

# Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) pada Hasnur Group (Study pada anak perusahaan Hasnur Group Wilayah Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah)

Hasnuryadi Sulaiman<sup>1</sup>, Irwansyah<sup>2</sup>, Maryono<sup>2</sup>

1. Mahasiswa Magister Ilmu Administrasi Bisnis, Fisip Unlam Banjarmasin
2. Dosen Magister Ilmu Administrasi Bisnis Fisip Unlam Banjarmasin  
Jl. Brigjen Hasan Basri Banjarmasin 70123  
Telp/Fax: 0511-33049689

## ABSTRACT

*CSR (Corporate Social Responsibility) is one of the obligations which have to be implemented by the company in accordance with the content of Article 74 of Company Limited Regulations (CLR), that is Regulations Number 40 Year 2007, through this Regulations, any industry or cooperatives are obliged to implement it. The increasing level of awareness on quality of life, social and environmental harmonization, is also influencing the activity in the business world. Therefore, the Constitution Provision on the role of company in the social responsibility was born. Here is one of the benefits that can be gleaned from the company's CSR activities. This is the context where the activity of Corporate Social Responsibility (CSR) has becoming the mandatory menu to the company, beyond the obligation which is outlined in The Regulations.*

*The purpose of this thesis is to find out the application of Hasnur Group's CSR on their subsidiaries which conduct the large-scale CSR in South and Central Kalimantan Region and to find out what are the obstacles faced and also propose solutions to the obstacles faced by the company in its implementation.*

*Data in this thesis was analyzed qualitatively, that is secondary data in the theory form, its definition and substance from literature, Regulations Policy, and also primary data gained from interviews, field study and observation, which then being analyzed, in order to find the conclusion about the implementation of company social responsibility.*

*Based on the analysis, it is concluded that in implementing their social responsibility, Hasnur Group has done some activities in Society Development, which are education, infrastructure, health improvement, socio-religious, and sports. While the obstacles found in the implementation of Hasnur Group's CSR consist of internal and external constraints. Internal obstacle is caused by internal factors in the company itself, such as the policy inconsistency of work unit who supporting the program, the right person system has not been applied in the Bureau of Public Relation, less number of staffs, and the disharmony of turnover management elements with the policy. The external obstacles are the community participation is not optimal, the occurring of social problems, overlapping of community welfare activities, public's high demand, and the low of public confidence and tribe's work ethic. To overcome these obstacles through Solution Recommendation which is done to deal with the obstacles such us CSR training and community development, persuading the cooperation with NGO who have managerial capabilities, implementing an effective and efficient coordination, intensify internal coordination, strengthen the performance of duties and functions through intensive socialization and training, also holding regular meetings.*

*Key Words : CSR (Corporate Social Responsibility)*

### 1. Latar Belakang Masalah

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang terbaru, yakni UU Nomer 40 Tahun 2007. Melalui undang-undang ini, industri atau koperasi-koperasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini

bukan suatu beban yang memberatkan. Perlu diingat pembangunan suatu negara bukan hanya tanggungjawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat.

Chairil N Siregar (2007:285) menyebutkan industri dan korporasi berperan untuk mendorong pertumbuhan

ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup. Melihat pada kondisional semacam ini maka penulis mencoba mengangkat permasalahan ini kepermukaan. Penulis menganggap bahwa pengambilan judul diatas cukup strategis. Pertama, sebab sebenarnya konsep tanggungjawab sosial perusahaan telah dikenal sejak awal 1970, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Seiring perjalanan waktu, di satu sisi sektor industri atau koprasi-koprasi skala besar telah mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi di sisi lain eksploitasi sumber-sumber daya alam oleh sektor industri sering kali menyebabkan kerusakan lingkungan. Kedua, adalah sebagai upaya untuk menegaskan hubungan perusahaan dengan aktifitas perniagaan yang diselenggarakan oleh para perusahaan. Dalam konteks perniagaan yang diselenggarakan terdapat hubungan timbal-balik antara *personal* perusahaan secara *internal* dan antara *internal* perusahaan dengan masyarakat luar perusahaan. *Corporate Social Responsibility* adalah suatu bagian hubungan perniagaan yang melibatkan perusahaan di satu pihak dan masyarakat sebagai lingkungan sosial perusahaan di pihak yang lain. Ketiga, CSR adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat domisili. Secara teoritik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggungjawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholdersnya*, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja atau operasionalnya. (B Tamam Achda, 2007:3)

