

Implementasi CSR Melalui Program Kampung Berseri Astra (KBA) oleh PT Astra Internasional Tbk

Gena Putri Ekawanti¹, Santoso Tri Raharjo², Risna Resnawaty³

e-mail: gena18001@mail.unpad.ac.id; santoso.tri.raharjo@unpad.ac.id;
risna.resnawaty@unpad.ac.id

Abstrak

Kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kegiatan perusahaan berupa tanggung jawab baik dalam sosial, ekonomi, maupun lingkungan terhadap kesejahteraan pegawai perusahaan maupun masyarakat sekitar dengan berlandaskan kebijakan etika atau praktik bisnis. Perusahaan PT. Astra International Tbk melakukan kegiatan CSR sudah sejak puluhan tahun lalu dan akan tetap melanjutkan kegiatan CSR mereka. Salah satu program unggulan CSR mereka adalah Program Kampung Berseri Astra (KBA) yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan cara berkolaborasi antara masyarakat dan perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi CSR PT. Astra International Tbk melalui program Kampung Berseri Astra (KBA). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi literatur dengan jenis data sekunder. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa tipe implementasi yang dilakukan di program KBA adalah community assistance dan community empowerment. Ditemukan juga program KBA memiliki motivasi pada corporate philanthropy.

KATA KUNCI: Corporate Social Responsibility, Implementasi, Kampung Berseri Astra.

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) activities are corporate activities in the form of social, economic, and environmental responsibility for the welfare of company employees and the surrounding community based on ethical policies or business practices. Company PT. Astra International Tbk has been carrying out CSR activities for decades and will continue their CSR activities. One of their flagship CSR programs is the Kampung Berseri Astra Program (KBA) which aims to improve the quality of life of the community by collaborating between the community and the company. This study uses a descriptive qualitative approach that aims to describe the implementation of CSR PT. Astra International Tbk through the Kampung Berseri Astra (KBA) program. The data collection technique was carried out by studying literature with secondary data types. In this study, it was found that the types of implementation carried out in the KBA program were community assistance and community empowerment. It was also found that the KBA program was motivated by corporate philanthropy.

KEY WORDS: Corporate Social Responsibility, Implementation, Kampung Berseri Astra.

PENDAHULUAN

Perusahaan manapun perlu adanya program CSR dikarenakan setiap perusahaan memiliki tanggung jawab kepada masyarakat terutama pada masyarakat disekitarnya. Tidak hanya kepada masyarakat, tetapi CSR juga menjamin kesejahteraan pegawainya dengan memberikan program-program yang dibutuhkan oleh para pegawainya. Salah satu program CSR yang bisa dilakukan oleh

perusahaan adalah melakukan pemberdayaan kepada masyarakat. Melalui pemberdayaan masyarakat, perusahaan tidak hanya akan mendapatkan citra baik, akan tetapi mereka juga bisa mendapatkan keuntungan dari program tersebut.

CSR sendiri merupakan singkatan dari *Corporate Social Responsibility* atau Tanggung Jawab Sosial. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun

¹ Program Studi Sarjana Ilmu Kesejahteraan Sosial FISIP Universitas Padjadjaran

² Pusat Studi CSR, Kewirausahaan Sosial dan Pemberdayaan Masyarakat FISIP Universitas Padjadjaran

³ Pusat Studi CSR, Kewirausahaan Sosial dan Pemberdayaan Masyarakat FISIP Universitas Padjadjaran

2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 1 Ayat 3, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah "komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya." Maksud dari Perseroan Terbatas (PT) juga dijelaskan pada Undang-Undang ini di Pasal 1 Ayat 1 yang berarti "Perseroan Terbatas, yang selanjutnya disebut Perseroan, adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-Undang ini serta peraturan pelaksanaannya."

Menurut (Kotler & Nance, 2005) menjelaskan CSR adalah sebagai sebuah komitmen korporasi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat disekitarnya dengan kebijakan-kebijakan praktik bisnis dan memberikan kontribusi pada sumber daya korporasi. Selanjutnya menurut Friedman (1962) mendefinisikan CSR adalah *"There is one and only one social responsibility of business – to use its resources and engage in activities designed to increase its profits so long as it stays within the rules of the game, which is to say, engages in open and free competition without deception or fraud."*

Bowen (1953) juga mendefinisikan bahwa *"Corporate social responsibility refers to the obligation of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action that are desirable in terms of the objectives and values of our society."* The World Business Council for Sustainable Development menjelaskan tentang CSR yaitu *"Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the community and society at large."*

Dari definisi-definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan tanggung jawab perusahaan baik dalam sosial, ekonomi, maupun lingkungan terhadap kesejahteraan pegawai perusahaan maupun masyarakat sekitar dengan berlandaskan kebijakan etika atau praktik bisnis. CSR merupakan sebuah pendekatan dari perusahaan untuk menunjukkan kepedulian mereka dari sisi sosial kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*). Dalam praktik CSR, ada beberapa cara untuk mengimplementasikan CSR yaitu: (1) sentralisasi, (2) desentralisasi, dan (3) kombinasi (Nurlatifa, Komariah, dan Nugraha, 2020).

