

**ANALISIS PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
PADA PT. CARGILL INDONESIA AMURANG**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam  
Menyelesaikan Pendidikan Sarjana Sains Terapan Pada  
Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Keuangan**

**Oleh :**

**Risdianto Sumual**

**NIM. 11 042 083**



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
POLITEKNIK NEGERI MANADO - JURUSAN AKUNTANSI  
PROGRAM STUDI D4 AKUNTANSI KEUANGAN**

**2015**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO**  
**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI KEUANGAN**

**PERSETUJUAN**

Tugas Akhir dengan judul  
**ANALISIS PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
PADA PT. CARGILL INDONESIA AMURANG**

Oleh :  
Nama : Risdianto Sumual  
NIM : 11042083  
Program Studi : Sarjana Terapan Akuntansi Keuangan

Disetujui untuk diujikan

Manado, Agustus 2015

**Pembimbing 1**

**Pembimbing 2**

**Dr. Hedy D. Rumambi, MM, AK, CA, CSRS**  
**NIP : 19700205 199802 2 002**

**Ivoletti Merlina Walukow, SE, Msi**  
**NIP : 19641211 199003 2 001**

**Mengetahui,**  
**Ketua Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Keuangan**

**Jeffrey Otniel Rengku, SE.AK, MM**  
**NIP. 19630924199403 1 001**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO**  
**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI KEUANGAN**

**PENGESAHAN**

**Tugas Akhir dengan judul**  
**ANALISIS PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**  
**(CSR) PADA PT. CARGILL INDONESIA AMURANG**

Telah dipertahankan dihadapan sidang Tim Penguji Akhir  
Pada Hari ..... Tanggal ..... Pukul ..... di Jurusan Akuntansi.

Oleh

Risdianto Sumual

NIM 11 042 083

Dan yang bersangkutan dinyatakan

**LULUS**

Tim Penguji Akhir

Ketua Sidang : Dra. Anie Mundung, M.Si  
NIP : 19590112 198811 2 001 .....

Anggota Penguji 1 : Dr. Kiet Tumiwa, SE.,MM.,Ak  
NIP : 19690120 199802 1 001 .....

Anggota Penguji 2 : Susy A. Marentek, SE., MSA  
NIP : 19631230 198903 2 001 .....

Mengetahui

Ketua  
Jurusan Akuntansi

Ketua  
Program Studi Sarjana Trapan Akuntansi  
Keuangan

Susy A. Marentek  
NIP : 19631230 198903 2 001

Jeffry Otniel Rengku, SE. Ak, MM  
NIP : 19630924 199403 1 001

## **PERNYATAAN ORISINAL SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya buat adalah orisinal, merupakan hasil karya sendiri, tidak pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam skripsi ini dan disebutkan sumber kutipan dan daftar pustakanya.

Apabila dikemudian hari ditemukan bahwa dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan adanya unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjanah Sains Terapan) dibatalkan, serta diproses menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Manado, Agustus 2015  
Penulis

Risdianto Sumual  
NIM. 11 042 083

## ABSTRAK

**Risdianto Sumual** 2015. Analisis Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada PT. Cargill Indonesia Amurang. Tugas Akhir Jurusan Akuntansi, Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Keuangan, Politeknik Negeri Manado, Pembimbing 1 : Dr. Hedy D. Rumambi, MM, Ak, CA, CSRS. Pembimbing 2 : Ivoletti M. Walukow, SE, MSi.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan aktivitas perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap pencapaian profit, kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan. Penerapan CSR bergantung pada kebijakan perusahaan. Hal ini dikarenakan belum adanya standar yang menjadi acuan bagi program, pelaksanaan, dana, pengakuan atas pengeluaran CSR, serta pelaporannya. Konsekuensinya, CSR diterapkan secara berbeda oleh perusahaan di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT. Cargill Indonesia Amurang dan untuk mengetahui manfaat dari penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT. Cargill Indonesia Amurang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan analisis kualitatif dengan fokus penelitian pada penerapan dan manfaat CSR melalui program CSR yang telah dijalankan oleh PT. Cargill Indonesia Amurang.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa PT. Cargill Indonesia Amurang menerapkan CSR-nya dalam bentuk program-program CSR baik jangka pendek maupun jangka *panjang* dengan bermitra bersama masyarakat dan pemerintah. Program CSR tersebut juga dilaksanakan untuk melestarikan lingkungan. Dana CSR dibentuk sebesar 1 % dari laba perusahaan dan bersifat fleksibel. Pengeluaran untuk aktivitas CSR diakui dan dicatat sebagai biaya CSR. Biaya tersebut dilaporkan dalam laporan keuangan PT. Cargill. Aktivitas CSR-nya oleh PT. Cargill Indonesia Amurang dilaporkan dalam laporan kegiatan CSR ke PT. Cargill Indonesia dan dirangkum dalam Laporan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan 2013/2014 untuk seluruh Indonesia.

**Kata kunci:** Perspektif stakeholder, manfaat dan penerapan CSR, dana dalam program CSR 1% dari laba

## **ABSTRACT**

*Risdianto Sumual 2015. Analysis of Application of Corporate Social Responsibility (CSR) at PT. Cargill Indonesia Amurang. Thesis. Department of Accounting, Bachelor of Applied Studies Financial Accounting, Politeknik Manado State, Supervisor 1: Dr. Hedy D. Rumambi, MM, Ak, CA, CSRS. Supervisor 2: Ivoletti M. Walukow, SE, Msi.*

*Corporate Social Responsibility (CSR) is an activity of the company to be responsible for the achievement of profit, social welfare and environmental sustainability. Implementation of CSR depends on company policy. This is because there is no standard as the reference for the program, implementation, funding, recognition of CSR spending, and reporting. Consequently, CSR is applied differently by companies in Indonesia.*

*This study aims to determine the application of Corporate Social Responsibility (CSR) at the PT. Cargill Indonesia Amurang and to know the benefits of the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) at the PT. Cargill Indonesia Amurang. The method used in this research is descriptive and qualitative analysis with a focus on the application and benefits of CSR through the CSR program that has been run by PT. Cargill Indonesia Amurang.*

*This study concluded that PT. Cargill Indonesia Amurang implement CSR in the form of CSR programs both short- and long-term partnership with the community and government. The CSR program is also implemented to preserve the environment. CSR fund set up by 1% of the company's profit and is flexible. Expenditures for CSR activities are recognized and recorded as an expense CSR. These costs are reported in the financial statements. Cargill. Its CSR activities by PT. Cargill Indonesia Amurang reported in CSR activities to PT. Cargill Indonesia and summarized in the Corporate Social Responsibility Report 2013/2014 for the whole of Indonesia.*

*Keywords: Stakeholder perspective, CSR benefits and application of funds in running the program CSR 1% of income*

## BIODATA

NAMA : RISDIANTO SUMUAL  
NIM : 11 042 083  
TEMPAT LAHIR : SULUUN  
TANGGAL : 17 FEBRUARI 1988  
NAMA ORANG TUA  
    AYAH : ROBBY SUMUAL  
    IBU : ANNEKE ROBOT  
RIWAYAT PENDIDIKAN :  
    TK : 1993 - 1994  
    SD : 1994 - 2000  
    SMP : 2000 - 2003  
    SMA : 2003 - 2006  
    POLITEKNIK MANADO : 2011 – Sekarang



### **MOTTO**

*Orang gagal membuang kesempatan  
Orang rata-rata menunggu kesempatan  
Orang pandai memanfaatkan kesempatan  
Namun pemenang menciptakan kesempatan*

*Sebab Aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada pada Ku mengenai kamu, demikian firman TUHAN, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan.*

*(Yerremia 29 : 11)*

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya Kepada Tuhan Yesus Kristus akhirnya penulisan tugas akhir ini selesai. Penulisan tugas akhir ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sains Terapan. Atas kemurahan, berkat dan kasih yang telah dilimpahkannya kepada Penulis. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini dapat selesai bukan semata-mata oleh kemampuan dan kekuatan penulis melainkan karena kasih-Nya serta adanya bimbingan,dorongan,semangat. Bantuan serta Doa dari berbagai pihak.

Penulisan Tugas Akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Ir. Jemmy Julius Rangan, MT selaku Direktur Politeknik Negeri Manado, beserta para pembantu direktur.
2. Ibu Susy A Merentek SE,MSA selaku Ketua Jurusan Akuntansi
3. Ibu Dr. Hedy D. Rumambi, MM, AK, CA, CSRS dan Ibu Ivoletti Merlina Walukow, SE, Msi , selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir.
4. Kedua orang tua saya Bapak Robby Sumual dan Ibu Anneke Robot atas segala, terimah kasih atas doa, perhatian, kesabaran dan dukungan.
5. PT. Cargill Indonesia Amurang yang telah memperbolehkan saya membuat penelitian di perusahaan tersebut dan dapat memperoleh data-data.
6. Seluruh Dosen Pengajar Jurusan akuntansi

Akhir kata penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

*Tuhan Yesus Memberkati*

Manado 29 Mei 2015

Risdianto Sumual

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
PERNYATAAN ORISINAL SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
BIODATA.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Definisi Corporate Social Responsibility (CSR) .....	8
2.2 Teori Stakeholder.....	10
1. Definisi <i>Stakeholder</i> .....	11
2. Ruang Lingkup <i>Stakeholder</i> .....	12
2.3 <i>Triple Bottom Line</i> Sebagai Prinsip Dasar CSR .....	14
2.4 Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) .....	17
1. Aktivitas CSR.....	17
2. Strategi Implementasi .....	18
2.5 Laporan Keuangan.....	21

2.6 Laporan CSR.....	22
2.6 Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR).....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	25
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	25
3.3 Sumber Data .....	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.5 Teknik Analisis Data .....	26
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan PT. Cargill Indonesia Amurang.....	28
1. Sejarah Perusahaan.....	28
2. Visi dan Misi PT. Cargill Indonesia Amurang.....	29
3. Struktur Organisasi dan Bidang usaha.....	30
4.2 <i>Stakeholder</i> .....	33
4.3 Konsep CSR PT. Cargill Indonesia Amurang.....	34
4.4 Analisis Penerapan CSR PT. Cargill Indonesia Amuran... 1. Program PT. Cargill Indonesia Amurang dalam Dalam menjalankan CSR.....	42
2. Penerapan CSR dalam Konteks <i>Triple Bottom Line</i> ..	47
4.5 Dana CSR PT. Cargill Indonesia Amurang.....	48
4.6 Laporan CSR PT. Cargill Indonesia Amurang.....	49
4.7 Manfaat CSR Bagi PT. Cargill Indonesia Amurang.....	51
<b>BAB V KESIMPULAN DDAN REKOMENDASI.....</b>	<b>52</b>

1. Kesimpulan.....	52
2. Rekomendasi.....	54

DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Ruang Lingkup Stakeholder.....	13
Gambar 2.2 Hubungan <i>Profit, People dan Planet</i> .....	15

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kategori Tanggung Jawab Sosial.....	21
Tabel 4.1 Stakeholder PT. Cargill Indonesia Amurang.....	33

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Era globalisasi yang semakin meningkat dan tingkat kesadaran masyarakat yang semakin tinggi menyebabkan konsep tanggung jawab perusahaan yang hanya untuk mencari keuntungan semata menjadi tidak relevan. Seiring dengan berkembangnya perusahaan, maka pengaruh perusahaan tersebut juga akan semakin besar. Ini menimbulkan banyaknya gerakan yang menghimbau agar pelaku bisnis menjalankan perilaku bisnis yang memiliki kesadaran sosial dan lingkungan secara bertanggung jawab (Monik 2008).

Kekuasaan yang terpusat pada bisnis modern semakin memperlihatkan bahwa setiap tindakan yang diambil perusahaan membawa dampak yang nyata terhadap kualitas hidup masyarakat. Hal ini menyebabkan perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial yang sangat besar terhadap lingkungannya, seperti yang diungkapkan (Wibisono 2007) bahwa tanggung jawab sosial perusahaan bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi melainkan juga tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan.

Pada satu sisi harus diakui perusahaan merupakan salah satu penopang dan penggerak perekonomian. Peranan perusahaan dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi masyarakat di sekitar perusahaan merupakan bagian dari kontribusi positif. Penciptaan lapangan kerja, produk barang serta jasa yang dihasilkan dari usaha perusahaan tersebut dengan memberikan pendapatan bagi masyarakat sekitar lingkungan perusahaan merupakan kontribusi yang dirasakan sangat bermanfaat.

Namun di sisi lain, eksploitasi sumber-sumber daya alam oleh sektor industri seringkali menyebabkan terjadinya kerusakan lingkungan. Hal ini terlihat pada kasus PT. Freeport. Konflik antara PT. Freeport Indonesia dan

rakyat Papua dipicu oleh penggunaan lahan tanah adat suku Amungme, perusakan, dan pencemaran lingkungan di sekitar daerah penambangan (Hadi, 2011 dalam Rumambi, 2014). Rakyat Papua yang harus menerima kenyataan pahit akibat keberadaan operasi penambangan PT. Freeport Indonesia. Konflik ini menunjukkan perusahaan dalam kegiatan operasi penambangannya hanya mengejar keuntungan pribadinya.

Perusahaan tidak dapat melepaskan tanggung jawabnya baik terhadap lingkungan maupun masyarakat yang ada di sekitarnya. Jika perusahaan tetap ingin keberlanjutan, maka perusahaan harus memperhatikan baik masyarakat maupun lingkungan. Perusahaan harus menyadari bahwa dirinya adalah bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat yang lebih luas. Jika saatnya terjadi hal buruk yang menimpa dan merugikan masyarakat, pada gilirannya akan berdampak pada perusahaan juga. Oleh karena itu, perusahaan harus memperlakukan komunitasnya sebagai mitra.

