

PERAN CSR DALAM Mendukung Pembiayaan Pembangunan Masyarakat Di Daerah

Oleh : Syamsul Bahri

Abstrak

Revolusi teknologi telah memberikan dampak yang sangat signifikan bagi pertumbuhan teknologi informasi, komputer dan transportasi. Dampak ini juga tidak terlepas dari tumbuhnya tuntutan lingkungan industri dan bisnis didalam dunia yang tanpa batas (globalisasi). Dinamika lingkungan bisnis dan liberalisasi menuntut perubahan pola usaha yang berorientasi lebih holistik, berbasis nilai-nilai Good Corporate Governance (tata kelola perusahaan yang baik, disingkat GCG) yang terdiri atas : fairness (kewajaran), transparency (transparan), accountability (akuntabilitas), dan responsibility (responsibility). Perusahaan dalam eksistensinya ditengah-tengah masyarakat, memerlukan citra yang baik dan positif. Dalam mempertahankan keberadaannya, entitas bisnis harus berorientasi dalam best practices, dan perangkat manajemen yang mampu mendukungnya adalah implemantasi GCG. Best practice juga meliputi termasuk tanggungjawab terhadap lingkungan fisik, seperti sampah, limbah, polusi, kelestarian alam, dan sosial kemasyarakatan, yaitu kebijakan Kesehatan Keselamatan Kerja dan Lindungan Lingkungan (K3LL). Untuk itu diperlukan adanya program tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility/CSR) yang baik didalam perusahaan. Corporate social responsibility atau biasa disingkat dengan CSR adalah konsep keterlibatan perusahaan dalam menjaga dan/atau meningkatkan kualitas masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Pembiayaan pembangunan semakin lama semakin menjadi kebutuhan yang mendesak dan sekali lagi, kemampuan keuangan pemerintah daerah cenderung masih terbatas dan seringkali masih bergantung pada dana dari pemerintah pusat. CSR bisa jadi merupakan salah satu solusi yang menguntungkan dan tidak terlalu berisiko sebagai suatu alternatif sumber pembiayaan dibandingkan alternatif sumber pembiayaan lain.

Kata kunci : Entitas, GCG, CSR, pembangunan daerah.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Sebagai entitas bisnis dalam era pasar yang sangat liberal dan *hyper competitive*, perusahaan-perusahaan secara komprehensif dan terpadu perlu melakukan *best practices* dalam pengembangan usahanya yang sangat memperhatikan nilai-nilai GCG termasuk tanggungjawab terhadap lingkungan, baik fisik maupun sosial.

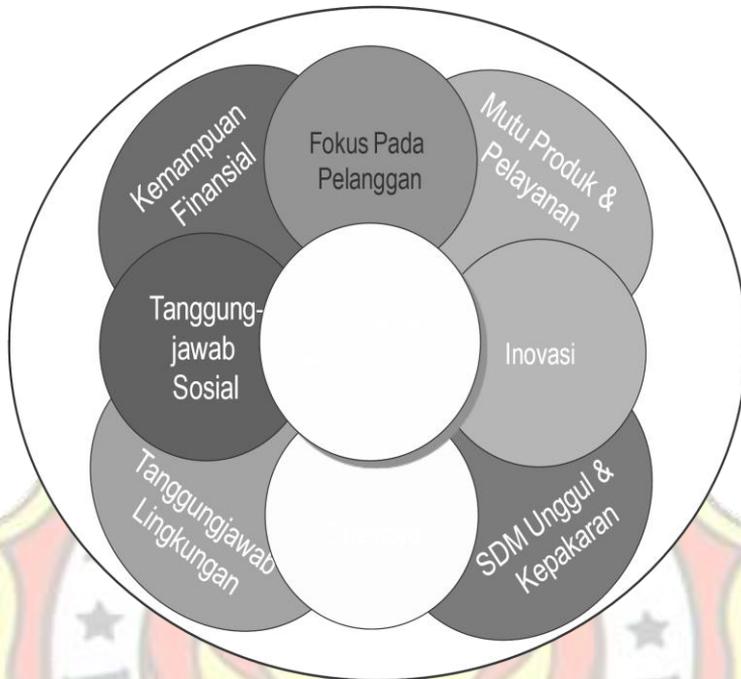
Universitas sebagai salah satu *center of excellent*, begitu pula Lembaga Riset, sebagai mediator pertumbuhan masyarakat perlu berperan dalam memprakarsai dan mendorong munculnya kreativitas, sehingga masyarakat di daerah mampu memanfaatkan peluang yang ada untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya.