Melakukan kegiatan CSR juga memiliki landasan hukum sehingga perusahaan tidak bisa semena-mena dalam melakukan kegiatan CSR. Pelaksanaan CSR di Indonesia dilandaskan dari beberapa hukum yaitu sebagai berikut: (1) Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas ("UUPT"), (2) Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas ("PP 47/2012"), (3) Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal ("UU 25/2007"), (4) Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan Dan Pengelolaan Lingkungan Hidup ("UU 32/2009") (5) Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. PER-05/MBU/2007 Tahun 2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan sebagaimana terakhir diubah dengan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara No. PER-08/MBU/2013 Tahun 2013 Tentang Perubahan Keempat Atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. PER-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan ("Permen BUMN 5/2007"), dan (6) Undang-Undang No. 22 Tahun

2001 Tentang Minyak Dan Gas Bumi ("UU 22/2001").

Perusahaan Astra merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang melakukan kegiatan CSR. Astra memiliki tiga program unggulan dalam kontribusi sosialnya yaitu Kampung Berseri Astra, Desa Sejahtera Astra, dan SATU Indonesia Awards dengan memiliki empat pilar yang mendasarinya yaitu Astra Untuk Indonesia Sehat, Astra Untuk Indonesia Cerdas, Astra Untuk Indonesia Hijau, dan Astra Untuk Indonesia Kreatif. Astra bertekad untuk terus mempertahankan kontribusi sosialnya baik kepada masyarakat eksternal maupun internal.

Pada tahun 2020, Astra sudah melakukan banyak hal untuk masyarakat eksternal maupun internal. Pada pilar Astra Untuk Indonesia Sehat, mereka sudah melakukan pembinaan terhadap 2.465 posyandu, pembinaan 9.881 kader kesehatan, program pencegahan kecelakaan, dan penyakit akibat kerja di internal perusahaan. Kemudian melalui Astra Untuk Indonesia Cerdas, perusahaan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas pendidikan berbentuk bantuan dan pembinaan kepada 21.209 sekolah, pembinaan 56.330 guru, dan paket beasiswa sejumlah 267.479 se-nasional.

Astra Untuk Indonesia Hijau, juga telah dilakukan penanaman sebanyak 5,09 juta pohon yang termasuk 1,46 juta pohon bakau. Astra juga telah mengembangkan pusat buah langka (Pranaraksa Center) di 32 lokasi dengan total penanaman pohon buah langka sebanyak 21.573 pohon. Astra melakukan gerakan "Semangat Kurangi Plastik" mulai pada tahun 2020 sebagai upaya untuk mengurangi limbah plastik dan mewujudkan lingkungan yang bebas dari pencemaran sampah plastik.

Selain itu, Astra juga telah mengurangi penggunaan plastik di perusahaan hingga 4,9% sampah plastik telah terkelola dibandingkan dengan total

sampah plastik tahun 2019. Astra akan tetap konsisten menerapkan *sustainable consumption & production* untuk mendorong efisiensi penggunaan sumber daya alam serta Astra Green Energy (AGEn) sebagai program konservasi energi dengan keberhasilan mengurangi emisi Gas Rumah Kaca sebesar 461 ribu ton CO₂ ekuivalen. Yang terakhir adalah Astra Untuk Indonesia Kreatif. Grup Astra dan yayasan telah melakukan pembinaan sebanyak 14.711 UMKM, dengan jumlah penerima manfaat 195.937 orang, dan 861 penyandang disabilitas. Semua data tersebut dikutip dari: <https://www.astra.co.id/CSR>.

Program Kampung Berseri Astra (KBA) merupakan salah satu program unggulan Astra yang sudah melakukan banyak kontribusi sosial kepada masyarakat di kampung-kampung yang telah dibina oleh perusahaan Astra. Kampung Berseri Astra merupakan program Kontribusi Sosial Berkelanjutan Astra yang akan diimplementasikan kepada masyarakat dengan konsep pengembangan yang mengintegrasikan 4 pilar program yaitu Pendidikan, Kewirausahaan, Lingkungan dan Kesehatan. KBA merupakan program yang sifatnya kolaborasi antara perusahaan dan masyarakat itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi CSR yang dilakukan oleh PT. Astra Internation Tbk di dalam program Kampung Berseri Astra. Teknik pengambilan data dari penelitian ini adalah menggunakan studi literatur yaitu sumber data diambil dari artikel, jurnal, buku, dokumentasi, majalah, dan lain-lain secara *online*. Jenis data yang diperoleh adalah data sekunder karena datanya berasal dari pihak kedua yang berasal dari penelitian terdahulu. Peneliti menggunakan banyak

rujukan penelitian yang serupa sebelumnya yaitu:

1. *Implementasi CSR PT. Astra International Tbk Dalam Melakukan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kampung Berseri Astra (Desa Lengkong Kulon, Kec. Pagedangan, Kab. Tangerang, Provinsi Banten)* oleh Mochamad Ardiyanto dan Almisar Hamid (2021)
2. *Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Bukit Asam (PTBA) dalam Penanganan Pandemi Virus Corona di Indonesia* oleh Silvina Mayasari (2021).
3. *Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Astra Internasional Melalui Program Lingkungan Kampung Berseri* oleh Elsa Nurlatifa, Kokom Komariah, dan Aat Ruchiat Nugraha (2020).
4. *Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) El-Corps* oleh Lin Aqiela, Santoso Tri Raharjo, dan Risna Resnawaty (2019).
5. *Making Indonesian 4.0 Through Collaborative Governance A Case Study On "Kampung Berseri Astra"* oleh Aisyah Nusa Ramadha dan Ulpa Jinatul Janah (2018).
6. *Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) Pt. Agung Perdana Dalam Mengurangi Dampak Kerusakan Lingkungan* oleh Al-Muhajir Haris dan Eko PriyoPurnomo (2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melaksanakan program CSR yang berbasis memberdayakan masyarakat, tentu sebuah perusahaan perlu menerapkan nilai-nilai baik dari pemberdayaan masyarakat itu sendiri maupun dari CSRnya. PT. Astra International Tbk dengan salah satu program CSR-nya yaitu Kampung Berseri merupakan salah satu

