

**EFEKTIVITAS PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 40 TAHUN 2007**

***THE EFFECTIVENESS OF THE APPLICATION OF CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY AND ITS EFFECT TOWARDS PUBLIC SATISFACTION
BASED LAW NUMBER 40 OF 2007***

Ahmad Faisal Pasaribu

Program Magister Hukum, Sekolah Pascasarjana,
Universitas Djuanda Bogor.

Korespondensi : Ahmad Faisal Pasaribu.

e-mail : ahmad.pasaribu@unida.ac.id

**Jurnal
Living Law,
Vol. 13, No.
2,
2021
hlm. 158-
165**

Abstract: *The purpose of this study are: 1) To find out and analyze the model of the development of the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) that brings a win-win solution and is right on target in the development of the community environment, 2) To know and analyze CSR implementation and the obstacles faced. The research method used in this study is normative juridical research. The results of this study are: 1) The model for developing the implementation of CSR, namely a model that has the end result that makes the community economically independent and socially feasible and has a good impact on environmental management and protection based on the principles of sustainable development goals. 2) Five aspects of CSR programs that have been carried out evenly and uniformly. The obstacle faced in implementing CSR is that it lies in the commitment of the company itself. The relevant company must have a commitment to take responsibility for the surrounding environment. Constraints that are also faced are people who are sometimes still not ready to be invited to implement CSR, especially if it is participatory, where people do not want to be invited to change, the community only wants to get financial assistance in the form of funds and culture.*

Keywords : Effectiveness; CSR; Public Satisfaction.

Abstrak: Tujuan penelitian ini yaitu: 1) Untuk mengetahui dan menganalisis model pengembangan penerapan pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) yang mendatangkan win-win solution dan tepat sasaran dalam pembangunan lingkungan masyarakat, 2) Untuk mengetahui dan menganalisis Implementasi CSR dan kendala yang dihadapi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif. Hasil dari penelitian ini yaitu: 1) Model pengembangan penerapan pelaksanaan CSR yaitu model yang memiliki hasil akhir yang menjadikan masyarakat mandiri secara ekonomi dan layak secara sosial serta berdampak baik terhadap pengelolaan dan perlindungan lingkungan hidup berdasarkan prinsip tujuan pembangunan berkelanjutan. 2) Lima aspek Program CSR yang telah dijalankan secara merata dan seragam. Kendala yang dihadapi dalam implementasi CSR terletak pada komitmen dari perusahaan itu sendiri, serta dari sisi masyarakat yang kadang kala masih belum siap untuk mengimplementasikan CSR terutama bila sifatnya partisipatif, dimana masyarakat tidak mau diajak berubah, masyarakat hanya ingin mendapatkan bantuan dana berupa kucuran dana serta kultur dan terkadang building ketikan masyarakat tidak bisa menyerap keinginan perusahaan.

Kata Kunci : Efektivitas; CSR; Kepuasan Masyarakat.

PENDAHULUAN

Perseroan Terbatas (PT) adalah suatu bentuk kegiatan ekonomi yang paling disukai pada saat ini, di samping karena pertanggungjawabannya yang bersifat terbatas. Perseroan juga memberikan kemudahan bagi pemilik atau pemegang sahamnya untuk mengalihkan perusahaannya kepada setiap orang dengan menjual seluruh saham yang dimilikinya.

Dalam melaksanakan usahanya Perseroan Terbatas atau dipersamakan di sini dengan perusahaan harus memperhatikan seluruh aspek, yaitu aspek keuangan, aspek sosial, dan aspek lingkungan yang berdasarkan konsep *Triple Bottom Line*. Tidak hanya mementingkan keuntungan yang akan dicapai. Perusahaan sebagai pelaku bisnis di dalam menjalankan usahanya yaitu dituntut untuk semakin memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan yang ada di sekitarnya. Jadi ketika suatu perusahaan tersebut telah memperoleh keuntungan, maka perusahaan tersebut harus menyadari bahwa ada masyarakat di sekitarnya dan memikirkan tanggung jawab apa yang harus dilakukannya terhadap masyarakat tersebut. Karena perusahaan tersebut awalnya berdiri adalah untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan masyarakat bukan hanya untuk mencari keuntungan sendiri. Terutama perusahaan-perusahaan yang menguasai hajat hidup orang banyak. Hal inilah yang dikatakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitar.

