

## UNDERSTANDING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY FROM STUDENTS PERSPECTIVE

**Yopi Yudha Utama**

IAIN Kediri

yopiyudhautama@iainkediri.ac.id

---

### ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan program yang harus dijalankan oleh perusahaan. Prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan harus berjalan beriringan. Hal ini berguna untuk proses keberlanjutan dalam sebuah bisnis. Tidak hanya untuk dunia bisnis, tetapi juga untuk keberlanjutan sosial dan lingkungan. Kemudian, tidak hanya pebisnis saja yang harus tahu tentang CSR, setidaknya mahasiswa juga tahu tentang CSR sebagai ilmu. Hal ini dikarenakan sebagian dari mereka mungkin ingin menjadi wirausaha nantinya, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui CSR dari sudut pandang mahasiswa. Penelitian ini memiliki paradigma interpretif dan termasuk dalam penelitian kualitatif ini. Penelitian ini menggunakan teknik angket untuk pengumpulan data. Objek penelitian ini adalah beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Perguruan Tinggi Islam di kota Kediri. Hasilnya, sebagian besar dari mereka mengetahui cukup baik tentang Corporate Social Responsibility (CSR), dan setuju bahwa aspek sosial dan lingkungan suatu perusahaan tidak dapat dipisahkan dari aspek ekonominya.

**Kata Kunci:** *CSR, Sustainability, Knowledge, Students*

### PENDAHULUAN

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya atau menjalankan kegiatan operasionalnya pasti akan ditemukan dengan kondisi dimana perusahaan harus membuat keputusan, baik dalam kegiatan operasional internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Dalam proses pengambilan keputusan tersebut, tentu saja semua perusahaan pasti membutuhkan suatu informasi, dimana informasi yang dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Sehingga dapat dikatakan jika informasi memegang peranan penting.

Para *stakeholder* bisa jadi menuntut pengungkapan informasi yang seluas-luasnya

atau selengkap-lengkapnyanya dari sebuah perusahaan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan operasional perusahaan. Mereka pasti akan mencari tahu terlebih dahulu mengenai informasi-informasi yang berkaitan dengan perusahaan (selain informasi mengenai keadaan ekonomi perusahaan), sebelum membuat keputusan untuk melakukan investasi ke dalam perusahaan tersebut.

Informasi yang dimaksud penulis, salah satunya adalah aspek lingkungan. Kegiatan bisnis harus dikaitkan dengan lingkungan. Hal ini agar perusahaan tersebut tidak sembarangan dalam menjalankan kegiatannya, sehingga tetap memperhatikan

keberlanjutan dan kesehatan lingkungan alam di sekitar perusahaan tersebut.

Aspek lain yang perlu diperhatikan adalah aspek sosial. Aspek sosial merupakan aspek-aspek yang berkaitan dengan kondisi masyarakat sekitar perusahaan. Mengapa aspek ini penting bagi perusahaan? Karena jika perusahaan mengabaikan aspek ini, dan masyarakat merasa terganggu dengan kegiatan perusahaan tersebut, maka nilai perusahaan akan turun dan buruk di mata masyarakat. Jika kondisi ini terus terjadi, maka bukan tidak mungkin jika perusahaan akan mengalami kerugian bahkan pailit di masa depan nanti.

Ketiga aspek tersebut merupakan aspek-aspek yang termasuk dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan karena dampak-dampak lingkungan yang ditimbulkannya merupakan tujuan dari CSR itu sendiri. Adanya fenomena seperti *global warming*, kemiskinan yang semakin meningkat serta memburuknya kesehatan masyarakat memicu perusahaan untuk melakukan tanggung jawabnya. Jadi CSR merupakan suatu bentuk kepedulian sosial sebuah perusahaan untuk melayani kepentingan organisasi maupun kepentingan publik eksternal. CSR juga dapat diartikan sebagai bentuk komitmen dari perusahaan untuk bertanggungjawabkan dampak operasi dalam aspek sosial, ekonomi serta lingkungan. Maka, dengan menerapkan CSR, perusahaan bisa memperoleh legitimasi dari lingkungan sosial serta mampu memaksimalkan keadaan keuangannya dalam jangka panjang (Kiroyan, 2006).