program untuk memberdayakan masyarakat di sebuah desa. Program Kampung Berseri Astra bertujuan untuk berkolaborasinya perusahaan dan masyarakat dalam mewujudkan wilayah yang bersih, sehat, cerdas, dan produktif agar dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat disana.

Dalam CSR ada yang dinamakan piramida CSR yang terdiri dari 4 kategori yaitu ekonomi, hukum, etika, dan filantropi. Konsep piramida ini sendiri dikembangkan oleh Archie B. Carrol yang dengan jelas mengatakan bahwa perusahaan itu memiliki banyak tanggungjawab selain dari sisi sosialnya saja. Piramida CSR dari Archie B. Carrol yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. *Economic Responsibility (tanggung jawab ekonomi)*. Pada dasarnya tanggung jawab ekonomis adalah tanggung jawab untuk membuat barang dan jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan kostumer. Harga barang dan jasa yang ditawarkan kepada kostumer juga harus sesuai dengan barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut dan bertujuan untuk menghasilkan profit. Profit ini nantinya akan berguna untuk keberlanjutan dan perkembangan perusahaan tersebut. Perusahaan bertanggung jawab untuk melanjutkan bisnisnya dan mencari profit dengan sebanyak mungkin agar perusahaan tersebut dapat dijadikan perusahaan yang berkomitmen dalam mencari keuntungan dan dapat membantu perekonomian regional maupun global. Kata kunci dari tanggung jawab ekonomi adalah *make a profit*.
2. *Legal Responsibility (tanggung jawab hukum)*. Tanggung jawab legal tentu saja bersangkutan dengan hukum, kebijakan, dan lain-

lain. Masyarakat atau kostumer tentu menginginkan perusahaan tidak hanya semata-mata mencari keuntungan sebanyak mungkin seperti di kategori pertama, akan tetapi masyarakat atau kostumer menginginkan perusahaan juga berjalan sesuai dengan hukum atau kebijakan yang berlaku dinegaranya. Selain masyarakat, tentu saja dari pihak pemerintah yang membuat hukum dan kebijakan mau perusahaan yang beroperasi dibawah pemerintahannya menaati hukum yang berlaku dinegaranya. Kostumer mengharapkan bahwa dengan perusahaan beroperasi sesuai dengan hukum dan kebijakan yang berlaku, maka barang dan jasa yang mereka tawarkan juga dapat dikonsumsi dengan baik dan aman. Kata kunci dari tanggung jawab hukum adalah *obey the law*.

3. *Ethic Responsibility (tanggung jawab etik)*. Dalam hal tanggungjawab etik, tentu akan bersangkutan kepada nilai maupun norma yang berlaku di masyarakat umum. Walaupun sudah ada hukum yang melindungi semua praktik-pratik bisnis, akan tetapi nilai dan norma merupakan sesuatu yang terkadang tidak ada dihukum atau kebijakan. Nilai dan norma tumbuh berdampingan dengan masyarakat sehingga hukum atau kebijakan saja tentu tidak cukup. Pada intinya, perusahaan perlu melakukan praktik bisnis yang baik, benar, adil, dan memenuhi strandar yang ada dimasyarakat. Kata kunci dari tanggung jawab etis adalah *be ethical*.
4. *Philanthropic Responsibilities (tanggung jawab filantropi)*. Selain perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menghasilkan laba, mematuhi hukum dan kebijakan,

menjalankan praktik bisnis berdasarkan norma dan lain, maka yang selanjutnya perusahaan juga memiliki tanggung jawab untuk memberikan kontribusi yang dampaknya dapat dirasakan oleh masyarakat sekitar maupun masyarakat umum. Sebenarnya dalam tanggung jawab filantropi, perusahaan tidak diwajibkan untuk melakukannya karena hal ini tidak memengaruhi tanggung jawab etis. Jika perusahaan tidak melakukan tanggung jawab filantropi seperti memberikan sumbangan, pemberian gratis produk atau layanan, kesukarelaan karyawan, dan melakukan pengembangan atau pemberdayaan masyarakat tidak akan dikatakan tidak melakukan tanggung jawab etis. Hal ini dikarenakan tanggung jawab filantropi semata-mata hanyalah bersifat sukarela dan tidak diwajibkan. Akan tetapi, tentu saja masyarakat mengharapkan perusahaan akan melakukan aktivitas sosial sebagai anggapan atau bayaran dari masyarakat apalagi jika perusahaan tersebut dapat menyebabkan kerusakan lingkungan didaerah tempat tinggal masyarakat. Kata kunci dari tanggung jawab filantropi adalah *be a good corporate citizen*.

