

E-ISBN: 978-623-97824-5-0 ISBN: 978-623-97824-4-3

Model Triple Helix Dalam Kegiatan Corporate Social Responsibility



Economics & Business Publishing
Fakultas Ekonomi UNNES

Azizul Kholis
Anggriyani
Sulaiman Lubis
Nasirwan

MODEL TRIPLEHELIX DALAM KEGIATAN COPORATE SOCIAL RESPOBSIBILITY

Dr. Azizul Kholis, SE, M.Si, M.Pd, CMA, CSRS

Dr. Nasirwan, SE, M.Si, Ak, CA

Sulaiman Lubis, SE, MM

Anggriyani, SE, M.Si, Ak, CA

THE
Character Building
UNIVERSITY



**Economic & Business
Publishing**

MODEL TRIPLEHELIX DALAM KEGIATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Penulis : Dr. Azizul Kholis, SE, M.Si, M.Pd, CMA, CSRS
Dr. Nasirwan, SE, M.Si, Ak, CA
Sulaiman Lubis, SE, MM
Anggriyani, SE, M.Si, Ak, CA

Copyright © 2021, Pada Penulis
Hak Cipta dilindungi undang-undang
All rights reserved

Penata Letak: Sutrisno, SE
Perancang Sampul: Ariz Muflih Muttaqi

Diterbitkan Oleh:

Economic & Business Publishing

Jalan Willem Iskandar Pasar V – Kotak Pos No. 1589 Medan

Telp. (061) 6613365

Fax. (061) 6614002, 6613319

Contact Person: 081370294404

ISBN : 978-623-97824-4-3

E-ISBN : 978-623-97824-5-0

Cetakan Pertama: Agustus 2021

Character Building
UNIVERSITY



**Economic & Business
Publishing**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan rahmat-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan buku “Model Triplehelix dalam kegiatan CSR”. Buku ini menggambarkan bagaimana bentuk implementasi CSR sesuai dengan model triplehelix. Ruang lingkup pembahasan Buku ini mencakup Konsep dasar Triplehelix, peran pemerintah dalam implementasi CSR, Peran Perusahaan dan Masyarakat, serta dampak implementasi CSR.

Buku ini disajikan dengan bahasa yang sederhana dan menggambarkan inti dari penerapan CSR, karena itu kehadiran buku ini dapat membuka wawasan tentang CSR bagi para akadaemisi dan praktisi yang konsen dibidang ini, buku ini telah direvisi berulang kali namun penulis masih membuka peluang kritikan demi kesempurnaan buku ini sehingga menambah kasanah keilmuan dibidang pengelolaan Corporate Social Responsibility.

Kami menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan buku ini. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan dan kesempurnaan buku ini. Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu proses penyelesaian buku ini.

Medan, Agustus 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
BAB I KONSEP DASAR TRIPLE HELIX	1
BAB II PERAN PEMERINTAH.....	11
BAB III PERAN PERUSAHAAN	23
BAB IV PERAN PERGURUAN TINGGI.....	31
BAB V HUBUNGAN PEMERINTAH, PERUSAHAAN DAN MSYARAKAT	40
BAB VI MPLEMENTASI CSR	49
BAB VII KEBIJAKAN CSR DAN RISIKO KEUANGAN	60
BAB VIII DAMPAK CSR DALAM PEREKONOMIAN	71
BAB IX MENGOPTIMALKAN CSR	83
BAB X TANTANGAN BARU YANG MUNCUL DARI PRAKTIK CSR	91
DAFTAR PUSTAKA	101
APENDIX.....	102
TENTANG PENULIS	

BAB I KONSEP DASAR TRIPLE HELIX

1.1. Pengertian Triple Helix

Teori Triple Helix, yang dipopulerkan oleh Etzkowitz dan Leydersdorff (1995), adalah suatu pendekatan dalam menciptakan sinergi kerjasama dari tiga aktor yaitu akademik (A), bisnis (B), dan pemerintah (G) untuk membangun ekonomi berbasis pengetahuan (knowledge-based economy). Dari sinergi yang terbangun diharapkan dapat muncul sirkulasi pengetahuan antar aktor yang terlibat untuk melahirkan berbagai inovasi pengetahuan yang memiliki potensi untuk dikapitalisasi atau ditransformasi menjadi produk maupun jasa yang memiliki nilai ekonomis. Dalam perkembangan empirisnya di berbagai belahan dunia muncul berbagai aktor-aktor diluar unsur ABG yang disebutkan tadi yang ikut memberi pengaruh signifikan bagi dinamika interaksi ketiganya. Dengan adanya aktor-aktor yang muncul kemudian ini diperlukan suatu model yang merupakan pengembangan dari model Triple Helix, sebagai pisau analisis dalam mengembangkan berbagai model kebijakan kerjasama knowledge-based economy. Leydersdorff (2012) berpandangan bahwa model Triple Helix secara teoretis dapat diekspansi menjadi model-model quadruple-helix, dan seterusnya hingga n-tuple helix tanpa ada batasan. Meski demikian juga Leydersdorff (2012) memberi catatan bahwa atas alasan metodologis hendaknya pengembangan model Triple Helix dilakukan secara

bertahap sesuai kebutuhan agar memberikan daya penjas. Lucy Yang Lu (2008) dan Etzkowitz (2008) mengemukakan ada tiga tahap munculnya model inovasi Triple Helix yaitu: 1) Transformasi internal masing-masing heliks; 2) Pengaruh satu heliks terhadap yang lain; 3) Penciptaan hamparan baru jaringan trilateral; 4) Organisasi dari interaksi di antara ketiga heliks tersebut. Menurut Etzkowitz dan Ranga (2008), proses evolusi dalam model triple helix melibatkan transisi dari tahap 'statist' di mana pemerintah mengontrol akademisi dan industri, ke hubungan negara laissez-faire antara ketiga lingkup institusional; dan akhirnya ke tahap hibrida di mana setiap lingkup institusional menyimpan karakteristik khasnya sendiri, dan pada saat yang sama mengambil peran yang lain.

