlation* merupakan ukuran numerik yang dapat dinyatakan sebagai derajat keeratan hubungan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih, bagaimana arah hubungan dan berapa besar koefisien hubungannya (Rochaety dkk, 2009). Koefisien korelasi yang digunakan adalah korelasi *pearson* untuk penggunaan data statistik parametrik. Korelasi *pearson* dalam penelitian ini digunakan untuk melihat hubungan antara penerapan CSR dengan strategi CSR perusahaan.

Ho : Penerapan CSR tidak berpengaruh terhadap strategi CSR perusahaan

H1: Penerapan CSR berpengaruh terhadap strategi CSR perusahaan  
Jika nilai probabilitas (*Sig*) untuk seluruh hubungan variabel penerapan CSR dengan variabel strategi CSR perusahaan  $< 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan H1 diterima artinya penerapan CSR memiliki pengaruh terhadap strategi CSR perusahaan.

#### Regresi Linier

*Regresi linier* sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk melihat hubungan antara penerapan CSR dengan strategi CSR perusahaan:

$H_0$ : Penerapan CSR tidak berpengaruh terhadap strategi CSR perusahaan

H1: Penerapan CSR berpengaruh terhadap strategi CSR perusahaan

Jika nilai probabilitas (*Sig*)  $0.000 < 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan H1 diterima artinya penerapan CSR memiliki pengaruh terhadap strategi CSR perusahaan. Angka korelasi R menunjukkan hubungan penerapan CSR dengan strategi CSR, apakah hubungan sangat kuat dan searah atau sebaliknya. Besarnya *R Square* adalah besarnya pengaruh penerapan CSR terhadap dan strategi CSR perusahaan.

## HASIL

### 1. Deskripsi Objek Penelitian

PT. Indocement Tungal Prakarsa Tbk adalah merupakan salah satu pabrik semen terbesar di Indonesia yang wilayah dan operasinya terpusat dan terintegrasi (*world's largest integrated cement plants*) di satu wilayah yaitu di Citeureup Bogor, Jawa Barat.

PT. Indocement memiliki komitmen untuk mendukung lingkungan yang berkelanjutan dengan mengurangi pemakaian bahan bakar fosil. Hal ini dibuktikan dengan penggunaan bahan bakar selain fosil seperti: ban bekas, oli bekas, cangkang sawit dan bahan atau material lain yang bisa disediakan dalam jumlah besar.

Dengan komitmen yang tinggi, perusahaan berhasil meraih berbagai penghargaan untuk kategori lingkungan, seperti menerima peringkat emas PROPER periode 2008-2009 untuk wilayah Citeureup. Pada bulan Juni 2009, perusahaan meraih penghargaan dari Gubernur Jawa Barat atas implementasi program CDM (*clean development mechanism*), tahun 2009 meraih *Best Performance Company Image* dalam kategori industri semen.

Program CSR yang dijalankan perusahaan secara garis besar terbagi ke dalam dua bagian, yaitu lima pilar dan *Sustainable Development Program* (SDP) dimana semuanya mengacu kepada tujuan pembangunan milenium (*Millennium Development Goals/MDGs*).

Lima pilar program CSR untuk pengembangan komunitas, yaitu :

- 1) Program pendidikan: membangun sekolah, program anak asuh dan beasiswa, bantuan sarana pendidikan, perpustakaan mandiri, pendidikan keterampilan praktis untuk usaha kecil dan *training seven habits* untuk guru, siswa dan orang tua siswa.
- 2) Program kesehatan: puskesmas keliling, makanan tambahan, penyuluhan kesehatan, sarana air bersih, khitanan massal, operasi katarak,

sarana MCK, lomba balita sehat, lomba kebersihan dan penghijauan lingkungan, dan kampanye HIV atau AIDS dan narkoba.

- 3) Program ekonomi: program modal kerja bergulir dan pelatihan UMKM, program PKBL, pemberdayaan tenaga kerja/kontraktor lokal dan pemberdayaan UMKM desa binaan melalui program *local purchase*.
- 4) Program sosial budaya, agama dan olahraga (*sosbudagor*): pembangunan sarana dan prasarana umum, sarana ibadah, sarana olahraga dan kepemudaan, program RUTILAHU, membangun rumah budaya untuk pelestarian budaya tradisional Indonesia serta pengembangan obyek wisata Banyu Panas di Cirebon.
- 5) Program keamanan: program pembinaan SDM keamanan lingkungan, pembangunan pos keamanan ling-

kungan dan bantuan seragam dan kelengkapan SDM keamanan lingkungan.