1.2. Tujuan

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari tulisan ini adalah untuk menguraikan peran CSR bagi masyarakat di daerah lingkungan perusahaan beroperasi. Sinergi perusahaan sebagai pelaku kegiatan operasional perusahaan dengan masyarakat baik sebagai penduduk maupun sebagai mitra atau stakeholder lainnya sangat diperlukan, sehingga perusahaan dan lingkungannya memperoleh kesejahteraan bersama sepadan dengan bobot kinerjanya masing-masing.

2. Unsur-Unsur Penting Dalam Pembentukan Citra Korporat

Perusahaan dalam eksistensinya ditengah-tengah masyarakat, memerlukan citra yang baik dan positif. Adapun unsur-unsur penting yang berpengaruh dalam pembentukan citra tersebut seperti tampak pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. Unsur-unsur Pembentuk Citra Korporat

Dari gambar 1 di atas dapat dijelaskan citra korporat mencerminkan adanya pola bisnis bermuatan GCG. Terwujudnya pola bisnis bermuatan GCG sangat dipengaruhi oleh unsur- unsur :

- Fokus pada pelanggan
Kesinambungan hidup perusahaan sangat tergantung pada loyalitas pelanggan kepada perusahaan selama masa siklus hidup perusahaan. Loyalitas perusahaan menjadi penting bagi perusahaan dan perlu dilakukan identifikasi secara periodic, sehingga diketahui respon pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan baik dalam barang dagangan, jasa, dan produk-produk tertentu sebagai hasil produksi perusahaan yang diperlukan oleh masyarakat terutama para

pelanggan. Adanya keluhan pelanggan merupakan persoalan bagi perusahaan dan harus segera dicarikan solusinya. Dengan demikian maka hubungan perusahaan dengan pelanggan merupakan aktivitas penting untuk dilaksanakan secara baik dan istimewa (*excellent customer relationship*).

- Inovasi

Inovasi adalah sebuah proses pembaruan dalam unsur kebudayaan masyarakat, yakni teknologi. Inovasi berarti penemuan baru dalam teknologi manusia. Dalam pengertian yang lain, inovasi juga dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk memperkenalkan hal-hal baru atau temuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau sudah dikenal sebelumnya. Penemuan-penemuan baru sangat diperlukan dalam sebuah perusahaan yang berorientasi *the best practice*. Penemuan baru tidak beridi sendiri, tetapi harus bersentuhan dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan, sehingga inovasi yang dihasilkan mampu meningkatkan nilai bagi pelanggan dan mampu meningkatkan kinerja perusahaan.

- Dipercaya

Kepercayaan yang tinggi dari pelanggan harus mampu dibangun didalam perusahaan. Beberapa aspek terkait yang perlu diperhatikan sehingga perusahaan dipercaya pelanggan dan perusahaan memiliki kredibilitas yang tinggi, antara lain adalah pelayanan termasuk layanan purna jual yang memuaskan, konsistensi kualitas produk, pegawai perusahaan yang professional, dan kemampuan financial.