Di tahun 1970-an, topik CSR mengemuka melalui tulisan Milton Friedman tentang bentuk tunggal tanggungjawab sosial dari kegiatan bisnis. Bahkan Estes (B Tamam Achda, 2007:10) menilai bahwa roh atau semangatnya telah ada sejak mula berdirinya perusahaan-perusahaan (di Inggris), yang tugas utamanya adalah untuk membantu pemerintah dalam memberikan pelayanan

dan memenuhi kebutuhan masyarakat sikap dan pendapat pro-kontra selalu merupakan bagian dari sejarah kehidupan perusahaan dan perkembangan konsep CSR itu sendiri. Pro dan kontra terhadap perkembangan CSR terus bergulir. Salah satunya, apakah tanggungjawab sosial tersebut sifatnya wajib atau sukarela, dimana ketika kegiatan *Corporate Social Responsibility* (untuk selanjutnya disebut CSR) diwajibkan dalam Undang-Undang. Nomer 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU.PT), Sontak menuai protes. Pasalnya aktivitas CSR diasumsikan sebagai aktivitas berdasarkan kerelaan dan bukanya "paksaan".

A.B Susanto (2007:3) mengatakan dalam bukunya memang bibit-bibit CSR berawal dari semangat *filantropis* perusahaan. Namun, tekanan dari komunitas yang keras, terutama ditengah masyarakat yang kritis semacam masyarakat Eropa, yang menjadikan CSR menjadi semacam *social license to operation*, dan ini dilakukan oleh komunitas, bukan oleh negara. Kritik lainnya, dalam pelaksanaannya CSR masih memiliki kekurangan. Program-program CSR yang banyak dijalankan oleh perusahaan banyak yang hanya memiliki pengaruh jangka pendek dengan skala yang terbatas.

Ari Margono menyebutkan program-program CSR yang dilaksanakan seringkali kurang menyentuh akar permasalahan komunitas yang sesungguhnya. Seringkali pihak perusahaan masih menganggap dirinya sebagai pihak yang paling memahami kebutuhan komunitas, sementara komunitas dianggap sebagai kelompok pinggiran yang menderita sehingga memerlukan bantuan perusahaan. Di samping itu, aktivitas CSR dianggap hanya semata-mata dilakukan demi terciptanya reputasi perusahaan yang pasif bukan demi perbaikan kualitas hidup komunitas dalam jangka panjang.

Lebih lanjut Ari Margono juga mengatakan kritik lain dari pelaksanaan CSR adalah karena seringkali diselenggarakan dengan jumlah biaya yang tidak sedikit, maka CSR identik dengan perusahaan besar yang ternama. Yang menjadi permasalahan adalah dengan kekuatan sumberdaya yang ada dengan kekuatan sumber daya yang dimilikinya,

perusahaan-perusahaan besar dan ternama ini mampu membentuk opini publik yang mengesankan seolah-olah mereka telah melaksanakan CSR, padahal yang dilakukannya hanya semata-mata hanya aktivitas *filantropis*, bahkan boleh jadi dilakukan untuk menutupi perilaku-perilaku yang tidak etis serta perbuatan melanggar hukum.

Diidentikkannya CSR dengan perusahaan besar dan ternama membawa implikasi lain. Bila perusahaan besar dan ternama tersebut melakukan perbuatan yang tidak etis bahkan melanggar hukum, maka sorotan tajam publik akan mengarah kepada mereka. Namun bila yang melakukannya perusahaan kecil atau menengah yang kurang ternama, maka publik cenderung untuk kurang peduli, ataupun publik menarik perhatian, perhatian yang diberikan tidak sebesar bila yang melakukannya adalah perusahaan besar yang ternama. Padahal perilaku-perilaku yang tidak etis serta perubahan melanggar hukum yang dilakukan oleh siapapun tidak dapat diterima.