1.2. Konsep Triple Helix

Keberhasilan sebuah organisasi dalam mencapai tujuannya tidak terlepas dari strategi, inovasi, implementasi serta evaluasi yang berkelanjutan, dibutuhkan sebuah sistem yang mampu mengakomodir dan mempercepat proses dari strategi yang telah ditetapkan. Hubungan antar aktor dan akibat dari pola interaksi yang terjadi dalam sistem akan membentuk suatu pola atau konsep (pattern), salah satunya adalah konsep triple helix. Dalam pandangan Etzkowitz (2003), Triple Helix diperlukan untuk menjelaskan model interaksi universitas, industri, dan pemerintah. Analisis Triple Helix menyatakan bahwa interaksi tersebut adalah kunci untuk meningkatkan kondisi bagi inovasi masyarakat berbasis pengetahuan. Pada Triple Helix, industri

beroperasi sebagai lokus dari produksi, pemerintah sebagai sumber hubungan kontraktual yang menjamin interaksi dan pertukaran yang stabil, dan universitas sebagai sumber pengetahuan dan teknologi baru, juga prinsip generatif ekonomi yang berbasis pengetahuan. Lembaga utama itu bertujuan untuk memenuhi masyarakat, dan institusi lain bergantung untuk memenuhi misi mereka. Industri dan pemerintah juga demikian dalam masyarakat modern. Menurut Mills (1958), universitas ditingkatkan dengan kesetaraan status dalam masyarakat berbasis pengetahuan, berbeda dengan konfigurasi kelembagaan sebelumnya dengan menempati posisi status sekunder.

Triple Helix menunjukkan transformasi dalam hubungan antara universitas, industri dan pemerintah serta di dalam lingkaran ini masing-masing. Sebagai institusi yang —mengambil peran lain", kompetisi secara tradisional dari lembaga tidak berfungsi.

Triple Helix bersaing secara simultan dan lingkup kelembagaan yang bekerja sama berbeda dari situasi dengan cakupan dengan industri yang mencakup negara dan universitas pada era ketika industri dominan dimiliki oleh negara. Ini juga berbeda dari bidang kelembagaan yang terpisah, setidaknya secara teori mengikuti prinsip-prinsip *laissez-faire*. Dari salah satu titik awal ini, ada gerakan menuju model global baru untuk analisis inovasi yang dinamis.

Di samping itu, demikian ditegaskan Etzkowitz et al. (2000) serta Etzkowitz dan Leydesdorff (1999), salah satu model yang

dapat menafsirkan perubahan tersebut adalah model Triple Helix. Triple helix dari hubungan universitas, industri, pemerintah melampaui model-model sebelumnya dari hubungan kelembagaan, apakah laissez-faire atau sosialis, dengan aspek ekonomi atau pemerintahan yang mendominasi, atau dengan sektor pengetahuan yang memainkan peran tambahan. Model triple helix berupaya untuk menjelaskan konfigurasi baru tentang kekuatan institusional yang muncul dalam sistem inovasi, baik melalui penurunan totalitas pemerintah atau pembukaan korporasi yang sepihak.

Ketika pengetahuan menjadi bagian yang semakin penting dari inovasi, universitas sebagai lembaga penghasil dan penyebar pengetahuan akan memainkan peran yang lebih besar dalam inovasi industri. Sebelumnya, kegiatan ini sebagian besar sebagai wujud kelestarian industri atau pemerintah yang tergantung pada sistem sosial, hal itu merupakan interaksi bilateral antara kedua bidang kelembagaan ini. Sebelumnya, kebijakan industri berfokus pada hubungan pemerintah-bisnis, baik dengan meningkatkan 'iklim usaha' dengan pajak yang lebih rendah, atau dengan memengaruhi keputusan lokasi melalui subsidi (Jaelani, 2018). Dalam ekonomi berbasis pengetahuan, universitas menjadi elemen kunci dari sistem inovasi baik sebagai penyedia modal manusia dan pembentuk perusahaan baru. Tiga bidang institusional meliputi publik, swasta, dan akademis, yang sebelumnya beroperasi sebagai kepanjangan tangan dalam masyarakat laissez-faire, semakin terjalin dengan keterkaitan

pola spiral yang muncul pada berbagai tahap proses inovasi dan pembuatan kebijakan industri.

Dalam pandangan Etzkowitz (2003), ada 10 proposisi pada tesis Triple Helix. Pertama, pengaturan dan jaringan di antara lembaga Triple Helix yang secara nasional menyediakan sumber inovasi daripada sebagai pengelola tunggal. Inisiatif baru muncul dari jaringan ini menjadi sumber kebijakan inovasi di tingkat nasional dan supranasional. Inovasi adalah fenomena yang lebih luas. Penelitian akademik sekarang semakin bersinggungan dengan kemajuan industri dan kebijakan pembangunan ekonomi pemerintah. Pemerintah dengan demikian menjadi mitra dalam proses pembuatan kebijakan sebagai hasil dari interaksi di antara agen Triple Helix.

Kedua, penemuan inovasi organisasi, pengaturan interaksi sosial baru, dan interaksi saluran baru yang sama pentingnya sebagai kreasi perangkat fisik dalam mempercepat tuntutan laju inovasi. Mekanisme organisasi baru seperti inkubator, taman sains, dan jaringan di antara mereka menjadi sumber kegiatan ekonomi, pembentukan komunitas, dan pertukaran internasional. Mode baru produksi pengetahuan antar disiplin yang melibatkan mitra Triple Helix, menginspirasi kolaborasi proyek penelitian dan pembentukan perusahaan.

Ketiga, interaksi antara dinamika linear dan linier terbalik menghasilkan munculnya model inovasi interaktif. Model linear dalam transfer pengetahuan ditransformasikan menjadi bantuan model linier sebagai teknologi yang dihasilkan melalui transfer di

dunia akademis oleh kantor lisensi sebagai kekayaan intelektual dan melalui pembentukan perusahaan pada fasilitas inkubator. Kebalikannya model linier, mulai dari masalah industri dan sosial, memberikan titik awal tambahan untuk program penelitian baru dan pembentukan disiplin. Model interaktif, terintegrasi penelitian dan praktik, berasal dari AS dengan pendiri dari Universitas Connecticut pada 1816 sebagai nenek moyang dari hibah tanah universitas, dengan agen pemerintah sebagai perantara antara petani dan peneliti.