- Tanggung jawab sosial

Perusahaan tidak dapat berdiri sendiri dan berhasil, tanpa memperhatikan dampak keberadaannya di lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Harulah diperhatikan bahwa yang utama, keberadaan perusahaan tersebut dapat memberikan dampak positif bagi lingkungannya, seperti memberikan kesempatan kerja, menghasilkan produk yang bernilai bagi

pembeli atau pelanggan, memberikan kontribusi bagi pembangunan masyarakat dan daerah, dan seterusnya.

3. Ruang Lingkup Dan Sasaran Csr

3.1. Konsep Dasar CSR

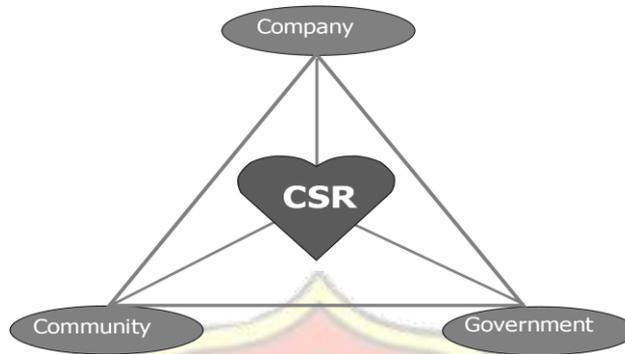
Dalam memepertahankan keberadaannya, entitas bisnis harus berorientasi dalam *best practices*, dan perangkat manajemen yang mampu mendukungnya adalah implemantasi GCG. Best practice juga meliputi termasuk tanggungjawab terhadap lingkungan fisik, seperti sampah, limbah, polusi, kelestarian alam, dan sosial kemasyarakatan, yaitu kebijakan Kesehatan Keselamatan Kerja dan Lindungan Lingkungan (K3LL). Untuk itu diperlukan adanya program tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility/CSR*) yang baik didalam perusahaan.

Corporate social responsibility atau biasa disingkat dengan CSR adalah konsep keterlibatan perusahaan dalam menjaga dan/atau meningkatkan kualitas masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan.

The World Bank Group mengartikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk berperilaku etis dan memberikan kontribusi bagi pembangunan berkelanjutan melalui kerjasama dengan segenap pemangku kepentingan yang terkait untuk memperbaiki hidup mereka dengan cara-cara yang baik bagi kepentingan bisnis, agenda pembangunan berkelanjutan, dan masyarakat pada umumnya.

Di Indonesia konsep CSR sebagaimana disebutkan dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 1 ayat (3), "Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya".

Konsep dasar CSR dengan demikian dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. Konsep Dasar CSR

3.2. CSR Kegiatan Berbasis Lokasi.

Maksud dari kegiatan berbasis lokasi adalah, kegiatan serta implikasi dari kegiatan bersangkutan diprioritaskan untuk masyarakat atau lingkungan di sekitar lokasi perusahaan.

Saat perusahaan swasta menerapkan CSR maka secara konseptual akan ada tabrakan wilayah dengan pelayanan publik yang dilakukan pemerintah. Hal ini terjadi karena obyek yang dilayani oleh perusahaan swasta sama dengan obyek yang dilayani pemerintah.

3.3. CSR dan Program Pengembangan Masyarakat.

Di dalam CSR termasuk pula Program Pengembangan Masyarakat (*Community Development/CD*) dan program Pengembangan Hubungan/Relasi dengan publik (*Relation Development/RD*)

CD merupakan peran aktif perusahaan dalam rangka perwujudan tanggung jawab sosial untuk membantu transformasi masyarakat sesuai kemampuan perusahaan sehingga tercipta kemandirian dan sejahtera secara berkelanjutan.

CD terkait dengan perspektif hubungan segitiga yang harmonis antara : Perusahaan, Masyarakat dan Pemerintah (Daerah).

Proses CD di perusahaan adalah *bottom up*, yaitu merupakan komitmen CEO/manajemen, dengan tujuan memberikan manfaat strategis untuk masyarakat dan perusahaan, tidak dalam bentuk uang, melainkan upaya *empowerment* yang sungguh-sungguh masyarakat sekitar daerah operasi.