Mengapa keberlanjutan sebuah perusahaan ditentukan oleh aspek sosial dan lingkungan, bukan semata-mata keuntungan bisnis? Dikarenakan aspek sosial dan lingkungan merupakan parameter untuk mengetahui apakah terdapat dampak positif atau negatif dari kehadiran perusahaan sebagai komunitas baru terhadap komunitas lokal (masyarakat setempat). Selain itu perusahaan pernah mendapatkan izin

lokal (*local license*), sebagai bentuk legalitas secara kultural jika keberadaannya diterima masyarakat. Perusahaan terkadang cukup dengan hanya mengandalkan izin operasional baik dari pemerintah pusat, provinsi, juga kabupaten, namun mengabaikan izin lokal dalam wujud kepedulian terhadap masyarakat sekitar dan lingkungan.

Gambaran di atas menjadi pengantar mengenai perubahan paradigma tanggung jawab sosial perusahaan, yang lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* ialah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial di dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para *stakeholder* berdasarkan prinsip kemitraan dan kesukarelaan. Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)* sendiri, menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, adalah keterpanggilan dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komuniti-komuniti setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan komitmen usaha untuk terus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan ikut dalam meningkatkan ekonomi, kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya serta meningkatkan kualitas masyarakat secara luas (*The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*).

Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu

kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan di Indonesia. Hal ini sesuai dengan isi Pasal 74 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang membahas tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang berlaku bagi perseroan yang mengelola/memiliki dampak terhadap sumberdaya alam dan tidak dibatasi kontribusinya serta dimuat dalam laporan keuangan. Undang-undang tersebut mewajibkan industri atau perusahaan untuk menerapkan program CSR. Industri dan perusahaan berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor sosial dan lingkungan sekitar.

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dipandang sebagai aset strategis dan kompetitif bagi perusahaan di tengah iklim bisnis yang makin sarat kompetisi. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memberi banyak keuntungan.¹ Pertama, peningkatan profitabilitas bagi perusahaan dan kinerja finansial yang lebih baik. Kedua, menurunkan risiko benturan dengan komunitas masyarakat sekitar. Substansi keberadaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri disebuah kawasan, dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi oleh perusahaan. Ketiga, mampu meningkatkan reputasi perusahaan yang dapat dipandang sebagai *social marketing* bagi perusahaan tersebut yang juga merupakan bagian dari pembangunan citra perusahaan (*corporate image building*). *Social Marketing* akan dapat memberikan manfaat dalam pembentukan *brand image* suatu perusahaan.

Manajemen pemasaran memandang *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai investasi bukan biaya. Sebagai investasi maka pelaksanaan program

Corporate Social Responsibility (CSR) akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Keuntungan yang didapat berupa terciptanya citra positif perusahaan di mata konsumen maupun di masyarakat pada umumnya. Konsumen di beberapa negara bahkan menunjukkan sikap memboikot produk suatu perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Sebaliknya mereka membeli dan menyarankan kepada orang lain untuk membeli produk yang berasal dari perusahaan yang telah melaksanakan CSRnya dengan baik.

PT. Indocement Tunggul Prakarsa sebagai salah satu perusahaan ekstraktif besar yang bergerak di bidang pengelolaan sumber daya alam di Indonesia turut memiliki kewajiban dalam melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh perusahaan ini dinilai telah terlaksana dengan baik.

Pelaksanaan dan implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) berlandaskan pada kebijakan PT. Indocement yang mempertimbangkan konsep *Sustainable Development* dan prinsip *Triple Bottom Lines* (ekonomi, sosial, dan lingkungan).