Seberapa penting CSR bagi perusahaan tetap menjadi wacana dalam praktis bisnis, pro dan kontra ini tidak bisa dilepaskan dari fenomena perbenturan kepentingan antara pencapaian profit dengan pencapaian tujuan sosial. Jika diperhatikan, masyarakat sekarang hidup dalam kondisi yang dipenuhi beragam informasi dari berbagai bidang, serta dibekali kecanggihan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pola seperti ini mendorong terbentuknya cara pikir, gaya hidup, dan tuntutan masyarakat yang lebih tajam. Seiring dengan perkembangan ini, tumbuh suatu gerakan konsumen yang dikenal sebagai *vigilante consumerism* yang kemudian berkembang menjadi *ethonical consumerism*. (A.B Susanto, 2007:3). A.B Susanto (2007:7) mengatakan meningkatnya tingkat kepedulian kualitas kehidupan, harmonisasi sosial dan lingkungan ini juga mempengaruhi aktivitas dunia bisnis, maka, lahirlah gugatan terhadap peran perusahaan agar mempunyai tanggungjawab sosial. Disinilah salah satu manfaat yang dapat dipetik perusahaan dari kegiatan CSR. Dalam konteks inilah aktifitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi menu

wajib bagi perusahaan, di luar kewajiban yang digariskan undang-undang.

Konteks CSL menegaskan bahwa perusahaan bukan hanya dituntut untuk menjalankan tanggungjawab sosialnya, namun juga harus menjadi sebuah institusi yang memimpin, memberikan inspirasi bagi terjadinya perubahan sosial dalam masyarakat, sehingga kualitas hidup masyarakat secara umum meningkat dalam jangka panjang. Perusahaan harus menyadari bahwa dirinya adalah bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat yang lebih luas, sehingga hal buruk yang menimpa dan merugikan masyarakat pada gilirannya akan berdampak pada mereka juga.

Tekanan dari *stakeholders* yang tumbuh dari kesadaran terhadap kelestarian lingkungan, telah merasuk ke dalam dunia korporasi dan praktik praktik manajemen, misalnya institusionalisasi yang dituangkan dalam ISO 14000. Demikian juga konsep produksi telah mengalami kemajuan dari konsep *cradle to grave* menjadi daur ulang. *Cradle to cradle* seperti yang diterapkan oleh Xerox. Berarti industri tidak hanya mengamankan agar sampah atau limbah tidak mencemari lingkungan, tetapi juga berusaha agar sampah atau limbahnya dapat didaur ulang. Menjadi "hijau" bukan hanya mengubah proses dan produk, yang hanya berkuat diproses internal pabrik belaka. Tetapi juga memperdulikan ke "hijauan"-nya mulai dari bahan baku yang digunakan dan kualitas perusahaan pemasok dipandang dari kaca mata sadar lingkungan, seperti yang tertuang dalam standarisasi ISO 14000.

Perusahaan juga harus bertanggung jawab terhadap aktivitas-aktivitas untuk meminimalkan dampak negative dari sisa produk yang dihasilkan, penanganan limbah maupun "sampah" dari produk yang sudah terpakai, seperti kemasan, namun kesemuanya hanya dapat terlaksana secara efektif dan efisien bila didukung sistem manajemen yang baik, serta dilandasi oleh budaya perusahaan yang peduli terhadap lingkungan, dimana hal ini dapat dilakukan terutama pada perusahaan-perusahaan besar. Karena itu salah satu cara untuk menyebarkan ide-ide "hijau" adalah dengan mendorong perusahaan-perusahaan besar agar memaksa para pemasoknya atau sub

kontraknya untuk lebih ramah terhadap lingkungan.