Pengetahuan tentang CSR harus dipahami betul oleh seorang pengusaha

maupun calon pengusaha. Salah satunya adalah mahasiswa. Mengapa mahasiswa? Karena mahasiswa juga memiliki potensi yang besar untuk membangun sendiri bisnisnya suatu saat nanti. Oleh karena itu, mereka minimal memiliki pengetahuan yang cukup baik tentang CSR itu sendiri. Maka daripada itu, menarik untuk mengetahui pengetahuan mahasiswa dalam memahami *corporate social responsibility*.

## KAJIAN PUSTAKA

### *Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas sebagai bentuk kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan yang tercermin melalui praktik bisnis yang baik (Wibisono, 2007; Lindawati & Puspita, 2015)

Isu mengenai *Corporate Social Responsibility* telah terdapat di dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 yang disahkan oleh DPR. Tentu saja UU ini awalnya terjadi pro-kontra. Hal ini karena adanya kewajiban perusahaan untuk melakukan CSR. Namun, pemerintah tetap kukuh dengan prinsipnya yaitu CSR menjadi kewajiban perusahaan. Latar belakang kuatnya pemerintah menerapkan hal tersebut adalah karena kerugian yang dirasakan oleh masyarakat maupun lingkungan, jumlahnya tidak sedikit karena akibat dari kegiatan operasional bisnis dari perusahaan terkait (Werastuti, 2017).

CSR harus dilihat sebagai kesatuan dari tiga prinsip, yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan (*triple bottom line*) (Astri, 2012).

CSR sendiri erat kaitannya dengan konsep keberlanjutan atau *sustainability*. Dalam penelitian akuntansi, *sustainability* atau keberlanjutan dapat dimaksudkan dengan *corporate social responsibility* (Guo & Yang, 2014). Dalam akuntansi, *sustainability accounting* menggambarkan bagian dari akuntansi yang berhubungan dengan kegiatan, metode dan sistem untuk merekam, menganalisis dan melaporkan dampak lingkungan dan sosial yang disebabkan aktivitas keuangan, dampak ekologi (lingkungan) serta sosial dari *economic system* yang ditetapkan dan mungkin yang paling penting, interaksi dan hubungan antara isu-isu sosial, lingkungan dan ekonomi yang merupakan tiga dimensi keberlanjutan (Schaltegger & Burrit, 2010). Lebih lanjut, integrasi antara faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan dapat dijadikan sebagai pengambilan keputusan (Smythe, 2014).

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang termasuk dalam penelitian kualitatif. Maka daripada itu, penelitian ini menggunakan alat analisis dari teori-teori ilmu sosial (Triyuwono, 2013). Dalam penelitian kualitatif, terjadi interaksi mendalam antara narasumber dengan peneliti,

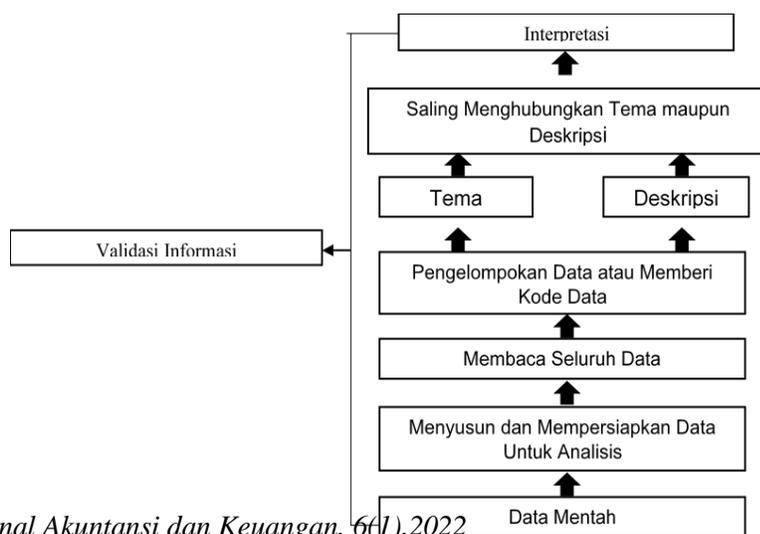
karena baik peneliti maupun narasumber dapat mengungkapkan apapun namun tetap dalam konteks penelitian, sehingga peristiwa maupun gagasan yang ada dalam riset kualitatif ini dapat menunjukkan makna dari kejadian nyata yang dialami oleh seseorang (narasumber), bukan makna atau nilai dari seorang peneliti (Utama, 2019).