Keempat, kapitalisasi pengetahuan terjadi bersamaan dengan pemberian modal. Modal finansial semakin meningkat dipengaruhi oleh pengetahuan melalui penemuan baru berbagi risiko dan mekanisme pencarian investasi seperti usaha perusahaan modal, sehingga memungkinkan modal untuk mengatasi beberapa kesulitan dan keraguan dalam melakukan investasi tahap awal. Sama seperti fasilitas inkubator yang dibuat untuk membantu transformasi pengetahuan menjadi modal, mekanisme organisasi baru diciptakan dan yang lama, seperti sistem paten, diperpanjang dari perlindungan kekayaan intelektual menjadi sumber inovasi baru yang mengubah modal dan proses penciptaan pengetahuan bersama-sama.

Kelima, pembentukan modal terjadi dalam dimensi baru sebagai bentuk modal yang diciptakan berbeda dan diubah menjadi satu sama lain, seperti sosial, budaya, dan intelektual. Transformasi modal tidak dapat sepenuhnya dipahami dari perspektif perusahaan individu atau operasi pasar. Bentuk modal

baru dibuat berdasarkan interaksi sosial, —siapa yang kamu kenal", dan aktivitas intelektual, —apa yang kamu ketahui. Bentuk modal bisa dipertukarkan. Demikian penggalangan modal finansial didasarkan pada akumulasi intelektual serta modal sosial. Modal manusia, sosial, dan intelektual didefinisikan ulang sebagai interaksi universitas yang lebih intensif dengan industri dan pemerintah.

Keenam, globalisasi menjadi terdesentralisasi dan jaringan regional terjadi antar universitas serta melalui perusahaan nasional dan organisasi internasional. Sebagai organisasi inovasi nasional untuk transfer teknologi berbeda dari satu bagian ke bagian dunia lainnya, sehingga interaksi lintas wilayah dan negara dapat memperkuat globalisasi. Saat universitas mengembangkan interkoneksi, mereka dapat menggabungkan kepingan diskrit kekayaan intelektual dan bersama-sama mengeksploitasinya. Konfigurasi baru ini menjadi dasar dari proses berkelanjutan pembentukan perusahaan, diversifikasi, dan kolaborasi antar pesaing.

Ketujuh, negara dan wilayah berkembang memiliki kemungkinan untuk membuat kemajuan pesat dengan mendasarkan strategi pengembangan pada konstruksi sumber pengetahuan murni yang didukung oleh ekonomi politik lokal. Pengaturan politik dan sosial berdasarkan prinsip-prinsip keadilan dan transparansi telah meletakkan dasar bekerja untuk pengembangan cepat di lingkungan yang stabil. Lompatan katak" untuk melewati beberapa tahap perkembangan dan juga strategi

mengejar ketertinggalan investasi langsung dan transfer ke dalam teknologi. Universitas dan inkubator jaringan dapat digunakan keduanya untuk mengadaptasi teknologi canggih dalam memecahkan masalah lokal dan juga untuk bergerak mengikuti batas penelitian di bidang khusus dan mentransfer inovasi lokal ke luar negeri.

Kedelapan, reorganisasi di seluruh bidang kelembagaan, sektor industri, dan negara-bangsa diinduksi oleh peluang dalam teknologi baru yang muncul dari sintesis antar inovasi disiplin keilmuan yang berkelanjutan. Teknologi inovasi membentuk kembali lanskap dalam hal pengembangan relung dan kluster, hubungan antara perusahaan dengan ukuran dan jenis yang berbeda, dan penciptaan sumber publik dan modal swasta ventura. Perusahaan dibangun dari elemen semua bidang kelembagaan yang relevan, bukan hanya dari industri itu sendiri. Perkembangan sosial berubah tak terduga sebagai teknologi baru yang memperkuat dinamika pembentukan perusahaan dan sebaliknya. Pembentukan disiplin keilmuan berlangsung melalui inter-bagian antara interdisiplin sebelumnya serta pemisahan dari subdisiplin.

Kesembilan, universitas semakin menjadi pengembangan akademis sumber ekonomi daerah dan institusi akademik yang berorientasi ulang atau didirikan untuk tujuan ini. Pertumbuhan industri di sekitar universitas, didukung oleh pendanaan penelitian pemerintah, telah menjadi ciri khas wilayah dalam berwirausaha, seperti elektronik dan semi konduktor oleh

industri Silicon Valley. Profil pengembangan ekonomi berbasis pengetahuan selanjutnya dibesarkan oleh pendiri Genentech dan perusahaan bioteknologi lainnya oleh akademisi dan modal venturatalis pada 1980-an. Ada juga inisiatif untuk mengembangkan situs greenfield lainnya, seperti exurban Long Island, tempat New York State Universitas di Stony Brook dibuat industri bioteknologi dari sumber daya penelitian yang tersedia di kampus kedokteran baru.

Kesepuluh, kemampuan untuk melakukan transisi dari satu paradigma teknologi keparadigma yang lain sebagai potensi pengelola sebelumnya menjadi kelelahan adalah ciri khas wilayah Triple Helix. Keluasan universitas berbasis riset atau beberapa ilmu yang berinteraksi menghasilkan lembaga, dengan investasi strategis dalam kemunculan lokasi penelitian dengan potensi ekonomi, didukung oleh inisiatif pemerintah, dan menyediakan dasar untuk pergeseran ini. Sebaliknya, terlalu sempit basis penelitian atau struktur pendukung yang tidak memadai, terkadang didasarkan pada kepercayaan sempit bahwa kesuksesan ekosistem ekonomi sebelumnya semata-mata disebabkan oleh bisnis kewirausahaan, menghambat potensi transisi. Interaksi Triple Helix, dilembagakan dan diperbarui lintas generasi teknologi, adalah dasar dari jaringan yang tampaknya terorganisir oleh inovasi sendiri.