Perusahaan selama ini dianggap sebagai penyebab rusaknya lingkungan dengan mengeksploitasi sumber daya alam, dan hanya mementingkan keuangan saja. Kebanyakan perusahaan selama ini melibatkan dan memberdayakan masyarakat hanya untuk mendapat simpati. Program yang mereka lakukan hanya sebatas pemberian sumbangan, santunan dan pemberian sembako (karitatif). Hal ini terlihat pada PT. Newmont Minahasa Raya (NMR). PT. NMR berusaha membangun citra yang positif selama beroperasi di teluk Buyat Minahasa. Dalam kegiatan tanggung jawab sosialnya, telah dibangun perusahaan, yaitu dua sekolah Taman Kanak-Kanak, satu Sekolah Dasar, satu Sekolah Menengah Pertama, serta satu Sekolah Menengah Atas. Puskesmas di Ratatotok juga dibangun oleh perusahaan. Rumah sakit tipe C di Ratatotok dibangun oleh PT. NMR dan pemerintah melalui yayasan pembangunan berkelanjutan Sulawesi Utara (Berita Kawanua, 2012).

Walaupun PT. NMR telah banyak melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dalam bentuk kegiatan karitatif tetapi sayangnya PT. NMR tidak mencegah pencemaran yang terjadi dari kegiatan penambangannya. Kegiatan

penambangannya terbukti membawa dampak pencemaran yang membahayakan kehidupan masyarakat di sekitar lokasi penambangan Teluk Buyat.

Berdasarkan hasil penelitian berbagai kalangan menunjukkan bahwa PT. NMR telah terbukti mencemari Teluk Buyat (Amrullah, 2008). Kondisi ini menunjukkan meskipun perusahaan telah melakukan berbagai kegiatan karitatif, tetapi konflik sosial yang muncul terjadi karena PT. NMR dalam melaksanakan aktivitas operasionalnya tidak bertanggung jawab terhadap dampak operasinya pada lingkungan. Akibatnya PT. NMR mendapat citra yang negatif dari masyarakat.

Citra perusahaan di mata masyarakat sangat berpengaruh terhadap produk yang di hasilkan oleh perusahaan. Teknologi sekarang ini memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Jika perusahaan tidak menunjukkan tanggung jawab sosial yang baik di kabupaten, informasi ini akan cepat tersebar luas ke berbagai daerah yang akibatnya akan berdampak citra yang negatif bagi perusahaan tersebut. Sebaliknya jika perusahaan menunjukkan tanggung jawab sosial yang tinggi terhadap kegiatan kemanusiaan, pelestarian lingkungan, kesehatan masyarakat dan karyawan, pendidikan, penanggulangan bencana alam, maka akan terbentuk citra yang positif bagi perusahaan.

Perusahaan sebagai entitas ekonomi, apapun bentuk industrinya bertujuan untuk mencetak laba yang optimal demi peningkatan kekayaan para pemegang saham, namun hal ini saja belum cukup, tidak terjamin hanya mengandalkan pada laba yang tinggi. Perusahaan harus memiliki komitmen yang tinggi untuk menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Darwin 2006).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara singkat dapat diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan kepada para kepentingan (*stakeholders*). *Stakeholder* tersebut merupakan pihak-pihak yang berkepentingan, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap eksistensi atau aktivitas perusahaan, seperti karyawan, konsumen, masyarakat, maupun pemerintah.

Kepedulian perusahaan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan CSR terwujud dalam komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak-dampak dari kegiatan usaha yang dijalankan dalam aspek ekonom, sosial, dan lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan CSR dapat diartikan menjadi dua bagian yaitu ke dalam perusahaan itu sendiri, contohnya terhadap karyawan dan di luar lingkungan perusahaan, menyediakan lapangan pekerjaan kepada masyarakat, peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pemeliharaan lingkungan untuk generasi yang akan datang.

Kewajiban pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang telah menjadi tanggung jawab hukum perusahaan dari segi ekonomis dianggap tidak menguntungkan, tetapi jika dijalankan dengan benar, efektif, terstruktur, dan bersifat jangka panjang bukan hal yang mustahil jika kegiatan tersebut dapat memberikan keuntungan ekonomis kepada perusahaan.

CSR di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas, bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Walaupun kini telah terbit Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, tetapi wacana mengenai CSR masih tetap simpang siur karena tidak adanya standar yang menjadi acuan program CSR tersebut. Hal ini merugikan kepentingan pemegang saham karena akan meningkatkan biaya dan menurunkan laba perusahaan, sedangkan dari pihak masyarakat umumnya CSR masih menjadi suatu program yang belum dipahami betul maksud dan tujuannya, tetapi tidak sedikit yang berpendapat CSR memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar.

PT. Cargill Indonesia Amurang adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang agroindustri kelapa. Wujud dari penerapan CSR di PT. Cargill Indonesia Amurang dilandasi dari keinginan dari pemilik perusahaan dan menjalankan peraturan pemerintah yang tercantum dalam PP No 47 Tahun 2012. Perusahaan dalam hal ini memiliki kepedulian terhadap perekonomian

masyarakat sekitar perusahaan yang tercermin dalam visi perusahaan yaitu “Menjadi yang terdepan dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat”

Salah satu konsep tanggung jawab sosial PT. Cargill Indonesia Amurang adalah membantu membangun masyarakat yang dinamis dan stabil dengan mendukung solusi jangka panjang untuk membangun perekonomian masyarakat, meningkatkan taraf pendidikan dan melindungi lingkungan, dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli akan masyarakat sekitar dan lingkungan. Adanya citra yang baik dari perusahaan maka masyarakat menyadari perusahaan di kabupaten Minahasa Selatan akan berguna dan bermanfaat bagi masyarakat. Adanya citra positif ini, maka perusahaan akan lebih mudah memperoleh kepercayaan dari tiap-tiap masyarakat. Perlu dilakukan beberapa langkah guna mendapatkan citra yang positif ini, diantaranya komitmen antara pimpinan dan bawahan untuk mewujudkan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Kebijakan CSR PT. Cargill Indonesia Amurang berkaitan dengan bantuan kemitraan, lingkungan dan sosial. PT. Cargill Indonesia Amurang memberikan bantuan di bidang-bidang tertentu. Usaha yang dibantu meliputi industri, jasa perdagangan, perkebunan, pertanian, lingkungan alam, pendidikan, pelatihan, kesehatan, dan sarana rumah ibadah. Bantuan diberikan untuk daerah di sekitar Kab Minahasa Selatan.

Penerapan CSR yang dilakukan oleh PT. Cargill Indonesia Amurang, terdapat berbagai aspek yang dianggap memiliki hubungan langsung dengan keadaan yang dialami oleh masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan serta dampak yang terjadi dengan adanya perusahaan tersebut.

Adanya Undang-Undang No. 40 tahun 2007, yang mewajibkan perusahaan untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan, mendorong perusahaan untuk melakukan aktivitas CSR. Di sisi lain, dengan belum terdapatnya standar yang menjadi acuan pelaksanaan CSR, seperti bentuk aktivitas CSR, jumlah dana yang dialokasikan untuk aktivitas CSR, maupun bentuk dan isi laporan CSR, maka aktivitas CSR, dananya maupun pelaporannya

dilakukan secara berbeda oleh perusahaan sesuai kebijakan perusahaan. Oleh sebab itu, penulis melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Pada PT. Cargill Indonesia Amurang**”

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaiman Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada PT. Cargill Indonesia Amurang ?
2. Apa manfaat dari penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada PT. Cargill Indonesia Amurang ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada PT. Cargill Indonesia Amurang.
2. Untuk Mengetahui Manfaat dari penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada PT. Cargill Indonesia Amurang.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan.

Belum adanya standar dalam pelaksanaan CSR mengakibatkan penerapan CSR yang berbeda antara perusahaan-perusahaan. Hasil penelitian ini dapat memperkaya pengembangan konsep dan penerapan CSR yang ada di Indonesia.

## 2. Bagi Mahasiswa

Dengan adanya penelitian ini, penulis dapat menambah pengetahuan secara praktis tentang penerapan dan manfaat dari praktek *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Pada awalnya, konsep CSR merupakan suatu pendekatan perubahan atau pengembangan masyarakat khususnya peningkatan sumber daya manusia yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan.

Pendekatan ini berasal dari pemikiran bahwa perusahaan harus turut berkontribusi terhadap pembangunan di mana lokasi perusahaan beroperasi. Oleh karena itu CSR lahir sebagai sebuah etika bisnis baru dalam sejarah perkembangan global. Pendekatan CSR ini bertujuan agar masyarakat turut terlibat atau menjadi bagian dari perusahaan tersebut dan menikmati manfaat dari keberadaan perusahaan di suatu wilayah tertentu.

(Budimanta 2008) menjelaskan dan menyimpulkan bahwa definisi CSR itu secara konsisten mengandung 5 dimensi yaitu:

- 1) Dimensi lingkungan, yang merujuk ke lingkungan hidup dan mengandung kata-kata seperti “lingkungan yang lebih bersih”, pengelolaan lingkungan, kepedulian lingkungan dalam pengelolaan operasi bisnis.
- 2) Dimensi sosial yaitu hubungan antara bisnis dan masyarakat yang tercermin melalui fase seperti, berkontribusi terhadap masyarakat yang lebih baik mengintegrasikan kepentingan sosial dalam operasi bisnis, memperhatikan dampak terhadap masyarakat.
- 3) Dimensi Ekonomis yang menerapkan aspek sosio-ekonomis atau finansial bisnis yang diterangkan dengan kata-kata seperti, turut menyumbang pembangunan ekonomi, mempertahankan keuntungan, dan operasional bisnis.

- 4) Dimensi pemangku kepentingan (*Stakeholder*) yang tentunya menjelaskan hubungan bisnis dengan pemangku kepentingan dan dijelaskan dengan seperti, interaksi dengan pemangku kepentingan perusahaan, hubungan perusahaan dengan karyawan dan komunitas.
- 5) Dimensi kesukarelaan, suhubungan dengan hal-hal yang tidak diatur oleh hukum atau peraturan pemerintah yang tercermin seperti, berdasarkan nilai-nilai etika, dan melebihi kewajiban hukum.

Menurut Wibisono (2007) *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dalam menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan.

Menurut (ISO 26000) *Corporate Social Responsibility* adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak dari keputusan kegiatan pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan yang berkelanjutan dengan kesejahteraan masyarakat.

*Corporate Social Responsibility* atau yang dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk peran serta dan kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Pada akhirnya CSR tidak lagi dipandang sebagai semata-mata tanggung jawab moral perusahaan, tetapi CSR dipandang sebagai bagian dari strategi perusahaan yang digunakan untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Menurut Baron (2006) ada dua hal saling terkait yang mendasari perusahaan melakukan strategi CSR yaitu dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan meningkatkan kualitas lingkungan masyarakat di tempat perusahaan beroperasi yang pada akhirnya akan mendukung keberlanjutan hidup perusahaan.

Model dari pelaksanaan CSR juga bermacam-macam. Setidaknya terdapat tiga model pelaksanaan CSR yang umum digunakan di Indonesia, dalam [www.praktekcsr.com](http://www.praktekcsr.com). Perusahaan memiliki alasan-alasan diantaranya:

1. Alasan Sosial.

Perusahaan melakukan program CSR untuk memenuhi tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Sebagai pihak luar yang berpotensi pada wilayah orang lain perusahaan harus memperhatikan masyarakat sekitarnya. Perusahaan harus ikut serta menjaga kesejahteraan ekonomi masyarakat dan juga menjaga lingkungan dari kerusakan yang ditimbulkan.

2. Alasan Ekonomi.

Motif perusahaan dalam melakukan CSR tetap berujung pada keuntungan. Perusahaan melakukan program CSR untuk menarik simpati masyarakat dengan membangun *image* positif bagi perusahaan yang tujuan akhirnya tetap pada peningkatan profit.

3. Alasan Hukum.

Alasan hukum membuat perusahaan melakukan program CSR hanya karena adanya peraturan dari pemerintah. CSR dilakukan perusahaan karena ada tuntutan yang jika tidak dilakukan akan dikenai sanksi atau denda dan bukan karena kesadaran perusahaan ikut serta menjaga lingkungan. Akibatnya banyak perusahaan yang melakukan CSR sekedar ikut-ikutan atau menghindari sanksi dari pemerintah

## **2.2. Teori *Stakeholder* (Teori pemangku kepentingan)**

Istilah dari *stakeholder* sudah sangat populer. Kata ini telah dipakai oleh banyak pihak dan hubungannya dengan berbagai ilmu misalnya komunikasi, pengelolaan sumberdaya alam, dan sosiologi. Lembaga-lembaga publik telah menggunakan secara luas istilah *stakeholder* ini ke dalam proses-proses pengambilan dan implementasi keputusan. Secara sederhana, *stakeholders* sering dinyatakan sebagai pihak, lintas pelaku, atau pihak-pihak yang terkait dengan suatu isu dan suatu rencana.

## 1. Definisi *Stakeholder*

Menurut (Friedman 1984), *stakeholder* merupakan individu atau kelompok yang bisa mempengaruhi organisasi sebagai dampak dari aktivitas-aktivitasnya. Menurut (Untung 2008), menyampaikan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap para *stakeholder* yang terkait dan terkena dampak dari keberadaan perusahaan.

Dari pengertian *stakeholder* di atas suatu kebijakan perusahaan dipengaruhi oleh pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan dan baik dari dalam maupun luar perusahaan yang disebut *stakeholder*. Menurut (Friedman 2006) adanya jaringan kepentingan yang saling terkait ini menciptakan nilai tambah bagi perusahaan yang tidak akan didapatkannya sendiri. Perusahaan menjadi tidak bermakna tanpa adanya keterkaitan *stakeholder*. Keterkaitan antara perusahaan dan *stakeholder* dapat dilihat dari adanya hubungan yang saling mempengaruhi antara satu sama lain. Perubahan pada salah satu pihak akan memicu dan mendorong terjadinya perubahan pada pihak yang lainnya. Pemahaman mengenai teori *stakeholder* diperlukan untuk memahami kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan.