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif. Paradigma ini mempunyai ciri khas dalam memahami dan menjelaskan dunia sosial yang tidak terlepas dari pandangan personal dari keterlibatannya secara langsung dalam sebuah proses sosial tersebut (Burrell & Morgan, 1979; Darmayasa & Aneswari, 2015).

Objek pada penelitian ini adalah dua puluh delapan mahasiswa yang berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Perguruan Tinggi Islam di kota Kediri. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menyebar kuesioner dengan beberapa pertanyaan di dalamnya yang sesuai dengan tujuan penelitian ini.

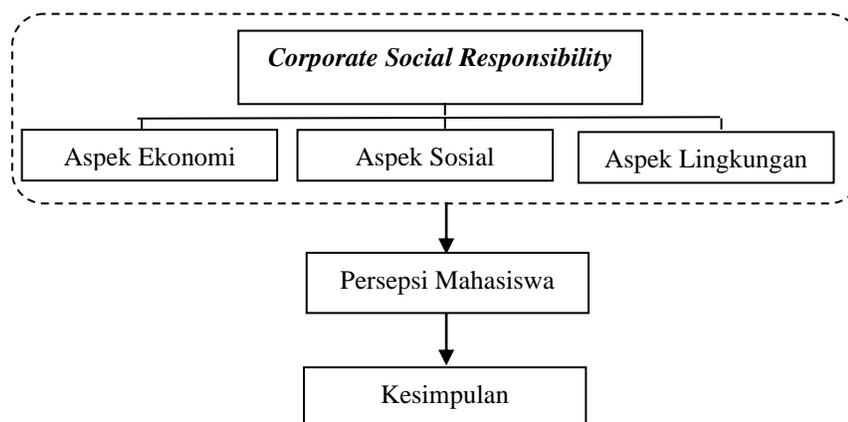
Teknik analisis data ini menggunakan analisis milik Cresswell (2016).

Cresswell (2016) menyatakan jika model analisis diatas tidak harus sesuai



dengan tahapan atau susunan yang telah disajikan. Dengan demikian maka susunan analisis data yang disajikan oleh Creswell dapat dirubah sesuai dengan praktiknya.

Model penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Model Penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Triple Bottom Line: Keseimbangan yang Harus Dijaga*

Perusahaan tidak boleh hanya mementingkan aspek ekonominya saja. Baik itu perusahaan yang sudah besar dan punya nama baik, maupun perusahaan yang masih kecil. Ketiga aspek berupa aspek ekonomi, aspek sosial, serta aspek lingkungan atau yang kita kenal dengan *triple bottom line* ini harus berjalan seimbang. Konsep *triple bottom line* ini muncul atau digagas oleh Elkington (1997).

Perusahaan boleh saja mencari keuntungan (aspek ekonomi), namun jangan sampai melupakan kewajibannya terhadap kesejahteraan sosial dan kelestarian lingkungannya (Santoso, 2016). Hal yang senada juga diungkapkan oleh mayoritas informan penelitian. Ketika mereka ditanya mengenai boleh atau tidaknya suatu perusahaan hanya mementingkan aspek

ekonomi saja. Diantara jawabannya adalah sebagai berikut:

“Dalam suatu perusahaan harus mementingkan beberapa aspek, dan tidak bisa mementingkan satu aspek saja akibatnya perusahaan tidak bisa

mencapai tujuan secara bersama” (Informan F)

“Perusahaan harus bertanggung jawab dari aspek manapun, Perusahaan bertanggung jawab kepada seluruh pihak yang berkementingan seperti pemerintah, karyawan, konsumen, dan pemegang saham. Tidak hanya pertanggung jawaban dalam bentuk finansial, tetapi ekonomi, sosial, dan lingkungan secara keseluruhan.” (Informan W)

Lebih lanjut, pentingnya perusahaan harus mementingkan aspek sosial dan lingkungan juga diungkapkan oleh beberapa informan. Dari aspek sosial misalnya, diantaranya adalah sebagai berikut:

