

POTENSI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) UNTUK PEMBANGUNAN KOTA MALANG

Bidang Penelitian dan Pengembangan

Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Malang

Email: litbangkotamlg@gmail.com

Abstrak: Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan merupakan perwujudan pembangunan berkelanjutan di daerah yang dapat membantu mengatasi masalah sosial masyarakat melalui kepedulian perusahaan kepada masyarakat berupa program-program pemberdayaan sosial masyarakat serta pelestarian lingkungan hidup. Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan pemetaan potensi perusahaan yang ada di Kota Malang berdasarkan program CSR yang dijalankan. Desain penelitian adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Situs penelitian adalah perusahaan-perusahaan di Kota Malang, terpilih 33 perusahaan dengan bidang usaha retail, properti, rumah sakit, BUMD, Perguruan Tinggi, Perbankan dan Pabrik Rokok. Analisis data menggunakan pendekatan naratif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi program CSR oleh perusahaan-perusahaan di Kota Malang diwujudkan pada lima kelompok bidang, yaitu bidang sosial pengentasan kemiskinan sebesar 31%; bidang sarana/prasarana lingkungan hidup sebesar 20%, bidang pendidikan dan pengembangan SDM sebesar 19%; bidang kesehatan 16%; dan bidang UMKM sebesar 14%. Jika berdasarkan skala usahanya, maka persentase terbanyak adalah perusahaan dengan kategori usaha besar yaitu dengan jumlah omzet > Rp 50.000.000.000, sedangkan porsi terkecil adalah perusahaan dengan kategori mikro (dengan omzet < Rp 300.000.000). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan CSR di Kota Malang secara umum sudah terlaksana dengan jumlah yang cukup signifikan. Kedepannya penguatan sinergitas antara pemerintah dan sektor swasta diharapkan mampu meningkatkan potensi jumlah dana CSR untuk pembangunan di Kota Malang .

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, Pembangunan Daerah, Sinergitas

Abstract: *The company's Corporate Social Responsibility (CSR) program is the embodiment of sustainable development in the region that can help overcome community social problems through corporate concern for the community in the form of community social empowerment programs and environmental conservation. The purpose of this research is to map the potential of existing companies in Malang City based on CSR programs run. Research design is qualitative with a case study approach. The research site were companies in Malang City, selected 33 companies with retail business, property, hospital, BUMD, College, Banking and Cigarette Factory. Data analysis uses a descriptive narrative approach. The results showed that the implementation of CSR programs by companies in Malang City was realized in five areas, namely the social sector of poverty alleviation by 31%; environmental facilities/infrastructure by 20%, education and human resource development by 19%; health sector 16%; and the MSME sector by 14%. If based on business scale, then the largest percentage is with the number of large businesses, namely with a turnover of > Rp. 50,000,000,000, while the smallest portion is the category of companies (with a turnover of < Rp. 300,000,000). Based on the results of the study, it can be said that the implementation of CSR in Malang City has been carried out in a significant amount. In the future, strengthening the synergy between the government and the private sector is expected to increase the potential amount of CSR funds for development in Malang City.*

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Regional Development, Synergy*

PENDAHULUAN

Perkembangan pembangunan daerah Kota Malang sampai saat ini telah dirasakan banyak peningkatan hasil dan manfaatnya bagi masyarakat. Hal ini seiring dengan dinamika

pembangunan daerah serta kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks sehingga diperlukan keberlanjutan dan perubahan ke arah yang lebih baik (*sustain and change*). Berbagai aktivitas pembangunan yang dilaksanakan

diharapkan mampu mewujudkan salah satu misi Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Malang Tahun 2018-2023 yaitu “Mewujudkan Kota Produktif dan Berdaya Saing Berbasis Ekonomi Kreatif, Berkelanjutan dan Keterpaduan”. Demi menggapai terwujudnya misi Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kota Malang, maka Pemerintah Daerah Kota Malang harus mampu mensinergikan partisipasi antara pemerintah, masyarakat madani (*civil society*), dan juga kalangan bisnis (perusahaan). Dengan memaksimalkan fungsi serta peran dari ketiga pilar utama tersebut, diharapkan Kota Malang mampu mencapai kesejahteraan bersama.