Berikut adalah pengertian *stakeholder* yang dikemukakan oleh beberapa ahli:

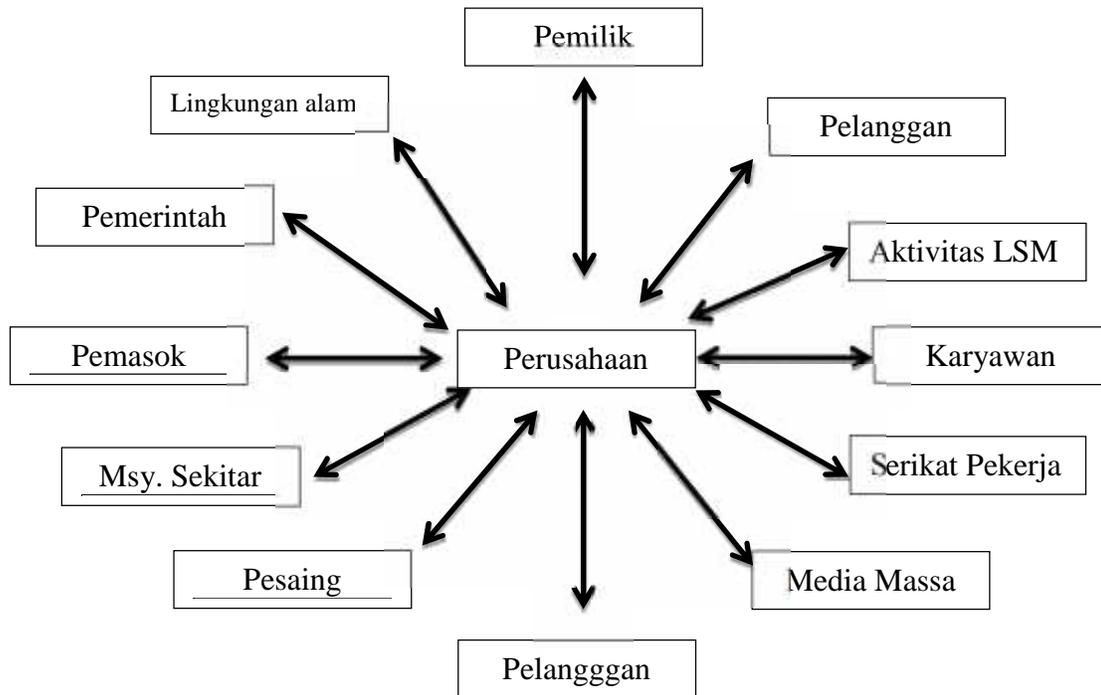
- 1) Friedman (2006) mengemukakan bahwa *stakeholder* adalah kelompok-kelompok yang tampak dukungan berakibat organisasi tidak dapat melanjutkan keberadaannya.
- 2) Kiroyan (2006) mengemukakan bahwa *stakeholder* adalah kelompok atau orang yang dapat berdampak terhadap atau dapat terkena dampak pencapaian organisasi.
- 3) Wibisono (2007) mengemukakan bahwa *stakeholder* adalah orang yang mempertahankan hidupnya pada perusahaan baik kelompok yang ada di

dalam maupun di luar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan.

## **2. Ruang Lingkup *Stakeholder***

Ruang lingkup *Stakeholder* yang dikemukakan oleh Friedman (2006) dapat dilihat pada Gambar 2.1. Ruang lingkup ini memberikan gambaran kepada perusahaan mengenai pihak yang berkepentingan terhadap keberadaan perusahaan dan bagaimana perusahaan dapat memperlakukan dengan bijak. Semakin besar suatu bisnis, semakin besar pula ruang lingkup *Stakeholder*.

Dari beberapa pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa *stakeholder* merupakan setiap individu atau kelompok yang mempunyai kepentingan atau peran terhadap keberlanjutan perusahaan sehingga mempengaruhi kebijakan perusahaan. Untuk mengoptimalkan setiap kebijakan perusahaan dalam pengambilan keputusan terutama untuk aktivitas CSR diperlukan pemahaman mengenai ruang lingkup *stakeholder* sebagaimana dikemukakan oleh Friedman. Friedman mengajurkan untuk melakukan integrasi hubungan-hubungan dengan segenap kelompok *stakeholder* dan melakukan pemetaan pemangku kepentingan suatu organisasi atau perusahaan yang dapat diterapkan terhadap bagian-bagian kegiatan operasi atau bisnis yang spesifik.

GAMBAR 2.1 Ruang Lingkup *Stakeholder*

Sumber : Friedman (2006)

Teori *Stakeholder* dalam konsep CSR memiliki gagasan tersendiri, misalnya saja dengan istilah *Social* pada *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan kepada siapa perusahaan harus bertanggung jawab. Sering kali *Stakeholder* cenderung mengarah kepada *Stakeholder* yang dimaksudkan untuk kelompok yang memiliki kekuasaan dan kepentingan dalam operasional maupun pengambilan keputusan dari perusahaan. Kadang kepentingan ini mewakili aspek legal namun juga bisa mewakili aspek moralitas seperti kelompok yang seharusnya diperhatikan dengan adil atau yang pendapatnya menjadi suatu pertimbangan yang sangat penting bagi perusahaan.

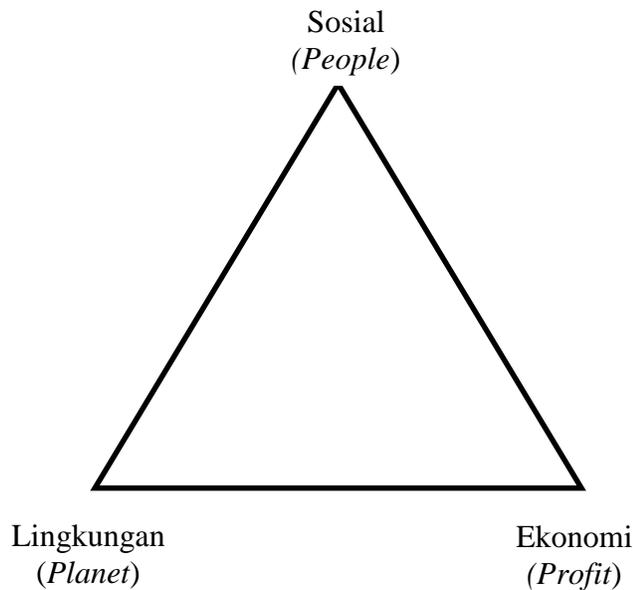
Dengan adanya pandangan seperti ini, maka perusahaan harus menentukan *Stakeholder* yang memiliki legitimasi paling kuat terhadap perusahaan, namun dengan tidak mengesampingkan *Stakeholder* lainnya. Hal ini

menggambarkan legitimasi dan tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan dalam jangka panjang. *Stakeholder* ini kemudian menjadi landasan bagi perusahaan dalam menanggapi berbagai strategi yang akan dibuat, tindakan apa yang akan dilakukan dan keputusan apa yang harus selalu di ambil untuk mempertimbangkan *Stakeholder* dalam menjalankan bisnisnya tersebut.

### **2.3 Triple Bottom Line Sebagai Prinsip Dasar CSR**

Istilah *Triple Bottom Line* dipopulerkan oleh Jhon Elkington pada tahun 1997 .Elkington mengembangkan konsep *triple button line* dalam 3 aspek yaitu economic prosperity, environmental quality dan social justice. Dari ketiga aspek tersebut, Profit, People dan Planet menjadi prinsip dasar CSR

Melalui buku (Wibisono 2007) Elkington memberi pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan, harus memperhatikan 3P selain mengejar (*profit*) perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat langsung pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Hubungan ini kemudian di ilustrasikan dalam bentuk segi tiga sebagai berikut :

GAMBAR 2.2 Hubungan *Profit*, *People* dan *Planet*

Sumber : Elkington dalam Wibisono (2007)

Konsep *triple bottom line* perusahaan tidak berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga sosial dan lingkungan. Dari gagasan tersebut, perusahaan tidak lagi diharapkan berpijak pada tanggung jawab *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi *financial*-nya saja, namun juga memperhatikan aspek social dan lingkungannya.

*Profit* merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Tak heran bila fokus utama dari seluruh kegiatan dalam perusahaan adalah mengejar profit atau mendorong harga saham setinggi tingginya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Inilah bentuk tanggung jawab ekonomi yang paling esensial terhadap pemegang saham. *Profit* sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

Aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrat *profit* antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga

perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin. Dengan terjadinya peningkatan produktivitas bisa memperbaiki manajemen kerja melalui penyederhanaan proses, mengurangi aktivitas yang tidak efisien, menghemat waktu proses dan pelayanan, termasuk juga menggunakan material sehemat mungkin dan memangkas biaya serendah mungkin.

*People* (masyarakat pemangku kepentingan) menyadari bahwa masyarakat merupakan *stakeholder* penting bagi perusahaan karena dukungan mereka yang terutama masyarakat sekitar perusahaan sangat diperlukan bagi keberaan kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan, maka sebagian itu yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Selain itu, perlu disadari bahwa perusahaan yang beroperasi berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat sekitar. Karenanya pula perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat. Intinya jika ingin eksis maka perusahaan harus menyertakan tanggung jawab yang bersifat sosial.

Tak sedikit kemudian yang mengakui perlunya tanggung jawab sosial itu. Namun sifatnya instrumental, maksud tanggung jawab sosial perusahaan hanya sekedar sarana untuk menggapai maksimal *profit* sebagai tujuan utama. Anggapan ini membawa perusahaan melihat tanggung jawab sosial sebagai hal yang eksternal dalam kegiatan bisnis atau lebih bersifat aksesoris.

Usaha yang meperoleh komitmen dalam tanggung jawab sosial ini perusahaan memang perlu memiliki pandangan bahwa CSR adalah investasi masa depan. CSR bukan lagi dilihat sebagai sentral biaya melainkan sentral laba di masa mendatang karena melalui hubungan yang harmonis dan citranya yang baik pada masyarakat

*Planet* sebagai unsur ketiga yang mesti diperhatikan juga. Jika perusahaan ingin eksis maka harus disertakan pula tanggung jawab kepada lingkungan. Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang

kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan merupakan hubungan sebab akibat. Jika kita merawat lingkungan maka lingkungan pun akan memberikan manfaat pada kita. Namun sayangnya sebagian besar dari kita masih kurang peduli terhadap lingkungan sekitar, hal ini disebabkan karena tidak ada keuntungan langsung di dalamnya. Dengan melihat keuntungan sebagai inti dari dunia bisnis maka banyak pelaku industri yang hanya mementingkan bagaimana menghasilkan uang sebanyak mungkin melakukan upaya apapun untuk melestarikan lingkungan. Kondisi ini CSR dapat dilihat sebagai aktivitas eksternal dari kegiatan bisnis dan bersifat asesoris. Padahal dengan melestarikan lingkungan mereka justru akan memperoleh keuntungan yang lebih banyak, mendongkrak laba dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Tak kalah penting juga memperhatikan kelestarian lingkungan. Perusahaan perlu menerapkan konsep *triple bottom line* yakni *profit, people dan planet* dengan kata lain bisnis bukan hanya *profit* saja, tetapi juga melihat *people* dan *planet*.

## ***2.4 Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR)***

### **1. Aktivitas CSR**

Menurut Kotler dan Lee dalam (Wibisono 2007) menyebutkan ada beberapa kategori aktivitas CSR yaitu:

a. Promosi kegiatan sosial (*Cause promotions*)

Pada aktivitas CSR ini perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu kegiatan sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tersebut.

b. Pemasaran terkait kegiatan sosial (*Cause related marketing*)

Ketika sebuah perusahaan menyatakan bahwa sebagian dari keuntungan atau penjualan produksi akan disumbangkan untuk kegiatan sosial tertentu, maka

perusahaan tersebut sedang melakukan apa yang disebut sebagai *Cause Related Marketing*

- c. Pemasaran kemasyarakatan perusahaan (*Corporate social marketing*)  
Perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- d. Kegiatan filantropi perusahaan (*Corporate philanthropy*)  
Perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, bingkisan atau pelayanan secara cuma-cuma.
- e. Pekerja Sosial Kemasyarakatan Secara Sukarela (*Community Volunteering*)  
*Community Volunteering* merupakan bentuk aktivitas sosial yang diberikan perusahaan dalam rangka memberikan dukungan bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.
- f. Praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab sosial (*Socially responsible business practice*)  
Aktivitas ini merupakan kegiatan penyesuaian dan pelaksanaan praktik operasional usaha dan investasi yang mendukung peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat dan lingkungan atau menjaga lingkungan, misalnya membangun fasilitas pengolahan limbah, memilih pemasok dan kemasan yang ramah lingkungan.

## 2. Strategi Implementasi

Dalam menjalankan CSR tidak ada standar tertentu yang dianggap terbaik. Setiap perusahaan memiliki karakteristik dan situasi yang berpengaruh terhadap bagaimana memandang tanggung jawab sosial, Implementasi CSR yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan sangat bergantung kepada misi, budaya dan lingkungan. Meskipun tidak terdapat standar atau program-program

tertentu yang dianggap terbaik dalam pelaksanaan aktivitas CSR, namun kerangka kerja yang luas dalam pengalaman dan juga pengetahuan dalam bidang bidang tertentu berpengaruh terhadap implementasi CSR.