Peran aktif perusahaan merupakan bagian dari kepeduliannya kepada stakeholder, terutama yang tinggal disekitar daerah operasi. CD diberikan dalam bentuk charity/ bantuan sosial terutama pada saat masyarakat membutuhkan (seperti bencana alam, wabah penyakit, menyambut hari besar dan kegiatan sosial lainnya).

3.4. CSR dan Pembangunan Daerah

Pembiayaan pembangunan semakin lama semakin menjadi kebutuhan yang mendesak dan sekali lagi, kemampuan keuangan pemerintah daerah cenderung masih terbatas dan seringkali masih bergantung pada dana dari pemerintah pusat.

CSR ini bisa jadi merupakan salah satu solusi yang menguntungkan dan tidak terlalu berisiko sebagai suatu alternatif sumber pembiayaan dibandingkan alternatif sumber pembiayaan lain. Selain itu, hal ini juga akan meningkatkan peran serta sektor swasta dalam pembangunan, khususnya pembangunan wilayah.

Namun, kerjasama pemerintah dan swasta dalam pembiayaan pembangunan dengan menggunakan dana CSR ini tidak serta merta dilakukan secara sembarangan, tetapi harus direncanakan dengan tepat serta dilaksanakan secara terpadu dan berkelanjutan agar pembangunan-pembangunan yang diprogramkan dapat diimplementasikan secara optimal.

Optimalisasi peran CSR untuk pembiayaan pembangunan secara tepat, terpadu, dan berkelanjutan ini dapat dilakukan dengan beberapa cara, antara lain:

- a. Mengoordinasikan perusahaan-perusahaan

- b. Memetakan perusahaan-perusahaan pemberi CSR dan mengklusterkannya berdasarkan dampak yang dihasilkan dari usaha kerjanya
- c. Merencanakan arahan pembiayaan pembangunan dengan menggunakan dana CSR berdasarkan pemetaan dan pengklusteran yang telah dilakukan

Saat ini berdasarkan catatan, terdapat 7 (tujuh) regulasi terkait tanggungjawab sosial perusahaan baik dalam bentuk undang-undang, peraturan pemerintah, maupun peraturan menteri yang terkait dengan pemberdayaan CSR dalam pembangunan.

Di luar itu pemerintah daerah juga menerbitkan aneka produk sejenis Perda CSR. Setidaknya lebih dari 50 Kabupaten/Kota di Indonesia telah Menerbitkan Perda CSR. Sebagian daerah mampu mengimplementasikan Perda, dan hanya sebagian kecil daerah mendapatkan *impact* dari keberadaan Perda CSR seperti tampak dalam gambar berikut :



Gambar 3. Sinergi CSR dengan Pelayanan Publik dari Pemerintah

Dari gambar di atas tampak paradigma program CSR berbasis pada tanggungjawab sosial perusahaan terhadap perkembangan masyarakat sekitar wilayah operasi perusahaan dan *stakeholder* lainnya. Jangkauan peran CSR merupakan bagian terkecil dari seluruh kebutuhan pelayanan public. Tetapi, kinerja CSR bukan diukur dari seberapa tinggi perusahaan tersebut menyalurkan dana CSR-nya, melainkan bagaimana CSR melekat dalam kebijakan, strategi, dan proses bisnis perusahaan. Oleh karena itu sebuah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dapat disebut CSR ketika memenuhi prinsip-prinsip dasar CSR.