Dalam buku *Business & Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management* yang ditulis oleh Archie B. Carroll, Jill A. Brown, dan Ann K. Buchholtz terdapat tabel untuk mempermudah dalam memahami keempat tipe tanggung jawab dalam CSR yaitu sebagai berikut:

Type of Responsibility	Societal Expectation	Explanations
Tanggung Jawab Ekonomi	REQUIRED of business by society	Be profitable. Maximize sales, minimize costs.

		Make sound strategic decisions. Be attentive to dividend policy. Provide investors with adequate and attractive returns on their investments. Legal
Legal responsibility	REQUIRED of business by society	Obey all laws, adhere to all regulations. Environmental and consumer laws. Laws protecting employees. Fulfill all contractual obligations. Honor warranties and guarantees.
Ethical responsibility	EXPECTED of business by society	Avoid questionable practices. Respond to spirit as well as to letter of law. Assume law is a floor on behavior, operate above minimum required. Do what is right, fair, and just. Assert ethical leadership.
Philanthropic responsibility	DESIRED/EXPECTED of business by society	Be a good corporate citizen. Give back. Make corporate contributions. Provide programs supporting community—education, health or human services, culture and arts, and civic. Provide for community betterment. Engage in volunteerism.

Tabel 1.

Memahami 4 Konsep CSR

Sumber: Buku Business & Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management ditulis oleh Archie B. Carroll, Jill A. Brown, dan Ann K. Buchholtz.

Dalam melakukan CSR juga ada beberapa aktivitas yang dapat dilakukan oleh perusahaan-perusahaan berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh Walker Information. Mereka mengidentifikasi 20 kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam bentuk aktivitas sosial atau tanggung jawab sosial yaitu sebagai berikut:

1. Membuat produk yang aman.
2. Tidak menyebabkan polusi udara dan air.
3. Mematuhi hukum dalam semua aspek bisnis.
4. Mempromosikan perilaku karyawan yang jujur atau etis.
5. Berkomitmen untuk memiliki tempat kerja yang aman.
6. Tidak melakukan penipuan atau menyesatkan dalam beriklan.
7. Menjunjung kebijakan anti-diskriminasi.
8. Menggunakan kemasan yang ramah lingkungan.
9. Melindungi karyawan dari kejahatan seksual.
10. Melakukan daur ulang di perusahaan.
11. Tidak menunjukkan catatan aktivitas yang dipertanyakan sebelumnya.
12. Merespon kepada permasalahan yang terjadi kepada kostumer.
13. Melakukan atau mempertahankan program yang berbasis pengurangan sampah.
14. Menyediakan atau membayar sebagian dari biaya pengobatan.
15. Mempromosikan program konservasi energi.
16. Membantu pekerja yang tidak memiliki tempat tinggal tetap dengan menyediakan tempat tinggal.
17. Memberikan uang dengan tujuan untuk beramal atau pendidikan (beasiswa).
18. Menggunakan bahan yang dapat terurai secara hayati atau dapat didaur ulang di perusahaan.

19. Mempekerjakan karyawan yang ramah, sopan, dan responsif.
20. Mencoba terus meningkatkan kualitas pada produk maupun layanan perusahaan.

Dalam dunia bisnis, pada awalnya Organisasi Internasional untuk Standardisasi (ISO) mengeluarkan ISO 14000 (1997) yang diperbaiki pada (2002), sebagai standar Sistem Manajemen Lingkungan atau *Environmental Management System* (EMS). Konsep dari EMS ini sendiri adalah untuk persyaratan komitmen manajemen terhadap kebijakan lingkungan, termasuk didalamnya ada spesifikasi untuk tanggung jawab dan personel organisasi, implementasi program, prosedur pengendalian, kesiap-siagaan darurat, verifikasi dan tinjauan, dokumentasi, serta komunikasi (Reynolds dan Yuthas, 2008).

Diantara semua standar industri bisnis pada zaman dahulu, banyak yang mengacu pada ISO 9000 tentang manajemen mutu (1987) dan ISO 14000 untuk manajemen lingkungan (1996) (Bernado, Casadesus, dan Heras, 2009). Tetapi dengan berkembangnya minat kepada CSR, ISO memberitahu bahwa akan adanya rencana untuk mengembangkan ISO 26000 untuk standar panduan untuk tanggung jawab sosial. ISO 26000 diumumkan pada 11 November 2010 yang berpusat di Jenewa meluncurkan sebuah dokumen yang mengintegrasikan keahlian internasional tentang konsep tanggung jawab sosial organisasi dalam masyarakat. The ISO 26000 was published in November 2010 and is the result of a five-year global discussion involving multi-stakeholder committees from more than 90 countries in the working group (Ashley, 2011).