Menurut Carroll dalam (Kartini 2009) mengatakan bahwa dalam memberikan batasan mengenai suatu perusahaan dan berbagai jenis tanggung jawabnya terhadap *Stakeholders* bagian yang dikemukakan oleh Carroll dalam Kartini (2009) dapat dipandang sebagai suatu model yang bisa diaplikasikan pada skala global. Menurut Carroll hal ini mencakup seluruh pandangan mengenai apa yang diharapkan masyarakat dari suatu perusahaan, baik secara ekonomi maupun sosial.

Pengertian CSR dikemukakan oleh Carroll (2004) sebagai berikut “*The social responsibility of business encompasses the economic, legal, ethical, and discretionary expectations that society has of organization at a given point of time*” oleh Carrol dalam Wibisono (2007), CSR memiliki 4 tanggung jawab :

a. *Economic responsibility* (Tanggung jawab ekonomi)

Tanggung jawab ekonomi harus dilihat sebagai inti dari tanggung jawab yang ada dalam perusahaan. Oleh karena itu tanggung jawab ekonomi berada pada posisi paling bawah yang melambangkan landasan. Perolehan keuntungan dan memaksimalkan penerimaan perusahaan dapat dipandang sebagai tanggung jawab utama. Hal ini yang kemudian kemungkinan dapat memberikan hasil yang signifikan kepada investor ataupun kepada *stakeholder* lainnya, menciptakan lapangan pekerjaan, memproduksi barang dan jasa yang diminta oleh pelanggan dengan tujuan mendapat keuntungan.

b. *Legal responsibility* (Tanggung jawab hukum)

Sebuah perusahaan harus menunjukkan performa secara ekonomis yang mengikuti aturan hukum tertentu yang telah diatur oleh negara ataupun pemerintah setempat. Beroperasi di bawah peraturan tertentu dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan hubungan dengan para *stakeholder*. Carroll kemudian menjelaskan bahwa kadang-kadang perusahaan melihat peraturan

dengan cara yang berbeda dan peraturan hukum lebih cenderung menyulitkan dibandingkan menolong kinerja ekonomisnya.

c. *Ethical responsibility* (Tanggung jawab etis)

Tanggung jawab etis memiliki dampak yang sangat besar bagi perusahaan dan reputasinya, seperti mengikuti norma yang tidak tertulis, aturan-aturan dan harapan para *stakeholder*. Tanggung jawab etis sulit dijelaskan terutama pada negara berkembang yang standar etika dan norma-normanya sulit untuk diidentifikasi. Sebuah perusahaan harus beroperasi sejalan dengan etika yang ada dan peka terhadap etika yang bahkan lebih penting dari tanggung jawab secara hukum. Kadang norma etika dan nilai-nilai dapat menjadi landasan dari peraturan dan hukum yang baru akan terbentuk.

d. *Discretionary responsibility* (Tanggung jawab diskresioner)

Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat filantropis. Dalam kaitannya dengan perusahaan juga ingin dipandang sebagai warga negara yang baik di mana kontribusi yang mereka berikan kepada masyarakat akan mempengaruhi reputasi perusahaan.

TABEL 2.1 Kategori Tanggung Jawab Sosial

Discretionary Responsibility	Corporate giving/charity, Corporate citizenship, community development
Ethical Responsibility	Memproduksi produk makanan yang bergizi dan aman bagi konsumen
Legal Responsibility	Membayar pajak, mentaati undang-undang Ketenaga kerjaan
Economic Responsibility	Melaksanakan good corporate governance yang memungkinkan perusahaan memperoleh maksimalisasi laba

Sumber : Wibisono (2007)

## 2.5. Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah ringkasan dari suatu proses pencatatan, merupakan suatu ringkasan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku yang berlaku dibuat oleh manajemen dengan tujuan untuk mempertanggungjawabkan tugas-tugas yang dibebankan hanya untuk para pemilik perusahaan (Zaki Baridwan 1992).

Sedangkan (Djarwanto 2005) menguraikan laporan keuangan tidak hanya untuk pemilik saja namun pihak lain. Laporan keuangan merupakan hasil tindakan pembuatan ringkasan data keuangan perusahaan. Laporan keuangan ini disusun dan ditafsirkan untuk kepentingan manajemen dan pihak-pihak lain yang mempunyai kepentingan dengan data keuangan tersebut.

Laporan keuangan yang terjadi diperusahaan dapat dibagi menjadi 2 macam yaitu neraca dan laporan laba rugi.

a. Neraca

Neraca adalah laporan keuangan yang menggambarkan posisi keuangan suatu organisasi pada suatu periode tertentu. Neraca perusahaan ini disusun berdasarkan persamaan dasar akuntansi, yaitu bahwa kekayaan atau aktiva sama dengan kewajiban ditambah modal saham.

b. Laporan laba-rugi

Laporan laba rugi adalah laporan keuangan yang menggambarkan hasil-hasil usaha yang dicapai selama periode tertentu. Laba rugi bersih adalah selisih antara pendapatan total dengan biaya atau pengeluaran total. Pendapatan mengukur aliran, masuk asset bersih (setelah dikurangi utang) dari penjualan barang atau jasa.

## 2.6. Laporan CSR

Implementasi CSR membutuhkan pelaporan yang berguna dalam menginformasikan serta mengomunikasikannya kepada *stakeholder*. Untuk itu pelaporan CSR begitu bermanfaat dalam laporan kinerja perusahaan di mana para *stakeholder* dapat mengetahui kinerja yang telah terjadi di dalam perusahaan, laporan ini akan meningkatkan reputasi perusahaan secara nyata. Dalam alur pelaporan CSR berawal dari suatu perusahaan sadar akan dampak dari operasional yang mereka lakukan kemudian berinisiatif melakukan sesuatu, dalam hal ini berupa perencanaan program CSR ditambah anggaran yang berguna mengoptimalkan nilai inisiatif aktivitas tersebut harus dibuat suatu laporan yang akan disampaikan kepada pemangku kepentingan.

Media penyampaian laporan tersebut bisa disatukan dengan laporan kerja tahunan perusahaan yang disebut *annual report*, bisa juga dibuat dalam laporan tersendiri dalam bentuk laporan CSR ataupun *sustainability reporting*. Informasi CSR yang disampaikan dalam laporan bersifat deskriptif dan naratif. Laporan CSR berperan besar bagi perusahaan untuk mempublikasikan praktek-praktek CSR mereka kepada *stakeholder* secara teknis, komprehensif, dan berkelanjutan.

Menurut Jalal (2012) alasan perusahaan melaporkan kinerja keberlanjutannya adalah untuk menunjukkan akuntabilitas, menunjukkan peningkatan kinerja, membangun hubungan dengan *stakeholder*, menunjukkan manajemen berkelanjutan, dan menunjukkan kondisi kerja.

Prinsip pelaporan CSR menurut Jalal (2012) adalah

1. *Materiality* (materialitas)

Laporan disajikan dengan mengungkapkan elemen-elemen yang berpengaruh secara signifikan terhadap kegiatan operasional perusahaan.

2. *Completeness* (kelengkapan)

Informasi yang disajikan lengkap dan akurat di mana penampilan organisasi di segala area dapat ditaksirkan dan dipahami.

3. *Responsiveness* (tanggap)

Organisasi merespon kepeduliannya dengan ikut berpartisipasi dalam menjaga dan merawat lingkungan, memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar dan ikut berpartisipasi untuk membangun perekonomian negara.

## **2.7. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan harus memiliki tingkat profitabilitas yang memadai. Laba merupakan dasar bagi perusahaan untuk dapat berkembang dan mempertahankan eksistensinya. Dengan perolehan laba yang memadai, perusahaan dapat membagi laba kepada pemegang saham, memberikan imbalan yang layak kepada karyawan, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh untuk pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, membayar pajak pada pemerintah dan memberikan sumbangan yang diharapkan kepada masyarakat.

Manfaat perusahaan yang menerapkan CSR menurut Wibisono (2007) adalah:

1. Bagi Perusahaan

- a) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi *Brand* perusahaan.  
Perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan begitupun sebaliknya, kontribusi positif pasti juga akan mendongkrak reputasi perusahaan. Inilah yang menjadi nilai lebih bagi perusahaan untuk dapat tumbuh dan berkelanjutan.
- b) Layak mendapatkan izin sosial untuk beroperasi  
Masyarakat sangat berpengaruh pada keberlanjutan. Ketika masyarakat sudah mendapat manfaat dari keberadaan perusahaan, maka dengan sendirinya mereka akan merasa memiliki perusahaan. Imbalan yang diberikan kepada perusahaan adalah dengan memberikan keleluasaan bagi perusahaan untuk menjalankan aktivitas bisnis

## 2. Bagi Masyarakat.

Dengan memperhatikan masyarakat, perusahaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat. Perhatian terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan cara perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup dan kompetensi masyarakat di berbagai bidang.

## 3. Bagi Lingkungan

Dengan memperhatikan lingkungan, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas hidup umat manusia dalam jangka panjang. Keterlibatan perusahaan dalam pemeliharaan dan pelestarian lingkungan berarti perusahaan dalam usaha mencegah terjadinya bencana alam serta meminimalkan dampak bencana yang diakibatkan oleh kerusakan lingkungan. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar laba dalam jangka pendek saja, tetapi juga ikut berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan (terutama lingkungan sekitar perusahaan) dalam jangka panjang.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan analisis kualitatif. Deskriptif kualitatif dilakukan dengan menggambarkan dan menganalisis penerapan dan manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)* di PT. Cargill Indonesia Amurang.

#### **3.2. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di sebuah perusahaan dengan nama PT. Cargill Indonesia Amurang. Lokasi PT. Cargill Indonesia Amurang ada di Jl. Trans Sulawesi, Kelurahan Kawangkoan Bawah, Kecamatan Amurang Barat, Kabupaten Minahasa Selatan, Provinsi Sulawesi Utara. PT. Cargill Indonesia Amurang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur. Waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai pada tanggal 25 Mei 2015

#### **3.3. Sumber Data**

Jenis dan Sumber data yang digunakan:

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari sumber utamanya. Data ini didapatkan dari hasil wawancara dengan Karyawan PT. Cargill Indonesia Amurang, yang terkait dengan penerapan dan manfaat CSR.
2. Data sekunder, yaitu jenis data yang diperoleh melalui dokumen PT. Cargill Indonesia Amurang seperti laporan kegiatan CSR PT. Cargill Indonesia Amurang tahun 2013/2014.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara, yaitu metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung sehingga terjadi interaksi komunikasi antara pihak peneliti selaku penanya dan informan selaku pihak yang diharapkan memberikan jawaban. Peneliti melakukan wawancara dengan salah satu karyawan PT. Cargill Indonesia Amurang bagian CSR.
2. Studi dokumen, yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh data dengan melakukan penyelidikan terhadap benda-benda tertulis seperti buku-buku yang berkaitan dengan perusahaan, dokumen, catatan harian perusahaan dan dokumen yang digunakan perusahaan.
3. Observasi, yaitu suatu pengamatan yang khusus dan pencatatan sistematis ditujukan pada suatu atau beberapa masalah dengan maksud untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk pemecahan masalah yang dihadapi. Observasi dilakukan pada aktivitas CSR di perusahaan.

### **3.5. Teknik Analisis Data**

Analisis data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi data. Data kemudian diorganisasikan setelah itu peneliti melakukan sintesa, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami (Sugiyono 2012).

Analisis data pada PT. Cargill Indonesia Amurang dimulai dengan mengumpulkan data-data tentang CSR dari para informan, melalui wawancara kemudian dilakukan studi dokumen dan observasi. Setelah mendapat data-data yang diperlukan, peneliti melakukan analisis terhadap visi misi, konsep, fokus, penerapan Akuntansi dan dana CSR. dari hasil analisis, peneliti melakukan

sintesa agar kesimpulan dapat ditarik CSR pada PT. Cargill Indonesia Amurang tentang penerapan dan manfaat CSR.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan PT. Cargill Indonesia Amurang**

##### **1. Sejarah Perusahaan**

PT. Cargill adalah Perusahaan swasta yang didirikan pada tahun 1865 oleh William Wallace yang berasal dari Amerika Serikat. Cargill menyediakan pangan, pertanian, jasa keuangan dan produk-produk industri kepada dunia. Bersama dengan petani, pelanggan, pemerintah dan masyarakat, PT Cargill membantu masyarakat bertumbuh dengan menerapkan wawasan dan pengalaman selama hampir 150 tahun. PT Cargill berkomitmen untuk menyediakan pangan bagi masyarakat dengan cara bertanggung jawab, mengurangi dampak lingkungan dan memajukan masyarakat tempat PT Cargill beroperasi. PT. Cargill memulai kegiatan usaha di Sulawesi Utara pada tahun 2006. Adapun yang menjadi fokus dari PT. Cargill Indonesia, yaitu:

##### **1. Pertanian**

PT. Cargill membeli, mengelolah dan mendistribusikan biji-bijian, minyak nabati dan komoditi lain kepada pembuat produk pangan dan pakan ternak. PT. Cargill juga menyediakan jasa dan produk usaha tani dan ternak kepada prosedur tanaman dan peternakan.

##### **2. Pangan**

PT. Cargill menyediakan bahan makanan yang berkualitas tinggi serta daging, produk unggas dan bahan produk kesehatan kepada pabrik makanan dan minuman serta perusahaan dan pengecer.

##### **3. Industri**

PT. Cargill melayani pengguna industri produk garam, pati dan baja. Perusahaan juga mengembangkan dan memasarkan produk berkelanjutan yang dibuat dari bahan mentah petani.

Sejarah dan kekayaan moral PT. Cargill Indonesia Amurang tercermin dalam prinsip panduan tersebut. Prinsip-prinsip itu mengingatkan setiap orang bahwa yang terpenting bukan hanya hasil yang dicapai, melainkan juga bagaimana PT. Cargill Indonesia Amurang mencapai suatu tujuan tertentu yang bisa membawa perusahaan pada level yang ditentukan setiap tahunnya.