Alternatif sumber pembiayaan pembangunan dengan menggunakan dana CSR ini mungkin merupakan suatu bentuk kerjasama baru antara pemerintah dengan swasta. Namun, dalam proses kerjasama ini harus dilakukan atas dasar saling percaya dan tetap menerapkan asas *transparency* dan akuntabilitas agar proses kerjasama ini dapat berlangsung kontinu dan segala program pembangunan dapat berlanjut (*sustainable cooperation*). Disamping itu, implementasi CSR menghadapi beberapa tantangan dan peluang sebagai berikut :

- a. Dari sisi pembiayaan, kegiatan-kegiatan CSR adalah kegiatan-kegiatan yang memerlukan anggaran tinggi.
- b. Tingginya dana CSR yang bisa disediakan oleh perusahaan-perusahaan swasta tentunya membuka wacana “pengambil-alihan” pengelolaan. Pemerintah Daerah selalu mengalami defisit (kekurangan) dana dalam pelayanan publik, sehingga keberadaan dana CSR cukup menarik untuk disikapi.
- c. Disamping tantangan, CSR ini bisa jadi merupakan salah satu solusi yang menguntungkan dan tidak terlalu berisiko sebagai suatu alternatif sumber pembiayaan dibandingkan alternatif sumber pembiayaan lain. Selain itu, hal ini juga akan meningkatkan peran serta sektor swasta dalam pembangunan, khususnya pembangunan wilayah.

3.5. Model Pola Penerapan CSR di Indonesia

Ada empat model pola penerapan CSR di Indonesia, yaitu :

- a. Keterlibatan langsung, Perusahaan menjalankan program TSP secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara.
- b. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan, Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di negara maju.
- c. Bermitra dengan pihak lain, Perusahaan menyelenggarakan TSP melalui kerjasama dengan lembaga sosial atau organisasi pemerintah (ornop), Instansi Pemerintah, Universitas atau media masa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.
- d. Mendukung atau bergabung dalam suatu Konsorsium, perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu

3.6. Prinsip Penerapan CSR

Prinsip dasar menurut Epstein (2008) meliputi etika, tata kelola, transparansi, hubungan bisnis, keuntungan finansial, pelibatan komunitas/pemberdayaan ekonomi, nilai produk dan pelayanan, praktek pekerja, dan perlindungan terhadap lingkungan.

Sementara itu prinsip CSR menurut ISO 26000 tentang CSR meliputi akuntabilitas, transparansi, perilaku etis, menghormati stakeholder, menghormati aturan, menghormati norma dan budaya, serta menghormati hak azasi manusia

ISO 26000 menyediakan standar pedoman yang bersifat sukarela mengenai tanggung jawab sosial suatu institusi yang

mencakup semua sektor badan publik ataupun badan privat baik di negara berkembang maupun negara maju.

ISO 26000 *Guidance Standard on Social responsibility* mencakup 7 isu pokok yaitu :

- a. Pengembangan Masyarakat
- b. Konsumen
- c. Praktek Kegiatan Institusi yang Sehat
- d. Lingkungan
- e. Ketenagakerjaan
- f. Hak asasi manusia
- g. Organizational Governance (governance organisasi)

3.7. Kebijakan Kementerian BUMN

Menurut Kementerian BUMN, biaya program CSR disisihkan dari Laba Bersih Perusahaan, adalah berdasarkan Kepmeneg BUMN nomor: Kep-236/MBU/2003 tanggal 17 Juni 2003. Sedangkan, Peraturan yang mengikat Badan Usaha Milik Negara (BUMN), sebagaimana Keputusan Menteri BUMN Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL). Selanjutnya, harus diperhatikan pula Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, **yang** dalam pasal 74 disebutkan: (1) *Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.*

Berdasarkan Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, pasal 74, pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan. PP ini mengatur pelaksanaan ketentuan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007.

Selain itu, Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007. Dalam Pasal 15 (b) dinyatakan pula bahwa "*Setiap*

penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Begitu pula, harus diperhatikan peraturan CSR bagi perusahaan pengelola Minyak dan Gas (Migas), diatur dalam Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001. Dalam pasal 13 ayat 3 (p) disebutkan: *Kontrak Kerja Sama sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan-ketentuan pokok yaitu: (p) pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat adat*".