Program *Sustainable Development Program* (SDP) yang dilakukan oleh Indocement adalah program budidaya tanaman jarak pagar, program pengelolaan sampah rumah tangga (UPK), pusat pelatihan dan pemberdayaan masyarakat (P3M), pusat pelatihan ternak domba, program pemanfaatan kotoran sapi menjadi biogas, bengkel terpadu, program pelatihan operator alat berat dan program penangkaran rusa dan bekantan.

Satu hal yang perlu diketahui adalah perusahaan memakai pendekatan Level tiga di dalam pendanaan program CSRnya. Dengan demikian perusahaan telah memasukkan perencanaan program CSR sebagai bagian dari perencanaan bisnis.

## 2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Tabel 3. Hasil pengujian validitas implementasi CSR

Pernyataan	Nilai <i>anti image</i>	Kesimpulan
CSR.1 Memberikan sumbangan amal kepada masyarakat	0.860	<i>Valid</i>
CSR.2 Membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat	0.833	<i>Valid</i>
CSR.3 Memberikan bantuan dalam pendidikan, kesehatan, keagamaan, sarana umum, ekonomi dan lingkungan hidup	0.786	<i>Valid</i>
CSR.4 Memiliki rencana pengendalian lingkungan	0.841	<i>Valid</i>
CSR.5 Melakukan pengendalian lingkungan melebihi peraturan pemerintah	0.805	<i>Valid</i>
CSR.6 Memberikan dukungan keuangan dalam pengendalian lingkungan	0.694	<i>Valid</i>
CSR.7 Melakukan pengukuran kinerja lingkungan	0.821	<i>Valid</i>
CSR.8 Tidak melakukan diskriminasi kepada karyawan	0.843	<i>Valid</i>
CSR.9 Memberikan gaji sesuai peraturan yang berlaku	0.834	<i>Valid</i>
CSR.10 Memberikan kesempatan pada karyawan untuk melanjutkan pendidikan	0.859	<i>Valid</i>
CSR.11 Memperhatikan kondisi kehidupan karyawan	0.753	<i>Valid</i>
CSR.12 Memperhatikan kepentingan karyawan	0.803	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil pengolahan data, 2012

Hasil pengujian validitas variabel CSR dapat dilihat pada Tabel 3. Berdasarkan Tabel 3, dari 12 item pernyataan memiliki nilai *anti image* > 0,5 dengan nilai KMO 0.812 menunjukkan bahwa item-item pernyataan

yang digunakan adalah *valid* dan dapat melihat validitas implementasi CSR.

Hasil uji reliabilitas terhadap variabel persepsi CSR dan implementasi CSR dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini :

Tabel 4. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Jumlah pernyataan	Nilai <i>cronbach alpha</i>	Kesimpulan
Implementasi CSR	12	0.812	<i>Reliabel</i>
Strategi CSR Perusahaan	26	0.903	<i>Reliabel</i>

Sumber: Hasil pengolahan data, 2012

Pada Tabel 4 terlihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0.6 Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dinyatakan *reliabel* (konsisten) dan dapat dilanjutkan untuk pengambilan sampel yang lebih banyak.

## 2. Statistik Deskriptif

Hasil pengolahan data statistik deskriptif mencakup penjelasan nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi dari tiap parameter penelitian, dapat dilihat secara rinci pada tabel 5 berikut.