Ari Margono mengatakan aktivitas sosial yang dilakukan melalui CSR pun jauh lebih beragam. CP maupun CSR biasanya dilakukan oleh para miliyoner ataupun perusahaan multinasional yang memiliki pendapatan yang tinggi. Oleh karena itu. Banyak kegunaan dari usaha menengah dan kecil untuk melakukan CP dan CSR. Namun dalam praktiknya, CP maupun CSR sering dilakukan sebagai salah satu bagian dari promosi produk, atau yang sering disebut sebagai *social-marketing*.

Hasnur Group merupakan perusahaan lokal berstandar nasional dan sudah *Go International*. Didirikan Oleh H.A. Sulaiman HB. di Kota Banjarmasin dengan basis awal usaha dibidang perkapalan dan perkayuan, sekarang Hasnur Group sudah berkembang merambah bisnis dibidang pertambangan, perubahan kultur dari perusahaan dengan manajemen keluarga menjadi management profesional dengan memperkerjakan kalangan profesional dibidangnya Hasnur Group berupaya selalu terdepan sebagai perusahaan Banua yang mampu bersaing di pasar global. Sadar akan hal itu, Hasnur Group tentunya harus selalu memperhatikan lingkungan, kesehatan dan keselamatan bagi para karyawannya dan masyarakat sekitar, termasuk melaksanakan CSR-nya.

CSR Hasnur Group dengan Moto Karya Untuk Banua, dengan konsep kerja mengembangkan pola kemitraan melalui program-program pembinaan masyarakat, dimana peran CSR Hasnur Group melalui Hasnur Centre tidak hanya menjadi jawaban terhadap permasalahan yang ada dalam masyarakat tapi sebagai fasilitator atau bahkan stimulan bagi masyarakat untuk menemukan sendiri jawaban dari permasalahan yang mereka hadapi.

Setidaknya sampai saat ini ada tiga pendekatan program yang dilaksanakan oleh Hasnur Group yaitu; *pertama*, peningkatan kapasitas SDM, bentuk kongkrit yang dilakukan hasnur centre adalah dengan memberikan fasilitas beasiswa bagi anak-anak kurang mampu dan berprestasi serta mendirikan beberapa lembaga pendidikan seperti

PoliteknikHasnur dan Global Islamic Boarding School. *Kedua*, membangun Kelembagaan Masyarakat, kelembagaan masyarakat sangat berkaitan dengan proses pemberdayaan di tingkat masyarakat. Pemberdayaan bukan hanya sekedar pendekatan metodologis dalam rangka memandirikan masyarakat sasaran, akan tetapi harus juga diwujudkan dalam bentuk yang lebih konkret sebagai bentuk dari pencapaian sebuah program. dan *Ketiga*, menyediakan fasilitas produksi berupa tehnologi terbaru dan fasilitas modal usaha.

Adapun kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan yang berkaitan dengan pengembangan masyarakat sekitar perusahaan seperti :

1. *Pengembangan Ekonomi* yaitu pengembangan dan peningkatan sektor ekonomi masyarakat, baik itu kegiatan di bidang pertanian, peternakan, koperasi dan usaha kecil menengah.
2. *Kesehatan*, kegiatan yang dapat dilakukan antara lain penyuluhan, pengobatan, pemberian gizi bagi balita, program sanitasi masyarakat.
3. *Pengelolaan Lingkungan*, kegiatan yang dapat dilakukan antara lain penanganan limbah, pengelolaan sampah rumah tangga, reklamasi, dan penanganan dampak lingkungan lainnya.
4. *Pendidikan, Keterampilan dan Pelatihan*, kegiatan itu dapat berupa pemberian beasiswa bagi siswa yang berprestasi maupun siswa yang tidak mampu, magang, studi banding, peningkatan keterampilan, pelatihan-pelatihan dan pemberian sarana pendidikan.
5. *Sosial, Budaya, Agama dan Infrastruktur*; kegiatan-kegiatan di bidang ini dapat berupa kegiatan sosial, budaya dan keagamaan, serta perbaikan infrastruktur yang ada di wilayah masyarakat setempat.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh mengenai implementasi CSR Hasnur Group dan mengangkat dalam bentuk thesis dengan mengambil lokasi penelitian pada Hasnur Group.