“Karena aspek sosial adalah aspek geografi sosial yang berkaitan dengan unsur-unsur sosial. Secara umum aspek sosial membahas mengenai hal-

hal yang berkenaan dengan unsur tradisi, adat-istiadat, komunitas, kelompok masyarakat dan lembaga-lembaga sosial. Maka dari itu sangat penting juga untuk diperhatikan” (Informan I)

“Karena dalam suatu perusahaan tidak hanya memikirkan perolehan laba perusahaan itu sendiri. Akan tetapi juga rasa menghargai dan sebuah bentuk rasa terima kasih dari dibolehkan pendirian usaha. Dengan begitu masyarakat akan senang, hal ini dapat dilakukan seperti ketika di bulan ramadhan, perusahaan membagi zakat pada lingkungan sekitar, pembukaan lapangan kerja bagi lingkungan sekitar, dan lain-lain” (Informan J)

“Supaya tetap terjaga kestabilan dalam ekonomi perusahaan dan mencegah adanya isu isu sosial” (Informan O)

“Karena suatu perusahaan tidak hanya dilihat dari aspek ekonomi dan keuntungannya saja tetapi juga dilihat dari tindakan dan kepedulian sosialnya terhadap sekitar.” (Informan T)

“Karena dalam perusahaan juga bertanggungjawab atas tindakan dan kegiatan usahanya yang berdampak pada orang-orang tertentu, masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut melakukan aktivitas usahanya sedemikian rupa,

sehingga tidak berdampak negatif pada pihak tertentu dalam masyarakat” (Informan AA)

Kemudian, dari aspek lingkungan, diantaranya adalah sebagai berikut:

“Jika perusahaan tidak memperhatikan lingkungan sekitar, maka lingkungan itu akan rusak. Dan dampaknya juga akan kembali pada perusahaan itu sendiri. Misalkan perusahaan tidak memperhatikan pembuangan limbah, mereka membuang sembarangan. Itu akan memunculkan 2 kemungkinan. Yang pertama nama perusahaan akan tercemar baik dari segi konsumen, masyarakat, dan para investor maupun kompetitor. Dan yang kedua, lingkungan sekitar (tanah, air, udara, dll) juga akan tidak baik jika digunakan produksi karena telah tercemar.” (Informan J)

“Perusahaan berdiri di tanah lapang yg awalnya sebuah 'alam bebas' yang patut dijaga kelestarian atau bahkan kemurniannya sehingga tidak mengganggu biota lain yang ada disekitarnya, seperti manusia dan hewan. Dengan cara seperti itu, kondisi alam yang buruk/pencemaran tidak akan terjadi apabila perusahaan dengan sigap memerhatikan aspek ini.” (Informan L)

“Kalau kita tidak memperhatikan lingkungan, perusahaan akan terkena teguran bahkan busa ditutup paksa,

karena merugikan sekitar, seperti contoh limbah pabrik yg dibuang tanpa di sortir, itu akan mengganggu sekitar, yg berdampak pada perusahaan” (Informan P)

“Karena aspek lingkungan merupakan kewajiban perusahaan terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasi dan produk, menghilangkan emisi dan limbah, mencapai efisiensi maksimum dan produktivitas tergantung pada sumber daya yang tersedia, dan penurunan praktik yang dapat berdampak negatif terhadap negara dan ketersediaan sumberdaya generasi berikutnya” (Informan X)

Dari mayoritas pernyataan yang diberikan oleh informan, maka sebenarnya para mahasiswa ini sadar jika dalam menjalankan bisnis ini terdapat keberadaan aspek-aspek di luar aspek ekonomi yang harus diperhatikan dan dijaga.

Pernyataan yang diberikan oleh informan penelitian, juga senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Astri (2012) menyatakan jika CSR selain menjadi bagian dalam memberikan kontribusi pembangunan ekonomi berkelanjutan, juga memiliki peranan penting dalam peningkatan kualitas hidup bersama. Begitu juga yang diungkapkan oleh Tania (2012:83) yang menyatakan jika pelaksanaan CSR akan memberikan kontribusi positif. Contohnya seperti meningkatkan kualitas SDM, kelembagaan, *saving*, *consumption* dan investasi dari rumah tangga (Ambadar, 2008:35).

