

MODUL PERTEMUAN 2

 11PERTEPE

**Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial**

**Dosen : Riri Fajriah, S.Kom, MM**

Universitas Mercu Buana

2016

1. **TUJUAN PEMBELAJARAN**

Adapun beberapa tujuan penting yang diharapkan dapat dicapai dalam mempelajari mengenai etika bisnis dan tanggung jawab sosial adalah sebagai berikut :

* Memahami dan mengerti etika bisnis dan faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaannya.
* Tanggung jawab sosial bisnis terhadap pelanggan, karyawan, pemilik, kreditor, dan lingkungan.
* Pemahaman mengenai konsep *Corporate Social Responsibility*.

1. **MENGAPA PERLU MEMPELAJARI ETIKA BISNIS**

Apa yang diharapkan dan mengapa kita mempelajari Etika Bisnis?Menurut K. Bertens, ada3 tujuanyang ingin dicapai, yaitu :

1. Menanamkan atau meningkatkan kesadaran akan adanya dimensi etis dalam bisnis.Menanamkan, jika sebelumnya kesadaran itu tidak ada, meningkatkan bila kesadaran itu sudahada, tapi masih lemah dan ragu.Orang yang mendalami etika bisnis diharapkan memperoleh keyakinan bahwa etika merupakansegi nyata dari kegiatan ekonomis yang perlu diberikan perhatian serius.
2. Memperkenalkan argumentasi moral khususnya dibidang ekonomi dan bisnis, serta membantu pebisnis atau calon pebisnis dalam menyusun argumentasi moral yang tepat.Dalam etika sebagai ilmu, bukan Baja penting adanya norma-norma moral, tidak kalah pentingadalah alasan bagi berlakunya norma-norma itu. Melalui studi etika diharapkan pelaku bisnis akansanggup menemukan fundamental rasional untuk aspek moral yang menyangkut ekonomi dan bisnis.
3. Membantu pebisnis atau calon pebisnis, untuk menentukan sikap moral yang tepat didalam profesinya(kelak).Hal ketiga ini memunculkan pertanyaan, apakah studi etika ini menjamin seseorang akan menjadietis juga? Jawabnya, sekurang-kurangnya meliputi dua sisi berikut, yaitu disatu pihak, harusdikatakan : etika mengikat tetapi tidak memaksa. Disisi lain, studi dan pengajaran tentang etika bisnis boleh diharapkan juga mempunyai dampak atas tingkah laku pebisnis. Bila studi etika telahmembuka mata, konsekuensi logisnya adalah pebisnis bertingkah laku menurut yang diakuisebagai hal yang benar.

Tiga aspek pokok dari bisnis yaitu : dari sudut pandang ekonomi, moral dan hukum.

1. **Sudut Pandang Ekonomis**

Bisnis adalah kegiatan ekonomis.Yang terjadi disini adalah adanya interaksi antara produsen atau perusahaan dengan pekerja, produsen dengan konsumen, produsen dengan produsendalam sebuah organisasi.Kegiatan antar manusia ini adalah bertujuan untuk mencari untung, olehkarena itu menjadi kegiatan ekonomis.Pencarian keuntungan dalam bisnis tidak bersifat sepihak,tetapi dilakukan melalui interaksi yang melibatkan berbagai pihak.Dari sudut pandang ekonomis, *good business* adalah bisnis yang bukan saja menguntungkan, tetapi juga bisnis yang berkualitas etis.

1. **Sudut Pandang Moral**

Dalam bisnis, berorientasi pada profit, adalah sangat wajar, akan tetapi jangan keuntungan yangdiperoleh tersebut justru merugikan pihak lain. Tidak semua yang bisa kita lakukan boleh ilakukan juga. Kita harus menghormati kepentingan dan hak orang lain. Pantas diperhatikan, bahwa dengan itu kita sendiri tidak dirugikan, karena menghormati kepentingan dan hak orang lainitu juga perlu dilakukan demi kepentingan bisnis kita sendiri.

1. **Sudut Pandang Hukum**

Bisa dipastikan bahwa kegiatan bisnis juga terikat dengan "Hukum".Hukum Dagang atau HukumBisnis, yang merupakan cabang penting dari ilmu hukum modern.Dan dalam praktek hukum banyak masalah timbul dalam hubungan bisnis, pada taraf nasional maupun international. Sepertietika, hukum juga merupakan sudut pandang normatif, karena menetapkan apa yang harusdilakukan atau tidak boleh dilakukan. Dari segi norma, hukum lebih jelas dan pasti daripada etika,karena peraturan hukum dituliskan hitam atas putih dan ada sanksi tertentu bila terjadi pelanggaran.

Bahkan pada zaman kekaisaran Roma, ada pepatah terkenal :"*Quid leges sinemoribus*"yang artinya : "Apa artinya undang-undang kalau tidak disertai moralitas".

Lalu apa tolok ukur bahwa bisnis itu baik menurut tiga sudut pandang tadi?

* Untuk sudut pandang ekonomis, jawaban pertanyaan ini lebih mudah, yaitu bila bisnis memberikan profit,dan hal ini akanjelas terbaca pada laporan rugi atau laba perusahaan di akhir tahun.
* Dari sudut pandang hukum pun jelas, bahwa bisnis yang baik adalah yang diperbolehkan oleh sistem hukum yang berlaku dimana bisnis yang tidak dalam kaidah tatanan hukum yang baik seperti bisnispenyelundupan adalah bisnis yang tidak baik.
* Yang lebih sulit jawabnya adalah bila bisnis dilihat dari sudut pandang moral. Apa yang menjadi tolok ukur untuk menentukan baik buruknya suatu perbuatan bisnis.Dari sudut pandang moral, setidaknya ada 3 tolok ukur yaitu : nurani, kaidah emas, penilaian umum.