Dalam ISO 26000 atau IS SR ini berisikan tentang 7 prinsip untuk melakukan tanggung jawab sosial. Berikut adalah standar yang ada dalam prinsip tanggung jawab sosial:

1. *Accountability*—Perusahaan bisnis harus bertanggung jawab atas dampaknya terhadap masyarakat, ekonomi dan lingkungan – terutama konsekuensi negatif yang signifikan dari tindakannya. Perusahaan bisnis harus menerima pengawasan yang tepat dan juga menerima kewajiban untuk menanggapi pengawasan ini, yaitu bertanggung jawab untuk kepentingan pengendalian korporasi dan otoritas hukum, dan mengambil tindakan untuk mencegah terulangnya dampak negatif yang tidak diinginkan dan tidak terduga di masa depan.
2. *Transparency*—Perusahaan bisnis harus transparan dalam keputusan dan kegiatannya yang berdampak pada masyarakat dan lingkungan. Itu harus mengungkapkan dengan cara yang jelas, akurat, dan lengkap, dan pada tingkat yang wajar dan memadai, kebijakan, keputusan, dan kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya, termasuk dampaknya yang diketahui dan kemungkinan di masa depan terhadap masyarakat dan lingkungan.
3. *Ethical behavior*—Perusahaan bisnis harus berperilaku etis, dan perilakunya harus didasarkan pada nilai-nilai kejujuran, kesetaraan, dan integritas. Nilai-nilai ini menyiratkan kepedulian terhadap manusia, hewan, dan lingkungan serta komitmen untuk mengatasi dampak kegiatan dan keputusannya terhadap kepentingan pemangku kepentingan.
4. *Respect for stakeholder interests*—Perusahaan bisnis harus menghormati, mempertimbangkan dan menanggapi kepentingan para pemangku kepentingannya. Meskipun tujuan perusahaan bisnis mungkin terbatas pada kepentingan pemilik, anggota, pelanggan, atau

konstituennya, individu atau kelompok lain mungkin juga memiliki hak, klaim, atau kepentingan khusus yang harus diperhitungkan. Secara kolektif, individu atau kelompok ini terdiri dari pemangku kepentingan perusahaan bisnis.

5. *Respect for the rule of law*—Perusahaan bisnis harus menerima bahwa penghormatan terhadap aturan hukum adalah wajib. Aturan hukum mengacu pada supremasi hukum dan, khususnya, pada gagasan bahwa tidak ada individu atau perusahaan yang berdiri sendiri di atas hukum dan bahwa pemerintah juga tunduk pada hukum. Yang paling penting, aturan hukum kontras dengan pelaksanaan kekuasaan yang sewenang-wenang.
6. *Respect for international norms of behavior*—Perusahaan bisnis harus menghormati norma-norma perilaku internasional sambil berpegang pada prinsip menghormati aturan hukum. Dalam situasi di mana undang-undang atau implementasinya tidak memberikan standar lingkungan atau sosial yang memadai, perusahaan harus berusaha untuk menghormati, minimal, norma-norma perilaku internasional. Di negara-negara di mana hukum atau implementasinya bertentangan dengan norma-norma perilaku internasional, suatu perusahaan harus berusaha untuk menghormati norma-norma tersebut semaksimal mungkin.
7. *Respect for human rights*—Perusahaan bisnis harus menghormati hak asasi manusia dan mengakui pentingnya dan universalitasnya, dan jika memungkinkan, mempromosikan hak-hak yang ditetapkan dalam Undang-undang Hak Asasi Internasional di semua negara,

budaya, dan situasi. Dalam situasi di mana hak asasi manusia tidak dilindungi, mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk menghormati hak asasi manusia dan menghindari mengambil keuntungan dari situasi ini dan, di mana hukum atau pelaksanaannya tidak memberikan perlindungan yang memadai terhadap hak asasi manusia, patuhi prinsip-prinsip penghormatan terhadap hak asasi manusia internasional. norma perilaku.

Menurut Edi Suharto dalam buku Pekerjaan Sosial Industri, CSR dan ComDev (2007) yang merujuk dari Saidi dan Abidin (2004: 64-65), ada empat model CSR yang ada di Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. **Keterlibatan langsung.** Dalam kasus ini, perusahaan yang menjalankan program CSR akan melaksanakannya sendiri tanpa perantara dari pihak manapun. Mereka akan menyelenggarakan sendiri acaranya atau menyumbangkan uangnya sendiri tanpa campur tangan pihak lainnya.
2. **Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan.** Biasanya perusahaan akan membangun yayasan sendiri dibawah perusahaannya dan perusahaan akan menyediakan dana awal, dana rutin, atau dana abadi agar kegiatan yayasan ini dapat berjalan secara teratur. Model ini biasanya ada di negara-negara maju salah satunya adalah perusahaan Coca Cola yang membangun Yayasan Coca Cola Company.
3. **Bermitra dengan pihak lainnya.** Maksudnya disini adalah perusahaan mengadakan kegiatan CSR dengan cara bekerja sama dengan pihak-pihak lain seperti lembaga sosial atau non-

pemerintahan (NGO), instansi pemerintah, media massa, dan universitas, baik dalam hal mengelola dana maupun dalam kegiatannya. Contoh beberapa pihak yang dapat diajak Kerjasama yaitu Palang Merah Remaja (PMI), Dompot Dhuafa, Universitas Indonesia, Kita Peduli Indosiar, dan lain-lainnya.

4. **Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium.** Perusahaan biasanya akan ikut bergabung menjadi anggota, mendirikan, atau mendukung lembaga sosial yang memiliki tujuan sosial tertentu. Model ini memiliki pola pemberian hibah yang bersifat "hibah pembangunan". Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara pro aktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

Perusahaan juga memiliki motivasinya sendiri dalam melakukan kegiatan CSR. Menurut Saidi dan Abidin (2004:69) ada tiga tahap atau paradigma yang menggambarkan motivasi perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR, yaitu sebagai berikut:

1. **Corporate Charity.** Pada tahapan pertama, perusahaan melakukan kegiatan CSR dengan dorongan amal yang didasari dengan motif keagamaan.
2. **Corporate Philantrophy.** Pada tahapan kedua, perusahaan terdorong untuk melakukan kegiatan CSR karena dilandasi rasa kemanusiaan. Hal ini dikarenakan adanya nilai dan norma untuk saling membantu dan memperjuangkan pemerataan sosial.