Menurut Yuzhuo Cai (2014), model interaksi Triple Helix antara universitas, industri dan pemerintah dapat dikaji pada gagasan Etzkowitz dan Leydesdorff (1997, 1995), di samping

variasinya seperti Quadruple Helix oleh Carayannis dan Campbell (2009) dan Triple Helix Twins oleh Etzkowitz dan Zhou (2006), yang banyak digunakan sebagai kerangka kerja normatif para peneliti untuk memahami interaksi antara aktor kunci dalam sistem inovasi. Ini juga telah menjadi strategi umum pemerintah dalam mengembangkan kebijakan inovasi. Leydesdorff dan Etzkowitz (1998) dan Etzkowitz dan Leydesdorff (2000) menyebutkan bahwa salah satu klaim utama dari tesis Triple Helix adalah keterkaitan antara akademisi, industri dan pemerintah dalam memberikan kondisi optimal untuk inovasi.

Namun demikian, banyak kritik atas popularitas model Triple Helix ini, misalnya studi oleh Balzat dan Hanusch (2004) dan Shinn (2002), mengkritisi bahwa model Triple Helix kurang memperhatikan konteks nasional, atau menurut Cooke (2005), kurang memperhatikan pengaturan sosial lainnya. Oleh karena itu, kata Mowery dan Sampat (2004), model Triple Helix hampir tidak dapat memberikan alasan yang tepat di mana kriteria dan indikator yang terstruktur secara sistematis dapat dikembangkan untuk meneliti, mengukur, dan membandingkan berbagai kasus empiris, terutama seperti diungkap Eun et al. (2006), ketika mereka berada dalam konteks nasional dan budaya yang berbeda.

1.3. Penerapan Triple Helix

Pada masa sekarang ini, konsep Triple Helix telah banyak digunakan di negara-negara maju dalam rangka pengembangan sains dan teknologi melalui kerjasama universitas-industri-

pemerintah untuk memecahkan masalah-masalah pembangunan. Pola Triple Helix telah banyak diterapkan di Amerika Serikat, Negara-negara Eropa, India, Jepang dan China, dan telah membawa kemajuan pesat dan berkesinambungan dalam membina kapasitas kemampuan di bidang sains dan teknologi yang diterapkan dalam dunia industri dan tata laksana pemerintahan.

Bila dikaji lebih mendalam, berkembangnya pola Triple Helix ini di negara-negara maju didasarkan pada 3 faktor, yakni :

- 1) Universitas sebagai gudang ilmu pengetahuan dan teknologi memiliki sumberdaya manusia yang mampu melahirkan inovasi di berbagai bidang yang dapat diterapkan dalam dunia industri,
- 2) Pemerintah sangat mendorong universitas melalui bantuan dana riset, dan fasilitas lainnya untuk menghasilkan karya bermutu, dan mengatur perlindungan dan penggunaan hak cipta, dan
- 3) Industri memberikan dukungan kepada universitas baik dalam kegiatan penelitian dan pengembangan maupun penggunaan hasil riset secara berkesinambungan.

Dengan melihat fakta ini, perguruan tinggi bukanlah me-nara gading di tengah arus pem-bangunan, tetapi harus mam-pu mengembangkan diri sebagai bagian integral dari pro-ses pembangunan itu sendiri. Sebagaimana dinyatakan Etzkowitz (2007) dalam karya ilmiahnya *The Triple Helix Model of Innovation and Action* : “university is not only critical to the

commercial transformation of knowledge, but also to create space for knowledge, assembling and innovation”.

Oleh sebab itu, pemerintah, perusahaan (dunia usaha dan dunia Industri) perguruan tinggi harus membenahi dirinya masing masing sesuai dengan perannya, sehingga mampu memberikan pelayanan, pengaturan, melakukan pengembangan kapasitas ilmu dan teknologi, dan dapat menciptakan strategi pembangunan yang dipandu universitas.

Beberapa contoh aplikasi Triple Helix di Indonesia yang pernah dicatat adalah produk padi unggulan hasil kerjasama IPB dengan Balitbang Departemen Pertanian, produk plat baja tahan peluru untuk kendaraan militer hasil kerjasama ITB dengan Dephankam, Disain kapal kargo kerjasama ITS dan PT PAL, dan lain-lain.



BAB II PERAN PEMERINTAH

CSR akan lebih berdampak positif bagi masyarakat, hal ini akan sangat tergantung dari orientasi dan kapasitas lembaga dan organisasi lain, terutama pemerintah. Studi Bank Dunia (Howard Fox, 2002) menunjukkan, peran pemerintah yang terkait dengan CSR meliputi pengembangan kebijakan yang menyehatkan pasar, keikutsertaan sumber daya, dukungan politik bagi pelaku CSR, menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan organisasi.

Untuk Indonesia, bisa dibayangkan, pelaksanaan CSR membutuhkan dukungan pemerintah daerah, kepastian hukum, dan jaminan ketertiban sosial. Pemerintah dapat mengambil peran penting tanpa harus melakukan regulasi di tengah situasi hukum dan politik saat ini. Di tengah persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang dialami Indonesia, pemerintah harus berperan sebagai koordinator penanganan krisis melalui CSR (Corporate Social Responsibility).

Pemerintah bisa menetapkan bidang-bidang penanganan yang menjadi fokus, dengan masukan pihak yang kompeten. Setelah itu, pemerintah memfasilitasi, mendukung, dan memberi penghargaan pada kalangan bisnis yang mau terlibat dalam upaya besar ini. Pemerintah juga dapat mengawasi proses interaksi antara pelaku bisnis dan kelompok-kelompok lain agar terjadi proses interaksi yang lebih adil dan menghindarkan proses manipulasi atau pengancaman satu pihak terhadap yang lain.

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) yang dikenal dengan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan strategi bisnis perusahaan agar tetap hidup dalam masyarakat. Sebab, dengan CSR perusahaan berharap akan mendapat keuntungan investasi di masa mendatang.

Menurut Direktur CSR Universitas Trisakti Maria R Nindita Radyanti, CSR adalah investasi perusahaan dalam jangka panjang dan merupakan strategis sesuai bisnis intinya. "Bukan hanya sekedar alat public relation maupun marketing, tapi sebagai rangkaian manajemen produksi, sumberdaya hingga pemasaran," katanya. Prinsipnya kata dia, dalam mengambil keputusan perusahaan bertujuan mencapai kesejahteraan internal dulu baru kemudian menyebarkan kesejahteraan di luar. "Di sini, CSR merupakan kegiatan sukarela (voluntary) kepada masyarakat di luar perusahaan," tutur Maria.