## 2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Hasnur Group pada wilayah sekitar perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh Hasnur Group dalam implementasi *Corporate Social Responsibility*.
3. Untuk menemukan solusi-solusi dalam upaya menghadapi dan menyelesaikan kendala-kendala yang ada.

## 3. Metodologi Penelitian

Jenis dan Metode Penelitian, Jenis penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif, Metode penelitian deskriptif ini digunakan untuk memecahkan atau menjawab permasalahan yang sedang dihadapi pada situasi sekarang.

Dalam penentuan informan penelitian ini peneliti menggunakan Purposive Sampling. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi untuk menggali data dan informasi tentang CSR Hasnur Group baik Pelaksana Program, Penanggung Jawab Direksi dan Pimpinan Perusahaan, Pemerintah setempat. (Kepala Desa). Dan Bagian Perencana Program CSR. Dan selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data model interaktif dari Miles dan Huberman yaitu Analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu : Reduksi Data, Penyajian Data, Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (Huberman:1992:16).

## 4. Pembahasan

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan proses pelaksanaan program-program CSR Hasnur Group Terhadap masyarakat. Dalam prosesnya CSR Hasnur Group telah mengalami perkembangan yang menyesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan zaman. Pada awalnya CSR Hasnur Group difokuskan kepada ekspansi usaha yang kemudian berkembang menjadi program-program yang lebih menunjang kepada pembangunan masyarakat. Hal ini tentunya sesuai dengan konsep awal dari CSR yang dijabarkan oleh World Bank dikutip oleh HAM Hardiansyah dalam Makalah “CSR dan Modal Sosial Untuk

Membangun Sinergi, Kemitraan Bagi Upaya Pengentasan Kemiskinan” pada tahun 2007 bahwa CSR adalah komitmen perusahaan yang berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan pekerja dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas guna meningkatkan kualitas hidupnya .

Lebih lanjut HAM Hardiansyah menjabarkan CRS dalam penerapannya perusahaan di Indonesia sering menggunakan jenis *community development* yang berarti konsep CSR yang lebih mengedepankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain menciptakan peluang-peluang sosial ekonomi masyarakat, penyerapan tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra perusahaan yang ramah lingkungan dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat. Rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat akan merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat.

Senada dengan hal tersebut, sebuah penelitian yang pernah dilakukan oleh Rimba Kusumadilaga diketahui bahwa CSR sangatlah berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan perusahaan bukanlah entitas yang hanya berperan untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Dengan demikian dapat dikatakan sebuah perusahaan haruslah dapat memberikan manfaat tidak cuma untuk dirinya sendiri tetapi juga pihak-pihak lain. Untuk mendukung itu maka diperlukan adanya CSR.

Dalam upaya pengimplementasian CSR secara optimal Hasnur Group secara khusus membentuk suatu kelembagaan dalam perusahaan yang akan menangani segala bentuk aktivitas CSR yang didukung oleh dana anggaran yang sangat memadai. Anggaran dana untuk mendukung aktivitas CSR ini dibuat berdasarkan atas rencana kerja setahun kedepan serta atas permintaan dari masyarakat sekitar. Anggaran dana tersebut kemudian didistribusikan keberbagai sektor dengan rincian 25% untuk program pendidikan, 25% untuk program kesehatan, 25% untuk program ekonomi sosial dan 25% untuk program kamtibmas.

Pada proses mencari kebutuhan masyarakat Hasnur Group melakukan observasi langsung di sekitar desa-desa yang bertautan langsung dengan kerja operasional perusahaan, mengadakan brain storming dengan tokoh masyarakat dan kepala desa serta RT di setiap titik desa. Dengan adanya pertemuan tersebut akan membuat masyarakat merasa bahwa Hasnur Group sangat bermanfaat dan berguna bagi masyarakat sekitar.