3. **Corporate Citizenship.** Pada tahapan ketiga atau terakhir, perusahaan terdorong karena rasa kewargaan. Hal ini dikarenakan untuk mewujudkan keadilan sosial yang berlandaskan dari prinsip keterlibatan sosial.

Semua perusahaan yang melaksanakan CSR tentu harus memahami konsep CSR dengan keseluruhan. CSR merupakan bentuk dari kepedulian perusahaan terhadap masyarakat disekitar yang didasari oleh prinsip *triple bottom line* yaitu sebagai berikut:

1. **Profit.** Perusahaan harus tetap berorientasi dalam mencari sebuah keuntungan ekonomi yang memungkinkan perusahaan untuk selalu beroperasi dan berkembang.
2. **People.** Perusahaan harus selalu memiliki rasa kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan yang melaksanakan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar di sekitar perusahaan, mendirikan sarana pendidikan dan juga kesehatan, meningkatkan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.
3. **Plannet.** Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, pengembangan pariwisata (ekoturisme). (Porter dan Kramer, 2002:5)

Perusahaan PT. Astra International Tbk dengan salah satu program CSR nya yaitu Kampung Berseri Astra (KBA) memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup

masyarakat dengan cara mewujudkan wilayah yang bersih, sehat, cerdas, dan produktif. Kegiatan Kampung Berseri Astra (KBA) memiliki empat pilar yaitu: (1) pendidikan, (2) kewirausahaan, (3) lingkungan, dan (4) kesehatan. PT. Astra International Tbk memiliki beberapa tahapan dalam melakukan penentuan dan pemilihan calon Kampung Berseri Astra yaitu:

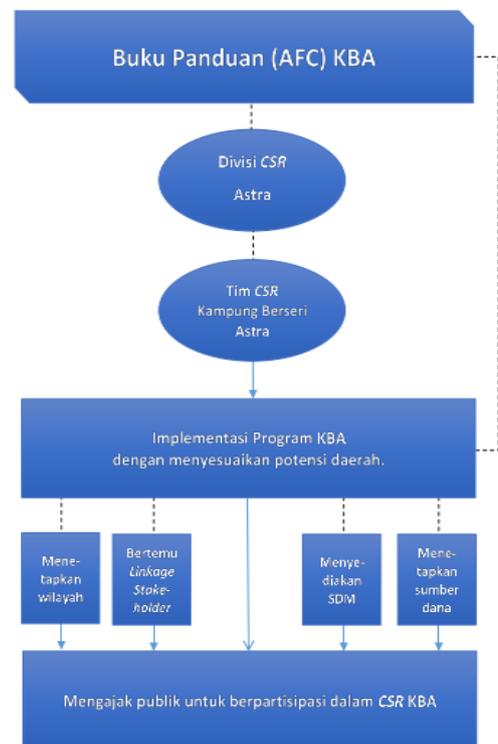
1. Koordinasi perusahaan group astra
2. Pembentukan tim kampung berseri astra
3. Koordinasi dengan pemerintah daerah
4. Social mapping
5. Penentuan lokasi kampung berseri astra

Kampung Berseri Astra (KBA) sudah memiliki 81 kampung yang tersebar di seluruh Indonesia. Dalam Kampung Berseri Astra (KBA) dengan beberapa kategori yang didapatkan dari <https://www.satu-indonesia.com/satu/kampungberseriastra/> yaitu sebagai berikut:

1. Kampung Wisata. Kampung Wisata ini menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian perkampungan, baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adata istiadat dan keseharian.
2. Kampung Hijau. Kampung Hijau adalah suatu perkampungan yang memiliki lingkungan hijau yang asri dan sehat, serta menerapkan program pelestarian fungsi lingkungan baik pada komponen lingkungan (biotik dan abiotic) maupun komponen sosial ekonomi, pendidikan dan budaya serta kesehatan masyarakat.
3. Kampung Produktif. Kampung Berseri Astra Produktif merupakan salah satu konsep kampung mandiri yang mampu menjadi pusat pembelajaran dan memenuhi

kebutuhan sendiri melalui kegiatan produktif dan meningkatkan kualitas hidup di bidang pendidikan, lingkungan, kesehatan dan pemberdayaan ekonomi.

4. Kampung Cyber. Kampung Berseri Astra Cyber merupakan suatu konsep Kampung modern dengan memanfaatkan perkembangan Teknologi dan Informasi dalam setiap komponen kehidupan Kampung, mulai dari yang berkaitan dengan administrasi Kampung, interaksi sosial, kehidupan ekonomi, pendidikan dan budaya.
5. Kampung Budaya. Kampung Berseri Astra Budaya merupakan Kampung yang mempunyai potensi adat, tradisi, kesenian, kerajinan, arsitektur, dan tata ruang yang masih nyata ditampilkan dalam kehidupan sehari-hari dan masyarakat kampung berupaya nyata untuk melestarikan dan mengembangkannya.