Di beberapa negara, CSR dilakukan untuk kelancaran bisnis dan harus dilaporkan sebagai bentuk pengawasan," sembari menambahkan pengawasan CSR di Indonesia yang lebih ketat berasal dari lembaga swadaya masyarakat ketimbang pemerintah.

CSR merupakan strategi perusahaan dalam meningkatkan penghargaan masyarakat kepada perusahaan, membangun ciri khas (brand), dan kapasitas produksi yang berkelanjutan. Penerapan CSR berdasarkan ISO 26.000 yang dipakai sebagai standar banyak negara. Konsep CSR disusun berbagai pemangku

kepentingan berdasarkan hukum yang berlaku sesuai kultur dan kondisi masyarakat.

Sebelum semua memberlakukan, harus ada studi keilmiahan dahulu apakah CSR sudah bisa diterapkan atau CSR dilakukan per sektor ataupun melalui keputusan menteri negara BUMN.

Steurer (2009) memberikan beberapa alasan kenapa pemerintah memiliki kepentingan di dalam isu CSR. Pertama hal tersebut sejalan dengan konsep pembangunan berkelanjutan (sustainable development). Motivasi pertama ini berkaitan dengan politik luar negeri seperti program pengembangan sumber daya manusia (human development program). Alasan kedua adalah, kebijakan CSR dianggap sebagai pelengkap yang menarik dalam peraturan yang lain misal di Indonesia dalam undang-undang Perseroan Terbatas, dalam hal ini pemerintah dapat menunjukkan kepeduliannya pada isu sosial dan lingkungan meskipun peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan ini hanya mendapatkan porsi yang sangat sedikit didalam undang-undang tersebut. Ketiga adalah, pelaksanaan CSR masih sebatas pada asas sukarela (voluntary basis) sehingga pemerintah perlu memberikan penekanan agar pelaksanaan CSR lebih mendapat fokus perhatian dari perusahaan. Alasan keempat adalah, banyak pendekatan dalam pelaksanaan CSR menggunakan konsep partnership program (program kemitraan) sehingga akan membuka potensi keterlibatan masyarakat secara

luas dalam pembangunan berkelanjutan. Hal ini sangat berkaitan dengan pengelolaan hubungan dan peran dengan pemangku kepentingan secara luas misalnya bisnis, pemerintah dan masyarakat sipil.

Menurut Fox et al. (2002) Bank Dunia telah memberikan kategori peran pemerintah dalam mensupport CSR ke dalam lima kategori seperti dalam tabel1. Fox et al (2002) mendeskripsikan peran sektor publik yang dapat di adopsi oleh pemerintah dalam isu CSR yaitu mandatory(peran legislasi), facilitating(missal; petunjuk dalam hal kontenpelaporan CSR), partnering (proses penguatan dengan multi-stakeholder), dan endorsing (publikasi dan pemberian penghargaan).

O'Rourke (2004) memberikan penjelasan lebih detail tentang kategori peran pemerintah diatas. Pertama, peran mandatingadalah ketika pemerintah secara legal memeberikanmandat melalui undang-undang atau peraturan pemerintah. Sehingga pemerintah dapat melakukan pengawasan dari segi pelaporan CSR baik evaluasi laporan maupun melakukan cross checkterhadap isi laporan. Kedua adalah facilitatingketika pemerintah memberikan suatu rujukan atau guidelinesdalam pelaksanaan maupun pelaporan CSRdan penyebarluasan informasi CSR. Ketiga adalahpartneringyang mana pemerintah terlibat dalam proses promosi inisiatif kerjasama multi-stakeholder atau kerjasama dengan masing-masing perusahaan. Dengan kata lain pemerintah dapat menjadi fasilitator dialog antar pemangku kepentingan.

Keempat adalah peran endorsing dalam hal pelaporan program CSR melalui usaha yang positif dalam kerangka transparansi sebagai contoh adalah pemberian penghargaan CSR.

Pemerintah Indonesia melalui undang-undang Perseroan Terbatas UU No 40 Tahun 2007 menginsyarkan bahwa secara eksplisit peran yang dilakukan pemerintah adalah pada peran 'mandating'. Peran mandating yang dilakukan pemerintah juga tercermin padaperaturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor Per 05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Program Bina Lingkungan (BL). Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil yang disebut ProgramKemitraan, adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjaditangguh dan mandiri.Sedangkan Program Bina Lingkungan yang disebut Program BL adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN. Keduanya dilaksanakan melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN yang secara perturan menyebutkan bahwa jumlah penyesihan laba untuk pendanaan program maksimal sebesar 2% (dua persen) dari laba bersih untuk Program Kemitraan dan maksimal 2% (dua persen) dari laba bersih untuk Program Bina Lingkungan. Ruang lingkup bantuan Program BL BUMN meliputi bantuan korban bencana alam, bantuan pendidikan dan/atau pelatihan, bantuan peningkatan kesehatan, bantuan

pengembangan prasarana dan/atau sarana umum, bantuan sarana ibadah dan bantuan pelestarian alam.



BAB III PERAN PERUSAHAAN

Penelitian mengenai peran triple helix untuk memajukan ekonomi kreatif sudah banyak dilakukan. Penelitian di Inggris dan Amerika Serikat telah mengidentifikasi pentingnya perusahaan baru untuk penciptaan lapangan kerja baru. Telah ditemukan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan tinggi terdapat pada perusahaan yang sudah matang dan melebihi perusahaan-perusahaan yang didirikan pada penciptaan lapangan kerja dengan waktu yang lama. Di Amerika Serikat antara tahun 1997 dan 2005 perusahaan baru berdiri adalah satu-satunya sumber bersih kreasi dalam pekerjaan. Di Inggris diperkirakan bahwa ada 6% hal yang terpenting dari perusahaan yang menimbulkan pertumbuhan tinggi yang dinamis yang memberikan kontribusi yang tidak proporsional terhadap pembangkit perekonomian nasional karena separoh dari pekerjaan baru yang diciptakan oleh usaha yang ada antara tahun 2002 dan 2008. Oleh karena itu kebijakan Inggris berusaha untuk memfokuskan sumber daya pada identifikasi dan memelihara perusahaan pada industri-industri di mana Inggris menikmati keunggulan kompetitif dengan mengidentifikasi dan mempercepat sektor industri muncul dan daerah yang menawarkan janji peluang komersial baru.