### ***Corporate Social Responsibility: Benarkah Perusahaan Dirugikan?***

Tidak dipungkiri jika pada pelaksanaan kegiatan CSR, perusahaan akan mengeluarkan biaya untuk kegiatan ini. Tapi tentu saja, hal semacam ini tidak bukanlah menjadi beban bagi perusahaan. Alasannya adalah CSR ini juga akan berdampak positif bagi perusahaan tu sendiri. Pernyataan ini juga diungkapkan oleh beberapa informan penelitian sebagai berikut:

“Dampaknya adalah masyarakat sekitar akan mengenal perusahaan dengan baik dengan begitu dapat dikatain sosial branding. Pada aspek lingkungan berdampak lingkungan akan terjaga” (Informan A)

“Menurut saya perusahaan akan memiliki citra yang baik di kalangan masyarakat, dan bisa jadi keuntungan perusahaan akan stabil atau meningkat.” (Informan U)

“Apabila perusahaan memperhatikan aspek sosial dan aspek lingkungan (alam) Menjadikan citra perusahaan dipandang positif oleh masyarakat, hal ini menunjukkan bahwa dukungan aktif yang diberikan oleh perusahaan dalam kegiatan sosial memberikan pengaruh positif pada masyarakat lingkungan sekitar perusahaan, dan akan menimbulkan kondisi yang kondusif dalam aktivitas perusahaan tersebut.” (Informan Y)

“Perusahaan akan disukai banyak orang dan alam juga tetap terjaga. Dengan begitu perusahaan akan bisa maju terus sampai jangka panjang tanpa menimbulkan dampak negatif bagi sosial dan alam.” (Informan AA)

Pernyataan beberapa informan di atas menegaskan jika kegiatan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan justru akan memberikan dampak positif atau keuntungan bagi perusahaan itu sendiri, seperti citra baik yang akan didapat oleh perusahaan. Dilihat dari teori legitimasi, dengan adanya pengakuan atau pandangan positif dari masyarakat terhadap suatu perusahaan, maka akan berakibat nilai perusahaan juga akan naik.

CSR dan dampak positifnya terhadap (performa) organisasi juga didukung oleh beberapa penelitian (baca Abu Bakar & Ameer, 2011; Van Beurden & Gosling, 2008). Peneliti lain, yaitu Singh & Misra (2021), menyatakan jika upaya sosial yang dilakukan oleh perusahaan secara signifikan terkait dengan reputasi organisasi, nilai-nilai inti, dan kinerja organisasi secara keseluruhan.

Lalu bagaimana dengan perusahaan yang mengabaikan aspek sosial dan lingkungannya? Perusahaan yang mengabaikan aspek sosial dan lingkungannya, maka bisa jadi kegiatannya itu dapat mengakibatkan kerusakan pada lingkungan alam sekitar, sehingga mengganggu masyarakat. Hal yang hampir senada juga diungkapkan oleh beberapa informan penelitian ini. Berikut hasil pernyataan mereka:

“Tidak akan mendapatkan timbal balik yang baik, bahkan akan sangat merugikan perusahaan itu sendiri ataupun sekitar” (Informan E)

“(1) Nama perusahaan tercemar; (2) Akan sulit bersaing di dunia bisnis; (3) Akan sulit mencari relasi; (4) Akan sulit meningkatkan laba perusahaan. Dan masih banyak lagi” (Informan J)

“Terjadinya polemik masyarakat terhadap perusahaan” (Informan O)

“Sebuah perusahaan yang mengabaikan tanggung jawab sosial berarti tidak menaati peraturan pemerintah. Hal ini dapat berdampak serius terhadap keberlangsungan dan kesuksesan bisnis perusahaan untuk kedepannya. Perusahaan yang tidak menjalankan CSR berpeluang lebih besar memiliki citra buruk secara sosial dan lingkungan. Perusahaan akan berhadapan dengan hukum karena tidak menaati peraturan perundang-undangan. Protes dan penolakan masyarakat sekitar yang merasa dirugikan oleh keberadaan perusahaan karena dampak lingkungan yang ditimbulkan juga tak bisa dihindari. Dampak lainnya perusahaan dapat merugi karena konsumen lebih memilih kompetitor yang menjalankan CSR dengan baik.” (Informan V)

## **KESIMPULAN**

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah kegiatan yang dilakukan oleh

perusahaan sebagai bentuk kepedulian atau perhatian mereka terhadap kesejahteraan sosial dan kelestarian lingkungan. Hal ini dilakukan oleh semua perusahaan, baik perusahaan dalam skala besar maupun kecil. Oleh karena itu, pengetahuan tentang CSR perlu ditekankan sejak awal, tidak terkecuali kepada mahasiswa. Alasannya adalah karena bisa jadi beberapa diantara mereka nanti ingin menjadi seorang pengusaha atau pebisnis.