Bagan 1.

Model Proses Implementasi Program CSR KBA

Sumber: Hasil Penelitian oleh Elsa Nurlatifa, Kokom Komariah, dan Aat Ruchiat Nugraha, 2019.

Dalam meninjau dari konsep model CSR, perusahaan PT. Astra Internation Tbk menggunakan model pertama yaitu perusahaan terlibat langsung dalam kegiatannya. Astra membuat tim khusus untuk program Kampung Berseri Astra (KBA) yang akan menjalankan program ini di masing – masing KBA. Dalam bagan diatas, dapat dengan jelas terlihat bahwa perusahaan mengirimkan tim untuk menjalankan program KBA. Perusahaan Astra juga menggunakan strategi sentralisasi dikarenakan program KBA mendapatkan segala arahan untuk kegiatan dari atasannya.

Akan tetapi dalam penelitian yang dilakukan oleh Mochamad Ardiyanto dan Almisar Hamid yang berjudul *Implementasi CSR PT. Astra International Tbk Dalam Melakukan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kampung Berseri Astra (Desa Lengkong Kulon, Kec. Pagedangan, Kab. Tangerang, Provinsi Banten)*, dikatakan bahwa PT. Astra International Tbk melakukan kerjasama atau bermitra dengan Laboratoium Sosiologi Universitas Indonesia. Mereka terjun langsung ke lapangan untuk memberikan pemberdayaan dan pendampingan kepada masyarakat di Kampung Sawah (RW 003) Desa Lengkong Kulon. Hal ini menunjukkan bahwa di program Kampung Berseri Astra (KBA), mereka juga menerapkan model ketiga yaitu bermitra dengan pihak lainnya.

Di dalam CSR juga terdapat tiga bentuk implementasi CSR menurut Raharjo (2015) yaitu: (1) *community relations* yang berarti perusahaan hanya memberikan bantuan kepada masyarakat yang sekiranya mereka perlukan menurut pandangan subjektif perusahaan, (2) *community assistance* adalah memberikan bantuan

kepada masyarakat dengan dasar pertimbangan terlebih dahulu tentang kebutuhan yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat. Perusahaan akan melakukan asesmen terhadap kondisi masyarakat dan memberikan hal yang diperlukan sesuai dengan hasil asesmen, dan (3) *community empowerment* yang implementasi kegiatan CSRnya bertujuan untuk memberdaya masyarakat dengan bantuan yang perusahaan berikan (Raharjo, 2015).

Dalam kegiatan program Kampung Berseri Astra (KBA) menerapkan model implementasi *community assistance* dan *community empowerment*. Pertama, dalam *community assistance* dijelaskan bahwa program pihak Astra akan berkoordinasi dengan berbagai pihak untuk mengetahui potensi dari calon KBA melalui social mapping. Hal ini disebutkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Aisyah Nusa Ramadha dan Ulpa Jinatul Janah yang berjudul *Making Indonesian 4.0 Through Collaborative Governance A Case Study On "Kampung Berseri Astra"*. Dalam penelitian ini mengatakan bahwa "*This coordination also aims to find out potential areas to nominate as KBA. Social mapping is used to find out the condition of the initial candidate KBA, like the description what community needed, the community's potential area that could be developed, and the most important is to find a local champion who later became a partner in the implementation and development of the KBA. After the accumulated area KBA candidates, then selected which candidate the KBA has the possibility of success if the program is implemented. The annual programmed created based on the results of a social mapping, drafting plans program includes the goal of KBA, detail plan, projected program implementation time, responsible for the program, and details of the funding and resources needed. And keep the commitment shared between companies, local governments, and also the society to execute the program in the form*

of social action" (Ramadha dan Janah, 2018).

Dalam implementasinya program KBA, Astra menggunakan motivasi untuk melakukan kegiatan CSR pada tahap kedua yaitu *corporate philanthropy*. Program KBA didesain untuk melakukan hal-hal yang berlandaskan kemanusiaan karena Astra ingin memberdayakan masyarakat disana dengan memberikan bantuan-bantuan atau pembinaan di kampung tempat tinggal mereka. Semua hal ini berlandaskan dengan rasa kemanusiaan untuk saling tolong menolong agar meningkatkan kualitas hidup disuatu daerah.

Dalam penerapan triple bottom line, perusahaan Astra melakukan implementasi pada (1) *profit*, karena tentu saja mereka akan mendapatkan keuntungan secara ekonomi juga melalui program KBA, (2) *people*, program KBA juga melakukan peningkatan kesejahteraan manusia dari lima kategori KBA terutama pada kampung produktif, dan terakhir (3) *planet*, melalui KBA ini perusahaan berusaha untuk menjaga lingkungan dan memperkenalkan wilayah yang alami melalui kampung hijau dan kampung wisata. PT. Astra International Tbk dalam melakukan kegiatan CSR diperusahaannya, mereka membangun 9 Yayasan Astra. Dalam model CSR, ternyata Astra juga menerapkan model kedua yaitu konsep kegiatan melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Mereka membangun yayasan guna membangun dan mendukung kontribusi sosial mereka kepada masyarakat di Indonesia. Yayasan ini sudah berhasil berkontribusi dalam banyak hal terutama dalam bidang pendidikan.