Pemeliharaan termasuk mendukung UKM untuk mengembangkan kemampuan internal mereka untuk menggunakan pengetahuan dan sumber daya secara efektif untuk tumbuh. Universitas merupakan bagian dari agenda

kewirausahaan nasional untuk berkontribusi. Penekanannya adalah pada aliran ketiga atau kegiatan misi ketiga yaitu meningkatkan kecepatan dan dampak kegiatan bertualang berbasis pengetahuan dari entrepreneurial university (Etkowitz1983). Memang, komersialisasi penelitian melalui kegiatan transfer teknologi lainnya telah didukung oleh sumber daya keuangan publik yang signifikan (Sainsbury 2007, DIUS 2008). Proposisi dalam makalah ini adalah bahwa ekonomi kreatif adalah salah satu kasus yang berfokus triple helix wilayah Sumatera Barat dan penelitian terdahulu pernah dilakukan di Inggris yaitu London sebagai daerah metropolitan (Etkowitz 2008), tidak hanya dalam sistem keuangan dan perdagangan (Sassen 1991) (industri) tetapi juga dalam konsentrasi penelitian di 42 universitas dan lainnya lembaga pendidikan tinggi (HEIs) (universitas) dan akan menjadi sumber pertumbuhan perusahaan yang tinggi. Namun, Dalam makalah ini melihat peran triple helix pada UMKM kerajinan sulaman yang ada di Kota Pariaman karena daerah ini mempunyai banyak jumlah UKM kerajinan sulaman.

Melihat Faktor dominan dalam triple helix (SIKI, 2008), yang dapat menumbuhkembangkan kreativitas dalam masyarakat Indonesia adalah kemampuan menciptakan interaksi dan komunikasi yang dinamis antara antara ketiga aktor. Cendekiawan (intellectuals),terkait dengan aktivitas-aktivitas poenciptaan baru yang memiliki daya tawar kepada pasar serta pembentukan insane kreatif. Bisnis (Bussiness), keterhubungan

dalam rangka pertukaran ekonomi serta transformasi kreativitas menjadi nilai ekonomi. Pemerintah (Government), mekanisme pemberian program insentif, kendali iklim usaha yang kondusif, arahan edukatif serta terhadap masyarakat dan dunia swasta untuk mendukung pengembangan industri kreatif. Sebelum menjalankan rencana dalam roadmap menurut kebijakan industri kreatif Indonesia makaterlebih dahulu masing-masing aktor haruslah tahu dulu mengenai perannya masing-masing (SIKI, 2008) yaitu Peran cendikiawan, cendikiawan disini berperan sebagai agen yang menyebarkan dan mengimplementasikan ilmu pengetahuan, seni dan teknologi serta sebagai agen yang membentuk nilai-nilai yang konstruktif bagi pengembangan industri kreatif dalam masyarakat.

Akademisi yang merupakan bagian dari cendikiawan dijabarkan dalam 3 bentuk peranan yaitu: Peran pendidikan ditujukan untuk mendorong lahirnya generasi kreatif Indonesia dalam pola pikir yang mendukung tumbuhnya karsa dan karya dalam industri kreatif. Peran penelitian dilakukan untuk memberikan masukan tentang model kebijakan pengembangan industri kreatif dan instrument yang dibutuhkan, serta menghasilkan teknologi yang mendukung cara kerja dan penggunaan sumber daya yang efisien dan menjadikan industri kreatif nasional yang kompetitif. Peran pengabdian masyarakat dilakukan untuk membentuk masyarakat dengan institusi/tatanan social yang mendukung tumbuh suburnya industri kreatif nasional.

Peran Bisnis, aktor bisnis merupakan pelaku usaha, investor dan pencipta teknologi baru, serta juga merupakan konsumen industry kreatif. a) Pencipta, sebagai centre of excellence dari creator produk dan jasa kreatif, pasar baru yang dapat menyerap produk dan jasa yang dihasilkan, serta pencipta lapangan pekerjaan bagi individu-individu kreatif ataupun individu pendukung lainnya. b) Pembentuk komunitas dan entrepreneur kreatif, yaitu sebagai motor yang membentuk ruang public tempat terjadinya sharing pemikiran, mentoring yang dapat mengasah kreatifitas dalam melakukan bisnis dalam industry kreatif, business coaching atau pelatihan manajemen pengelolaan usaha di industry kreatif.

Peran Pemerintah, peran utama pemerintah dalam pengembangan industry kreatif adalah a) Katalisator dan fasilitator dan advokasi yang memberikan rangsangan, tantangan dan dorongan, agar ide-ide bisnis bergerak ketingkat kompetensi yang lebih tinggi. Dukungan itu dapat berupa komitmen pemerintah untuk menggunakan kekuatan politiknya dengan proporsional dan dengan memberikan pelayanan administrasi public dengan baik disamping dukungan bantuan financial, insentif ataupun proteksi, b) Regulator, yang menghasilkan kebijakankebijakan yang berkaitan dengan people, industry, institusi, intermediasi dan sumber daya dan teknologi.

Pemerintah dapat mempercepat perkembangan industry kreatif jika pemerintah mampu membuat kebijakankebijaka yang

menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi industry kreatif, c) Konsumen, investor bahkan entrepreneur. Pemerintah sebagai investor harus dapat memberdayakan asset Negara untuk jadi produktif dalam lingkup industry kreatif dan bertanggung jawab terhadap investasi infrastruktur industry, d) Urban planner.

Kreativitas akan tumbuh dengan subur dengan kota-kota yang memiliki iklim kreatif. Agar pengembangan ekonomi kreatif berjalan dengan baik maka perlu diciptakan kota-kota kreatif yang mampu menjadikan magnet yang menarik bagi individu untuk membuka usaha di Indonesia.