Indonesia merupakan salah satu tempat di mana PT. Cargill beroperasi. Ada 5 bisnis atau unit yang beroperasi, yaitu:

1. CFN, *Cargill Feed Nutrition*
2. CTP, *Cargill Tropical Palm*
3. CSSSEA, *Cargill Starches and Sweeteners South East Asia*
4. CCC, *Cargill Cocoa and Chocolate*
5. GOSCA, *Grain and Oild Seeds Supply Chain Asia*

PT. Cargill Indonesia *Copra Crushing Plant* Amurang adalah salah satu pabrik yang bernaung di bawah GOSCA. Istimewanya pabrik di Amurang karena merupakan salah satu pabrik kopra dari dua pabrik kopra yang berada di naungan GOSCA.

## **2. Visi dan Misi PT. Cargill Indonesia Amurang**

Komitmen PT. Cargill yang tinggi terhadap CSR telah ditanamkan sejak awal perusahaan berdiri dengan diterapkan melalui visi dan misi perusahaan. Visi dari PT. Cargill adalah menjadi yang terdepan di dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Visi ini mengungkapkan secara jelas bahwa PT. Cargill telah memiliki komitmen yang tinggi dalam membangun kehidupan masyarakat sekitar dalam menerapkan CSR.

Misi dari PT. Cargill yaitu menjalin pendekatan, menjadi perusahaan yang layak dipercaya, kreatif dan berorientasi pada kemajuan. Misi yang jelas dan terarah, serta tetap berkomitmen dalam pelaksanaan CSR menjadikan PT. Cargill dipercaya, kreatif dan berorientasi pada kemajuan perusahaan.

Dari visi dan misi tersebut, PT. Cargill Indonesia Amurang sangat perhatian terhadap lingkungan, masyarakat dan karyawan. Visi dan misi tersebut dijadikan landasan strategi dari peningkatan dan kinerja berkelanjutan oleh perusahaan.

### **3. Struktur Organisasi dan Bidang Usaha**

#### *a. Plant Manager*

Tugas dari *Plant Manager* merupakan orang yang bertanggung jawab penuh terhadap gerak majunya perusahaan PT. Cargill Indonesia Amurang karena disini *Plant Manager* merencanakan atau merancang suatu kegiatan yang akan dilakukan oleh PT. Cargill Indonesia Amurang.

Tugas-tugas dari *Plant Manager* di PT. Cargill Indonesia Amurang sebagai berikut.

- 1) Mengontrol kinerja
- 2) Bertanggung jawab atas keseluruhan perusahaan
- 3) Mengontrol bisnis *plan* yang telah dibuat terhadap kondisi nyata yang berada di lapangan
- 4) Secara berkala mengadakan pertemuan guna melakukan peninjauan ulang terhadap semua kegiatan yang sedang berjalan
- 5) Memeriksa pencapaian program serta memberikan masukan-masukan terhadap persoalan yang dihadapi serta memberikan ide-ide untuk perbaikan
- 6) Memeriksa pelaksanaan kegiatan di lapangan dan meniai secara langsung pelaksanaan kegiatan.

#### *b. Asisten Plant Manager*

Tugas dari Asisten *Plant Manager* adalah membantu kinerja dari *Plant Manager*.

#### *c. Human Resource*

Tugas dari *Human Resource* adalah bertanggung jawab di dalam pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia, yaitu dalam hal perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan kegiatan dari karyawan. Divisi ini bertanggung

jawab terhadap hal-hal yang berkaitan terhadap kegiatan-kegiatan pembinaan serta mempunyai kewajiban memelihara dan menjaga citra perusahaan. Divisi ini juga mengatur program-program dari CSR.

d. *EHS Officer*

Tugas dari *EHS Officer* adalah memastikan seluruh karyawan mengetahui dan mematuhi kebijakan kesehatan dan keselamatan kerja yang terjadi di PT. Cargill Indonesia Amurang. Divisi ini membuat peraturan yang berlaku dan melaporkan kepada pemerintah terkait berdasarkan uji kelayakan lingkungan, memeriksa kelayakan perlengkapan dari karyawan pada saat proses produksi dan memeriksa kondisi kesehatan karyawan.

e. *Logistic Supervisor*

Tugas dari *Logistic Supervisor* adalah merencanakan dan menkoordinasikan kegiatan pergudangan, pengiriman, persediaan, dan pembelian agar proses permintaan dan pengadaan barang dapat terpenuhi sesuai dengan kebutuhan, tepat waktu, efisien dan efektif.

f. *Production Engineer*

Tugas dari *Production Engineer* adalah bertanggung jawab untuk melakukan hasil pekerjaan kepada *manager*. Tugas utama yaitu mengatur prosedur proses produksi dalam rangka meningkatkan kegiatan produksi.

g. *Maintenance Engineer*

Tugas dari *Maintenance Engineer* adalah melakukan tindakan pemeliharaan untuk menjaga sistem tetap bekerja optimal.

h. *Laboratory Coordinator*

Tugas dari *Laboratory Coordinator* adalah melaksanakan pengendalian dan tes bahan jadi di laboratorium, melaksanakan pengawasan, mengambil sampel dan memberikan saran dalam memecahkan masalah yang dihadapi dalam bahan jadi.

*i. Purchaser*

Tugas dari *Purchaser* adalah membuat laporan pembelian barang, melakukan pengolaan barang, melakukan pemilihan atau seleksi pengadaan barang dan memastikan ketersediaan barang.

*j. Accounting Finance*

Bertugas untuk melakukan seluruh kegiatan keuangan, pelaporan keuangan, mengolah dana pengupahan yang tujuannya adalah menunjang operasional perusahaan secara menyeluruh. Divisi ini yang memberikan informasi tentang laporan CSR dan laporan keuangan dari PT. Cargill Amurang kemudian dilaporkan ke pusat.

*k. Comersial*

Mengembangkan dan menerapkan strategi dalam perusahaan untuk berkembang.

## 4.2. Stakeholder

**Tabel 4.1**

### *Stakeholder PT. Cargill Indonesia Amurang*

<i>Stakeholder</i>	<i>Peran Stakeholder ke Perusahaan</i>	<i>Peran Perusahaan ke Stakeholder</i>
<i>Plant Manager</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan kemampuan dan keahlian dalam mengatur perusahaan</li> <li>• Mengatur kinerja bawahan</li> <li>• Bertanggungjawab terhadap pencapaian visi dan misi perusahaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan gaji yang layak</li> <li>• Memberi bonus sebagai hasil dari pencapaian kinerja</li> <li>• Memberikan kepercayaan dalam mencapai visi dan misi perusahaan</li> </ul>
Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekerja dengan skill dan rasa bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang diberikan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Upah</li> <li>• Gaji</li> <li>• Bonus dan promosi</li> <li>• Memberi dorongan untuk melakukan kegiatan <i>volunteer</i> di lingkungan perusahaan berada</li> <li>• Pekerjaan yang layak dan stabil</li> </ul>
Pemerintah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan peraturan yang mengatur hubungan perusahaan dengan <i>stakeholder</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membayar pajak</li> <li>• Melakukan kerja sama dalam pembangunan ekonomi masyarakat</li> </ul>
Petani	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memasok bahan baku</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggandeng petani sebagai mitra perusahaan</li> <li>• Mengelola program pemberdayaan petani kelapa</li> </ul>
Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membeli barang jadi kepada PT. Cargill Indonesia Amurang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan harga yang wajar</li> <li>• Memproduksi barang yang berkualitas</li> </ul>
Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyediakan sumber tenaga kerja bagi perusahaan</li> <li>• Menjadi mitra usaha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membantu menangani masalah perekonomian</li> <li>• Melakukan usaha pemberdayaan, pengembangan dan peningkatan kesejahteraan melalui pemberian donasi dan kegiatan <i>volunter</i> karyawan</li> </ul>

Sumber: PT. Cargill Indonesia Amurang

Bagi PT. Cargill Indonesia Amurang, petani merupakan salah satu *stakeholder* yang penting. Petani merupakan jantung bisnis PT. Cargill Indonesia Amurang. PT. Cargill memahami nilai investasi dalam keberhasilan mereka dan bekerja untuk meningkatkan taraf hidup mereka terutama para petani kecil. Menjelang 40 tahun investasi PT. Cargill dan tumbuh bersama petani kecil, PT. Cargill menyadari hubungan ini terjadi bukan hanya pada apa yang telah perusahaan lakukan, melainkan bagaimana perusahaan melakukannya. Hal ini menjadi yang paling utama di lakukan oleh PT. Cargill.

Oleh sebab itu, PT. Cargill bertindak secara bertanggung jawab berarti meningkatkan kehidupan petani kecil sekaligus bekerja sama untuk melindungi sumber-sumber daya alam yang ada. Menurut PT. Cargill tujuan-tujuan tersebut dapat dilakukan secara bersama-sama. Berbagai program dengan para petani kecil berhasil meningkatkan hasil dan pendapatan mereka serta mempromosikan penggunaan lahan secara bertanggung jawab untuk produksi pertanian yang berkelanjutan.

Hal ini jelas menunjukkan bahwa petani memainkan peran yang penting dalam memenuhi kebutuhan pangan dengan komoditas seperti kopra, sawit dan coklat. Untuk itu, PT. Cargill menyediakan akses bahan pangan yang aman, bergizi dan terjangkau. PT. Cargill juga menjalankan kebijakan dan praktek dengan tetap memperhatikan dampak terhadap lingkungan serta membantu menciptakan pangan yang lebih aman bagi masyarakat dan dunia.

#### **4.3. Konsep CSR PT. Cargill Indonesia Amurang**

PT. Cargill Indonesia Amurang memahami pentingnya nilai-nilai CSR yang kemudian diterapkan pada berbagai aspek didalam perusahaan. CSR di pandang sebagai suatu bentuk implementasi etika bisnis perusahaan. Bagi PT. Cargill, aktivitas CSR-nya dilaksanakan sejalan dengan tujuan perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan memiliki komitmen yang sangat tinggi terhadap pelaksanaan CSR. Tanggung jawab lintas dimensinya, Cargill berkomitmen untuk beroperasi secara

bertanggung jawab dengan satu tujuan yakni untuk menjadi pemimpin global dalam pemberdayaan gizi masyarakat.

Di Indonesia dan di seluruh dunia, ekspektasi yang diharapkan dari perusahaan terus meningkat, untuk itu perusahaan berupaya membuat lebih mudah diakses agar membantu orang lain memahami apa yang telah Cargill lakukan, dan bagaimana Cargill melakukannya. Untuk mendapatkan kepercayaan itu, PT. Cargill memenuhi kewajiban terhadap para petani, pelanggan, karyawan dan organisasi yang perusahaan layani di Indonesia (Laporan Tanggung Jawab Sosial PT. Cargill, 2013/2014). PT. Cargill melakukan bisnis dengan menerapkan kode etik. Kode etik ini menjadi kekuatan PT. Cargill. Pendiri perusahaan William Wallace Cargill percaya bahwa reputasi yang disertai dengan integritas merupakan kunci utama yang membedakan Cargill dengan perusahaan lainnya. Sebagai perusahaan global, Cargill masih didasarkan pada budaya saling mempercayai dan menghormati yang menjadi standar bagi Cargill dalam melakukan bisnis (Laporan tanggung jawab sosial PT. Cargill, 2013/2014)

Komitmen yang dimiliki oleh PT. Cargill Indonesia Amurang dalam penerapan CSR mengacu pada 4 pilar penerapan CSR PT. Cargill Indonesia, yaitu:

1. Melakukan bisnis dengan integritas.

Mengikuti standar perilaku bisnis yang tinggi sangat penting bagi PT. Cargill. PT Cargill diatur oleh kode etik yang tercantum dalam tujuh prinsip kode etik, ketujuh prinsip kode etik tersebut disebut sebagai *guiding principles*, seperti:

a) PT. Cargill mematuhi hukum.

Mematuhi hukum atau undang-undang adalah pondasi dimana reputasi PT. Cargill dan prinsip-prinsip panduan kode etik yang diterapkan. Sebagai sebuah organisasi *global* yang melakukan bisnis, PT. Cargill memiliki tanggung jawab untuk mematuhi undang-undang yang berlaku.

b) PT. Cargill menjalankan bisnis dengan integritas.

Menjalankan bisnis dengan integritas berarti bersaing dengan penuh semangat, tetapi melakukannya secara adil dan beretika. PT. Cargill tidak menawarkan atau menerima suap atau hadiah yang tidak pantas dan

mematuhi hukum serta peraturan yang mendukung persaingan yang sehat dan integritas dipasar.

- c) PT. Cargill menyimpan catatan yang akurat dan jujur.

Catatan yang akurat dan jujur sangat penting untuk membuat keputusan bisnis yang sehat dan menjaga integritas pelaporan keuangan PT. Cargill. Informasi dalam bentuk apapun mencerminkan keadaan sebenarnya dari setiap transaksi yang di lakukan.

- d) PT. Cargill menghormati kewajiban bisnis.

Hubungan bisnis PT. Cargill didasarkan pada sikap saling percaya. Membangun dan memelihara kepercayaan dan keyakinan nasabah dan mitra bisnis lainnya dengan berkomunikasi secara jujur, menghormati informasi yang dipercayakan kepada perusahaan dan berdiri di belakang komitmen PT. Cargill.

- e) PT. Cargill memperlakukan karyawan dengan bermartabat dan hormat.

PT. Cargill mencapai tujuan-tujuannya berkat para karyawan. PT. Cargill menyediakan tempat kerja yang aman dan menghargai kontribusi yang unik dari karyawan, sehingga karyawan mendukung tujuan PT. Cargill untuk mencapai potensi individu dari karyawan-karyawan.