4. Kebijakan Kementerian Sosial

Kebijakan kementerian Sosial terkait dengan dukungan penerapan CSR di Indonesia antara lain :

- a. Peraturan Menteri Sosial RI Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum tanggungjawab dunia usaha dalam penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial
- b. Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin, Undang-undang ini tidak membahas secara khusus peran dan fungsi perusahaan dalam menangani fakir miskin, melainkan terdapat klausul dalam pasal 36 ayat 1 *"Sumber pendanaan dalam penanganan fakir miskin, meliputi: c. dana yang disisihkan dari perusahaan perseroan.*

5. Beberapa Contoh Penerapan Csr Di Indonesia

5.1. PT Jababeka Infrastruktur

Program CSR yang dijalankan oleh pihak Jababeka adalah mencakup : Program pemberdayaan ekonomi, Kesehatan, Pendidikan, Pengembangan kebudayaan, dan Kepedulian terhadap lingkungan.

5.2. PT Unilever Indonesia, Tbk

Unilever melaksanakan program CSR yang beragam pula, diantaranya : Green and Clean dengan memanfaatkan bekas kantong produk Unilever menjadi bentuk baru yang bermanfaat; Pemberdayaan petani kedelai hitam; Program kesehatan dengan adanya pemeriksaan kesehatan gratis, periksa gigi gratis, serta membangun kader-kader yang sadar akan pentingnya menjaga kesehatan.

5.3. PT Bakrie Sumatera Plantations

Program-program CSR yang dijalankannya adalah: Membangun koperasi desa; memberikan bantuan pendidikan bagi siswa SD; mengadakan perkumpulan ibu-ibu pengajian; dan juga Memberikan pelayanan pendidikan bagi masyarakat kurang mampu.

5.4. PT Adaro Indonesia, Tbk

Bidang yang terkait dengan implementasi CSR adalah :

- a. Bidang ekonomi : Menciptakan program kemitraan untuk membuat usaha kecil menengah yang berkelanjutan
- b. Bidang Pendidikan : Menciptakan Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Integrasi Program PAUD dengan Posyandu; Memberikan bantuan sarana dan prasarana untuk PAUD; Memberikan beasiswa kepada siswa berprestasi pada tingkat SD, SMP, dan SMA; Memberikan pelatihan kepada para guru dalam bidang IT.
- c. Bidang Lingkungan : Menyediakan pusat air bersih dan menjualnya kepada masyarakat dengan harga terjangkau. Pengaturannya dijalankan oleh warga masyarakat tersebut sendiri.

5.5. PT Indominco Mandiri

Implementasi CSR disini terdiri atas :

- a. Bidang Sosial : Memberdayakan perempuan agar dapat menjadi sosok mandiri; Menyelenggarakan kegiatan budaya untuk mempererat tali silaturahmi di antara warga.
- b. Bidang Ekonomi : Mengembangkan usaha kecil rumput laut serta pendampingan kepada masyarakat; Memberikan pelatihan-pelatihan keterampilan kepada masyarakat, perempuan, dan anak-anak usia produktif.

5.6. PT Bank Mandiri, Tbk

Perusahaan mengimplementasikan CSR dalam :

- a. Bidang Sumber Daya Manusia : Memberikan pelatihan kewirausahaan dan mengadakan berbagai macam event