BAB IV PERAN PERGURUAN TINGGI

Tridharma Perguruan Tinggi telah menyebutkan bahwa salah satu kewajiban dosen adalah melakukan penelitian. Dana yang dialokasikan pemerintah untuk membiayai penelitian dimaksudkan untuk memotivasi penelitian-penelitian yang melahirkan inovasi teknologi dan ide kreatif. Namun penelitian yang telah dilakukan banyak berakhir di ruang laboratorium saja atau diarsipkan dalam koleksi perpustakaan.

Di dalam triple helix, hasil penelitian akademisi universitas diharapkan tidak hanya melayani kebutuhan ilmu pengetahuan semata, namun juga sebagai solusi permasalahan pemerintah di dalam menentukan kebijakan dan regulasi yang berkaitan dengan masyarakat pebisnis.

Pihak pemerintah perlu memberikan stimulus positif yang dapat merangsang pertumbuhan dan perkembangan investasi bisnis sekaligus mendorong atmosfer bisnis yang kondusif. Caranya adalah dengan mengurangi pembatasan-pembatasan yang menyulitkan perkembangan dan inovasi berbisnis, melindungi karya-karya inovasi bisnis, dan mengimplementasikan aturan pemerintah yang berkaitan etika berbisnis sehingga tercipta persaingan bisnis yang sehat.

Di sisi lain, pihak industri juga mempunyai kewajiban untuk memberikan kontribusi dalam menciptakan iklim bisnis yang baik, seperti menerapkan etika berbisnis, berkomitmen pada

corporate responsibility, dan menjadi partner pemerintah untuk mendukung pertumbuhan ekonomi secara nasional.

Menyeimbangkan peran dari ketiga pihak yaitu akademisi, pemerintah dan pebisnis ini bukanlah hal mudah. Diperlukan upaya yang berkesinambungan dan dinamis, sehingga setiap pihak diharapkan selalu open-minded dan berusaha melakukan yang terbaik demi kepentingan bersama. Ketiga pihak tidak dapat bergerak sendiri, oleh karenanya diperlukan kerjasama yang sinergis dan seimbang.

Butir ketiga tridharma perguruan tinggi telah menyatakan dengan jelas peran akademisi perguruan tinggi terhadap kebutuhan masyarakat umum yang sesuai dengan kapasitas dan kapabilitasnya. Sedangkan pada butir pertama dan keduanya, akademisi perguruan tinggi dituntut tidak hanya untuk mengajarkan ilmunya pada mahasiswa, namun juga melakukan penelitian yang mengarah pada penemuan-penemuan inovatif dan kreatif yang mendukung perkembangan ilmu pengetahuan secara teoritik maupun praktis.

Perguruan tinggi adalah bagian penting dari model Triple Helix dalam sistem inovasi regional dan nasional. Perguruan tinggi sebagai pusat ilmu pengetahuan dan teknologi (center of exellent) memiliki posisi strategis dalam menciptakan masyarakat berbasis pengetahuan, dan transformasi menuju peradaban modern.

Perguruan tinggi dengan segala kemampuannya haruslah bersinergi dengan industri dan pemerintah, sehingga mampu meng--hasilkan inovasi baru, dan menciptakan strategi pem-bangunan yang dipandu universitas untuk menjawab tantangan pembangunan di berbagai bidang.

Konsep Triple Helix pertama kali diperkenalkan oleh Henry Etzkowitz dan Loet Leydesdorff (1995) dalam menganalisis hubungan antara universitas, industri dan pemerintah. Konsep ini mengadopsi konsep biologi dari Model Triple Helix DNA yang berpusat pada integrasi dan sinergi peranan masing-masing elemen untuk mengem-bangkan produk berbasis pengetahuan, ekspansi industrialisasi, dan jasa sebagai pondasi dari sistem inovasi regional dan nasional.

Konsep Triple Helix ini kemudian dikembangkan oleh Gibbons et al. (1995) dalam *The New Production of Knowledge* dan Nowotny et al. (2001) dalam *Re-Thinking Science*. Konsep ini selain digunakan untuk menjelaskan hubungan ketiga elemen (university, enterprise and government), model ini juga dapat memberikan gambaran mengenai koordinat dari simbiosis (irisan) dari masing-masing elemen. Dalam Triple Helix, masing – masing elemen merupakan entitas yang berdiri sendiri, memiliki perannya masing-masing tetapi mereka bersinergi dan mendukung satu dengan yang lainnya.

Peranan perguruan tinggi dalam segitiga inovasi Triple Helix adalah membawa misi sebagai mesin penggerak dalam pengembangan budaya, peradaban dan kecerdasan masyarakat.

Dengan perkataan lain, peningkatan kapasitas perguruan tinggi dalam ilmu dan teknologi akan mewujudkan kemampuan merancang kebijakan dan mengambil keputusan termasuk di lingkungan korporat dan pemerintahan, menuntut pengetahuan yang berkembang di atas pondasi dan peradaban maju. Dengan demikian, perguruan tinggi menjadi agen perubahan yang signifikan yang mampu menciptakan strategi pembangunan yang dipandu universitas (university led development strategy).

Untuk mencapai hal yang demikian, salah satu faktor yang fundamental adalah pengembangan riset di perguruan tinggi. Lembaga riset atau pusat kajian dan incubator di perguruan tinggi diharapkan mampu melahirkan inovasi baru berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, sehingga dapat mendorong perkembangan industri kreatif untuk kesejahteraan masyarakat.

Oleh sebab itu, Triple Helix adalah motor penggerak pembangunan ekonomi berbasis sains dan teknologi melalui pemanfaatan bersama sumberdaya dan komunikasi antara universitas, industri dan pemerintah yang melahirkan inovasi pembangunan.

Secara fakta kehadiran lembaga riset di perguruan tinggi baik di perguruan tinggi negeri (PTN) maupun perguruan tinggi swasta (PTS) masih didominasi sebatas menghasilkan informasi dasar dalam berbagai bidang kajian dan sifatnya lebih banyak mengembangkan fungsi kelembagaan perguruan tinggi. Dengan perkataan lain, output riset lebih banyak digunakan dalam rangka pemenuhan angka kredit dan akreditasi program studi

dan insitusi dan kerangka penjaminan mutu. Dalam tataran yang demikian, perguruan memiliki posisi yang lemah dalam konsep triple helix, dan akibatnya perguruan tinggi belum dapat dipercayai industri dan pemerintah sebagai pembawa inovasi pembangunan berbasis ilmu pengetahuan.