Saat ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) berkembang pesat seiring meningkatnya kepedulian dunia usaha terhadap masyarakat dan lingkungan. CSR merupakan wujud komitmen dunia usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi (WBCSD, 2015). Menurut John Elkington sebagaimana dikutip Utomo et al. (2010), CSR merupakan aktivitas yang mengoptimalkan *triple bottom line*, atau 3-P (*profit, people* dan *planet*), yaitu: 1) meraih keuntungan (*Profit*) untuk memenuhi harapan pemegang saham dan kelangsungan perusahaan, 2) memenuhi kesejahteraan masyarakat (*People*), dan 3) berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*Planet*). Keberlanjutan (*sustainability*) usaha dapat dicapai dari keseimbangan aktivitas yang tercakup dalam 3-P tersebut. Selain itu, *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak secara etis dan memberi kontribusi kepada pengembangan ekonomi komunitas setempat (Utomo et al., 2010). Salah

satu aspek penting dari CSR adalah potensinya untuk mendanai program-program pemberdayaan masyarakat. Di Indonesia, sumber-sumber pendanaan untuk program pemberdayaan masyarakat terdiri dari pendanaan pemerintah, pendanaan publik dan pendanaan privat (swasta). Keberadaan sumber pendanaan bagi program pemberdayaan masyarakat merupakan faktor penting sebagai bagian dari upaya mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan, (WCED, 2017).

Gagasan tentang pentingnya sinergitas pelaksanaan CSR oleh perusahaan bagi pemerintah daerah di wilayah Jawa Timur mulai bergaung tahun 2011 dengan terbitnya Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 4 Tahun 2011 tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang ditindaklanjuti dengan terbitnya Peraturan Gubernur Jawa Timur Nomor 52 Tahun 2012 tentang Petunjuk Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Sementara Pemerintah Kota Malang menerbitkan peraturan tentang CSR atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) pada tahun 2020 dengan terbitnya Peraturan Walikota Malang Nomor 42 Tahun 2020 tentang Petunjuk Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Forum CSR di kota Malang sendiri baru terbentuk pada tahun 2021 setelah disahkannya Keputusan Walikota Malang Nomor 188.45/154/35.73.112/2021 tentang Pembentukan Forum Pelaksana Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Tujuan pembentukan forum CSR ini utamanya adalah untuk menyelenggarakan forum komunikasi dan koordinasi lintas instansi guna mengkaji dan merumuskan kebijakan CSR serta untuk mensinergikan program-program CSR hasil usulan dari penjangkaran masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, maka kajian Analisis Potensi CSR Bagi Pembangunan di Kota Malang menjadi

urgent untuk dilakukan. Hal ini sebagai sarana untuk memotret program CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Kota Malang yang nantinya dapat disinergikan dengan program-program pembangunan daerah. Sinergitas antara pemerintah Kota Malang dengan perusahaan akan memberikan kemanfaatan bersama dalam bentuk *win-win solution* dalam pembangunan daerah di Kota Malang. Bagi pemerintah Kota Malang adanya program CSR yang dijalankan oleh perusahaan dapat membantu dapat percepatan pencapaian tujuan pembangunan daerah. Bagi perusahaan, pelaksanaan program CSR dapat memberikan peningkatan *brand image* perusahaan dalam kegiatan bisnisnya.

METODE

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian studi kasus (*case study*). Desain studi kasus digunakan untuk memberikan perhatian pada suatu kasus khusus, sehingga dapat mengungkapkan persoalan dengan lebih jelas tanpa diintervensi oleh kasus yang lain (Bungin, 2020; Creswell, 2016). Penelitian dilakukan pada sektor usaha yang tersebar di Kota Malang yang diklasifikasikan berdasarkan wilayah, skala usaha dan bidang usaha, dari 80 sasaran informan setelah dilakukan survei turun lapang, terkumpul sebanyak 33 perusahaan sebagai informan yang memberikan respon jawaban lengkap yang terdiri dari 7 bidang usaha, yaitu: Retail, Properti, Rumah Sakit, BUMD, Perguruan Tinggi, Perbankan dan Pabrik Rokok.

Pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi yang mendalam dengan menggunakan pedoman wawancara kepada informan penelitian dengan menyebarkan kuisisioner baik secara online dengan *googleform* maupun secara langsung memberikan kuisisioner kepada

informan. Sasaran informan penelitian dalam kajian ini adalah pihak yang memahami mengenai pelaksanaan CSR di perusahaan/instansi masing-masing, yang terdiri dari: direksi/direktur, manajer, Asisten Manajer, *supervisor* bidang CSR, *HRD coordinator* atau staf bagian HRD. Sumber data tidak langsung juga digunakan dalam penelitian ini, seperti: studi kepustakaan, catatan dinas, dokumentasi yang dipublikasikan secara cetak atau media *online*, meliputi: data BPS, data Dinas Koperasi dan UKM, dan data Diskopindag Kota Malang.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis model interaktif yang merujuk pada pendapat Miles & Hubberman (2014). Pengumpulan data dilakukan melalui cara observasi dan wawancara. Selanjutnya dilaksanakan reduksi data dengan cara merangkum, memilih hal-hal yang pokok, dan memfokuskan pada hal-hal yang penting. Penyajian data dilakukan dengan memberikan tafsiran dan penjelasan berbentuk uraian dengan teks bersifat naratif, serta terakhir adalah penarikan kesimpulan dan memberikan rekomendasi.

Keabsahan data penelitian, terdiri dari validitas dan reliabilitas. Validitas kualitatif yang dilakukan dalam penelitian ini merujuk pada Creswell (2016), yaitu upaya pemeriksaan terhadap akurasi hasil penelitian (Bungin, 2009). Sementara untuk reliabilitas, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan prosedur reliabilitas menurut Gibbs (dalam Creswell, 2016), yaitu: mengecek hasil transkrip untuk memastikan tidak adanya kesalahan yang dibuat selama proses transkripsi; memastikan tidak adanya definisi dan makna yang mengambang; dilakukan pertemuan-pertemuan rutin atau *sharing* analisis; serta dilakukan *chross-check* dan membandingkan hasil yang dikembangkan oleh peneliti lain dengan hasil yang telah disusun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan/badan usaha demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya (*cost center*) melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit center*). Kegiatan CSR merupakan aspek penting dalam upaya membangun citra dan reputasi perusahaan/badan usaha yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan, baik dari konsumen maupun dari mitra bisnis perusahaan/badan usaha.

1. Kegiatan CSR Yang Telah Dilakukan Oleh Perusahaan Di Kota Malang

Berdasarkan Surat Keputusan Walikota Malang No. 188.45/154/35.73.112/2021 tentang Pembentukan Forum Pelaksana CSR, bidang-bidang CSR mencakup 5 bidang yaitu bidang Pendidikan dan Pengembangan SDM, bidang UMKM, bidang Sosial dan Pengentasan Kemiskinan, bidang Kesehatan, dan bidang Sarana/Prasarana Lingkungan Hidup. Dari pengelompokan bidang tersebut, perusahaan-perusahaan di Kota Malang paling banyak mengimplementasikan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam bentuk kegiatan sosial pengentasan kemiskinan yaitu sebesar 31% dan kegiatan bidang sarana/prasarana lingkungan hidup sebesar 20%, kemudian bidang pendidikan dan pengembangan SDM sebesar 19%. Berikutnya dua bidang terakhir adalah kegiatan di bidang Kesehatan 16% dan bidang UMKM sebesar 14%.

a. CSR Bidang UMKM

Bentuk kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Kota Malang di bidang UMKM, antara lain; dalam bentuk pemberdayaan masyarakat

(sebesar 42,9%), pemberdayaan potensi ekonomi wisata (sebesar 28,6%), permodalan usaha (sebesar 7,1%), sementara sisanya dalam bentuk bantuan promosi (sebesar 3,6%), kuliner (sebesar 3,6%), pelatihan promosi (sebesar 3,6%), dan pelatihan SDM (sebesar 3,6%).

b. CSR Bidang Sarana/Prasarana dan Lingkungan Hidup

Bidang Sarana/Prasarana dan Lingkungan Hidup yang dilaksanakan oleh Perusahaan bentuk pelaksanaan CSR-nya meliputi kegiatan-kegiatan berikut, yaitu penanaman pohon/penghijauan (sebesar 31,5%), pembangunan ruang terbuka hijau/taman (sebesar 16,9%), pembangunan/renovasi rumah ibadah (15,6%), pembangunan infrastruktur jalan/bangunan/jembatan (sebesar 14,4%), bantuan pembangunan rumah (11,8%), bantuan renovasi rumah (5,1%), pembangunan renovasi makam (sebesar 2,4%), dan lainnya (sebesar 2,4%).