Dalam penelitian ini, mahasiswa yang menjadi informan penelitian. Mayoritas dari mereka menyetujui jika aspek sosial dan lingkungan perlu diperhatikan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, selain aspek ekonomi. Atau dengan kata lain, aspek ekonomi, aspek sosial dan aspek lingkungan tidak bisa dipisah satu sama lain. Hal ini agar hal-hal yang terkait dengan sosial itu tetap terjaga dengan baik, serta tidak merusak kelestarian lingkungan alam sekitar.

Dari sisi lain, CSR juga memiliki dampak positif bagi perusahaan. Alasannya adalah dengan melakukan CSR, maka citra perusahaan akan semakin baik di mata masyarakat secara umum maupun bagi pemerhati lingkungan. Hal semacam ini juga akan meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri.

#### DAFTAR PUSTAKA

Abu Bakar, A. S., & Ameer, R. (2011). Readability of corporate social responsibility communication in Malaysia. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18(1), 50-60.

Ambadar, J. (2008). *CSR Dalam Praktik di Indonesia*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Astri, H. (2012). Pemanfaatan Corporate Social responsibility (CSR) Bagi Peningkatan Kualitas Hidup Manusia Indonesia. *Aspirasi*, 3(2), 151-165.

Burrell, G., & Morgan, G. (1979). *Sociological Paradigms and Organisational Analysis: Elements of The Sociology of Corporate Life*. London: Heinemann Educational Books.

Darmayasa, I. N., & Aneswari, Y. R. (2015). Paradigma Interpretif Pada Penelitian Akuntansi Indonesia. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(3), 350-361.

Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The triple bottom line of 21st century business*. Oxford: Capstone Publishing Ltd.

Guo, Y., & Yang, D. C. (2014). Sustainability Accounting Reporting: A Survey on 30 U.S. Dow-Jones Companies. *International Journal of Accounting and Taxation*, 2(3).

Kiroyan, N. (2006). Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR). Adakah kaitan di Antara Keduanya? *Economics Business Accounting Review*, III, 45-48.

Lindawati, A. S., & Puspita, M. E. (2015). Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder Dan Legitimacy GAP Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 157-174.

- Santoso, S. (2016). Konsep Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Konvensional dan Fiqh Sosial. *Ahkam*, 4(1), 81-104.
- Schaltegger, S., & Burrit, R. L. (2010). Sustainability Accounting for Companies: Catchphrase or Decision Support for Business Leaders? *Journal of World Business*, 45, 375-384.
- Singh, K., & Misra, M. (2021). Linking Corporate Social Responsibility (CSR) and Organizational Performance: the moderating effect of corporate reputation. *European Research on Management and Business Economics*, 27, 1-10.
- Smythe, K. R. (2014). An Historian's Critique of Sustainability. *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research*, 6(5), 913-929.
- Tania, S. (2012). *Corporate Social Responsibility di Indonesia: Prinsip dan Aplikasi*. Yogyakarta: FISIPOL UGM.
- Triyuwono, I. (2013). (Makrifat) Metode Penelitian Kualitatif (dan Kuantitatif) Untuk Pengembangan Disiplin Akuntansi. *Simposium Nasional Akuntansi*, 1-15.
- Utama, Y. Y. (2019). Definsi Akuntansi Dalam Bingkai Maqoshid Syariah. *ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development*, 3(2), 229-242.
- Van Beurden, P., & Gossling, T. (2008). The worth of values - A literatur review on the relation between corporate social and financial performance. *Journal of Business Ethics*, 82(2), 407-424.
- Werastuti, D. N. (2017). Konsep Corporate Social Responsibility Berbasis Catur Purusa Artha. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 8(2), 319-335.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Gresik: Fasco Publishing.