1. **Hati Nurani:**Suatu perbuatan adalah baik, bila dilakukan susuai dengan hati nuraninya, dan perbuatan lain buruk bila dilakukan berlawanan dengan hati nuraninya. Kalau kita mengambil keputusan moral berdasarkan hati nurani, keputusan yang diambil "dihadapan Tuhan" dan kita sadar dengantindakan tersebut memenuhi kehendak Tuhan.
2. **Kaidah Emas :**Cara lebih obyektif untuk menilai baik buruknya perilaku moral adalah mengukurnya dengan kaidah emas (positif), yang berbunyi : "Hendaklah memperlakukan orang lain sebagaimana Andasendiri ingin diperlakukan" Kenapa begitu? Tentunya kita menginginkan diperlakukan dengan baik. Kalau begitu yang saya akan berperilaku dengan baik (dari sudut pandang moral). Rumusan kaidah emas secara negatif : "Jangan perlakukan orang lain, apa yang Anda sendiri tidak inginakan dilakukan terhadap diri Anda" Saya kurang konsisten dalam tingkah laku saya, bila sayamelakukan sesuatu terhadap orang lain, yang saya tidak mau akan dilakukan terhadap diri saya.Kalau begitu, saya berperilaku dengan cara tidak baik (dari sudut pandang moral).
3. **Penilaian Umum :**Cara ketiga dan barangkali paling ampuh untuk menentukan baik buruknya suatu perbuatan atau perilaku adalah menyerahkan kepada masyarakat umum untuk menilai. Cara ini bisa disebut jugaaudit sosial. Sebagaimana melalui audit dalam arti biasa sehat tidaknya keadaan finansial suatu perusahaan dipastikan, demikian juga kualitas etis suatu perbuatan ditentukan oleh penilaianmasyarakat umum.
4. **PENGERTIAN ETIKA BISNIS**

Secara sederhana yang dimaksud dengan **etika bisnis** adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku, dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.

Etika bisnis lebih luas dari ketentuan yang diatur oleh hukum, bahkan merupakan standar yang lebih tinggi dibandingkan standar minimal ketentuan hukum, karena dalam kegiatan bisnis seringkali kita temukan wilayah abu-abu yang tidak diatur oleh ketentuan hukum.

Von der Embse dan R.A. Wagley dalam artikelnya di Advance Managemen Jouurnal (1988), memberikan tiga pendekatan dasar dalam merumuskan tingkah laku etika bisnis, yaitu :

1. ***Utilitarian Approach :*** setiap tindakan harus didasarkan pada konsekuensinya. Oleh karena itu, dalam bertindak seseorang seharusnya mengikuti cara-cara yang dapat memberi manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat, dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya serendah-rendahnya.
2. ***Individual Rights Approach :*** setiap orang dalam tindakan dan kelakuannya memiliki hak dasar yang harus dihormati. Namun tindakan ataupun tingkah laku tersebut harus dihindari apabila diperkirakan akan menyebabkan terjadi benturan dengan hak orang lain.
3. ***Justice Approach :*** para pembuat keputusan mempunyai kedudukan yang sama, dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara perseorangan ataupun secara kelompok.

Etika bisnis dalam perusahaan memiliki peran yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai (value-creation) yang tinggi, diperlukan suatu landasan yang kokoh.Biasanya dimulai dari perencanaan strategis , organisasi yang baik, sistem prosedur yang transparan didukung oleh budaya perusahaan yang andal serta etika perusahaan yang dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen.

Haruslah diyakini bahwa pada dasarnya praktek etika bisnis akan selalu menguntungkan perusahaan baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang, karena :

* Mampu mengurangi biaya akibat dicegahnya kemungkinan terjadinya friksi, baik intern perusahaan maupun dengan eksternal.
* Mampu meningkatkan motivasi pekerja.
* Melindungi prinsip kebebasan berniaga
* Mampu meningkatkan keunggulan bersaing.

Tidak bisa dipungkiri, tindakan yang tidak etis yang dilakukan oleh perusahaan akan memancing tindakan balasan dari konsumen dan masyarakat dan akan sangat kontra produktif, misalnya melalui gerakan pemboikotan, larangan beredar, larangan beroperasi dan lain sebagainya. Hal ini akan dapat menurunkan nilai penjualan maupun nilai perusahaan. Sedangkan perusahaan yang menjunjung tinggi nilai-nilai etika bisnis, pada umumnya termasuk perusahaan yang memiliki peringkat kepuasan bekerja yang tinggi pula, terutama apabila perusahaan tidak mentolerir tindakan yang tidak etis, misalnya diskriminasi dalam sistem remunerasi atau jenjang karier.Perlu dipahami, karyawan yang berkualitas adalah aset yang paling berharga bagi perusahaan.Oleh karena itu, perusahaan harus semaksimal mungkin harus mempertahankan karyawannya.

Untuk memudahkan penerapan etika perusahaan dalam kegiatan sehari-hari maka nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis harus dituangkan kedalam manajemen korporasi yakni dengan cara :

* Menuangkan etika bisnis dalam suatu kode etik (*code of conduct*)
* Memperkuat sistem pengawasan.
* Menyelenggarakan pelatihan (*training*) untuk karyawan secara terus menerus.

1. **KODE ETIK PERUSAHAAN**

Kode Etik (*Patrick Murphy*) atau kadang-kadang disebut code of conduct atau code of ethical conduct ini, menyangkut kebijakan etis perusahaan berhubungan dengan kesulitan yang bisa timbul (mungkin pernah timbul dimasa lalu), seperti konflik kepentingan, hubungan dengan pesaing dan pemasok, menerima hadiah, sumbangan dan sebagainya.

Latar belakang pembuatan kode etik adalah sebagai cara ampuh untuk melembagakan etika dalam struktur dan kegiatan perusahaan. Bila Perusahaan memiliki kode etik sendiri, maka mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memilikinya.

Manfaat Kode Etik Perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Kode Etik dapat meningkatkan kredibilitas suatu perusahaan, karena etika telah dijadikan sebagai corporate culture. Hal ini terutama penting bagi perusahaan besar yang karyawannya tidak semuanya saling mengenal satu sama lainnya. Dengan adanya kode etik, secara intern semua karyawan terikat dengan standard etis yang sama, sehingga akan mefigambil kebijakan atau keputusan yang sama terhadap kasus sejenis yang timbul.
2. Kode Etik, dapat membantu menghilangkan grey area (kawasan kelabu) dibidang etika. (penerimaan komisi, penggunaan tenaga kerja anak, kewajiban perusahaan dalam melindungi lingkungan hidup).
3. Kode Etik menjelaskan bagaimana perusahaan menilai tanggung jawab sosialnya.
4. Kode Etik, menyediakan bagi perusahaan dan dunia bisnis pada umumnya, kemungkinan untuk mengatur diri sendiri (*self regulation*).
5. **PERANAN ETIKA DALAM BISNIS**

Menurut Richard De George, bila perusahaan ingin sukses atau berhasil maka diperlukan 3 hal pokok yaitu sebagai berikut :

1. Produk yang baik
2. Managemen yang baik
3. Memiliki Etika

Selama perusahaan memiliki produk yang berkualitas dan berguna untuk masyarakat disamping itu dikelola dengan manajemen yang tepat dibidang produksi, finansial, sumberdaya manusia dan lain-lain tetapi tidak mempunyai etika, maka kekurangan ini cepat atau lambat akan menjadi batu sandungan bagi perusahaan tsb. Bisnis merupakan suatu unsur mutlak perlu dalam masyarakat modern.Tetapi kalau merupakan fenomena sosial yang begitu hakiki, bisnis tidak dapat dilepaskan dari aturan-aturan main yang selalu harus diterima dalam pergaulan sosial, termasuk juga aturan-aturan moral.