c. CSR Bidang Pendidikan dan Pengembangan SDM

Bidang Pendidikan dan Pengembangan SDM yang dilaksanakan oleh perusahaan di kota Malang meliputi: pemberian dana untuk pelatihan (27,9%), pemberian beasiswa (sebesar 25,6%), pemberian bantuan sarana prasarana pendidikan (sebesar 25,6%), sosial keagamaan (sebesar 4,7%), perpustakaan (sebesar 2,3%), sarana prasarana masyarakat (sebesar 2,3%), program magang mahasiswa (sebesar 2,3%), dan lainnya (sebesar 9,3%).

d. CSR Bidang Kesehatan

Bidang kesehatan yang dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan di kota Malang meliputi: kegiatan bantuan sanitasi

(sebesar 38,1%), bantuan pembangunan/renovasi fasilitas kesehatan (sebesar 28,4%), bantuan pengobatan gratis (sebesar 9,5%), bantuan sosialisasi kesehatan (sebesar 4,8%), bantuan alat kesehatan (sebesar 4,8%), *medical check up* gratis (sebesar 4,8%), belum pernah (sebesar 4,8%), dan lainnya (sebesar 4,8%).

- e. CSR Bidang Sosial dan Pengentasan Kemiskinan
Bidang Sosial juga merupakan bentuk kegiatan atau program CSR yang paling banyak dilakukan oleh perusahaan di Kota Malang. Umumnya perusahaan/ badan usaha memberikan bantuan secara langsung pada masyarakat sekitar yang berupa santunan/ bantuan sosial (sebesar 45,1%), pemberian parcel lebaran (26,7%), sumbangan rumah ibadah (17,6%), bantuan anak yatim (1,8%), bantuan pelaksanaan pengajian (1,8%), penyembelihan hewan qurban (1,8%), bantuan bencana alam (1,7%), bantuan kepada Balai RW (1,7%), dan lainnya (1,7%).

Dari penjabaran di atas, menunjukkan bahwa dari 5 jenis kegiatan CSR, kuantitas yang telah dilaksanakan oleh perusahaan cukup merata, tetapi bidang sosial dan pengentasan kemiskinan yang menjadi primadona pelaksanaan kegiatan CSR perusahaan/badan usaha, ialah di Bidang Sosial dan Pengentasan Kemiskinan. Hal ini dapat dipahami bahwa memang hal yang paling sederhana dan mudah implementasinya bagi perusahaan/badan usaha adalah membantu masyarakat sekitar dalam berbagai kegiatan sosial dan pengentasan kemiskinan.

2. Pemetaan Pelaksanaan CSR Berdasarkan Omzet dan Laba

Berdasarkan hasil penelitian, dapat digambarkan bahwa sebagian besar perusahaan yaitu sebesar 39% yang melaksanakan CSR adalah yang memiliki omzet >Rp50.000.000.000 Sementara jumlah terbesar kedua dengan persentase 27% adalah perusahaan dengan omzet Rp300.000.000 – Rp2.500.000.000. Kemudian, perusahaan dengan omzet Rp2.500.000.000 – Rp50.000.000.000 adalah sebesar 24%, sisanya sebesar 9% merupakan perusahaan dengan omzet <Rp300.000.000. Dapat dilihat bahwa jumlah persentase terbanyak perusahaan yang mampu melakukan CSR adalah perusahaan pada kategori usaha besar yaitu dengan jumlah omzet >Rp50.000.000.000 kemudian porsi terkecil adalah perusahaan dengan kategori mikro (dengan omzet <Rp300.000.000). Sementara berdasarkan bidang usaha perusahaan, terbanyak pada skala besar adalah perguruan tinggi, perbankan dan properti. Sementara pada skala menengah terbanyak adalah dari bidang usaha rumah sakit. Dari gambaran tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa perusahaan-perusahaan yang berpotensi melaksanakan program-program CSR secara berkesinambungan adalah perusahaan dengan kategori besar, menengah dan kecil.