KESIMPULAN

Corporate Social Responsibility atau disingkat dengan CSR adalah kegiatan perusahaan dalam bentuk tanggung jawab sosial, ekonomi, lingkungan, dan lain-lain yang berlandaskan kebijakan berbisnis atau

etika dalam berbisnis. CSR sendiri memiliki piramida yang dikembangkan oleh Archie B. Carrol yaitu tanggung jawab ekonomis, hukum, etika, dan filantropi. Pada PT. Astra International memiliki banyak program CSR yang salah satunya adalah Kampung Berseri Astra (KBA) yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di kampung dengan cara berkolaborasi antara masyarakat dan perusahaan.

KBA menerapkan konsep model CSR yang merujuk pada Saidi dan Abidin (2004: 64-65) dengan dua model yaitu terlibat secara langsung dan bermitra dengan pihak lainnya. Selain itu, program KBA juga memiliki motivasi *corporate philanthropy* dikarenakan mereka melakukan program KBA berlandaskan dengan rasa kemanusiaan. Dalam implementasi CSR program KBA, Astra mengimplementasikan dua tipe yaitu *community assistance* dan *community empowerment*. CSR PT. Astra International Tbk sudah sangat berpengaruh dan berkontribusi banyak kepada masyarakat melalui berbagai programnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan selesainya artikel ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak yaitu:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya selama proses pembuatan artikel ini.
2. Bapak Santoso Tri Raharjo dan Ibu Risna Resnawaty selaku Koordinator dan Dosen Pengampu dalam Mata Kuliah Corporate Social Responsibility.
3. Orang tua yang sudah memberikan semangat dan selalu mendoakan agar penulis dapat menyelesaikan artikel ini.
4. Penulis juga ingin berterima kasih dengan pihak-pihak lainnya yaitu sumber informasi penulis selama melakukan penulisan artikel ini.

Terima kasih kepada para peneliti yang sudah menjadi sumber informasi penulisan artikel ini.

<https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2006.10.017>

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiyanto, M., & Hamid, A. (2021). IMPLEMENTASI CSR PT ASTRA INTERNATIONAL TBK DALAM MELAKUKAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PROGRAM KAMPUNG BERSERI ASTRA (DESA LENGKONG KULON, KEC. PAGEDANGAN, KAB. TANGERANG. *Journal of Social Work and Social Services*, 2(1), 56–65.
- Aqiela, L., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Implementasi Program Corporate Social Responsibility (Csr) El-Corps. *Share: Social Work Journal*, 8(2), 211. <https://doi.org/10.24198/share.v8i2.20082>
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons*, July-August 1991. *Production and Operations Management*, 1–20. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2017.08.001><https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.003>
- Carroll, A. B., Brown, J. A., & Buchholtz, A. K. (2018). *Business & Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management*, 10th Edition. *Cengage Learning*, 1–793.
- Castka, P., & Balzarova, M. A. (2008). ISO 26000 and supply chains-On the diffusion of the social responsibility standard. *International Journal of Production Economics*, 111(2), 274–286.
- Hemphill, T. (2013). The ISO 26000 guidance on social responsibility international standard: What are the business governance implications? *Corporate Governance (Bingley)*, 13(3), 305–317. <https://doi.org/10.1108/CG-08-2011-0062>
- Marnelly, T. R. (2012). Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2, 49–59.
- Mayasari, S. (2021). Implementasi Corporate Social Responsibility PT . Bukit Asam (PTBA) dalam Penanganan Pandemi Virus Corona di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Multimedia Dan Komunikasi*, 6(1), 13–19.
- Muhajir Haris, A., & Priyo Purnomo, E. (2016). Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) Pt. Agung Perdana Dalam Mengurangi Dampak Kerusakan Lingkungan. *Journal of Governance and Public Policy*, 3(2), 203–225. <https://doi.org/10.18196/jgpp.2016.0056>
- Nurlatifa, E., Komariah, K., & Nugraha, A. R. (2020). Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Astra Internasional Melalui Program Lingkungan Kampung Berseri. *Jurnal Signal*, 8(2), 170. <https://doi.org/10.33603/signal.v8i2.3230>
- Ramadha, A. N., & Janah, U. J. (2018). Making Indonesian 4.0 Through Collaborative Governance A Case Study On “Kampung Berseri Astra.” *ASEAN/Asian Academic Society*

International Conference Proceeding Series, 487–494.

Roza, S. (2014). PERENCANAAN, IMPLEMENTASI DAN EVALUASI PROGRAM CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 3(1), 407–416.

Suharto, E. (2007). *Pekerjaan Sosial Industri, CSR dan ComDev*. 1–12. Retrieved from files/242/Industri dan Comdev - 2007 - Pekerjaan Sosial Industri, CSR dan ComDev.pdf%5Cnhttps://www.mendeley.com/research/pekerjaan-sosial-industri-csr-dan-comdev/?utm_source=desktop&utm_medium=1.14&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7Bfa1edbc3-3dc

Tanudjaja, B. B. (2006). Perkembangan Corporate Social Responsibility Di Indonesia. *Nirmana*, 8(2), 92–98.

Taylor, J., & Simpson, J. (2013). Corporate Governance, Ethics and CSR. In *Kogan Page Limited*. <https://doi.org/10.5840/10.2307/3857874>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007. (2007). *Undang-Undang Republik Perseroan Terbatas*. Retrieved from www.hukumonline.com