Tabel 5. Nilai Rata-Rata (*Mean*) dan Standar Deviasi Implementasi CSR

Pernyataan	Mean	Std Dev
CSR 1 Memberikan sumbangan kepada masyarakat	4.4785	0.6119
CSR 2 Membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat	4.4908	0.5596
CSR 3 Memberikan bantuan dalam pendidikan, kesehatan, keagamaan, sarana umum, ekonomi dan lingkungan hidup	4.4908	0.5371
CSR 4 Memiliki rencana pengendalian lingkungan	4.4233	0.6176
CSR 5 Melakukan pengendalian lingkungan melebihi peraturan Pemerintah	3.6135	1.0559
CSR.6 Memberikan dukungan keuangan dalam pengendalian Lingkungan	4.0000	0.8165
CSR 7 Melakukan pengukuran kinerja lingkungan	4.0798	0.7025
CSR 8 Tidak melakukan diskriminasi kepada karyawan	4.1667	0.9859
CSR 9 Memberikan gaji sesuai peraturan yang berlaku	4.1472	0.8476
CSR 10 Memberikan kesempatan pada karyawan untuk melanjutkan pendidikan	4.0307	0.9649
CSR 11 Memperhatikan kondisi kehidupan karyawan	4.2086	0.8348
CSR 12 Memperhatikan kepentingan karyawan	4.1902	0.8054

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner

Dari Tabel 5 dapat diketahui bahwa responden memiliki pendapat baik terhadap seluruh pernyataan implementasi CSR. CSR.1, CSR.2, CSR.3 dan CSR.4 memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4.4802. Responden memiliki pendapat bahwa PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk memberikan bantuan kepada masyarakat, membantu meningkatkan kualitas hidup dan bantuan dalam pendidikan, kesehatan, keagamaan, sarana umum, ekonomi dan lingkungan hidup serta memiliki rencana pengendalian lingkungan. Sedangkan CSR 5 memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 3.6135 dimana responden memiliki pendapat cenderung baik bahwa perusahaan melakukan pengendalian melebihi peraturan pemerintah.

#### Pengujian Hipotesis

Nilai probabilitas (*Sig*) untuk implementasi CSR adalah 0.929, dan strategi CSR perusahaan adalah 0.156. Karena nilai probabilitas  $> 0.05$  maka dapat disimpulkan tidak ada perbedaan penting persepsi antara responden terkait pernyataan implementasi dan strategi CSR perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden yang merupakan variasi jenis kelamin, lama bekerja, jabatan dan pendidikan memiliki persepsi yang sama terhadap implementasi dan strategi CSR perusahaan. Kemudian persepsi yang sama juga menggambarkan dampak implementasi CSR perusahaan terhadap strategi CSR perusahaan menurut persepsi karyawan.

#### Pengujian Hipotesis dengan Analisa Korelasi

Ho: Strategi CSR perusahaan tidak berpengaruh terhadap Implementasi CSR

H1: Strategi CSR perusahaan berpengaruh terhadap Implementasi CSR

Hubungan strategi CSR perusahaan terhadap implementasi CSR dapat diketahui dari nilai probabilitas (*Sig*) untuk seluruh hubungan variabel strategi CSR perusahaan dengan implementasi CSR adalah 0.000, maka seluruh nilai probabilitas (*Sig*)  $< 0.05$  maka Ho ditolak artinya strategi CSR perusahaan berpengaruh terhadap implementasi CSR.

#### Pengujian Hipotesis dengan Analisa Regresi Linier Sederhana

Ho: Strategi CSR perusahaan tidak berpengaruh terhadap Implementasi CSR

H1: Strategi CSR perusahaan berpengaruh terhadap Implementasi CSR

Hubungan strategi CSR perusahaan dengan implementasi CSR, dapat diketahui dari nilai probabilitas (*Sig*)  $0.000 < 0.05$ , maka Ho ditolak artinya strategi CSR perusahaan berpengaruh terhadap implementasi CSR. Angka korelasi sebesar 0.437 artinya hubungan strategi CSR perusahaan dan implementasi CSR sangat kuat dan searah.

Besarnya *R Square* 0.191 artinya 19% variabel strategi CSR perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel implementasi CSR atau

besarnya pengaruh implementasi CSR terhadap strategi CSR perusahaan sebesar 19% sedangkan sisanya sebesar 81% dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel implementasi CSR.

## PEMBAHASAN

### 1. CSR PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk

PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk adalah merupakan salah satu pabrik semen terbesar di Indonesia yang wilayah dan operasinya terpusat dan terintegrasi (*world's largest integrated cement plants*) di satu wilayah yaitu di Citeureup Bogor.

PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk merupakan anak perusahaan dari produsen semen dunia yang beroperasi di lebih dari 50 negara yaitu Heidelberg Cement Group (HC Group), dimana mayoritas sahamnya atau sekitar 60% dimiliki dan dikontrol oleh HC Group yang berkedudukan di Jerman, melalui anak perusahaannya Kimmeridge Enterprise, Ltd. Saat ini, PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk yang didirikan pada tahun 1985 (pembangunan pertama tahun 1975), telah memiliki 12 *plants*, yaitu 9 *plants* berada di Citeureup, 2 *plant* berlokasi di Cirebon dan 1 *plant* berlokasi di Tarjun, Kalimantan Selatan. Jumlah karyawan PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk sampai tahun 2012 mencapai kurang lebih 6000 orang.

Indocement menganut filosofi CSR yaitu sebagai badan usaha yang berwawasan lingkungan, oleh karenanya Indocement memiliki tanggung jawab

sosial dalam membantu meningkatkan kualitas kesejahteraan masyarakat sehingga dapat merasakan manfaat keberadaan perusahaan. Tingkat kehidupan masyarakat yang masih terbelakang di sekitar wilayah pabrik Indocement, turut mendorong perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya (PT. Indocement, 2009).

Indocement adalah perusahaan yang telah lama berkecimpung dengan kegiatan kemasyarakatan melalui program-program CSRnya. Salah satu wadah bentukan Indocement yang berfungsi sebagai tempat saling bertukar pikiran adalah BILIKOM. Bilikom atau bina lingkungan komunikasi adalah merupakan salah satu sarana bagi perusahaan untuk berkomunikasi lang-sung dengan masyarakat secara timbal balik dan teratur serta terjadwal, sehingga bilikom menjadi wadah pemantau kendala-kendala yang dihadapi masyarakat maupun hal-hal yang menjadi keberhasilan program CSR.

Program CSR yang dijalankan perusahaan secara garis besar terbagi ke dalam dua bagian, yaitu lima pilar dan *Sustainable development program* (SDP) dimana semuanya mengacu kepada tujuan pembangunan milenium (*Millennium Development Goals/ MDGs*).

Satu hal yang perlu diketahui adalah perusahaan memakai pendekatan Level 3 didalam pendanaan program CSRnya. Dengan demikian perusahaan telah memasukkan perencanaan program CSR sebagai bagian dari perencanaan bisnis.

Sebagai dasar pijakan dalam menjalankan program, PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk memiliki peren-

canaan strategis. Perencanaan strategis lima tahun sejak 2011 sampai 2015 adalah sebagai berikut:

- 1 Tahun 2011 : pengembangan sistem pemberdayaan yang integratif
- 2 Tahun 2012 : intensifikasi sistem pemberdayaan integratif
- 3 Tahun 2013 : kemandirian pemberdayaan dalam sistem pemberdayaan integratif
- 4 Tahun 2014 : peningkatan multiplier effect sistem pemberdayaan integratif
- 5 Tahun 2015 : sistem pemberdayaan integratif berkelanjutan

Program-program tersebut dilaksanakan secara konsisten dan berkesinambungan pada sekitar 35 desa binaan yang berada di sekitar wilayah pabrik Indocement, seperti terangkum pada Tabel 6 dibawah ini :

Tabel 6. Desa Binaan PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk

No.	Lokasi pabrik	Desa binaan
1.	Citeureup	12
2.	Cirebon	6
3.	Tarjun	10
4.	Non-plant	7
	Jumlah	35

Sumber : Indocement, 2012

## 2. Hubungan Antara Strategi CSR dengan Implementasi CSR

Pengujian hipotesis dengan analisa korelasi dan *regresi linier* sederhana menunjukkan adanya hubungan positif antara strategi CSR perusahaan dengan implementasi CSR. Strategi CSR perusahaan yang baik berpengaruh terhadap Implementasi CSR. Strategi CSR perusahaan yang dikemas dengan baik dan

terintegrasi dengan strategi bisnisnya akan mendapatkan dukungan dari masyarakat dan pemangku kepentingan lain.

## SIMPULAN

1. Strategi CSR memiliki hubungan yang kuat dan searah dengan implementasi CSR dengan angka korelasi 0.437
2. Nilai *R Square* 0.191 artinya 19% variabel strategi CSR perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel implementasi CSR atau besarnya pengaruh implementasi CSR terhadap strategi CSR perusahaan sebesar 19% sedangkan sisanya sebesar 81% dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel implementasi CSR.