Sementara itu dari hasil kajian penelitian, perusahaan yang mengimplementasikan CSR jika dilihat dari laba yang diperoleh dapat dikategorisasikan menjadi 4 kelompok yaitu:

- a. Kelompok 1 yaitu perusahaan yang memiliki laba <Rp10.000.000
- b. Kelompok 2 yaitu perusahaan yang memiliki laba Rp11.000.000 – Rp50.000.000

- c. Kelompok 3 yaitu perusahaan yang memiliki laba Rp51.000.000 – Rp100.000.000
- d. Kelompok 4 yaitu perusahaan yang memiliki laba >Rp100.000.000

Perusahaan yang melaksanakan CSR jika dikaitkan dengan tingkat laba, banyak ditemui pada perusahaan dengan ukuran laba diatas Rp100.000.000 (61%), sisanya adalah perusahaan dengan ukuran laba Rp51.000.000 - Rp100.000.000 (18%), kemudian ukuran laba kurang dari Rp10.000.000 (15%) dan terakhir ukuran laba Rp11.000.000 - Rp50.000.000 (6%). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mengimplementasikan CSR adalah perusahaan yang memiliki laba lebih dari Rp100.000.000.

3. Besaran Alokasi Dana CSR Oleh Perusahaan Di Kota Malang

Dana CSR yang dikeluarkan oleh perusahaan besarnya bervariasi untuk masing-masing perusahaan. Seperti yang sudah dijelaskan diawal bahwa program CSR yang dilakukan terbagi ke berbagai bentuk bidang kegiatan yaitu bidang sosial dan pengentasan kemiskinan, bidang pendidikan dan pengembangan SDM, bidang UMKM, bidang sarana prasarana & lingkungan hidup, bidang kesehatan dan bidang keagamaan. Besaran Dana CSR menjadi hal yang cukup sensitif bagi perusahaan untuk diungkapkan jumlahnya. Hal ini disimpulkan dari jawaban informan sebesar 51,5% tidak menjawab jumlah atau besaran dana yang dikeluarkan. Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan-perusahaan yang telah melakukan CSR secara rutin umumnya telah mengalokasikan dana CSR pada rentangan di bawah 10 juta hingga di atas 500 juta rupiah.

3. Potensi dana CSR yang dapat dihimpun dari Perusahaan Di Kota Malang

Untuk menghitung potensi dana CSR yang dapat dihimpun dari perusahaan-perusahaan di Kota Malang, berdasarkan temuan dalam kajian ini, yang berpotensi menjadi pemberi dana CSR adalah perusahaan yang berada pada kategori industri ataupun perdagangan pada skala usaha menengah atau besar. Berdasarkan data dari Diskoperindag per November 2020, diketahui bahwa jumlah perusahaan di Kota Malang pada bidang perindustrian sejumlah 5.156 dan bidang perdagangan sejumlah 601 perusahaan. Melihat potensi jumlah perusahaan di Kota Malang dengan kategori bidang usaha perindustrian dan perdagangan tersebut, maka dapat disusun rancangan potensi CSR yang dapat dihimpun oleh Pemerintah Kota Malang dengan 5 kategori, yaitu: minimal, moderat I, moderat II, moderat III, serta optimal dengan berdasar kisaran yang ditemukan dari hasil turun lapang sebagai berikut:

- a. Kategori Minimal dengan alokasi dana CSR berjumlah Rp1.000.000
- b. Kategori Moderat I dengan alokasi dana CSR berkisar antara Rp1.000.000 – Rp10.000.000.
- c. Kategori Moderat II dengan alokasi dana CSR berkisar antara Rp10.000.000 – Rp25.000.000
- d. Kategori Moderat III dengan alokasi dana CSR berkisar antara Rp50.000.000 – Rp100.000.000
- e. Kategori Optimal dengan alokasi dana CSR >Rp100.000.000

Berdasar kategori tersebut dapat diilustrasikan bahwa potensi dana CSR yang dapat dihimpun dari perusahaan-perusahaan di Kota Malang, dengan kategori minimal dengan skenario pengumpulan terendah (10%) setidaknya dana CSR yang dapat

dihimpun minimal adalah sebesar Rp575.000.000 dan pengumpulan dengan kategori Optimal tingkat 100% akan berpotensi menghimpun dana CSR sebesar lebih dari Rp575.700.000.000 untuk mendukung pertumbuhan pembangunan Kota Malang.