Selama ini, CSR Hasnur Group telah terkonsep dengan baik dan pelaksanaannya dari tahun ke tahun semakin mengalami perkembangan. Pelaksanaan yang awalnya cenderung kurang transparan atau terbuka ke masyarakat sekarang terlihat keseriusan Hasnur dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sebagai perusahaan. Terlihat dari upaya Hasnur untuk melibatkan masyarakat dalam proses penentuan program yang dibutuhkan masyarakat, selain itu Hasnur juga membentuk Forum Desa yang akan menjadi penghubung antara masyarakat dengan perusahaan. Dari hasil data yang penulis peroleh dilapangan bahwa pelaksanaan CSR Hasnur sudah banyak yang berjalan meskipun menurut segelintir masyarakat bahwa pelaksanaannya masih cenderung kurang menyeluruh. Namun dari hasil pelaksanaan yang terlihat dilapangan telah banyak perubahan yang diberikan oleh Hasnur Group melalui program Corporate Social Responsibility. Ada dua jenis program CSR Hasnur group yaitu Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan. Pelaksanaan program kemitraan sudah berjalan dengan sangat lancar, program tersebut telah banyak membantu masyarakat golongan menengah kebawah melalui pinjaman modal usaha dengan bunga yang rendah dan system yang tidak sulit. Demikian halnya dengan program bina lingkungan, meskipun sebelumnya karena pelaksanaan program ini sempat menjadikan masyarakat marah dan melakukan demonstrasi terhadap Hasnur group akibat pelaksanaan programnya yang tidak transparan dan cenderung pilih kasih. Namun sekarang pelaksanaan program tersebut mulai menunjukkan hasil positif dan tanggapan yang positif pula dari masyarakat.

## **5. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan

bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.

1. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara sehingga hasil wawancara masih terdapat beberapa faktor luar yang mempengaruhi hasil wawancara tersebut.
2. Dalam menafsirkan hasil wawancara tersebut masih ditemukan subjektivitas peneliti dalam menjabarkan hasil wawancara tersebut.
3. Masih kurangnya referensi yang mendukung pengungkapan data yang diperlukan

## **6. Kesimpulan**

Dari penelitian yang dilakukan penulis yang berjudul Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Hasnur Group sebagai modal sesoal perusahaan, maka ada beberapa hal yang menjadi kesimpulan yaitu :

1. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan proses pelaksanaan program-program CSR Hasnur Group Terhadap masyarakat. Selama ini, CSR Hasnur Group telah terkonsep dengan baik dan pelaksanaannya dari tahun ke tahun semakin mengalami perkembangan. Terlihat dari upaya Hasnur untuk melibatkan masyarakat dalam proses penentuan program yang dibutuhkan masyarakat, selain itu Hasnur juga membentuk Forum Desa yang akan menjadi penghubung antara masyarakat dengan perusahaan. Ada dua jenis program CSR Hasnur group yaitu Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan.
2. Hambatan yang ditemukan dalam implementasi CSR Hasnur Group terdiri atas kendala internal dan kendala eksternal. Kendala internal adalah kendala yang disebabkan oleh faktor di dalam perusahaan sendiri seperti tidak konsistennya kebijakan unit kerja yang mendukung program, belum diterapkannya sistem orang yang tepat di Biro Humas, jumlah staf yang tidak sebanding, serta pergantian unsur manajemen yang tidak selaras dengan kebijakan. Adapun kendala eksternal seperti belum optimal partisipasi masyarakat, terjadi masalah sosial, tumpang tindihnya kegiatan peningkatan

kesejahteraan masyarakat, tingginya tuntutan masyarakat, rendahnya kepercayaan masyarakat serta etos kerja suku.

3. Solusi yang dilakukan untuk menangani kendala-kendala yang terjadi seperti mengadakan pelatihan tentang CSR dan *community development*, mengajak kerjasama LSM yang mempunyai kemampuan manajerial, melaksanakan koordinasi yang efektif dan efisien, mengintensifkan koordinasi internal, memantapkan pelaksanaan tugas dan fungsi melalui kegiatan sosialisasi dan pembinaan intensif, serta penyelenggaraan pertemuan berkala.