1. **MENGAPA BISNIS HARUS BERLAKU ETIS**

Tekanan kalimat ini ada pada kata "harus". Dengan kata lain, mengapa bisnis tidak bebas untuk berlaku etisatau tidak?Tentu saja secara faktual, telah berulang kali terjadi hal-hal yang tidak etis dalam kegiatan bisnis,dan hal ini tidak perlu disangkal, tetapi juga tidak perlu menjadi fokus perhatian kita. Pertanyaannya bukantentang kenyataan faktual, melainkan tentang normativitas : seharusnya bagaimana dan apa yang menjadidasar untuk keharusan itu.

Mengapa bisnis harus berlaku etis, sebetulnya sama dengan bertanya mengapa manusia pada umumnyaharus berlaku etis. Bisnis disini hanya merupakan suatu bidang khusus dari kondisi manusia yang umum.

Jawabannya ada tiga yaitu :

* Tuhan melalui agama/kepercayaan yang dianut, diharapkan setiap pebisnis akan dibimbing oleh imankepercayaannya, dan menjadi tugas agama mengajak para pemeluknya untuk tetap berpegang padamotivasi moral.
* Kontrak Sosial, umat manusia seolah-olah pernah mengadakan kontrak yang mewajibkan setiapanggotanya untuk berpegang pada norma-norma moral, dan kontrak ini mengikat kita sebagaimanusia, sehingga tidak ada seorangpun yang bisa melepaskan diri daripadanya.
* Keutamaan, Menurut Plato dan Aristoteles, manusia harus melakukan yang baik, justru karena hal itu baik. Yang baik mempunyai nilai intrinsik, artinya, yang baik adalah baik karena dirinya sendiri.Keutamaan sebagai disposisi tetap untuk melakukan yang baik, adalah penyempurnaan tertinggi darikodrat manusia. Manusia yang berlaku etis adalah baik begitu saja, baik secara menyeluruh, bukan menurut aspek tertentu saja.

1. **PENGERTIAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

Schermerhorn (1993) memberi definisi **Tanggung Jawab Sosial Perusahaan** sebagai suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayanai kepentingan organisasi dan kepentingan public eksternal.

Secara konseptual, TSP adalah pendekatan dimana perusahaan mengintegarasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.(Nuryana, 2005).

Meskipun sesungguhnya memiliki pendekatan yang relatif berbeda, beberapa nama lain yang memiliki kemiripan atau bahkan identik dengan TSP antara lain, investasi sosial perusahaan (*corporate social Investment* / *investing*), pemberian perusahaan (*corporate giving*), kedermawanan perusahaan (*corporate philantropy*).

Secara teoritis, berbicara mengenai tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh perusahaan, maka setidaknya akan menyinggung 2 makna, yakni tanggung jawab dalam makna *responsibility* atau tanggung jawab moral atau etis, dan tanggung jawab dalam makna *liability* atau tanggung jawab yuridis atau hukum.

1. **Konsep Tanggung Jawab dalam Makna *Responsibility***

Burhanuddin Salam, dalam bukunya “Etika Sosial”, memberikan pengertian bahwa *responsibility is having the character of a free moral agent; capable of determining one’s acts; capable deterred by consideration of sanction or consequences*. (Tanggung jawab itu memiliki karakter agen yang bebas moral; mampu menentukan tindakan seseorang; mampu ditentukan oleh sanki/hukuman atau konsekuensi). Setidaknya dari pengertian tersebut, dapat kita ambil 2 kesimpulan :

* 1. Harus ada kesanggupan untuk menetapkan suatu perbuatan
  2. Harus ada kesanggupan untuk memikul resiko atas suatu perbuatan. Kemudian, kata tanggung jawab sendiri memiliki 3 unsur :
* Kesadaran (awareness). Berarti tahu, mengetahui, mengenal. Dengan kata lain, seseorang(baca : perusahaan) baru dapat dimintai pertanggungjawaban, bila yang bersangkutan sadar tentang apa yang dilakukannya.
* Kecintaan atau kesukaan (*affiction*). Berarti suka, menimbulkan rasa kepatuhan, kerelaan dan kesediaan berkorban. Rasa cinta timbul atas dasar kesadaran, apabila tidak ada kesadaran berarti rasa kecintaan tersebut tidak akan muncul. Jadi cinta timbul atas dasar kesadaran, atas kesadaran inilah lahirnya rasa tanggung jawab.
* Keberanian (*bravery*). Berarti suatu rasa yang didorong oleh rasa keikhlasan, tidak ragu-ragu dan tidak takut dengan segala rintangan. Jadi pada prinsipnya tanggung jawab dalam arti *responsibility* lebih menekankan pada suatu perbuatan yang harus atau wajib dilakukan secara sadar dan siap untuk menanggung segala resiko dan atau konsekuensi apapun dari perbuatan yang didasarkan atas moral tersebut. Dengan kata lain responsibility merupakan tanggung jawab dalam arti sempit yaitu tanggung yang hanya disertai sanksi moral. Sehingga tidak salah apabila pemahaman sebagian pelaku dan atau perusahaan terhadap CSR hanya sebatas tanggung jawab moral yang mereka wujudkan dalam bentuk *philanthropy* maupun *charity*.

1. **Konsep Tanggung Jawab Dalam Makna *Liability***

Berbicara tanggung jawab dalam makna *liability*, berarti berbicara tanggung jawab dalam ranah hukum, dan biasanya diwujudkan dalam bentuk tanggung jawab keperdataan. Dalam hukum keperdataan, prinsip-prinsip tanggung jawab dapat dibedakan sebagai berikut :

1. Prinsip tanggung jawab berdasarkan adanya unsure kesalahan (*liability based on fault*)
2. Prinsip tanggung jawab berdasarkan praduga (*presumption of liability*)
3. Prinsip tanggung jawab mutlak (*absolute liability or strict liability*).

Selain ketiga hal tersebut, masih ada lagi khusus dalam gugatan keperdataan yang berkaitan dengan hukum lingkungan ada beberapa teori tanggung jawab lainnya yang dapat dijadikan acuan, yakni :

1. *Market Share Liability*
2. *Risk Contribution*
3. *Concert of Action*
4. *Alternative Liability*
5. *Enterprise Liability*

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan perbedaan antara tanggung jawab dalam makna responsibility dengan tanggung jawab dalam makna liability pada hakekatnya hanya terletak pada sumber pengaturannya. Jika tanggung jawab itu belum ada pengaturannya secara eksplisit dalam suatu norma hukum, maka termasuk dalam makna responsibility, dan sebaliknya, jika tanggung jawab itu telah diatur di dalam norma hukum, maka termasuk dalam makna liability.