## DAFTAR PUSTAKA

- Mapisangka, A. 2009. Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat. *JESP*. Vol. 1 No. 1.
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional [BAPPENAS]. 2010. *Laporan Pencapaian Tujuan Pembangunan Milenium Indonesia 2010*. Kantor Kementerian Pembangunan Nasional. Jakarta
- Arent, S and Brettel, M. 2010. Understanding the influence of Corporate Social Responsibility on Corporate identity, image and firm performance. *Management Decision* Vol.48 No.10,2010
- Asy'Ari, H. 2009. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada PT.

- Newmont. *Tesis*. Magister Ilmu Hukum Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro. Semarang.
- CSR Indocement. 2012. *Website PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk*.
- Commission of The European Communities. 2001. *White Paper*. European Transport Policy for 2010: Time to Decide. Brussels.
- Elkington, J. 1997. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*
- \_\_\_\_\_. 2004. *Enter The Triple Bottom Line*. Chapter 1. ES-TBL 7/1
- Galbreath Jeremy. 2008. *The Impact of Strategic Orientation on Corporate Social Responsibility*. Graduate School of Business, Curtin University of Technology, Perth, Australia
- \_\_\_\_\_. 2008. *Building Corporate Social Responsibility Into Strategy*. Graduate School of Business, Curtin University of Technology, Perth, Australia.
- Global Compact Initiative. 2002. *Novartis and the United Nations Global Compact Initiative*. The William Davidson Institute At The University Of Michigan Business School.
- ISO 26000 *Final Draft*. 2010. *ISO 26000 Final Draft International Standard on Social Responsibility*. Guidance on Social Responsibility
- Jalal. 2008. *Aspek Lingkungan dalam CSR To be Green or Not to be Green, That's the Question*. Lingkar Studi CSR Indonesia. Diskusi dengan Holcim.
- Jakaria. 2008. *Statistika Deskriptif*. Andera Publisher. Jakarta.
- Kotler, P & Lee, N. 2005. *Corporate Social Responsibility : Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. John Wiley & Sons, Inc. New Jersey.
- Lawelle, S.A. 2012. Hubungan Strategi CSR Terhadap Implementasi CSR (Studi Kasus Di PT. Indocement Tunggal Perkasa Tbk). *Tesis*. Magister Manajemen Universitas Trisakti. Jakarta.
- Prianto, A. 2009. Persepsi Tentang Implementasi CSR dan Pengaruhnya Terhadap Dukungan Kelangsungan Kegiatan Usaha. *Eksekutif* Vol.6 No. 1. Februari 2009. STKIP PGRI Jombang Jawa Timur.
- Perrini, *et all*, 2007. CSR Strategies of SMEs and Large Firms. Evidence from Italy. *Journal of Business Ethics* 2007.
- Radyati, M.N. 2011. *Salah Kaprah CSR*. Sinar Harapan.
- \_\_\_\_\_. 2011. *CSR dan Komitmen Karyawan*. Sinar Harapan 7 Maret 2011.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Tingkatkan Harga Saham Melalui CSR*. Sinar Harapan 7 Maret 2012.
- Rahman, R. 2009. *Corporate Social Responsibility : Antara Teori dan Kenyataan*. Media Pressindo, Yogyakarta.
- Rahman, dkk. 2011. Evaluation of Definitions: Ten Dimensions of Corporate Social Responsibility. *World Review of Business Research*. Vol.1 No.1
- Rahman, Nurdizal, M., Asep Efendi, E. Wicaksana. 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Penebar Swadaya. Jakarta.

- Samy, M, Godwin Odemilin and Roberta Bampton. 2007. Corporate Social Responsibility: A Strategy for Sustainable Business Success. An Analysis of 20 Selected British Companies. *Emerald Group Publishing Limited* VOL. 10 NO. 2 2010.
- Sharp, Z. 2009. Strategization of CSR. *Journal of Business Ethics*. 2010.
- Sudiana. 2011. *CSR dan Kepedulian Perusahaan*. GM Penghimpunan Dalam Negeri PKPU. Jakarta