Dari latar belakang masalah di atas, ada beberapa identifikasi masalah yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana model pengembangan penerapan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang mendatangkan win-win solution dan tepat sasaran dalam pembangunan lingkungan masyarakat?
2. Bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan PT Indocement dan kendala yang dihadapi?

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah prosedur atau cara memperoleh pengetahuan yang benar atau kebenaran melalui langkah-

¹ Susiloadi, Priyanto, *Implementasi Corporate Social Responsibility Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan*. Skripsi. Jurusan Administrasi Negara FISIP Universitas Sebelas Maret. Surakarta, 2008, Hlm. 10

langkah yang sistematis. Dalam uraian metode penelitian ini dimuat dengan jelas metode penelitian yang akan digunakan peneliti, penggunaan metode berimplikasi kepada teknik pengumpulan dan analisis data serta kesimpulan penelitian.²

1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu: Pendekatan yuridis normatif, yaitu hukum dikonsepsikan sebagai norma, kaidah, asas atau dogma-dogma/yurisprudensi. Tahap penelitian yuridis normatif, menggunakan studi kepustakaan (penelaahan terhadap literatur). Dalam penelitian ini bahan pustaka merupakan data dasar penelitian yang digolongkan sebagai data sekunder.

2. Teknik Pengumpulan Data dan Alat Pengumpulan Data

Teknik dan alat pengumpulan data yang dilakukan tergantung pada pendekatan yang dilaksanakan oleh peneliti. Untuk pendekatan yuridis normatif, teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelaahan data yang dapat diperoleh melalui peraturan perundang-undangan, buku teks, jurnal, hasil penelitian. Sedangkan untuk pendekatan yuridis empirik, teknik pengumpulan data dilakukan terhadap data dan bahan non hukum. Data tersebut dapat berupa data hasil penelitian (langsung) dari lapangan atau data hasil penelitian pihak lain yang berkaitan dan sudah teruji secara ilmiah.

3. Tahap Penelitian dan Bahan Penelitian

Tahap penelitian terdiri atas penelitian kepustakaan dalam upaya mencari data sekunder dengan menggunakan bahan hukum primer, sekunder dan tersier. Disamping itu dapat juga dilakukan tahap penelitian lapangan untuk memperoleh data primer.

a. Data primer: Sumber data pertama baik dari instansi atau hasil wawancara dengan individu/pejabat-pejabat serta dari kuisisioner yang dilakukan berhubungan dengan penelitian ini.

b. Data sekunder: Penelitian yuridis normatif sekunder terdiri atas:

1) Bahan hukum primer, mencakup peraturan perundang-undangan, antara lain:

a) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan

b) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

2) Bahan hukum sekunder, yaitu bahan pustaka yang berisikan informasi tentang bahan primer, terdiri dari literatur-literatur atau bahan pustaka, serta tulisan ilmiah lain-lainnya yang relevan dengan judul dan tujuan penulisan penelitian ini.

3) Bahan hukum tersier, yakni bahan hukum penunjang yang memberikan petunjuk terhadap bahan hukum primer dan sekunder, yang terdiri dari Kamus Bahasa Indonesia, Kamus Hukum dan lain sebagainya.

PEMBAHASAN

A. MODEL PENGEMBANGAN PENERAPAN PELAKSANAAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) YANG MENDATANGKAN *WIN-WIN SOLUTION* DAN TEPAT SASARAN DALAM PEMBANGUNAN LINGKUNGAN MASYARAKAT

² Martin Roestamy, dkk., *Metode Penelitian, Laporan dan Penulisan Karya Ilmiah Hukum Pada Fakultas Hukum*, Bogor: Fakultas Hukum Unida, 2015, Hlm. 49.