Munculnya Konsep TSP didorong oleh terjadinya Kecenderungan pada masyarakat industri yang dapat disingkat dengan fenomena DEAF (yang dalam bahasa inggris berarti Tuli), sebuah akronim dari *Dehumanisasi*, *Equalisasi*, *Aquariumisasi*, dan *Feminisasi*( Suharto, 2005)

1. **Dehumanisas Industry**.

Efisien dan mekanisasi yang semakin menguat di dunia industri telah menciptakan persoalan-persoalan kemanusiaan baik bagi kalangan buruh di perusahaan tersebut, maupun bagi masyarakat di sekitar perusahaan. “Merger mania” dan perampingan perusahaan telah menimbulkan gelombang Pemutusan Hubungan Kerja dan pengangguran, ekspansi dan eksploitasi dunia industri telah melahirkan polusi dan kerusakan lingkungan yang hebat.

1. **Equalisasi Hak-Hak Publik**

Masyarakat kini semakin sadar akan haknya untuk meminta pertanggungjawaban perusahaaan atas berbagai masalah sosial yang sering kali ditimbulkan oleh beroperasinya perusahaan. Kesadaran ini semakin menuntut akuntabilitas (*accountability*) perusahaan bukan saja dalam proses produksi, melainkan pula dalam kaitannya dengan kepedulian perusahaan terhadap berbagai dampak sosial yang ditimbulkannya.

1. **Aquariumisasi Dunia Industri**

Dunia kerja ini semakin transparan dan terbuka laksana sebuah akuarium.Perusahaan yang hanya memburu rente ekonomi dan cenderung mengabaikan hokum, prinsip, etis,dan, filantropis tidak akan mendapat dukungan publik. Bahkan dalam banyak kasus, masyarakat menuntut agar perusahaan seperti ini di tutup.

1. **Feminisasi Dunia Kerja**

Semakin banyaknya wanita yang bekerja semakin menuntut dunia perusahaan, bukan saja terhadap lingkungan internal organisasi, seperti pemberian cuti hamil dan melahirkan, kesehatan dan keselamatan kerja, melainkan pula terhadap timbulnya biaya-biaya sosial, seperti penelantaran anak, kenakalan remaja akibat berkurangnya kehadiran ibu-ibu dirumah dan tentunya dilingkungan masyarakat. Pelayanan sosial seperti perawatan anak (*child care*), pendirian fasilitas pendidikan dan kesehatan bagi anak-anak, atau pusat-pusat kegiatan olah raga dan rekreasi bagi remaja bisa merupakan sebuah “kompensasi” sosial terhadap isu ini.

1. **TUJUAN PERUSAHAAN MELAKUKAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

Saidi dan Abidin ( 2004:69) membuat matriks yang menggambarkan tiga tahap atau paradigma yang berbeda, diantaranya :

1. *Corporate Charity*, yakni dorongan amal berdasarakan motivasi keagamaan.
2. *Corporate Philanthropy*,yakni dorongan kemanusiaan yang biasanya bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan kemerataan sosial.
3. *Corporate Citizenship*, yakni motivasi kewargaan demi mewujudkan keadilan social berdasarkan prinsip keterlibatan social.

Jika dipetakan, tampaklah bahwa spectrum paradigm ini terentang dari “sekedar menjalankan kewajiban” hingga “ demi kepentingan bersama “ atau dari “ membantu dan beramal kepada sesama” menjadi “memberdayakan manusia”. Meskipun tidak selalu berlaku otomatis, pada umumnya perusahaan melakukan TSP didorong oleh motivasi Karitatif kemudian kemanusiaan dan akhirnya kewargaan.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Motivasi** | **Tahapan/Paradigma** | | |
| **Karitatif** | **Filantropis** | **Kewargaan** |
| Semangat/Prinsip | Agama, Tradisi, Adat | Norma, etika, dan hukum universal: redistribusi kekayaan | Pencerahan diri dan rekonsiliasi dengan ketertiban sosial |
| Misi | Mengatasi masalah sesaat/saat itu | Menolong sesama | Mencari dan mengatai akar masalah : memberikan kotribusi kepada masyarakat |
| Pengelolaan | Jangka Pendek dan Parsial | Terencana,terorganisasi, dan terprogram | Terinternalisasi dalam kebijakan perusahaan |
| Pengorganisasian | Kepanitiaan | Yayasan/ dana abadi | Professional : keterlibatan tenaga-tenaga ahli didalamnya |
| Penerima Manfaat | Orang Miskin | Masyarakat Luas | Masyarakat luas dan perusahaan |
| Kontibusi | Hibah sosial | Hibah pembangunan | Hibah sosial maupun pembangunan dan keterlibatan sosial |
| Inspirasi | Kewajiban | Kemanusiaan | Kepntingan bersama |

*Sumber : Dikembangkan dari Saidi dan Abidin (2004:69)*

1. **PERANAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**
2. **Tanggung Jawab Terhadap Pelanggan**

Tanggung jawab perusahaan kepada pelanggan jauh lebih luas daripada hanya menyediakan barang atau jasa. Perusahaan mempunyai tanggung jawab ketika memproduksi dan menjual produknya, yang akan didiskusikan kemudian.

1. **Praktik Tanggung Jawab Produksi**

Produk sebaiknya dihasilkan dengan cara yang menjamin keselamatan pelanggan. Produk sebaiknya memiliki label peringatan yang semestinya guna mencegah kecelakaan yag dapat ditimbulkan dari penggunaan yang salah. Untuk beberapa produk, informasi mengenai efek samping yang mungkin terjadi perlu disediakan.

1. **Praktik Tanggung Jawab Penjualan**

Perusahaan perlu petunjuk yang membuat karyawan tidak berani menggunakan strategi penjualan yang terlalu agresif atau advertensi yamg menyesatkan dan juga memakai survei kepuasan pelanggan untuk meyakinkan bahwa pelanggan diperlakukan dengan semestinya oleh karyawan bagian penjualan.