- f) PT. Cargill melindungi informasi, aset, dan kepentingan.

Dalam menjalankan roda organisasi, PT. Cargill mengandalkan satu sama lain. Untuk melestarikan nilai-nilai perusahaan, karyawan wajib melindungi informasi dan aset yang dipercayakan kepada mereka guna menghindari situasi yang mungkin membiarkan kepentingan pribadi untuk mempengaruhi penilaian bisnis perusahaan.

- g) PT. Cargill berkomitmen untuk menjadi warga dunia yang bertanggung jawab.

PT. Cargill yang luas mencakup hampir semua aspek di masyarakat. Dengan jangkauan yang luas diikuti oleh tanggung jawab PT. Cargill untuk memahami dan mengelola dampak dari keberadaan perusahaan. Perusahaan juga mempertahankan standar yang ketat dibidang keamanan lingkungan

dan pangan dalam menjalankan bisnis serta berbagi ilmu dan pengalaman yang PT. Cargill miliki untuk membantu memenuhi tantangan ekonomi dan sosial.

2. Melaksanakan rantai pasokan yang bertanggungjawab

Dalam rantai pasokannya, PT. Cargill bertindak secara bertanggung jawab dan bekerja sama dengan pihak lain untuk mengatasi tantangan ekonomi, lingkungan dan social melalui:

a) Membangun rantai pasokan minyak sawit yang berkelanjutan.

PT. Cargill telah membuat komitmen bahwa pada tahun 2020, semua produk minyak kelapa sawit disuplai ke pelanggan di seluruh dunia akan tersertifikasi oleh *Roundtable on Sustainable Palm* (RSPO). Untuk mencapai tujuan tersebut PT. Cargill telah menyediakan pelatihan bagi petani untuk membantu mereka memperoleh sertifikat.

b) Membantu memakmurkan petani kakao

Melalui *The Cargill Cocoa Promise* PT. Cargill berkomitmen untuk membuat perbedaan yang secara nyata dalam kehidupan petani kakao dengan membantu mereka untuk meningkatkan produktivitas dan pendapatan petani serta meningkatkan mata pencarian sampai generasi mendatang. Indonesia adalah penghasil kakao ketiga yang paling besar didunia dan 60% tanaman kakao berada di wilayah Sulawesi. PT. Cargill meluncurkan pelatihan kepada petani kakao dengan tujuan untuk meningkatkan hasil panen dan pendapatan petani.

c) Menilai resiko rantai pasokan dan peluang

PT. Cargill mempromosikan praktek pertanian yang bertanggung jawab. PT. Cargill memperkenalkan alat penilaian rantai pasokan yang bertanggung jawab untuk membantu pelanggan dengan cepat dalam mengidentifikasi, menilai, memprioritaskan dan mengatur resiko. Standar yang digunakan di adaptasi dari *International Finance Corporation* yaitu sebuah divisi dari bank dunia yang fokus pada kriteria sosial dan ekonomi lingkungan yang bertanggung jawab di berbagai industri. PT. Cargill melakukan penilaian

resiko keuangan dan peluang dengan menetapkan biaya dan implikasi pendapatan berdasarkan kemungkinan adanya dampak bisnis.

3. Turut mencukupi kebutuhan pangan.

PT. Cargill bekerja keras untuk mengatasi tantangan kompleks keamanan pangan, menyediakan akses keamanan, gizi dan pangan yang terjangkau seiring dengan pertumbuhan penduduk dunia saat ini.

a) Pelatihan kepada peternak

b) Meningkatkan produktivitas petani kelapa

Wilayah Sulawesi utara memiliki areal perkebunan kelapa terbesar di Indonesia yang 70% dari luas lahan dimiliki oleh petani. Namun produktivitas kelapa di Sulawesi utara mengalami penurunan sebesar 60% dalam lima tahun terakhir. Dalam kemitraan dengan *Winrock International* PT. Cargill membantu petani kelapa di wilayah tersebut untuk mencapai pendapatan yang lebih tinggi melalui program pelatihan yang dirancang untuk membantu petani kelapa dalam meningkatkan hasil panen. PT. Cargill telah menyumbangkan 20.000 bibit kelapa dan pupuk organik kepada petani kelapa di wilayah Sulawesi utara dan telah melakukan sesi pelatihan gratis tentang praktek agronomi yang baik dan penanganan pascapanen, yang telah dinikmati oleh 200 petani. Program ini merupakan lanjutan dari program distribusi bibit kelapa di mana 10.000 bibit kelapa telah disumbangkan pada tahun 2011.

c) Mempromosikan nutrisi yang baik dan pembangunan ekonomi

4. Memperkaya/meningkatkan kualitas hidup masyarakat dimana PT. Cargill berada.

PT. Cargill membantu membangun masyarakat yang dinamis dan stabil dengan solusi jangka panjang untuk mengurangi kelaparan, meningkatkan taraf pendidikan dan melindungi lingkungan.

a) Meningkatkan taraf hidup komunitas perkebunan sawit

Pada perkebunan kelapa sawit yang berada di daerah pedalaman, PT. Cargill membuka lahan pekerjaan bagi ribuan tenaga kerja Indonesia. PT

Cargill menyediakan akses listrik, air dan internet yang dinikmati oleh penduduk, dan membantu memelihara fasilitas jalan raya. Untuk memenuhi kebutuhan karyawan dan keluarga mereka, menyediakan rumah sakit, klinik dan tempat penitipan anak. PT. Cargill mempekerjakan tenaga medis profesional. PT. Cargill juga membangun fasilitas perumahan bagi karyawan dan mendukung sekolah lokal.

- b) Menyediakan fasilitas air bersih di desa-desa
- c) Mendukung sekolah dasar lokal

PT. Cargill menyediakan bantuan bagi pelajar dari Sekolah Dasar (SD) lokal di sekitar pabrik yang berada di wilayah Java, Sumatera dan Sulawesi. PT. Cargill mendirikan dan merenovasi perpustakaan sekolah, membangun fasilitas air bersih, dan sanitasi sehingga siswa memiliki akses ke air bersih, dan juga mengajarkan mereka pentingnya mencuci tangan dan mempraktekan kebiasaan hidup bersih dan sehat. (Laporan tanggung jawab sosial PT. Cargill, 2013/2014).

Menurut Wibisono (2007), terdapat berbagai macam cara perusahaan memandang CSR antara lain :

- a. Sekedar basa-basi atau keterpaksaan dari perusahaan dalam menerapkan CSR, karena faktor eksternal terjadi masalah lingkungan, reputasi, dan ingin mendorong citra perusahaan.
- b. Sebagai upaya memenuhi kewajiban (*compliance*) CSR dilakukan karena terdapat regulasi, hukum dan aturan yang memaksa perusahaan menjalankan tanggung jawab sosial.
- c. CSR di implementasikan karena adanya dorongan yang tulus dari dalam perusahaan. Perusahaan menyadari bahwa tanggung jawabnya bukan sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan laba (*profit*) demi kelangsungan bisnisnya saja, melainkan juga tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Berdasarkan konsep dari PT. Cargill maka dapat dikatakan bahwa PT. Cargill memandang *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai usaha untuk memenuhi kewajiban dan sebagai wujud dari perusahaan dalam pelaksanaan CSR

yang berasal dari dorongan ketulusan dalam perusahaan. PT. Cargill dalam menjalankan program CSR sebagai usaha untuk memenuhi kewajiban dibuktikan dengan adanya peraturan dari perusahaan dan mengikuti peraturan dari pemerintah.

Strategi CSR yang di jalankan oleh PT. Cargil Indonesia Amurang adalah strategi yang berjangka panjang dalam pemberian bantuan. Program jangka panjang seperti tumpang sari program ini memiliki waktu selama 3 tahun dikarenakan bantuan bibit kelapa yang diberikan oleh PT. Cargill Indonesia Amurang sangat bertahap. Strategi ini dilakukan perusahaan agar masyarakat dapat berkerja sama dengan pihak perusahaan. Tidak sampai di situ saja, dalam program tumpang sari PT. Cargill Indonesia Amurang bekerja sama dengan pemerintah dalam pemberian bantuan bibit kelapa kepada petani dan pemerintah juga membantu petani dengan masyarakat dalam pemberian lahan atau kebun dalam pembibitan kelapa dan penanaman kelapa. Strategi ini sangat disenangi oleh masyarakat dan petani dikarenakan perusahaan dan pemerintah sangat membantu dalam tingkat perekonomian mereka.

#### **4.4 Analisis Penerapan CSR PT. Cargill Indonesia Amurang**

PT. Cargill Indonesia Amurang menjalankan program CSR dengan cara bertanggungjawab mengurangi dampak lingkungan, memberikan bantuan kepada masyarakat dengan cara bekerja sama dalam penanaman pohon kelapa cara bertahap, memberikan pupuk secara gratis kepada petani. PT. Cargill Indonesia Amurang bekerja sama dengan Pemerintah Kabupaten Minahasa Selatan, meluncurkan program kemitraan antara pemerintah dan perusahaan swasta, yakni dalam program tumpang sari kelapa-jagung untuk petani di sulut, program ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan petani kelapa-jagung melalui peningkatan produktifitas serta memperkenalkan tumpang sari kelapa-jagung yang dijalankan.

Penerapan program CSR merupakan salah satu bentuk implementasi dari konsep tata kelola perusahaan yang baik. Melaksanakan tata kelola yang baik,

prilaku dari pebisnis mempunyai arah dalam mengatur hubungan dengan seluruh pemangku kepentingan *stakeholder*. Kepentingan semua *stakeholder* dapat dipenuhi secara proporsional, mencegah kesalahan-kesalahan yang signifikan dalam strategi korporasi dan memastikan kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat diperbaiki dengan segera.

Petani adalah jantung dari PT. Cargill di mana perusahaan memahami nilai industri dalam keberhasilan petani dan bekerja untuk meningkatkan taraf hidup petani, terutama pada petani kecil. PT. Cargill tumbuh bersama dengan petani kecil dan menyadari hubungan ini terjalin bukan hanya pada apa yang PT. Cargill lakukan, tetapi bagaimana kami melakukannya, itulah yang paling di utamakan oleh PT. Cargill.

Dalam pelaksanaan CSR-nya, PT. Cargill Indonesia Amurang berfokus pada area :

- a. Ketahanan pangan dan nutrisi
- b. Edukasi
- c. Lingkungan

Pelaksanaan CSR pada fokus area tersebut diatas tidak terlepas dari keempat pilar yang menjadi landasan dalam penerapan CSR.

Penerapan keempat pilar tersebut oleh PT. Cargill dilaksanakan pada seluruh bisnisnya dengan jujur dan sejalan dengan hukum yang berlaku. Pelaksanaan CSR PT. Cargill mengacu pada Undang-Undang No 55 tahun 2007 tentang Penanaman Modal Asing dan pasal 74 undang-undang No 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Kedua undang-undang tersebut mengharuskan perusahaan untuk menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan dalam kegiatan usahanya.

Selain itu, PT. Cargill mendukung sistem pertanian berkelanjutan, menghasilkan produk yang berkualitas, serta melaksanakan program/kegiatan yang mendukung keempat pilar tersebut. Menurut staf PT. Cargill Indonesia Amurang, dalam melaksanakan program ini, PT. Cargill bermitra dengan lembaga-lembaga baik pemerintah maupun lembaga swadaya, lembaga pendidikan atau organisasi

lain di masyarakat. Selain itu, PT. Cargill juga mendorong karyawannya untuk melakukan kegiatan *volunteer* (kerja sukarela) di lingkungan di mana Cargill berada.

### **1. Program PT. Cargill Indonesia Amurang dalam menjalankan CSR**

Terbangunnya hubungan yang harmonis antara petani, masyarakat umum dengan perusahaan dan pemerintah adalah suatu hal yang sangat diharapkan oleh perusahaan. Selain dapat meningkatkan kenyamanan kerja, juga akan berdampak kepada kemudahan PT. Cargill Indonesia Amurang dalam mendapat bahan mentah dari masyarakat yang dibutuhkan dan keamanan dari pemerintah setempat.

Hubungan yang harmonis dengan masyarakat dapat juga berpengaruh terhadap tingkat keamanan dalam perusahaan. Hal ini dikarenakan, perusahaan berdiri di tangan-tengah masyarakat, sehingga perusahaan sudah pasti akan bersentuhan langsung dengan masyarakat, baik dalam aktifitas produksi, distribusi dan polusi.

Oleh karena itu PT. Cargill Indonesia Amurang di dalam perjalanannya berkomitmen untuk terus meningkatkan hubungan baiknya dengan masyarakat setempat agar tetap menjaga kestabilan jalannya perusahaan dan berkontribusi bagi kesejahteraan masyarakat. Maka perusahaan mengalokasikan dana sebesar 1% dari laba dan dialokasikan dalam kegiatan lingkungan sebesar 0,3% dan kegiatan sosial sebesar 0,7%, dana yang disalurkan sangat berbeda pada periode-periode yang akan dijalankan. Periode tahun 2013/2014 PT. Cargill Indonesia Amurang menerapkan program yang telah mereka jalankan sebagai berikut:

#### 1. Program pelatihan kepada petani.

Pada tahun 2013 PT. Cargill Indonesia Amurang menerapkan program CFTP (*Coconut Smallholders Training Program*) kepada petani. Program ini dilakukan di hotel Prince Amurang. Tujuannya, yaitu memberikan pelatihan kepada petani kelapa.