Pada dasarnya pembentukan pengaturan terkait CSR juga tidak terlepas dari adanya teori *stakeholders* dan teori legitimasi. Dalam hal ini adanya pengaturan CSR dalam Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tidak terlepas peran dari pemerintah mencoba untuk mempertimbangkan kondisi *stakeholders* yang berada di sekitar perusahaan-perusahaan besar yang terdapat di Indonesia. Selain itu tidak mengherankan jika saat ini masyarakat resah, bahkan ketakutan akan dampak dan implikasi langsung yang ditimbulkan terhadap aktivitas perusahaan yang melakukan eksplorasi sumber daya alam. Memang pengaturan CSR di Indonesia lebih dikhususkan pada perusahaan sumber daya alam, Kegiatan-kegiatan perusahaan SDA tersebut terkadang menimbulkan dampak psikologis yang buruk bagi masyarakat.

Hal tersebut juga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi logis bagi masyarakat sekitarnya. Diantaranya adalah berubahnya struktur dan tatanan sosial ekonomi dan budaya masyarakat, kondisi fisik dan kerusakan lingkungan, serta beban psikologis dan trauma masyarakat sekitar.

Pasal 74 Undang-Undang nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada dasarnya telah mengakhiri perdebatan tentang wajib tidaknya CSR bagi perusahaan perseroan terbatas. Undang-Undang ini secara *imperative* menjelaskan bahwa CSR merupakan sebuah kewajiban hukum bagi perusahaan yang memenuhi kriteria yang ditetapkan Undang-Undang.

B. IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DI PT INDOCEMENT DAN KENDALA YANG DIHADAPI

Menurut Mapisangka³, implementasi program CSR diarahkan pada tercapainya peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat di sekitar perusahaan. Hal ini karena perusahaan dan masyarakat pada dasarnya merupakan kesatuan elemen yang dapat menjaga keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Rahman⁴ menyatakan ada dua alasan yang mendasari perusahaan melakukan kegiatan CSR, yaitu alasan moral dan alasan ekonomi. Alasan moral lebih didasarkan bahwa CSR memang bermula dari inisiatif perusahaan untuk dapat menjalin relasi yang saling menguntungkan dengan *stakeholders*. Sementara alasan ekonomi lebih pada bagaimana perusahaan mampu memperkuat citra dan kredibilitas *brand* atau produknya melalui CSR. Nuansa promosi sangat dirasa jika perusahaan melaksanakan kegiatan CSR dengan alasan ekonomi, perusahaan cenderung mengkomersialkan berbagai kegiatan yang dilakukan dan mengekspos kegiatan tersebut secara besar-besaran.

Menurut Wibisono⁵ ada empat tahapan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam melaksanakan program CSR, yaitu:

- a) Tahap perencanaan
- b) Tahap implementasi
- c) Tahap evaluasi
- d) Pelaporan

Salah satu cara untuk mengukur keberhasilan didalam suatu program CSR adalah dengan mengukur indeks kepuasan masyarakat (IKM) program CSR. Menurut Nasdian⁶ kepuasan masyarakat merupakan

³ A. Mapisangka, *Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat*. *Jurnal Ekonomi dan Sosial Pembangunan*. [Internet]. 10 Desember 2018

⁴ Rahman, *Corporate Social Responsibility*., Jakarta: PT Buku Kita, 2009, Hlm. 10

⁵ Wibisono dalam Dendy Jaya Putra, *Persepsi Masyarakat Terhadap Program Corporate Social Responsibility Sebagai Bentuk Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Pada PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2013

⁶ Nasdian, Fredian Tonny, Mahmudi Siwi, Nur Isiyana Wianti, Sriwulan Ferindian Faletahan, Dina Nurdinwati, *Survey Community Index Terhadap*

salah satu ukuran keberhasilan perusahaan pertambahan dalam mengelola lingkungan sosial dan lingkungan alamnya, khususnya dalam kaitannya dengan program CSR. Keberhasilan penyelenggaraan program CSR dapat dilihat dari tingkat kepentingan masyarakat terhadap CSR dapat terpenuhi sesuai kinerja yang dirasakan. Selanjutnya menurut Nasdian⁷ bahwa gambaran implementasi program yang menunjukkan kepuasan masyarakat penerima program CSR diukur melalui tujuh unsur yakni :

1. Unsur sosialisasi program
2. Proses penyaluran
3. Sumberdaya staf
4. Jadwal dan jenis program
5. Pendanaan program
6. Unsur penunjang
7. Unsur dampak program.