1. **Cara Perusahaan Menjamin Tanggung Jawab Sosial Kepada Pelanggan**

Perusahaan dapat menjamin tanggung jawab sosial kepada pelanggannya dengan beberapa tahap yaitu:

* Ciptakan kode etik. Perusahaan dapat menciptakan kode etik bisnis yang memberikan serangkaian petunjuk untuk kualitas produk, sekaligus sebagai petujuk bagaimana karyawan, pelanggan, dan pemilik seharusnya dipelihara.
* Pantaulah semua keluhan. Perusahaan harus yakin bahwa pelanggan mempunyai telephone yang dapat mereka hubungi apabila mereka mempunyai keluhan mengenai kualitas produk atau bagaimana mereka diperlakukan oleh para karyawan. Perusahaan dapat berusaha mencari sumber keluhan dan harus dapat menyakinkan bahwa problem tersebut tidak timbul lagi.
* Umpan balik pelanggan. Perusahaan dapat meminta pelanggan untuk memberikan umpan balik atas barang atau jasa yang mereka beli akhir-akhir ini, walaupun pelanggan tidak menghubungi untuk memberikan keluhan. Proses ini dapat mendeteksi beberapa masalah lain dengan kualitas produk atau cara perlakuan terhadap pelanggan.

1. **Cara Konsumerisme Menjamin Tanggung Jawab Terhadap Pelanggan**

Tanggung jawab perusahaan terhadap pelanggan didorong tidak hanya oleh perusahaan, tetapi juga oleh sekelompok konsumen tertentu.Konsumerisme mewakili permintaan kolektif pelanggan dimana bisnis memenuhi kebutuhan mereka.

1. **Cara Pemerintah Menjamin Tanggung Jawab Terhadap Pelanggan**

Sebagai tambahan dari kode tanggung jawab perusahaan dan gelombang konsumerisme, pemerintah cenderung menjamin tanggung jawab kepada pelanggan dengan berbagai hukum atas keamanan produk, iklan,dan kompetisi industry.

1. **Tanggung Jawab Terhadap Karyawan**

Bisnis mempunyai sejumlah tanggung jawab terhadap karyawan.Pertama, mereka mempunyai tanggung jawab untuk menciptakan lapangan pekerjaan jika mereka ingin tumbuh.Perusahaan juga memiliki tanggung jawab terhadap karyawannya guna memastikan keselamatan mereka, perlakuan yang semestinya oleh karyawan lain, dan peluang yang setara.

1. **Keselamatan Karyawan**

Perusahaan memastikan bahwa tempat kerja aman bagi karyawan dengan memantau secara ketat proses produksi. Beberapa tindakan pencegahan adalah memeriksa mesin dan peralatan guna memastikan bahwa semuanya berfungsi dengan baik, mengharuskan digunakannya kacamata keselamatan atau peralatan lainnya yang dapat mencegah terjadinya cedera, dan menekankan tindakan pencegahan khusus dalam seminar-seminar pelatihan.

Perusahaan yang menciptakan lingkungan kerja yang aman mencegah terjadinya cedera dan meningkatkan moral karyawan.Banyak perusahaan saat ini mengidentifikasikan keselamatan di tempat kerja sebagai salah satu tujuan utamanya. Pemilik perusahaan mengakui bahwa perusahaan akan mengeluarkan biaya guna memenuhi tanggung jawab seperti keselamatan karyawan. Usaha perusahaan untuk menyediakan lingkungan kerja yang aman mencerminkan biaya penting dalam menjalankan usaha.

1. **Perlakuan Yang Semestinya Oleh Karyawan Lain**

Perusahaan bertanggung jawab untuk memastikan bahwa karyawan diperlakukan dengan semetinya oleh karyawan lain. Dua masalah utama berkaitan dengan perlakuan karyawan adalah keragaman dan pencegahan terjadinya pelecehan seksual.

Keregaman, tidak hanya terbatas pada jender dan suku.Karyawan dapat berasal dari latar belakang yang sepenuhnya berbeda dan memiliki keyakinan yang berbeda, sehingga dapat menimbulkan konflik ditempat kerja. Banyak perusahaan mencoba untuk mengintegrasikan karyawan dengan latar belakang yang berbeda agar mereka belajar bekerja sama guna mencapai tujuan bersama perusahaan sekalipun mereka memiliki pandangan yang berbeda mengenai masalah-masalah di luar kerja. Banyak perusahaan merespons terhadap meningkatnya keragaman antar karyawan dengan menawarkan seminar mengenai keragaman, yang menginformasikan kepada karyawan mengenai keragaman budaya.

Pencegahan terjadinya pelecehan seksual. Masalah lain di tempat kerja adalah seksual(*sexual harassment*), yang melibatkan komentar atau tindakan yang bersifat seksual tidak di terima. Perusahaan cenderung mencegah pelecehan seksual dengan memberikan seminar mengenai hal tersebut. Misalnya, seorang karyawan mungkin akan membuat suatu paksaan seksual terhadap karyawan lain dan menggunakan kepuasaan pribadi dalam perusahaan untuk menakuti status pekerjaan lain. Seperti, seminar deversitas. Seminar ini dapat menolong karyawan menyadari bagaimana suatu pernyataan atau perilaku mungkin dapat menyinggung perasaan karyawan lain. Seminar ini tidak hanya suatu tindakan tanggung jawab terhadap karyawan tetapi juga dapat memperbaiki produktivitas perusahaan dengan menolong karyawan merasa kerasan dan nyaman.

1. **Tanggung Jawab Kepada Pemagang Saham (Investor)**

Perusahaan bertanggung jawab untuk memuaskan pemiliknya(para pemegang saham).Karyawan dapat tergoda untuk membuat keputusan yang memuaskan kepentingan mereka sendiri dan bukannya kepentingan pemilik saham. Misalnya saja, beberapa karyawan mengambil uang perusahaan untuk kepentingan pribadinya dan bukan kepentingan perusahaan.

Investor yang dikenal sebagai pedagang dalam telah memilihcara-cara tidak etis untuk meningkatkan kesehatan financial mereka sendiri.Perdagangan dalam (*insider trading*) melibatkan orang dalam yang menggunakan informasi rahasia perusahaan untuk memperkaya diri sendiri atau keluarga dan teman-teman mereka.

Konflik dalam usaha untuk memastikan tanggung jawab.Mengaitkan kompensasi karyawan dengan kinerja perusahaan dapat menyelesaikan sebagian dari konflik kepentingan tetapi menciptakan masalah lainnya.Terdapat banyak kasus perusahaan yang menyesatkan investor potensial maupun investor yang ada saat ini dengan sengaja tidak menyebutkan informasi relevan yang dapat membuat saham mereka menjadi jatuh.Selain itu, terdapat banyak kasus perusahaan yang menerbitkan estimasi pendapatan dan laba yang terlalu dibesar-besarkan.Ketika perusahaan menyesatkan investor dengan menciptakan pandangan yang terlalu optimistis terhadap kinerja potensialnya, perusahaan dapat menyebabkan investor membayar terlau banyak untuk saham perusahaan. Harga saham tersebut kemungkinan besar akan turun ketika kondisi keuangan perusahaan yang sebenarnya terlihat.

Investor menjadi lebih curiga terhadap laporan keuangan perusahaan sekarang ketika mereka menyadari bahwa beberapa perusahaan mungkin terlibat dalam pelaporan yangtidak etis.Beberapa perusahaan telah mengambi inisiatif untuk mengurangi kecurigaan dengan menyediakan laporan keuangan yang lebih lengkap yang juga lebih dapat dipahami dan dapat diinterprestasikan dengan lebih mudah.

Bagaimana pemegang saham memastikan tanggung jawab.Pemegang saham untuk mempengaruhi kebijakan manejemen perusahaan.Pemegang saham telah sangat aktif khususnya ketika mereka tidak puas dengan gaji ekskutif perusahaan atau kebijakan lainnya.

Pemegang saham yang paling aktif adalah investor institusional (*institusional investors*), atau lembaga keuangan yang membeli sejumlah besar saham. Jika satu *investor institusional* yakin bahwa perusahaan dikelola dengan buruk, maka investor tersebut dapat mencoba untuk eksekutif perusahaan dan menyatakan ketidakpuasannya. Investor tersebut juga dapat mencoba berkolaburasi dengan *investor institusional*lain yang juga memiliki sejumlah besar saham perusahaan. Hal ini memberikan kekuasaan yang lebih besar untuk melakukan negosiasi karena eksekutif perusahaan kemungkinan besar akan mendengarkan investor institusional yang secara kolektif memiliki sejumlah besar saham perusahaan. Investor institusional tidak mencoba mendikte bagaimana perusahaan seharusnya dikelola.Melainkan, mereka mencoba untuk memastikan bahwa manager perusahaan mengambil keputusan kepentingan untuk seluruh pemegang saham.

1. **Tanggung Jawab Terhadap Kreditor**

Perusahaan bertanggung jawab untuk memenuhi kewajiban keuangannya kepada kreditor.Jika suatu perusahaan mengalami masalah keuangan dan tidak mampu memenuhi kewajibannya, maka perusahaan tersebut harus menginformasikan hal ini kepada kreditornya.Suatu perusahaan memiliki insentif yang kuat untuk memenuhi tanggung jawabnya terhadap kreditor.Jika perusahaan tidak membayar utangnya kepada kreditor, perusahaan tesebut dapat dipaksa pailit.

1. **Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan**

Kualitas lingkungan adalah kebaikan public, dimana setiap orang menikmatinya tanpa peduli siapa yang membayar untuknya.Jika suatu produk yang dihasilkan suatu perusahaan tentunya membawa dampak *negative* tehadap lingkungan (pencemaran lingkungan) seperti, polusi udara, tanah dan air. Dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. **Polusi Udara**

Beberapa proses produksi menimbulkan polusi udara yang sangat berbahaya bagi lingkungan masyarakat karena bisa menimbulkan penyakit dan saluran pernapasan. Contonya seperti, polusinya kendaraan, produksi bahan bakar dan baja.Suatu perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk menghasilkan suatu produknya yang baik dengan begitu mereka berusaha agar yang dihasilkan tidak membahayakan lingkungan, contoh pada perusahaan otomotif dan baja telah mengurangi polusi udara dengan mengubah proses produksinya sehingga lebih sedikit karbon dioksida yang dilepaskan ke udara.

Peranan pemerintah dalam mencegah polusi udara. Pemerintah juga terlibat dalam memberlakukan pedoman tertentu yang mengharuskan perusahaan untuk membatasi jumlah karbon dioksida yang ditimbulkan olehproses produksi. Pada tahun 1970, *Environmental Protection Agency*(EPA), diciptakan untuk mengembangkan dan memberlakukan standar polusi.

1. **Polusi Tanah**

Tanah telah terpolusi oleh limbah yang beracun yang tidak dihasilkan dari beberapa proses produksi. Akibatnya tanah akan rusak tidak subur dan akan berdampak buruk bagi pertanian.

Dengan begitu perusahaan harus mempunyai suatu strategi yang mengarah pada pencegahan terhadap polusi tanah.Misalkan, perusahaan merevisi produksi dan pengemasan guna mengurangi jumlah limbah. Perusahaan juga harus menyimpan limbah beracunnya ditempat yang khusus untuk limbah beracun dan perusahaan juga bias mendaur ulang membatasi penggunaan bahan baku yang pada akhirnya akan menjadi limbah padat. Ada banyak perusahaan yang memiliki program lingkungan yang didesain untuk mengurangi kerusakan lingkungan.Contoh, perusahaan *Homestake Mining Company* mengakui bahwa operasi penambangannnya merusak tanah, sehingga perusahaan tersebut mengelurkan uang untuk meminimalkan dampak terhadap lingkungan.

1. **Polusi Air / Pencemaran Air**

Pencemaran air mengacu pada perubahan fisik, biologi, kimia dan kondisi badan air yang akan mengganggu keseimbangan ekosistem.Seperti jenis polusi, hasil polusi air bila dalam jumlah besar berasal dari berbagai sumber polutan tidak dapat lagi ditampung oleh ekosistem alam.

Sebenarnya ada alasan tertentu yang berada di belakang apa yang menyebabkan pencemaran air. Namun, penting untuk membiasakan diri dengan dua kategori utama pencemaran air, polusi beberapa datang langsung dari lokasi tertentu seseorang.Jenis polusi disebut pencemaran sumber titik seperti pipa air tercemar limbah yang mengalir ke sungai dan lahan pertanian. Sementara itu, polusi sumber non-titik adalah polusi yang berasal dari daerah-daerah besar seperti bensin dan kotoran lain dari jalan raya yang masuk ke danau dan sungai. Salah satu penyebab utama pencemaran air yang telah menyebabkan masalah kesehatan lingkungan yang serius dan merupakan polutan yang berasal dari bahan kimia dan proses industri. Ketika pabrik-pabrik dan produsen menuangkan bahan kimia dan limbah ternak langsung ke sungai dan sungai, air menjadi beracun dan tingkat oksigen yang habis menyebabkan banyak organisme air mati.Limbah ini termasuk pelarut dan zat-zat beracun.Sebagian besar limbah tidak biodegradable.tanaman Power, pabrik kertas, kilang, pabrik-pabrik mobil membuang sampah ke sungai. Jadi suatu perusahaan sangat berperan penting dalam menengani masalah tersebut dengan melakukan penilitian dan strategi untuk mencegah terjadinya polusi air. Jadi pad prinsipnya perusahaan harus melakukan ada dua cara untuk menanggulangi pencemaran, yaitu penanggulangan non-teknis dan secara teknis.

Penanggulangan secara non-teknis yaitu usaha untuk mengurangi pencemaran lingkungan dengan cara menciptakan peraturan perundang-undangan yang dapat merencanakan,mengatur dan mengawasi segala macam bentuk kegiatan industri dan teknologi sehingga tidak terjadi pencemaran. Peraturan perundangan ini hendaknya dapat smemberikan gambaran secara jelas tentang kegiatan industri yang akan dilaksanakan, misalnya AMDAL, pengaturan dan pengawasan kegiatan, serta menanamkan perilaku disiplin. Sedangkan penanggulangan secara teknis bersumber kepada industri terhadap perlakuan buangannya, misalnya dengan mengubah proses, mengelola limbah atau menambah alat bantu yang dapat mengurangi pencemaran.

1. **Tanggung Jawab Terhadap Komunitas**

Suatu perusahaan ketika mendirikan basisnya di suatu komunitas, maka perusahaan tersebut menjadi bagian dari komunitas itu dan mengandalkan komunitas tersebut sebagai pelanggan dan karyawannya. Perusahaan mendemonstrasikan acara-acara local atau memberikan sumbangan ke yayasan local, misalkan perusahaaan yang telah mendonasikan dana ke unversitas-universitas.Untuk perusahaan multinasional, komunitas perusahaan adalah lingkungan internasionalnya. Ada banyak perusahaan yang terlibat dengan bisnis internasionalnya misalnya sumbangan-sumbangan untuk bencana alam, seperti tsunami, gempa.

Konflik dengan memaksimalkan tanggung jawab sosial, keputusan para manajer perusahaan yang memaksimalkan tanggung jawab sosial dapat konflik dengan memaksimalkan nilai perusahaan. Biaya yang melibatkan dalam mencapai tujuan akan harus dibebankan kepada pelanggan. Jadi, kecerendungan memaksimalkan tanggung jawab sosial terhadap komunitas akan mengurangi kemampuan perusahaan menyediakan produk dengan harga wajar kepada konsumen. Sebagai konsekuensi, masyarakat dan pemegang saham biasa mendapat keuntungan dari mendukung sosial tersebut. Apabila suatu perusahaan dapat mengidentifikasikan secara tepat suatu gerakan sosial yang ada hubungannya dengan bisnisnya, maka dapat secara bersamaan memberikan konstribusi kepada masyarakat dan memaksimalkan ni lai perusahaan. Misalnya, suatu manufaktur sepatu dapat mensponsori lomba lari.

1. **MODEL TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**

Pada bulan September 2004, ISO (*International Organization for Standardization*) sebagai induk organisasi standarisasi internasional, berinisiatif mengundang berbagai pihak untuk membentuk tim (*working group*) yang membidani lahirnya panduan dan standarisasi untuk tanggung jawab sosial yang diberi nama ISO 26000:*Guidance Standard on Social Responsibility*.

ISO 26000 menyediakan standar pedoman yang bersifat sukarela mengenai tanggung tanggung jawab sosial suatu institusi yang mencakup semua sektor badan publik ataupun badan privat baik di negara berkembang maupun negara maju. Dengan ISO 26000 ini akan memberikan tambahan nilai terhadap aktivitas tanggung jawab sosial yang berkembang saat ini dengan cara:

1. Mengembangkan suatu konsensus terhadap pengertian tanggung jawab sosial dan isunya.
2. Menyediakan pedoman tentang penterjemahan prinsip-prinsip menjadi kegiatan-kegiatan yang efektif.
3. Memilah praktek-praktek terbaik yang sudah berkembang dan disebarluaskan untuk kebaikan komunitas atau masyarakat internasional.

Apabila hendak menganut pemahaman yang digunakan oleh para ahli yang menggodok *ISO 26000 Guidance Standard on Social Responsibility* yang secara konsisten mengembangkan tanggung jawab sosial maka masalah Social Responsibility akan mencakup 7 isu pokok yaitu sebagai berikut :

1. Pengembangan Masyarakat
2. Konsumen
3. Praktek Kegiatan Institusi Yang Sehat
4. Lingkungan
5. Ketenagakerjaan
6. Hak Asasi Manusia
7. *Organizational Governance* (Organisasi Pemerintah)

ISO 26000 menerjemahkan tanggung jawab sosial sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat.Memperhatikan kepentingan dari para stakeholder, sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional. Terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.

Berdasarkan konsep ISO 26000, penerapan *social responsibility* hendaknya terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi yang mencakup 7 isu pokok diatas. Dengan demikian jika suatu perusahaan hanya memperhatikan isu tertentu saja, misalnya suatu perusahaan sangat peduli terhadap isu lingkungan, namun perusahaan tersebut masih mengiklankan penerimaan pegawai dengan menyebutkan secara khusus kebutuhan pegawai sesuai dengan gender tertentu, maka sesuai dengan konsep ISO 26000 perusahaan tersebut sesungguhnya belum melaksanakan tanggung jawab sosialnya secara utuh.

1. **BERAGAM CSR OLEH PERUSAHAAN**

Di Indonesia sekarang ini, sudah banyak perusahaan-perusahaan besar yang melaksanakan program CSR. Bentuknya pun sangat beragam dan manfaatnya bisa diterapkan di semua kalangan. Berikut ini akan di tampilkan berbagai macam perusahaan yang melaksanakan program CSR sebagai bentuk *Social Investment* serta bentuk-bentuk nyata disertai contohnya, yaitu sebagai berikut :

1. **PT. Jababeka Infrastruktur**

Program CSR yang dijalankan oleh pihak Jababeka adalah mencakup : Program Pemberdayaan Ekonomi, Kesehatan, Pendidikan, Pengembangan Kebudayaan, dan Kepedulian Terhadap Lingkungan.

1. Pemberdayaan Ekonomi : Memberikan pelatihan keterampilan seperti usaha jahit dan ternak sapi. Kemudian memberikan dana bantuan juga sebagai modal awal bagi masyarakat di sekitar.
2. Kesehatan : Memberikan pelayanan pemeriksaan gratis dan pembagian obat-obatan secara cuma-cuma. Jababeka juga menyediakan edukasi kesehatan bagi siswa Sekolah Menengah Pertama dan Sekolah Menengah Atas.
3. Pendidikan : Menyediakan beasiswa bagi anak SD, SMP, dan SMA. Kemudian memberikan bantuan peralatan kepada pihak sekolah. Serta mengadakan perlombaan yang sifatnya edukatif.
4. Pengembangan kebudayaan : Memberikan bantuan sumbangan untuk pembangunan masjid, perbaikan jalan, serta mengadakan event-event pagelaran budaya bagi masyarakat.
5. Lingkungan : Mengelola limbah B3 dengan baik, membangun kolam renang yang asri, menanam pohon sebagai penghijauan, dan membangun Jababeka Botanical Garden yang luasnya mencapai 100 Ha.
6. **PT. Unilever Indonesia, Tbk**

Unilever melaksanakan program CSR yang beragam pula, diantaranya : Green and Clean dengan memanfaatkan bekas kantong produk Unilever menjadi bentuk baru yang bermanfaat, pemberdayaan petani kedelai hitam, program kesehatan dengan adanya pemeriksaan kesehatan gratis, periksa gigi gratis, serta membangun kader-kader yang sadar akan pentingnya menjaga kesehatan.

1. **PT. Bakrie Sumatera Plantations**

Program-program CSR yang dijalankannya adalah : Membangun koperasi desa, memberikan bantuan pendidikan bagi siswa SD, mengadakan perkumpulan ibu-ibu pengajian, dan juga memberikan pelayanan pendidikan bagi masyarakat kurang mampu.

1. **PT. Adaro Indonesia, Tbk**
2. Bidang Ekonomi : Menciptakan program kemitraan untuk membuat usaha kecil menengah yang berkelanjutan.
3. Bidang Pendidikan : Menciptakan Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Integrasi program PAUD dengan Posyandu, Memberikan bantuan sarana dan prasarana untuk PAUD, Memberikan beasiswa kepada siswa berpretasi pada tingkat SD, SMP, dan SMA, Memberikan pelatihan kepada para guru dalam bidang IT.
4. Bidang Lingkungan : Menyediakan pusat air bersih dan menjualnya kepada masyarakat dengan harga terjangkau. Pengaturannya dijalankan oleh warga masyarakat tersebut sendiri.
5. **PT. Indominco Mandiri**
6. Bidang Sosial : Memberdayakan perempuan agar dapat menjadi sosok mandiri, Menyelenggarakan kegiatan budaya untuk mempererat tali silaturahmi di antara warga.
7. Bidang Ekonomi : Mengambangkan usaha kecil rumput laut serta pendampingan kepada masyarakat, Memberikan pelatihan-pelatihan keterampilan kepada masyarakat, perempuan, dan anak-anak usia produktif.
8. **PT. Bank Mandiri, Tbk**
9. Bidang Sumber Daya Manusia : Memberikan pelatihan kewirausahaan dan mengadakan berbagai macam event wirausaha muda dengan memberikan dana bantuan bagi pengusung format wirausaha yang *fresh* dan *achievable*.
10. Bidang Pendidikan : Memberikan support dan rangsangan lomba-lomba untuk mengasah kecerdasan dan kreatifitas siswa, Memberikan dana beasiswa bagi yang ebrprestasi dan kurang mampu.
11. **PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk**
12. Bidang IT : Mendirkan kampung digital sehingga di sana(Sampali, Sumut) banyak orang yang melek teknologi, utamanya computer dan internet; pelatihan berbagai macam program komputer perkembangan; Memberikan pelatihan kepada siswa SMP dan SMA.
13. Bidang Sosial : Pemberdayaan pendidikan anak kurang mampu; Pembinaan remaja olahraga; Pasar murah penjualan sembako; Cerdas cermat; Gebyar festival seni Islami; dan juga Peringatan HUT RI dengan mengadakan berbagai macam lomba.
14. Bidang Ekonomi : Program kemitraan untuk usaha kecil menengah; Kelompok usaha pembuatan pupuk organik; dan juga Membuat koperasi simpan pinjam.
15. Bidang Lingkungan : Perbaikan dan pengembangan drainase; Penanaman pohon pelindung; Pengerasan dan pengaspalan jalan; Pembuatan gapura Kampung Digital Sampali; dan Pembuatan plang nama PKK Kampung Sampali.
16. **PT. HM Sampoerna, Tbk**

Berbagai macam kegiatan CSR nya antara lain : Membentuk Tim Sampoerna Resque untuk melaksanakan tanggap darurat terhadap bencana; Menciptakan air bersih untuk masyarakat; Membangun usaha mikro dan kecil; Memberikan beasiswa bagi SMA dan Sarjana; Melakukan penanaman pohon untuk reboisasi.

1. **PT. Tambang Batubara Bukit Asam**
2. Bidang Lingkungan : Pembuatan kolam pengendap lumpur, Pemanfaatan tanaman minyak kayu putih, Membangun Taman Hutan Raya.
3. Bidang Ekonomi : Membangun kelompok usaha pupuk Bokashi Organik
4. Bidang Sosial : Penataan Pasar Tanjung Enim
5. **PT. Arutmin Indonesia**

Programnya antara lain : Kerjasama dengan KUD setempat; Program AHPB(Aku Himung Petani Banua) yang mengajak masyarakat untuk memanfaatkan sumber daya alam di sekitarnya; Membangun insfrastruktur; Memberikan bantan kesehatan dan sosial lainnya.

1. **PT. Bakrieland Development, Tbk**

Program CSR di Bakrieland antara lain : Membangun Rasuna Epicentrum, yakni sebuah kawasan resapan air; Penggunaan solar energy system dalam setiap project Bakrieland; Goes Green di Bali Nirwana Resort; Mempekerjakan dua orang anggota keluarga yang tanahnya dibeli Bakrieland.

1. **PT. Berau Coal**

Program yang telah dilaksanakan antara lain :

1. Pemanfaatan lahan mejadi area tanaman buah-buahan
2. Pemanfaatan lahan sebagai area peternakan sapi
3. Pemanfaatan lahan perkebunan
4. Pemanfaatan tanaman kehutanan
5. Percobaan penanaman karet
6. Pembangunan lapangan golf

**REFERENSI :**

* Wahyudi, Isa & Busyra Azheri. 2008. Corporate Social Responsibility : Prinsip, Pengaturan dan Implementasi. Malang : Inspire.
* Tofi, La. Majalah Bisnis dan CSR. Juli 2008. Jakarta : LatofiSukma DivaEvente
* http://www.jababeka.com/site/
* <http://www.unilever.co.id/ourvalues/>
* <http://www.scribd.com/doc/18575776/ETIKA-BISNIS>
* http://notcupz.blogspot.com/2011/06/tanggung-jawab-sosial-perusahaan.html
* Suharto, Edi, Ph.D, 2007, Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan. Bandung : Refika Aditama.