4. Sinergitas Pemerintah dan Swasta untuk Keterlaksanaan program CSR di Kota Malang

Hasil dalam penelitian ini menggarisbawahi perlunya peningkatan sinergitas dan koordinasi antara pemerintah Kota Malang dengan sektor swasta. Dua *stakeholders* utama dalam pembangunan Kota Malang dapat berperan sesuai dengan tugas dan fungsinya dalam meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat. Sesuai dengan Teori *Stakeholders* oleh Freeman (1987) perusahaan sejatinya tidak hanya bertanggung jawab kepada pihak *shareholder* (pemegang saham), namun bergeser menjadi luas hingga tatanan sosial masyarakat dan lingkungan, dimana dalam hal ini dapat diimplementasikan pada CSR. Kehadiran perusahaan dengan segala kegiatan operasionalnya tidak dapat dilepaskan dari konstelasi pembangunan yang berlangsung di lingkungan perusahaan. Dalam kondisi ini keberadaan perusahaan seharusnya dapat memberikan manfaat kepada masyarakat tidak hanya pada aspek ekonomi, akan tetapi juga pada aspek sosial masyarakat yang berkembang secara dinamis. Selain itu, dalam RPJMD Kota Malang disebutkan bahwa Visi Kota Malang 2018-2023 adalah: Kota Malang Bermartabat. Keterlaksanaan program CSR di Kota Malang pada dasarnya merupakan perwujudan dari visi Kota Malang tersebut. Diharapkan berbagai program CSR yang sudah dilakukan perusahaan memiliki keselarasan dan sinergitas

dengan rencana pembangunan daerah Kota Malang.

Pelaksanaan program CSR di Kota Malang nantinya diharapkan sesuai dengan rumusan tentang CSR secara internasional seperti yang dinyatakan oleh *The World Business Council for Sustainable Development* (<https://www.wbcsd.org>), yakni komitmen berkelanjutan perusahaan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat (pekerja, keluarga, masyarakat lokal dan masyarakat luas). Keterlibatan perusahaan dalam program CSR dapat diterjemahkan sebagai upaya perusahaan untuk dapat meningkatkan inklusifitasnya dalam entitas bisnis dan lingkungannya (Elkingston,2004). Pada aspek lain dapat dijelaskan bahwa pelaksanaan program CSR pada dasarnya juga untuk menegaskan keberadaan perusahaan dalam lingkungan kehidupan masyarakat. Pada kondisi ini perusahaan harus mampu meneguhkan eksistensi menjadi bagian dari komunitas masyarakat yang berperan dalam menghasilkan nilai tambah ekonomi dalam proses bisnis dan ekonomi yang dijalankannya.

Pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dimana perusahaan tersebut berada. Legitimasi ini dapat mengamankan perusahaan dari hal-hal yang tidak diinginkan dan akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi bukan hanya memperhatikan hak-hak investor tetapi juga memperhatikan hak publik (Deegan dan Rankin, 1996). Oleh karena itu keberhasilan perusahaan dalam pelaksanaan program CSR dalam pembangunan daerah, juga bermanfaat dalam menjadi harmonisasi hubungan dengan lingkungan untuk menjamin keberlangsungan. Sebagai tambahan, Pemerintah Kota Malang merupakan *anchor* dari panel pelaksanaan program CSR yang berperan penting dalam

menjalankan fungsi regulator dan fasilitator dalam komunitas perusahaan yang melaksanakan CSR. Fungsi ini dapat berjalan secara sinergis dengan kebijakan masing-masing perusahaan dalam mengalokasikan anggaran dalam pembiayaan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Untuk memperkuat keberlangsungan fungsi regulator dan fasilitator ini, peraturan yang dibuat oleh Pemerintah Kota Malang harus dapat mencakup aspek hak dan kewajiban CSR, pelaksanaan program CSR, peran masyarakat, monitoring dan evaluasi program, dan keberlanjutan program.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pemetaan perusahaan yang ada di Kota Malang berdasarkan program CSR yang dilakukan dikelompokkan ke dalam lima kelompok bidang yaitu bidang Pendidikan dan Pengembangan SDM, bidang UMKM, bidang Sosial dan Pengentasan Kemiskinan, bidang Kesehatan, dan bidang Sarana/Prasarana Lingkungan Hidup. Hal ini sesuai dengan Keputusan Walikota Malang No.188.45/154/35.73.112/2021 tentang Pembentukan Forum Pelaksana Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Bidang Keagamaan yang sebelumnya muncul sebagai bidang keenam dimasukkan ke dalam bidang sosial pengentasan kemiskinan dan bidang sarana/prasarana lingkungan hidup. Jika diproporsikan ke masing-masing bidang tersebut, kegiatan sosial pengentasan kemiskinan sebesar 31%; kegiatan bidang sarana/prasarana lingkungan hidup 20%; bidang pendidikan dan pengembangan SDM sebesar 19%; bidang kesehatan 16%; dan bidang UMKM sebesar 14%. Pemetaan perusahaan yang mengimplementasikan CSR berdasarkan skala usaha, menunjukkan bahwa persentase terbanyak adalah pada perusahaan dengan kategori usaha besar yaitu