Kendala dalam menerapkan CSR yang dialami sebuah perusahaan terletak pada komitmen dari perusahaan itu sendiri. Perusahaan bersangkutan haruslah mempunyai komitmen untuk turut bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitarnya. Sebab, jika perusahaan tidak memiliki komitmen terhadap lingkungan sekitarnya, maka tanggung jawab dan kepedulian sosial itu pun juga tidak ada. Hal ini juga berdampak pada dukungan perusahaan untuk mewujudkan kepedulian tersebut.

Kendala yang juga dihadapi sebuah perusahaan dalam menjalankan kepedulian sosial selain komitmen dan dukungan dari perusahaan, adalah program yang akan dilaksanakan. Banyak perusahaan yang memiliki komitmen tinggi terhadap masalah-masalah sosial, namun program yang dilaksanakan tidak berdasarkan pada ketulusan hati nurani, sehingga, bentuk kepedulian sosial hanya ditujukan pada popularitas semata.

Tahap pelaporan juga menjadi salah satu kendala penerapan CSR, karena tingkat pelaporan dan pengungkapan CSR

di Indonesia masih relatif rendah. Hingga kini belum ada kesepakatan standar pelaporan CSR yang dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam menyiapkan laporan CSR. Cakupan standar yang ada sudah cukup komprehensif, namun, belum adanya laporan yang dapat mengikhtisarkan dampak kegiatan perusahaan terhadap sosial dan lingkungan akan menyulitkan *stakeholders* dalam mengevaluasi efektivitas kegiatan CSR perusahaan.

Dalam memutuskan kegiatan CSR, mayoritas dari perusahaan masih ragu-ragu dalam menilai perlu ada tidak perlunya melakukan kegiatan CSR. Hal tersebut disebabkan karena beberapa hal. Antara lain kurang jelasnya distribusi kegiatan serta penentuan target kegiatan CSR; masalah perizinan dan regulasi; kurangnya kemitraan; sosialisasi kegiatan; dan kurangnya pemahaman mengenai pelaksanaan dan evaluasi di lapangan. Pemimpin perusahaan dipandang memiliki peran penting dan memiliki posisi strategis dalam pelaksanaan CSR, karena pemimpin dianggap sebagai pihak yang bertanggung jawab untuk memberi arahan dan masukan, melakukan koordinasi, serta memiliki otoritas untuk mengontrol dan mengevaluasi kegiatan CSR agar tepat sasaran sesuai kebutuhan perusahaan, maupun stakeholder seperti pemerintah dan masyarakat.

Kendala lain yaitu dari masyarakat yang kadang kala masih belum siap untuk diajak mengimplementasikan CSR terutama bila sifatnya partisipatif, dimana masyarakat tidak mau diajak berubah, masyarakat hanya ingin mendapatkan bantuan daja berupa kucuran dana serta cultur dan terkadang building ketikan masyarakat tidak bisa menyerap keinginan perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan di atas maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Program CSR PT. Antam TBK, (PERSERO), TBK.
Fakultas Ekologi Manusia IPB, 2013, Hlm. 11