- wirausaha muda dengan memberikan dana bantuan bagi pengusung format wirausaha yang fresh dan achievable.
- b. Bidang Pendidikan : Memberikan support dan rangsangan lomba-lomba untuk mengasah kecerdasan dan kreatifitas siswa; Memberikan dana beasiswa bagi yang ebrprestasi dan kurang mampu.
- 5.7. PT Tambang Batubara Bukit Asam
Tiga bidang yang dilaksanakan adalah :
- a. Bidang Lingkungan : Pembuatan kolam pengendap lumpur; Pemanfaatan tanaman minyak kayu putih; Membangun Taman Hutan Raya
 - b. Bidang Ekonomi : Membangun kelompok usaha pupuk Bokashi Organik
 - c. Bidang Sosial : Penataan Pasar Tanjung Enim
- 5.8. PT Arutmin Indonesia
Programnya antara lain : Kerjasama dengan KUD setempat; Program AHPB(Aku Himung Petani Banua) yang mengajak masyarakat untuk memanfaatkan sumber daya alam di sekitarnya; Membangun insfrastruktur; Memberikan bantan kesehatan dan sosial lainnya.
- 5.9. PT HM Sampoerna, Tbk
Berbagai macam kegiatan CSR nya antara lain : Membentuk Tim Sampoerna Resque untuk melaksanakan tanggap darurat terhadap bencana; Menciptakan air bersih untuk masyarakat; Membangun usaha mikro dan kecil; Memberikan beasiswa bagi SMA dan Sarjana; Melakukan penanaman pohon untuk reboisasi.
- 5.10. PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk
Programnya terdiri atas :
- a. Bidang IT : Mendirikan kampung digital sehingga di sana (Sampali, Sumut) banyak orang yang melek teknologi, utamanya computer dan internet; pelatihan berbagai macam program komputer perkembangan; Memberikan pelatihan kepada siswa SMP dan SMA.

- b. Bidang Sosial : Pemberdayaan pendidikan anak kurang mampu; Pembinaan remaja olahraga; Pasar murah penjualan sembako; Cerdas cermat; Gebyar festival seni Islami; dan juga Peringatan HUT RI dengan mengadakan berbagai macam lomba.
- c. Bidang Ekonomi : Program kemitraan untuk usaha kecil menengah; Kelompok usaha pembuatan pupuk organik; dan juga Membuat koperasi simpan pinjam.
- d. Bidang Lingkungan : Perbaikan dan pengembangan drainase; Penanaman pohon pelindung; Pengerasan dan pengaspalan jalan; Pembuatan gapura Kampung Digital Sampali; dan Pembuatan plang nama PKK Kampung Sampali.

6. Kesimpulan

Dari uraian yang telah disajikan pada bagian-bagian diatas dapat dibuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Revolusi teknologi, perubahan budaya global, hubungan antar negara tanpa batas batas (borderless), dan terjadinya perubahan tuntutan lingkungan perusahaan telah mempengaruhi terjadinya perubahan dalam mengelola bisnis. Hal ini lebih lanjut menuntut adanya penerapan nilai-nilai GCG
2. Universitas sebagai *center of excellent* perlu proaktif & kreatif dalam memainkan peran mencari terobosan baru sehingga menciptakan simbiose mutualistis dengan sektor industri
3. Unsur pembentuk citra/reputasi korporat perlu mewujudkan bidang rekat yang mampu menggalang kerjasama antara Perguruan Tinggi dengan korporasi
4. Dunia kampus harus berperan dalam riset kualitas produk dan layanan, survey lingkungan (fisik & sosial), penelitian tematis lainnya
5. Tanggung jawab korporasi terhadap lingkungan (fisik dan sosial) dapat berpedoman kepada kebijakan K3LL dan CSR (Program CD & RD)

Daftar Kepustakaan

- Rudito, Bambang & Budimanta, Arif & Prasetijo, Adi (2004). *Corporate Social Responsibility: Jawaban Bagi Modal Pembangunan Indonesia Masa Kini*. Jakarta, ICSD
- Mulyadi (2003): *Pengelolaan Program Corporate Social Responsibility: Pendekatan, Keberpihakan dan Keberlanjutannya*. Center for Populaton Studies, UGM
- Sembiring, Eddy Rismanda, *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial, Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta*, Symposium Nasional Akuntansi VIII, Solo, 15-16 September 2005.
- Wibisono, Yusuf (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik. Fascho Publishing.
- , "Masalah Pengelolaan CSR Pada Sektor Pertambangan"
http: //www.rahmatullah.net/2010/05/masalah-pengelolaan-program corporate.html.