#### 2. Program pemberdayaan petani.

Pada tahun 2013 PT. Cargill Indonesia Amurang menerapkan program CFEP (*Coconut Farmers Empowerment Program*) untuk pemberdayaan petani kelapa. PT. Cargill Indonesia Amurang membantu petani kelapa di wilayah Minahasa Selatan untuk mencapai pendapatan yang lebih tinggi melalui program pemberdayaan petani yang di rancang untuk membantu petani kelapa dalam peningkatan hasil panen. PT. Cargill Indonesia Amurang telah memberikan bantuan 20.000 bibit kelapa dan 20 ton pupuk organik kepada petani kelapa dilakukan diwilayah tersebut. PT. Cargill juga telah melakukan sesi pelatihan dan pemberian bantuan gratis tentang praktek agronomi yang baik dan penanganan pascapanen, yang telah dimiliki oleh 200 petani. Program yang di jalankan ini dilakukan secara bertahap pada tahun-tahun yang telah disesuaikan. Program ini dilakukan didesa Tondey, Kumelembuai, Paslaten, Karimbow, Tumuluntung, Kapitu, Buyungon, Rumoong Bawah, Kawangkoan Bawah dan Pondos.

3. Program sosialisasi kesehatan kepada karyawan.

Pada tahun 2013 PT. Cargill Indonesia Amurang melakukan program P2 (pencegahan dan penularan HIV- AIDS) bagi karyawan perusahaan dilokasi PT. Cargill Indonesia Amurang, dengan tujuan agar karyawan terhindar dari penyakit-penyakit tersebut.

4. Program sosialisasi kepada siswa siswi di kabupaten minahasa selatan

Pada tahun 2013 PT. Cargill Indonesia Amurang melakukan program Sosialisasi penanganan penanggulangan HIV-AIDS dan Narkoba di lingkungan sekolah. Program ini dilakukan di sekolah SMK Negeri 1 Amurang. Tujuan dari program ini adalah untuk mendidik siswa-siswi dengan bahanya penyakit-penyakit tersebut.

5. Mengelola program pemberdayaan petani kelapa.

PT. Cargill Indonesia Amurang memberikan pelatihan dan bantuan pada petani kelapa. Bantuan yang diberikan oleh PT. Cargill Indonesia Amurang berupa tungku kopra putih kepada petani Minahasa Selatan dalam jumlah 5 unit dengan harga 50.000.000/unit. Bantuan dan pelatihan dilakukan di desa Matani

kecamatan Tumpa. Hal ini memberi masukan kepada petani kelapa dalam memproduksi kopra dengan kualitas yang baik.

6. PT. Cargill Indonesia Amurang menggandeng pemerintah setempat dalam memajukan Pertanian di Kab Minahasa Selatan.

Pada tahun 2014 PT. Cargill Indonesia Amurang menggandeng pemerintah kabupaten Minahasa Selatan dalam menjalankan program tumpang sari. Program tumpang sari bertujuan untuk meningkatkan pendapatan petani kelapa melalui produktivitas kelapa dan serta mengenalkan tumpang sari kelapa-jagung. Dalam kerja sama ini, pemerintah setempat menyeleksi sekitar 400 petani yang layak ikut serta dalam program tumpang sari. PT. Cargill Indonesia Amurang menyediakan bibit kelapa, bibit jagung dan pupuk bagi petani. Kelapa merupakan salah satu komoditas utama dari petani Minahasa Selatan. Oleh sebab kerjasama ini memberikan kontribusi yang baik bagi perekonomian petani. Program tumpang sari tersebut lebih mensejahterakan petani kelapa dimana petani bisa menghasilkan pendapatan dari hasil jagung yang ditanam. Kerjasama yang dilakukan PT. Cargill Indonesia Amurang dengan pemerintah kabupaten Minahasa Selatan untuk meningkatkan pendapatan petani melalui program tumpang sari kelapa-jagung merupakan terobosan yang baik, karena selain menjamin keberlanjutan rantai pasok kopra juga mengurangi ketergantungan akan jagung impor.

7. Memberikan Donasi Kepada Masyarakat untuk membuat Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Setiap tahun PT. Cargill Indonesia Amurang memberikan donasi atau bantuan berupa uang kepada masyarakat untuk melakukan kegiatan membuka usaha kecil dan menengah. Kegiatan ini selalu rutin dilakukan oleh PT. Cargill Indonesia Amurang. Kegiatan ini sangat membantu masyarakat dalam membuka usaha sehingga perekonomian keluarga menjadi berkembang.

8. Kegiatan Volunteerism (sukarelawan) oleh karyawan.

Setiap tahun, kegiatan sukarelawan oleh karyawan PT. Cargill Indonesia Amurang berupa penanaman pohon. Pada tahun 2014, penanaman pohon

dilakukan karyawan PT. Cargill Indonesia Amurang di perkebunan kabupaten Minahasa Selatan. Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya untuk mengurangi dampak bencana alam. PT. Cargill Indonesia Amurang berinisiatif untuk melakukan penanaman pohon sebagai penghijauan lingkungan.

Pada poin 7 dan 8 setiap tahun di jalankan oleh perusahaan dikarenakan program ini menjadi salah satu tanggung jawab penting bagi perusahaan, agar bisa menempatkan diri sebagai perusahaan yang selalu memperhatikan masyarakat dan lingkungan.

Selain itu, ada program yang sangat berbeda dengan yang telah dijelaskan di atas, program ini adalah program yang bekerja sama dengan pemerintah Kabupaten Minahasa Selatan dalam program berjangka panjang dan memiliki periode yang telah diatur oleh kedua pihak. Program-program tersebut antara lain:

- a. Pelestarian lingkungan yang dilakukan oleh PT. Cargill Indonesia Amurang dan pemerintah minahasa selatan dalam memperdayakan 500 hektar yang berada di kabupaten minahasa selatan, lahan-lahan itu diperdayakan dalam penanaman kelapa, kayu dan jagung.
- b. Memajukan ekonomi masyarakat sekitar, PT. Cargill Indonesia Amurang dan pemerintah kabupaten minahasa selatan bekerja sama dengan memberikan bantuan pelatihan, memberikan dana kepada masyarakat agar bisa membuat usaha yang bisa menguntungkan.

Program-Program yang dijalankan oleh PT. Cargill Indonesia Amurang mengikuti peraturan dari pemerintah dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas pada pasal 74 Tahun 2007, yang berbunyi:

- a. Perseroan yang menjalankan kegiatan usaha dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- b. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebaagai mana yang di maksud pada ayat 1 merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan dengan pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajiban.

- c. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- d. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Mengikuti peraturan dari pemerintah, sebagai bentuk komitmen PT. Cargill terhadap pelaksanaan CSR maka dituangkan dalam Peraturan Perusahaan PT. Cargill pada pasal 60 yang berbunyi sebagai berikut:

### **Pasal 60**

#### **Kebijakan Perusahaan Untuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan**

Sebagai bagian dari tanggung jawab perusahaan secara global PT. Cargill Indonesia berkomitmen untuk menjalankan bisnis dengan tingkat integritas dan tanggung jawab yang tinggi, memperlakukan setiap orang dengan martabat dan rasa hormat, mengembangkan cara untuk mengurangi dampak lingkungan kami membantu melestarikan sumber daya alam serta berinvestasi dan ikut terlibat dengan masyarakat di mana kita beroperasi.

Tanggung jawab perusahaan meluas tidak hanya untuk operasi kami sendiri, tetapi untuk masyarakat yang lebih luas dalam mempromosikan pembangunan ekonomi berkelanjutan dan bertanggung jawab serta untuk menciptakan pertumbuhan yang meningkat standar hidup masyarakat dalam berbagai aspek yang diantaranya adalah pendidikan, kesehatan, lingkungan, ketahanan pangan, mengaplikasikan rantai pasok yang bertanggung jawab serta membangun masyarakat secara fisik maupun non fisik.

Menejemen dan karyawan berkomitmen untuk berpartisipasi dalam setiap kegiatan dan program tanggung jawab sosial perusahaan dengan secara aktif turut mengambil bagian menjadi *Volunteer* (sukarelawan). Banyak waktu yang diluangkan sebagai *volunteer* ini menjadi bagian dari kriteria penilaian performa masing-masing karyawan.

Jadi pelaksanaan CSR PT. Cargill ada yang merupakan program jangka pendek dan ada yang jangka panjang. Hal ini berbeda dengan CSR yang dilakukan

di PT. Indofood CBP (ICBP) Sukses Makmur Tbk Cabang Manado yang bergerak dibidang produksi mie instan. ICBP melaksanakan CSR-nya dalam bentuk program jangka pendek dan secara rutin dilakukan setiap tahun seperti bersih-bersih pantai, donor darah dan memberi sumbangan ke panti jompo dan kegiatan karitatif lainnya. ICBP dalam penerapan CSR-nya hanya sebatas kegiatan karitatif jangka pendek dan tidak berkaitan dengan aktivitas operasionalnya (Laporan Tanggung Jawab Sosial PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk cabang Manado, 2012 dalam Rumambi, 2014). Aktivitas CSR ICBP bila dilihat dari pandangan Kotler dan Lee merupakan wujud kegiatan filantropi. Dalam konteks PT. Cargill, fokus CSR-nya disesuaikan dengan aktivitas operasionalnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Jika dilihat dari pandangan Kotler dan Lee, aktivitas CSR PT. Cargill merupakan wujud kegiatan dari praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab sosial. Hal ini menunjukkan bahwa pada dasarnya belum ada standar dalam pelaksanaan CSR dikarenakan pelaksanaan CSR bergantung pada kebijakan perusahaan sehingga masing-masing perusahaan memiliki kebebasan untuk menentukan fokus dan bentuk CSR-nya yang berbeda.

## **2. Penerapan CSR dalam Konteks *Triple Bottom Line***

Konsep *Triple Bottom Line* secara luas diperkenalkan oleh John Elkington. Operasi perusahaan yang berkelanjutan akan tercapai jika perusahaan memperhatikan bukan hanya lagi aspek ekonomi atau keuntungan (*Profit*) semata, namun harus memperhatikan keadaan masyarakat (*People*) dan keadaan lingkungan (*Planet*) sekitar (Wibisono, 2007). Ketiga faktor ini saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya dan bersifat dinamis tergantung dari pada kondisi dan tekanan ekonomis, sosial, politik, dan lingkungan, serta adanya konflik untuk kepentingan perusahaan tersebut. *Triple Bottom Line* digunakan sebagai kerangka dalam mengatur dan melaporkan kinerja perusahaan mencakup bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan dengan memperhatikan kebutuhan *stakeholder*.

*Triple Bottom Line* menurut pandangan PT. Cargill merupakan suatu pendekatan untuk memperbaiki pengambilan keputusan tentang kebijakan dan program CSR ke arah yang lebih baik lagi dengan aspek ekonomi, lingkungan dan masyarakat secara berkesinambungan. Perusahaan yang hanya melakukan kegiatan donasi semata tidaklah dapat mengklaim telah melakukan CSR. Konsep CSR yang dibangun dari konsep *Triple Bottom Line* tidak hanya melihat program CSR sebagai bantuan untuk menghindari tekanan dari pihak lain. Oleh sebab itu penerapan CSR dalam konteks *Triple Bottom Line* adalah penerapan CSR yang berorientasi pada keseimbangan *profit, people* dan *planet*.

Hal ini telah dilakukan oleh PT. Cargill Indonesia Amurang dalam menjalankan aktivitas CSR-nya. Perusahaan dalam aktivitas bisnisnya tidak hanya mengejar *profit* semata, tetapi menyelaraskan upaya-upaya untuk memperoleh profit, seperti memproduksi dengan biaya produksi yang wajar sehingga memperoleh laba, dengan upaya-upaya untuk mensejahterakan masyarakat serta melestarikan lingkungan. Saling mempercayai dan saling menghormati menjadi nilai yang mendasari penerapan CSR PT. Cargill.

#### **4.5 Dana CSR PT. Cargill Indonesia Amurang**

Undang-Undang No. 40 Tahun 2007, pada pasal 74 ayat 2, secara garis besar mengatur mengenai biaya tanggung jawab sosial, dimana biasanya ini dibebankan sebagai biaya perusahaan. Secara lengkap ayat 2 menyatakan bahwa “Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran”

Permasalahan akuntansi CSR saat ini terletak pada pengakuan atas pengeluaran-pengeluaran yang dilakukan perusahaan dalam aktivitas CSR dalam laporan keuangan. PT. Cargill Indonesia Amurang mengakui dana CSR tersebut sebagai biaya CSR.

Besarnya jumlah dana CSR dari suatu program yang di jalankan oleh sebuah perusahaan sangatlah berbeda-beda. Pemerintah tidak menentukan berapa banyak dana yang harus dikeluarkan oleh perusahaan-perusahaan swasta dalam menjalankan program-program CSR. Sebaliknya, bagi perusahaan BUMN, besarnya dana CSR ditentukan sebesar 2% dari laba. Hal ini sudah diatur dalam Undang-Undang No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN.

Dana CSR PT. Cargill Indonesia Amurang diambil dari laba perusahaan. Jumlahnya sebesar 1 % dari laba perusahaan. Kebijakan pengalokasian dana CSR bersifat fleksibel. Pihak manajemen dapat menambah jumlah dana tersebut apabila dipandang perlu untuk melakukan penambahan. Dana tersebut dialokasikan ke program-program CSR pada periode tahun 2013/2014. Dari sudut pandang akuntansi, PT. Cargill mengakui pengeluaran CSR-nya dalam berbagai program tersebut sebagai biaya pada periode yang berjalan dan dicatat sebagai biaya CSR.