⁷ *Ibid*

1. Model pengembangan penerapan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang mendatangkan win-win solution dan tepat sasaran dalam pembangunan lingkungan masyarakat yaitu model CSR yang memiliki hasil akhir yang menjadikan masyarakat mandiri secara ekonomi dan layak secara sosial serta berdampak baik terhadap pengelolaan dan perlindungan lingkungan hidup. Program CSR harus menuju kemandirian ekonomi, kesejahteraan sosial dan perlindungan lingkungan yang dijalankan berdasarkan prinsip tujuan pembangunan berkelanjutan.
2. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan proses pelaksanaan program-program CSR PT Indocement terhadap masyarakat. Lima aspek Program CSR PT Indocement yang telah dijalankan secara merata dan seragam yaitu:
 - a) Pendidikan. Semua program pendidikan PT. Indocement ditujukan untuk meningkatkan indeks pembangunan manusia di desa-desa binaan sekitar wilayah operasi PT. Indocement. Program-program tersebut meliputi pembangunan dan renovasi gedung-gedung sekolah (SD, SMP, dan SMA) yang berupa yayasan PT. Indocement dan berjumlah masing-masing satu sekolah di tiap desa binaan dan beasiswa Yasmen dengan rincian dua belas orang anak berprestasi dari tiap angkatan pada tingkat SLTA.
 - b) Ekonomi. PT. Indocement mencoba memberdayakan masyarakat sekitar operasi PT. Indocement dengan membangun usaha kecil dan menengah, yang disesuaikan dengan potensi yang ada di desa-desa binaan tersebut.
 - c) Kesehatan. PT. Indocement bekerja sama dengan Puskesmas milik pemerintah, mengelola Puskesmas keliling guna memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat sekitar wilayah operasi PT. Indocement. Puskesmas keliling ini beroperasi minimal satu kali dalam satu bulan di tiap desa binaan. PT. Indocement juga membangun fasilitas-fasilitas kesehatan seperti puskesmas pembantu yang didirikan masing-masing satu buah di tiap desa binaan.
 - d) Sosial, Budaya, Agama, Olahraga. PT. Indocement membangun berbagai infrastruktur, seperti betonisasi jalan lingkungan yang dilakukan di tiap desa binaan dan masjid sejumlah satu buah di desa-desa binaan sekitar operasi PT. Indocement.
 - e) Keamanan. PT. Indocement menggalang kerja sama dengan masyarakat untuk memelihara suasana aman melalui pembinaan LINMAS.
3. Kendala yang dihadapi dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu terletak pada komitmen dari perusahaan itu sendiri. Perusahaan bersangkutan haruslah mempunyai komitmen untuk turut bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitarnya. Kendala yang juga dihadapi adalah masyarakat yang kadang kala masih belum siap untuk diajak mengimplementasikan CSR terutama bila sifatnya partisipatif, dimana masyarakat tidak mau diajak berubah, masyarakat hanya ingin mendapatkan bantuan dana berupa kucuran dana serta kultur dan terkadang building ketikan masyarakat tidak bisa menyerap keinginan perusahaan.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis merekomendasikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, yaitu PT. Indocement disarankan untuk memberikan program CSR yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dimana program tersebut tepat waktu dan tepat guna.
2. Sosialisasi mengenai CSR dan program kerjanya juga sebaiknya ditingkatkan agar masyarakat juga tahu mengenai CSR tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Mapisangka, *Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat. Jurnal Ekonomi dan Sosial Pembangunan*. [Internet].
- Dendy Jaya Putra, *Persepsi Masyarakat Terhadap Program Corporate Social Responsibility Sebagai Bentuk Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Pada PT Pertamina (Persero) Refinery Unit IV Cilacap*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2013
- Martin Roestamy, dkk., *Metode Penelitian, Laporan dan Penulisan Karya Ilmiah Hukum Pada Fakultas Hukum*, Bogor: Fakultas Hukum Unida, 2015
- Nasdian, Fredian Tonny, Mahmudi Siwi, Nur Isiyana Wianti, Sriwulan Ferindian Faletihan, Dina Nurdinwati, *Survey Community Index Terhadap Program CSR PT. Antam TBK, (PERSERO), TBK*. Fakultas Ekologi Manusia IPB, 2013
- Rahman, *Corporate Social Responsibility*., Jakarta: PT Buku Kita, 2009
- Saidi Zaim dan Hamid Abidin., *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*, Jakarta: Piramida, 2004
- Susiloadi, Priyanto, *Implementasi Corporate Social Responsibility Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan*. Skripsi. Jurusan Administrasi Negara FISIP Universitas Sebelas Maret. Surakarta, 2008.