#### Daftar Pustaka

- AB Susanto, 2007, *A Strategic Management Approach, CSR*, The Jakarta Consulting Group, Jakarta
- , 1997, *Budaya Perusahaan*, Jakarta, PT Elex Media Komputindo
- , 2002, *Corporate Greening*, Majalah Ozon, Edisi No.2 Oktober
- *CSR dalam Perspektif Ganda*, Harian Bisnis Indonesia, 2 September 2007
- *Membumikan Gerakan Hijau*, Majalah Ozon, Edisi No.5 Februari 2003
- , *Paradigma Baru "Community Development"* Harian Kompas, 22 Mei 2001
- , 1997, *Manajemen Aktual*, Jakarta, Grasindo
- Asyhadie, Zaeni., 2006, SH, M. Hum, *Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaanya di Indonesia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Dwi Tuti Mulyati, *Tanggungjawab Sosial Perusahaan Dalam Kaitanya Dengan Kebijakan Lingkungan Hidup*, Jurnal Law Reform, Pembaharuan Hukum, volume 3/No. 1 Februari 2007, Program Megister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang
- Elkington, J. 1997. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Thompson. London.
- Emirzon, Joni, dkk (ed), 2007, *Perspektif Hukum Bisnis Indonesia, Pada Era Globalisasi Ekonomi*, Genta Press, Yogyakarta.
- Hartono, Sri Rejeki, Prof., Sh., 2007, *Hukum Ekonomi Indonesia*, Bayu Media, Malang.
- Hardiansyah, HAM, MS., Prof., Prof. Ir, M.S, *CSR dan Modal Sosial Untuk Membangun Sinergi Kemitraan Bagi Upaya Pengentasan Kemiskinan*, Makalah disampaikan pada Seminar & TalkShow CSR 2007 "Kalimantan 21015: Menuju Pembangunan Berkelanjutan, Tantangan, dan Harapan", Jum'at 10 Agustus 2007.
- Himawan Wijanarko, *Reputasi*, Majalah Trust, 4-10 Juli 2005
- , *Filantropi bukan Deterjen*, Majalah Trust, 11-17 September 2006
- Hopkins, M. 2007. *Corporate Social Responsibility and International Development. Is Business the Solution?* Earthscan
- Margiono, Ari, *Menuju Corporate Sosial Ledership*, Suara Pembaharuan, 11 Mei 2006.
- Marten H. Jean, dkk, *Corporate Social Responsibility Perusahaan Multinasional Kepada Masyarakat Sekitar: Studi Kasus*, Jurnal Usahawan Nomer 03 Tahun XXXVI Maret 2007, Bagian CSR, Universitas Kristen Satya Wacana, Slatatiga.
- Muryati, Dewi Tutri., SH, *Tanggungjawab Sosial Perusahaan Dalam Kaitanya Dengan Kebijakan Lingkungan Hidup*, Jurnal Law Reform, Pembaharuan Hukum, Volume 3/No. 1 Februari 2007, Program Magister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Philip Kotler, 2007, *Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, New York, Thomas Dunne Books
- Sri Rejeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia*, 2007, BayuMedia, Malang,
- Siregar, Chairil. N., *Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi CSR pada Masyarakat Indonesia*, Jurnal Sositologi Edisi 12 tahun 06, Desember 2007, ITB, Bandung.
- Susanto, A.B, 2007, *Corporate Social Responcibility*, The Jakarta Consulting Group, Jakarta.
- Tunggal, Amin Widjaja, 2008, *Corporate Social Responcibility*, Harvarindo, Jakarta.

-----, 2007 *Proper alat Ukur CSR*,  
Dikutip dari CSR Review, Majalah  
Bulanan Vol.1 No. 1, Januari, Jakarta.

Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis, Prinsip dan  
Pelaksanaannya di Indonesia*, PT. Raja  
Grafindo Persada, Jakarta

**Majalah :**

Majalah Marketing Edisi 11/2007

**Undang-Undang :**

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang  
Wajib Daftar Perusahaan

**Internet :**

<http://www.csrindonesia.com>

<http://business> enveroment.wordpress.com