#### **4.6 Laporan CSR PT. Cargill Indonesia Amurang**

PT. Cargill Indonesia Amurang memberikan laporan kegiatan CSR-nya kepada PT. Cargill Indonesia. PT. Cargill Indonesia membuat laporan CSR secara terpisah dari laporan kinerja ekonominya membuat laporan CSR secara terpisah dari laporan kinerja ekonominya. PT. Cargill Indonesia melaporkan CSR dalam laporan tanggung jawab sosial perusahaan. Untuk periode 2013/2014, laporan tanggung jawab sosial PT. Cargill Indonesia bertemakan Tanggung Jawab Lintas Dimensi. Laporan tersebut merupakan laporan gabungan dari seluruh PT. Cargill Indonesia. PT. Cargill pusat (internasional), setiap tahunnya menerbitkan laporan berkelanjutan yang dinamakan *Corporate Responsibility Report* yang menjelaskan arah dan program/kegiatan CSR PT. Cargill di seluruh dunia. Laporan dari PT. Cargill Indonesia maupun PT. Cargill dapat diakses oleh publik dalam situs [www.cargill.co.id](http://www.cargill.co.id).

Dalam laporan tanggung jawab sosial 2013/2014, PT. Cargill memberikan narasi atau uraian deskriptif mengenai informasi yang berkaitan dengan kegiatan CSR-nya. Selain itu, PT. Cargill juga menyertakan gambar-gambar yang berkaitan dengan aktivitas CSR-nya. Bagian awal laporan menjelaskan mengenai komitmen PT. Cargill Indonesia untuk beroperasi secara bertanggung jawab dengan suatu tujuan yakni untuk menjadi pemimpin global dalam pemberdayaan gizi masyarakat. Dalam laporan tersebut, PT. Cargill menjelaskan 4 pilar dari penerapan CSR-nya, yaitu melakukan bisnis dengan integritas, melaksanakan rantai pasok yang bertanggung jawab, turut mencukupi kebutuhan pangan, serta memperkaya/meningkatkan kualitas hidup masyarakat dimana PT. Cargill berada.

Dari ke-4 pilar tersebut, PT. Cargill menjabarkan dalam laporannya program-program apa saja yang sudah dilaksanakan selama tahun 2013/2014, pencapaian dari program-program tersebut beserta target-target yang ingin dicapai selama beberapa tahun ke depan. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa laporan tanggung jawab sosial PT. Cargill tersebut merupakan laporan yang menyajikan informasi CSR secara kualitatif mengenai hal-hal yang berpengaruh secara signifikan terhadap operasi perusahaan. Informasi dalam laporan tersebut disajikan lengkap dan akurat karena mencantumkan program-program yang dilaksanakan, jangka waktu pelaksanaan serta tujuan yang dicapai. Laporan ini menunjukkan respon kepedulian perusahaan dengan ikut berpartisipasi dalam menjaga dan merawat lingkungan, memberikan bantuan kepada masyarakat sekitar dan ikut berpartisipasi untuk membangun perekonomian negara

Adapun biaya yang dikeluarkan untuk program-program CSR tersebut dimasukkan dalam laporan keuangan PT. Cargill. PT. Cargill Indonesia dalam pelaporannya memisahkan antara laporan tanggung jawab sosial dengan laporan keuangannya. Dari laporan tanggung jawab sosialnya, PT. Cargill melaporkan kinerja keberlanjutannya untuk menunjukkan akuntabilitas menunjukkan peningkatan kinerja serta membangun hubungan dengan *stakeholder*.

#### 4.7 Manfaat CSR Bagi PT. Cargill Indonesia Amurang

Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kepentingan publik dapat diwujudkan melalui program-program CSR yang berkelanjutan. Menurut staf CSR bapak Marthen Sorongan menyatakan bahwa manfaat yang bisa diperoleh perusahaan dari kegiatan-kegiatan CSR adalah:

- a. Mempertegas komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial kepada masyarakat.
- b. Menjaga hubungan baik perusahaan dengan masyarakat dan pemerintah di mana perusahaan beroperasi.
- c. Meningkatkan kepercayaan dan reputasi PT. Cargill Indonesia Amurang yang baik dan bertanggung jawab, baik dimata masyarakat, pemerintah maupun pelanggan bisnis.
- d. Menjalankan amanat undang-undang atau peraturan pemerintah.

Kegiatan CSR tidak hanya memberi manfaat bagi perusahaan tetapi juga memberi manfaat bagi *stakeholders*-nya, seperti:

##### 1. Manfaat Bagi Karyawan

Sangat memperhatikan karyawan dengan memberikan jaminan sosial berupa, jaminan kesehatan, hadiah setiap tahun, tunjangan, jaminan kecelakaan kerja dan memberikan bea siswa pendidikan kepada anak-anak karyawan yang berprestasi.

##### 2. Manfaat Bagi Pemerintah

Manfaat adanya CSR dalam sebuah perusahaan, pemerintah sangat terbantu dikarenakan PT. Cargill selalu bekerja sama dengan pemerintah setempat dalam mengelola lingkungan dan membangun ekonomi masyarakat

##### 3. Manfaat Bagi Masyarakat

PT. Cargill turut serta dalam pembangunan ekonomi masyarakat melalui pemberian bantuan dana-dana untuk membangun usaha-usaha kecil. Ini sangat membantu bagi masyarakat sekitar perusahaan dalam memajukan perekonomian mereka.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

1. Kebijakan perusahaan dipengaruhi oleh pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan baik dari dalam perusahaan maupun di luar perusahaan yang disebut *stakeholder*, dengan kata lain *stakeholder* sangat penting bagi perusahaan. Jaringan kepentingan yang saling terkait ini menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Perusahaan menjadi tidak bermakna tanpa adanya kehadiran *stakeholder*. Pemahaman mengenai teori *stakeholder* diperlukan untuk memahami kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
2. Perusahaan yang ingin berkelanjutan, harus memperhatikan 3P selain mengejar (*profit*) perusahaan juga harus memperhatikan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*)
3. CSR di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Walaupun telah terbit Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, tetapi belum terdapat standar yang menjadi acuan pelaksanaan CSR tersebut. CSR dilaksanakan secara sukarela (*voluntary*). Masing-masing perusahaan memiliki kebebasan untuk menentukan fokus dan bentuk CSR-nya Penerapan atau implementasinya sangat bergantung pada kebijakan dari masing-masing perusahaan baik program, pelaksanaan, dana, pengakuan atas pengeluaran CSR, serta pelaporannya.
4. PT. Cargill Indonesia Amurang dalam penerapan CSR-nya mengacu pada 4 pilar penerapan CSR, yaitu melakukan bisnis dengan integritas, melaksanakan rantai pasokan yang bertanggung jawab, turut mencukupi

kebutuhan pangan serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat dimana PT. Cargill berada.

5. Pada periode tahun 2013/2014 PT. Cargill Indonesia Amurang menerapkan program pelatihan kepada petani, program pemberdayaan petani, program sosialisasi kesehatan kepada karyawan, program sosialisasi kepada siswa siswi di kabupaten Minahasa Selatan, mengelola program pemberdayaan petani kelapa dengan menggandeng pemerintah Minahasa Selatan, memberikan donasi kepada masyarakat untuk membuat Usaha Kecil dan Menengah (UKM), serta kegiatan *volunteerism* (sukarelawan) oleh karyawan. Selain itu, PT. Cargill Indonesia Amurang juga melakukan pelestarian lingkungan bekerja sama dengan pemerintah Minahasa Selatan. Pelaksanaan CSR PT. Cargill ada yang merupakan program jangka pendek dan ada yang jangka panjang.
6. PT. Cargill Indonesia Amurang dalam menjalankan aktivitas bisnisnya tidak hanya mengejar profit semata, tetapi menyelaraskan dengan upaya-upaya untuk mensejahterakan masyarakat serta melestarikan lingkungan. Saling mempercayai dan saling menghormati menjadi nilai yang mendasari penerapan CSR PT. Cargill seperti yang dituangkan dalam Laporan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan 2013/2014.
7. Dana CSR PT. Cargill Indonesia Amurang diambil dari laba perusahaan sebesar 1%. Kebijakan pengalokasian dana CSR bersifat fleksibel. Pihak manajemen dapat menambah jumlah dana tersebut apabila dipandang perlu. Dana tersebut dialokasikan ke program-program CSR pada periode tahun 2013/2014. Dari sudut pandang akuntansi, PT. Cargill mengakui pengeluaran CSR-nya dalam berbagai program tersebut sebagai biaya pada periode yang berjalan dan dicatat sebagai biaya CSR.
8. Biaya yang dikeluarkan untuk program-program CSR tersebut dimasukkan dalam laporan keuangan PT. Cargill. PT. Cargill Indonesia Amurang memberikan laporan kegiatan CSR-nya kepada PT. Cargill Indonesia. PT. Cargill Indonesia melaporkan CSR dalam Laporan Tanggung Jawab Sosial

Perusahaan dan terpisah dari laporan kinerja ekonominya.. Untuk periode 2013/2014, laporan tanggung jawab sosial PT. Cargill Indonesia bertemakan Tanggung Jawab Lintas Dimensi. Laporan tersebut merupakan laporan gabungan dari seluruh PT. Cargill Indonesia. Laporan dari PT. Cargill Indonesia maupun PT. Cargill dapat diakses oleh publik dalam situs [www.cargill.co.id](http://www.cargill.co.id).

9. Manfaat pelaksanaan CSR bagi PT. Cargill Indonesia Amurang, yaitu mempertegas komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial kepada masyarakat, menjaga hubungan baik perusahaan dengan masyarakat dan pemerintah di mana perusahaan beroperasi, meningkatkan kepercayaan dan reputasi PT. Cargill Indonesia Amurang yang baik dan bertanggung jawab, baik dimata masyarakat, pemerintah maupun pelanggan bisnis, serta menjalankan amanat undang-undang atau peraturan pemerintah.

## 5.2 Rekomendasi

Jika dilihat dari konsep *Triple Bottom Line*, pelaksanaan dan pelaporan CSR PT. Cargill Indonesia Amurang telah memenuhi konsep *Triple Bottom Line*, yaitu ada aspek *profit*, *people* dan *planet* dengan kata lain perusahaan saat ini hanya mempertahankan image dalam menjalankan program CSR. Penerapan CSR yang di terapkan PT. Cargill Indonesia Amurang juga mengacu ke Undang-Undang yang dikeluarkan pemerintah. Oleh sebab itu, diharapkan PT. Cargill Indonesia Amurang senantiasa tetap menyelaraskan kegiatan-kegiatan CSR-nya bukan berpatokan pada satu desa saja melainkan diseluruh desa-desa di kabupaten minahasa selatan baik program jangka pendek dan program jangka panjang sehingga dampak dari kehadiran perusahaan sangat bermanfaat bagi seluruh *stakeholders*-nya.

Peningkatan hubungan antara perusahaan dengan pemerintah, termasuk dalam adanya informasi atau perencanaan dari kedua pihak atas suatu sasaran sehingga pelaksanaan CSR menjadi efektif dan berkelanjutan.

PT. Cargill Indonesia Amurang dalam menjalankan program CSR sangat harus lebih banyak memperhatikan stakeholder-nya, karena stakeholder sangat berperan dalam perkembangan perusahaan.

Laporan keuangan PT. Cargill Indonesia Amurang diharapkan harus terbuka untuk umum agar dapat diketahui oleh masyarakat luas seberapa besar laba yang didapat pada tahun-tahun berproduksi, dana dalam mengalokasikan program CSR dapat diketahui seberapa besar dana dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan program tersebut dan dapat memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam melakukan penelitian agar data-data yang akan diperlukan dalam melakukan pembuatan penelitian akan semakin mudah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, A. M. (2008) Ketentuna dan Mekanisme Pertanggung jawaban Pidana Korporasi “Workshop Tanggung jawaab Sosial Perusahaan” PUSAHAMI UII. Yogyakarta, 6-8 Mei 2008**
- Baron, D. P. (2006), *Business and its environment***
- Berita Kawanua. 2012. <http://www.beritakawanua.com/berita/mitra/pt-nmr-dan-panutan-tambang-yangbertanggung-jawab.html>.**
- Budimanta, Arif. (2008), *Corporate Social Responsibility Alternatif bagi Pembangunan Indonesia***
- Darwin (2006), Laporan Berkelanjutan: Kompentensi Baru profesi Akuntan Manajemen**
- Djarwanto Ps (2005), Analisa Laporan Keuangan, Yogyakarta PT Bumi Aksara**
- Elkington, John. 1997. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*. United Kingdom: Capstone Publishing Limited.**
- Friedman (1984) *American Law an Introduction***
- Friedman (2006), *Stakeholder: Theory and Practice*, Jakarta Economic Business**
- Iso, 26000 (2010), *Corporate Social Responsibility*.**
- Jalal (2012), Sejarah dan Perkembangan CSR di Tingkat Global dan Nasional, Lingkak Studi CSR**
- Kartini (2009), *Corporate Social responsibility Transpormasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia***
- Kiroyan, N. (2006). Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) adakah kaitan di antara keduanya? Economics Business Accounting Review, Edisi III, September-Desember 2006.**

**Monik, Elsa (2008), *The Relationship between Corporate social Performance-Corporate Financial Performance, CSR: Sebuah Langka Menuju Good Corporate Governance*, Buletin Akuntansi**

**Rumambi H, D. (2014) Konsep Dasar Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Perspektif Ajaran Sosial Gereja Katolik. *Disertasi*. Universitas Brawijaya**

**Sogiyono (2012), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)***

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

**Wibisono (2008), *Membedakan Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility***

**Zaki Baridwan (1992), *Akuntansi Intermediate***

**[Www.csrindonesia.com](http://www.csrindonesia.com) Dari Lee Min-Dong Paul (2007) *A Review of the theories of Corporate Social Responsibility***

**[Www.praktekcsr.com](http://www.praktekcsr.com)**

**[www.cargill.co.id](http://www.cargill.co.id)**

**Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. 2007. Jakarta : Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia.**

**Undang-undang Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas 2012. Jakarta Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia**

**Undang-undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara**