

**Studi Evaluasi Penerapan CSR (Corporate Social Responsibility)
Pada PT. Jasa Marga Tbk**

*Evaluation Study of the Implementation of CSR (Corporate Social Responsibility)
At PT. Jasa Marga Tbk*

Hijib Rajib Gandi^{1*}, Ahmad Saifudin Mutaqi²

¹ Program Studi Teknik Sipil-Program Magister, Universitas Islam Indonesia, D.I Yogyakarta

² Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia,
D.I. Yogyakarta

Jalan Kaliurang Km14,5 Krawitan, Umbulmartani, Ngemplak, Sleman

Email: hijib.rg@gmail.com^{*1}, ahmadsaifudin@uii.ac.id²

Article History:

Received: 22 Oktober 2022

Revised: 30 November 2022

Accepted: 22 Desember 2022

Keywords: CSR, Evaluation,
PT Jasa Marga.

Abstract: *The CSR (Corporate Social Responsibility) program is a company's obligation to contribute to the surrounding community environment. Eliminating the view of Greed, usury and the compulsion to be careful in all calculations, many business people actually use CSR (Corporate Social Responsibility) as a program to improve the company's image. PT. Jasa Marga Tbk Through the Environmental Social Responsibility Program (TJSL) of PT. Jasa Marga does not only contribute to programs that are socially focused, but also includes all company programs that have an impact on the company and Indonesian society. Corporate Social Responsibility PT. Jasa Marga Tbk implements it in various social fields, religious sector, education sector, community empowerment and so on. Researchers use this research method, namely qualitative research. Data analysis uses a descriptive approach method. The focus of this research scope is on the implementation of Corporate Social Responsibility of PT. Jasa Marga Tbk seen from the planning, implementation, evaluation, reporting and problems encountered in the process where there are complaints from the community that the distribution of grants and compensation is not evenly distributed and the monitoring of several social responsibility programs is not optimal, and the community wants the distribution of aspirations with PT. Jasa Marga Tbk, not only through local representatives. The aim is to communicate complaints as well as community needs and expectations to the company.*

Abstrak

Program CSR (Corporate Social Responsibility) merupakan suatu kewajiban perusahaan dalam berkontribusi terhadap lingkungan masyarakat sekitar. Menghilangkan pandangan Keserakahan, riba serta keterpaksaan untuk berhati-hati dalam segala perhitungan banyak pelaku bisnis justru memanfaatkan CSR (Corporate Social Responsibility) sebagai suatu program untuk memperbaiki citra perusahaan. PT. Jasa Marga Tbk Melalui Program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) PT. Jasa Marga tidak hanya berkontribusi pada program-program yang fokus sosial saja tapi juga termasuk semua program perusahaan yang memberikan dampak bagi Perusahaan serta masyarakat Indonesia. Corporate Social Responsibility PT. Jasa Marga Tbk mengimplementasikan pada berbagai bidang sosial, bidang keagamaan, bidang pendidikan, Pemberdayaan masyarakat dan sebagainya. Peneliti menggunakan metode penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Analisis Data menggunakan metode pendekatan deskriptif. Fokus lingkup penelitian ini pada pelaksanaan Corporate Social Responsibility PT. Jasa Marga Tbk dilihat dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, pelaporan dan permasalahan yang dihadapi dalam proses dimana Adanya Keluhan dari masyarakat bahwa pembagian hibah dan santunan tidak merata dan monitoring beberapa program tanggung jawab sosial tidak maksimal, dan masyarakat menginginkan penyaluran aspirasi dengan PT. Jasa Marga Tbk, tidak hanya melalui perwakilan setempat. Tujuannya untuk mengkomunikasikan keluhan serta kebutuhan dan harapan masyarakat kepada perusahaan.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Evaluasi, PT Jasa Marga.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan serta pertumbuhan suatu perusahaan sangat terlihat dari tingkat aktivitas perusahaan. Dalam peradaban yang semakin modern, keberadaan perusahaan selalu menjadi perhatian masyarakat. Satu dari banyak aktivitas yang penting untuk diperhatikan yaitu program CSR (Corporate Social Responsibility) yang menjadi kewajiban untuk dilaksanakan perusahaan.

Corporate Social Responsibility Dalam perkembangannya, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dapat menjadi alat taktis bagi perusahaan untuk meredam kritik dan melindungi citra mereka, atau dapat menjadi alat yang ampuh dalam masyarakat demokratis untuk membuat perusahaan bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan dengan menciPT.akan lingkungan bisnis yang berkelanjutan. Dengan kata lain: Corporate Social Responsibility selalu merupakan cerminan pembangunan sosial dalam masyarakat yang demokratis.

Program CSR merupakan penyadaran bagi perusahaan bahwa mereka harus berhati-hati dalam proses bisnisnya dan mengikuti pedoman yang berbeda. Di Indonesia, DPR mengesahkan UU No. 40 Tahun (2007) tentang Perseroan Terbatas dan UU No. 25 Tahun (2007) tentang Penanaman Modal. Menurut Pasal 74 Undang-Undang Perusahaan, setiap perusahaan yang menjalankan usahanya di, atau terkait dengan, sumber daya alam wajib bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Kebijakan ini ditegaskan dalam Pasal 15 (b) yang menyatakan bahwa setiap penanam modal wajib memikul tanggung jawab sosial. Jika tidak, dapat dikenakan sanksi berupa teguran, pembatasan usaha, penghentian operasi dan peluang investasi.

Ketentuan yang menetapkan persentase tertentu dari dana tanggung jawab sosial adalah Peraturan Menteri Keuangan Nomor 236/MBU/2003 tentang Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Dalam peraturan ini alokasi dana PKBL adalah 4% dari keuntungan yang

dibagikan, 2% untuk kemitraan dan 2% untuk bina lingkungan. Peraturan ini hanya berlaku bagi perusahaan yang berstatus BUMN (2003). Memutuskan bahwa persentase minimum antara dana tanggung jawab sosial dan laba bersih adalah 1%. Angka ini jauh lebih rendah atau 0,25% dari ketentuan perusahaan berstatus BUMN (2007a).

Sebagai perusahaan konstruksi, PT. Jasa Marga (Persero) Tbk merupakan operator jalan tol pertama dan terbesar di Indonesia Perseroan telah mengoperasikan 1.191 KM jalan tol atau 51% dari keseluruhan total panjang jalan tol beroperasi di Indonesia \pm 2.346 KM. tentunya memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat dan sekitarnya. Dilihat dari komitmen dan konsistensi PT. Jasa Marga Tbk dalam memenuhi kewajiban CSRnya, Melalui Program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) Jasa Marga tidak hanya berfokus pada program-program yang bersifat sosial saja tapi juga termasuk semua program perusahaan yang menjawab mitigasi risiko dampak operasional perusahaan terhadap stakeholders. Tanggung Jawab Sosial Lingkungan PT. Jasa Marga Tbk diwujudkan dalam berbagai kegiatan sosial, kegiatan keagamaan, program pendidikan, pengembangan masyarakat dan lain sebagainya. untuk mendapatkan penerimaan di masyarakat dan sebagai strategi untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat. Berdasarkan pelaksanaan tanggung jawab sosial juga dapat diketahui bagaimana kebijakan, program dan tujuan yang ditetapkan perusahaan menjadi acuan utama dalam menganalisis permasalahan yang muncul selama proses pelaksanaan tanggung jawab sosial. Tujuan dari analisis permasalahan ini adalah untuk mengetahui penyebab munculnya masalah-masalah dalam pelaksanaan CSR dan diharapkan hasil analisis ini dapat dijadikan rekomendasi bagi perusahaan dalam menyelesaikan permasalahan CSR.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka akan dilakukan kajian lebih mendalam mengenai timbal balik yang dilakukan oleh PT. Jasa Marga Tbk dengan lingkungan dan masyarakat, melalui penelitian berjudul : “Studi Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) pada PT. Jasa Marga Tbk ”.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility menurut Bowem (Mardikanto 2014) mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai tugas pemberi kerja untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan atau mengikuti tindakan yang diinginkan sehubungan dengan tujuan dan nilai sosial. Menurut ISO 26000, tanggung jawab sosial adalah tanggung jawab organisasi atas dampak keputusan dan tindakannya terhadap masyarakat dan lingkungan, yang diwujudkan sebagai perilaku transparan dan etis yang sesuai dengan keberlanjutan dan kebaikan masyarakat. Mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sesuai dengan undang-undang yang ditetapkan dan standar perilaku internasional dan terintegrasi di seluruh organisasi (Steele 2010). Hubungan CSR dengan Manajemen Strategi

Menurut Pearce dan Robinson (2014) pemangku kepentingan perusahaan dapat dikelompokkan menjadi pemangku kepentingan pihak dalam dan pihak luar. Pada umumnya, pihak luar sering kali menuntut agar klaim pihak dalam diletakkan di bawah kepentingan masyarakat atau dengan kata lain kepentingan pihak luar harus lebih diutamakan. Mereka berpendapat bahwa masalah seperti polusi, pembuangan limbah padat dan cair serta pelestarian sumber daya alam harus menjadi pertimbangan utama dalam mengambil keputusan strategis. Selain itu, pada umumnya pihak dalam cenderung berpendapat bahwa klaim pihak luar yang saling bersaing harus diseimbangkan dengan cara sedemikian rupa sehingga dapat melindungi misi perusahaan.

Menurut Mardikanto (2014) bahwa tidak ada salahnya melakukan CSR, karena semua kalangan sangat diuntungkan. Kita dalam berbisnis adalah untuk melayani lingkungan. Keuntungan adalah reward atas bisnis yang berjalan dengan baik. Jika berbisnis tidak untuk melayani lingkungan/masyarakat, maka lingkungan tidak akan mentolerir keuntungan kita dalam jangka panjang, atau bahkan lingkungan tidak akan menganggap keberadaan bisnis kita.

Tahap-Tahap Penerapan CSR

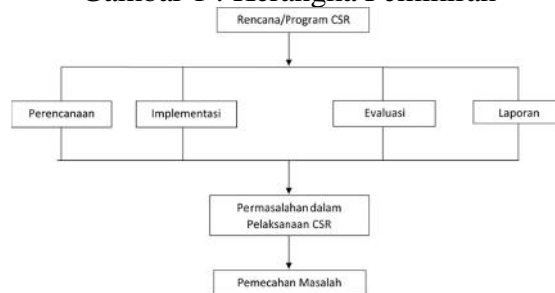
Tahapan pelaksanaan CSR

Langkah-langkah yang dilakukan perusahaan dalam melaksanakan CSR (Wibisono 2007) adalah

1. Tahap perencanaan yang terdiri dari sosialisasi, CSR Evaluasi dan pengembangan manual CSR
2. level implementasi yang terdiri dari sosialisasi, implementasi dan internalisasi
3. level evaluasi,
4. level pelaporan.

Berdasarkan latar belakang dan teori di atas, kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1 : Kerangka Pemikiran



II. METODE

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Data yang ada dianalisis dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Ruang lingkup penelitian ini berfokus pada pelaksanaan CSR PT. Jasa Marga Tbk mulai dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, pelaporan dan permasalahan yang dihadapi dalam proses pelaksanaan CSR. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data Primer dan sekunder. Sumber data penelitian ini menggunakan data sekunder internal Laporan pelaksanaan PT. Jasa Marga Tbk dan primer yaitu Observasi pada

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua metode pengumpulan data, yaitu:

1. Observasi
2. Dokumentasi

III. HASIL PENELITIAN

CSR Sebagai Strategi di PT. Jasa Marga

Tanggung jawab perusahaan telah menjadi fokus utama PT. Jasa Marga Tbk TBK sejak didirikan. PT. Jasa Marga Tbk adalah perusahaan operator jalan tol pertama dan terbesar di Indonesia yang memiliki dampak signifikan terhadap "Lingkungan Bisnis". Tujuan strategis perusahaan adalah perlindungan lingkungan dan kesadaran lingkungan. PT. Jasa Marga Tbk berharap dapat membawa banyak manfaat dan mendapatkan kepercayaan masyarakat melalui program tanggung jawab sosial perusahaan yang dilaksanakan.

Tahapan Penerapan CSR PT. Jasa Marga Tbk

Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan oleh PT. Jasa Marga Tbk dalam implementasi CSR antara lain:

1. Pada tahap perencanaan, langkah pertama adalah peningkatan kesadaran, dimana PT. Jasa Marga Tbk meningkatkan kesadaran akan pentingnya CSR dan kewajiban manajemen dalam pelaksanaannya. Langkah kedua adalah penilaian CSR, dimana perusahaan memetakan keadaan bisnis dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapat perhatian khusus.
2. Tahap implementasi, PT. Jasa Marga Tbk melakukan kegiatan sosialisasi dengan seluruh departemen di perusahaan tentang pedoman pelaksanaan CSR. SK Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) turunan yang sesuai dengan Peraturan Menteri PER-05/MBU/04/2021 dengan pelaksanaan program TJSL mengadopsi ISO 26000 dan pembentukan Komite TJSL sedang dipersiapkan. Aturan pelaksanaan Community Development berkoordinasi dengan Legal. Pelaksanaan program TJSL dilakukan dengan melibatkan unit kerja yang lain, kantor wilayah dan kantor cabang.
3. Tahap evaluasi, langkah ini harus dilakukan secara berkala untuk mengukur efektivitas pelaksanaan CSR. PT. Jasa Marga Tbk menerapkan pengawasan ketat terhadap sejumlah program CSR yang diselenggarakan.
4. Tahapan Pelaporan, PT. Jasa Marga Tbk melakukan evaluasi secara berkala baik triwulan maupun tahunan terhadap realisasi program TJSL untuk memastikan program dan anggaran tersalurkan tepat sasaran. Selain itu, evaluasi ini sebagai masukan perbaikan untuk rencana kerja periode berikutnya.

Program Dan Sasaran CSR PT. Jasa Marga Tbk

Program Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL) Jasa Marga tidak hanya berfokus pada program-program yang bersifat sosial saja tapi juga termasuk semua program perusahaan yang menjawab mitigasi risiko dampak operasional perusahaan terhadap stakeholders. Tanggung Jawab Sosial Lingkungan Jasa Marga diwujudkan dalam berbagai kegiatan sosial, kegiatan keagamaan, program pendidikan, pengembangan masyarakat dan lain sebagainya. Pada tahun 2021, Menurut laporan Keberlanjutan Sustainability Report PT. Jasa Marga Tbk Tbk (2021), Perseroan telah melaksanakan program TJSL dengan biaya investasi mencapai sebesar Rp64.399 miliar. Bentuk program TJSL berupa: pembangunan infrastruktur sarana pendidikan; sarana umum seperti sanitasi; dan perbaikan sarana ibadah. Selain itu, program TJSL juga dilakukan dengan memberikan layanan kesehatan dan bantuan bencana baik karena alam maupun non-alam sebagai berikut :

1. Bantuan Peningkatan Kesehatan
Perseroan memberikan bantuan kontribusi dana untuk pelaksanaan sentra vaksin Bersama BUMN, bingkisan untuk tenaga Kesehatan di rumah sakit vitamin untuk lingkungan perusahaan, tenaga kesehatan, pelaksanaan vaksin, minuman untuk RSD Wisma Atlit, tabung oxygen, COVID kit dukungan untuk biaya pengiriman alkes dari New York sebesar Rp1.954 juta.
2. Bantuan Sarana Ibadah
Bantuan Sarana Ibadah Upaya peningkatan sarana ibadah di wilayah masyarakat sekitar dilakukan dalam bentuk pembangunan tempat wudu, soundsystem, karpet, perbaikan sarana ibadah, bantuan bahan material dalam pembangunan sarana ibadah. Biaya yang dikeluarkan untuk bantuan sarana ibadah sebesar Rp1.884 juta.

3. Bantuan Sosial Kemasyarakatan dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan
Program diwujudkan melalui pemberian bantuan bingkisan untuk anak yatim wilayah operasional perusahaan, peralatan hidroponik dan bibit tanaman, sembako, renovasi rumah tinggal layak huni di Cirebon, kursi roda, motor tiga roda untuk penyandang disabilitas, dukungan untuk atlet paralimpiade, sertifikasi halal untuk 10 mitra binaan, landing page dan pendampingan produk mitra binaan kiocha marketplace sebesar Rp3.456 juta
4. Bantuan Pendidikan dan/atau Pelatihan
Program diwujudkan melalui pemberian material untuk ruang kelas, asrama untuk Ponpes, TK, PAUD, SD, SMP, pemasangan internet serta laptop untuk 5 SMP, komputer, printer, perpustakaan digital dan pojok baca di Balkondes Majaksingi, dana Pendidikan untuk putra/i karyawan mitra kerja dan Polri, webinar dan training safety road rangers dengan total dana bantuan sebesar Rp1.900 juta.

IV. PEMBAHASAN

Permasalahan dalam Pelaksanaan CSR PT. Jasa Marga Tbk dapat dikatakan bahwa program CSR yang dicanangkan oleh PT. Jasa Marga Tbk tidak berjalan maksimal karena beberapa kendala yang dihadapi. Masalah-masalah ini meliputi:

1. Permasalahan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan di bidang pendidikan dan donasi, yang timbul dari pengaduan masyarakat yang tidak adil.
2. Evaluasi dan monitoring pelaksanaan beberapa program tanggung jawab sosial belum maksimal.
3. Masyarakat menginginkan komunikasi langsung atau suatu forum dengan PT. Jasa Marga Tbk, tidak hanya melalui suatu perwakilan.

Pemecahan Masalah Pelaksanaan CSR PT. Jasa Marga Tbk

Rekomendasi yang dapat diberikan untuk mengatasi permasalahan terkait pelaksanaan CSR PT. Jasa Marga Tbk adalah:

1. Kerjasama dengan badan/lembaga pendidikan lain dalam proses program CSR serta pemerataan bantuan pendidikan di seluruh provinsi di Indonesia.
2. Meningkatkan evaluasi dan monitoring program CSR PT. Jasa Marga Tbk dengan mewajibkan pengurus dan perangkat desa melaporkan secara transparan penyaluran hibah dan sumbangan.
3. Membangun komunikasi dengan masyarakat melalui tanggung jawab sosial.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan judul Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) di PT. Jasa Marga Tbk, dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Proses pelaksanaan program yang dilaksanakan oleh PT. Jasa Marga Tbk sudah berjalan dengan baik, namun belum optimal. Karena masih ada kendala di hadapi.
2. Adanya Keluhan dari masyarakat bahwa pembagian hibah dan santunan tidak merata, evaluasi dan monitoring beberapa program tanggung jawab sosial tidak maksimal, dan masyarakat menginginkannya komunikasi langsung dengan PT. Jasa Marga Tbk, tidak hanya melalui perwakilan setempat. Tujuannya untuk mengkomunikasikan keluhan serta kebutuhan dan harapan masyarakat kepada perusahaan.

Saran

Bedasarkan Permasalahan yang dihadapi PT. Jasa Marga Tbk dalam pelaksanaan kegiatan CSR, saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan dapat bekerjasama dengan pihak lain untuk mengelola pelaksanaan CSR. Hal ini bertujuan untuk mewujudkan CSR yang bermanfaat dan efektif baik bagi perusahaan maupun masyarakat sebagaimana tujuan dari program CSR PT. Otsuka Indonesia.
2. Membangun komunikasi guna Terhubung dengan masyarakat melalui kesadaran CSR membantu perusahaan mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan masyarakat di sekitar perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- II;, John A. Pearce, Richard B., and Jr Robinson. 2014. *Manajemen Strategis: Strategic Management-Formulation, Implementation, and Control*. Jakarta: Salemba Empat.
- Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara. 2003. “Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor Kep-236/Mbu/2003 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan Menteri Badan Usaha Milik Negara.”
- Mardikanto, Totok. 2014. *CSR (Corporate Social Responsibility): Tanggungjawab Sosial Korporasi/ Totok Mardikanto*. Bandung: Alfabeta.
- Pemerintah Indonesia. 2007a. *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 40 TAHUN 2007 TENTANG PERSEROAN TERBATAS*. Kementrian Indonesia. Jakarta.
- . 2007b. *UNDANG UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 25 TAHUN 2007 TENTANG PENANAMAN MODAL*. Jakarta.
- PT. Jasa Marga Tbk , Tbk. 2021. “Laporan Keberlanjutan Sustainability Report PT. Jasa Marga Tbk Tbk,” 1–258.
- Steele, Rob. 2010. “International Standard -ISO 26000 Guidance on Social Responsibility.” *Iso 26000 2010 (First Edition)*: 1–86.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep Dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.