dengan jumlah omzet >Rp50.000.000.000, kemudian porsi terkecil adalah perusahaan dengan kategori mikro (dengan omzet <Rp300.000.000),. Selain itu, masih diperlukannya peningkatan sinergitas dan koordinasi antara pemerintah Kota Malang dengan sektor swasta. Hal ini dilaksanakan agar perusahaan dapat mensinergikan program-program CSR-nya dengan program kebijakan pembangunan pemerintah daerah Kota Malang.

SARAN

Berdasarkan hasil analisis terdapat beberapa hal yang dapat dijadikan rekomendasi dalam pengelolaan potensi tanggungjawab sosial perusahaan yang dapat disinergikan antara program yang dimiliki oleh perusahaan dengan arah dan kebijakan Pembangunan Daerah Kota Malang yaitu;

1. Perlu dilakukan sosialisasi terkait Peraturan Walikota & Forum CSR ke perusahaan yang ada di Kota Malang. Selain itu, diperlukan sosialisasi dari pemerintah baik ke perusahaan maupun ke masyarakat terkait program dan kebijakan pembangunan Kota Malang.
2. Dilakukan pengawasan dan pengendalian terkait pelaksanaan CSR sampai ke tingkat Kecamatan dan Kelurahan. Selain itu, perlu adanya sinergi dengan Perangkat Daerah terkait, yaitu Dinas Sosial Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana; Dinas Pendidikan dan Kebudayaan; Dinas Kesehatan; Dinas PUPR/ PKP serta Dinas Koperasi, Industri dan Perdagangan dalam pelaksanaan pengelolaan dana CSR.
3. Perlu dibuatkan *website* yang dapat memberikan informasi tentang CSR di Kota Malang, dan sekaligus dapat digunakan sebagai wadah/sarana

perusahaan untuk “branding”. *Website* ini sekaligus dapat menjadi penyedia informasi terkait kebutuhan Perangkat Daerah atau masyarakat sehingga bisa mensinergikan kebutuhan dan ketersediaan program CSR.

4. Diberlakukannya CSR Award Kota Malang, untuk memacu perusahaan di Kota Malang melakukan tanggungjawab sosialnya dengan lebih banyak lagi dan lebih terbuka, baik ke pemerintah maupun masyarakat.
5. Optimalisasi peran Forum CSR Kota Malang dengan melakukan pertemuan rutin sebagai proses “*hearing*” antara perusahaan dan pemerintah, sehingga perusahaan lebih memahami arah dan kebijakan pembangunan Kota Malang dan di sisi lain pemerintah juga dapat memahami kebijakan program CSR perusahaan sehingga tercipta sinergi yang harmonis dan bisa berjalan selaras.
6. Sebagai tambahan wawasan pengembangan pengelolaan Program CSR, disarankan untuk bersilaturahmi dengan melaksanakan studi banding ke Kabupaten/Kota lain yang sudah lebih dulu memiliki Forum CSR, sehingga bisa melakukan proses “ATM” (Amati-Tiru-Modifikasi). Harapannya dengan proses bersilaturahmi ini Forum CSR Kota Malang semakin optimal dalam menjembatani proses

sinergitas antara pemerintah dan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Buhr, N. (1998). Environmental performance, legislation and annual report disclosure: the case of acid rain and Falconbridge. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Bungi, Burhan, 2020. Post Qualitative Social Research Methods: Kuantitatif-Kualitatif-Mix Methods. Positivism-Postpositivism-Phenomonology-Postmodern. Filsafat, Paradigma, Teori, Metode dan Laporan, Edisi Pertama, Jakarta: Kencana
- Creswell, John W. (2016). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Fourth Edition. Sage Publications, Inc. London, United Kingdom.
- Deegan, C., & Rankin, M. (1996). Do Australian companies report environmental news objectively? An analysis of environmental disclosures by firms prosecuted successfully by the Environmental Protection Authority. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Freeman, E. R. (1984). Strategic management: a stakeholder approach, ser. *Pitman Series in Business and Public Policy*. Pitman.

[Halaman Kosong]