Untuk menjadikan posisi perguruan tinggi sebagai tempat bertanya bagi pemerintah baik dalam perencanaan pembangunan regional dan nasional, maka perguruan tinggi harus melakukan reformasi pendidikan untuk meningkatkan kapasitas ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga output riset perguruan tinggi meningkat statusnya dari fungsi pengembangan kelembagaan perguruan tinggi menjadi solusi masalah pembangunan.

Upaya mencapai hal tersebut tidak-lah mudah jika hanya mengandalkan kemampuan sendiri, karena adanya keterbatasan sumberdaya manusia dan pendanaan riset. Solusi yang tepat adalah mengembangkan model kerjasama dengan industri dan pemerintah. Untuk beberapa aspek, perguruan tinggi sudah banyak menjalin kerjasama dengan lembaga pemerintah, baik melalui pendanaan riset dan fasilitas lainnya, namun hasilnya masih didominasi dokumen ilmiah yang belum dapat dimanfaatkan secara nyata dalam masyarakat.

Demikian halnya dengan dunia industri, hasil-hasil riset perguruan tinggi belum bisa dimanfaatkan untuk mendorong industri kreatif, dan industri lebih banyak menggunakan output riset luar negeri. Tentu kita merasa miris, bila sumberdaya di

Indonesia melimpah, tetapi teknologi, modal dan tenaga kerja terdidiknya berasal dari luar Indonesia.

Kita hanya penyedia sementara yang lain menjadi pemerahnya. Terdapat 2 faktor penyebab hal demikian, pertama : pihak industri belum meyakini bahwa perguruan tinggi mampu menghasilkan produk atau disain berbasis sains dan teknologi yang dapat diaplikasikan dalam dunia industri, dan kedua : disain kurikulum perguruan tinggi belum link and match dengan kebutuhan industri. Dalam kondisi yang demikian, terdapat gap yang besar antara dunia industri dan perguruan tinggi.

Untuk mengubah situasi yang demikian, perguruan tinggi sangat perlu menjalin komunikasi dengan dunia industri dengan hubungan mutualistik, sehingga kebutuhan industri untuk ekspansi dapat didukung perguruan tinggi melalui produk riset berbasis sains dan teknologi, dan sebaliknya dunia industri juga dapat memberikan dukungan dalam pembiayaan riset perguruan tinggi.

Untuk mengimplementasikan hal ini maka peranan pemerintah sangat penting melalui regulasi yang memungkinkan perguruan tinggi memiliki akses awal masuk ke dunia industri, sehingga isolasi yang sering terjadi antara industri dan perguruan tinggi di Indonesia dapat diruntuhkan dan membangun pola kemitraan yang saling mengun-tungkan. Disisi lain, perguruan tinggi sebagai agen transformasi ilmu pengetahuan dan teknologi juga harus mereformasi diri dengan mengembangkan

kemampuan dan kapasitasnya yang pantas dilirik oleh dunia industri.

Pengembangan kapasitas tersebut haruslah berorientasi pada permintaan pasar (orientation to market demands), melihat pada scoop yang lebih besar (seeing a global pictures), mengikuti kecenderungan/tren (following trends), dan memiliki inisiatif menciptakan konsep baru (initiating new concepts).

Terciptanya hubungan yang sinergi antara perguruan tinggi dan industri sebagaimana sudah banyak dilakukan di negara-negara maju, akan menghasilkan output yang langsung dapat dimanfaatkan industri, maupun masyarakat. Itulah posisi dan peran ideal perguruan tinggi dalam model triple helix sistem inovasi regional dan nasional.

Dalam kondisi faktual se-karang ini, perguruan tinggi banyak disibukkan dengan urusan administrasi birokratif yang tidak terlepas dari sistem pendidikan nasional saat ini. Sumberdaya yang banyak terpakai untuk hal itu menyebabkan perguruan tinggi tidak mudah mengembangkan kapasitasnya dalam sains dan teknologi.

Dapat kita bayangkan bagaimana banyaknya SDM perguruan tinggi yang digunakan untuk urusan administrasi birokratif ini, sehingga aspek pengembangan sains dan teknologi melalui kegiatan pendidikan dan penelitian menjadi tertinggal.

Dengan adanya kebijakan pemerintah menaikkan anggaran pendidikan sampai 20 % APBN sesungguhnya memberikan peluang bagi insan akademis perguruan tinggi untuk melakukan

riset dan menghasilkan inovasi berbasis IPTEK. Namun secara faktual budaya meneliti masih lemah karena mindset para akademisi sudah terperangkap pola pragmatisme.

Jika selama ini pemenuhan *share knowledge* dan penelitian inovatif dan kreatif hanya terjadi di dalam kalangan pendidikan, antara dosen dengan mahasiswa, maka dengan *triple helix* diharapkan pihak akademisi juga memegang peran penting dan bertanggung jawab dalam permasalahan *social* masyarakat. Berbicara tentang industri kreatif berarti berbicara tentang teknologi, inovasi, dan kreativitas. Beberapa kelemahan yang dihadapi oleh para pebisnis, terutama pihak UMKM adalah kurangnya pengetahuan dan implementasi teknologi, dan kurangnya motivasi untuk melakukan perbaikan dan kreativitas.

Dukungan pemerintah terhadap pemberdayaan dan pengembangan industri kecil dan menengah untuk ikut mengambil bagian dalam industri kreatif telah diwujudkan pengangkatan tema industri kreatif Indonesia 2009. Hal ini berarti peluang para UMKM untuk menjadi pelaku industri kreatif sangat terbuka lebar. Namun tentu saja hal ini tidak dapat serta merta dilakukan. Pihak UMKM perlu mendapatkan stimulus berupa transfer ilmu pengetahuan dan hasil-hasil penelitian yang mengandung kemajuan teknologi, inovasi dan kreativitas. Dalam hal ini, telah jelas begitu pentingnya andil akademisi perguruan tinggi untuk memberikan kontribusinya pada pengembangan industri kreatif.

Akademisi universitas memainkan peran kunci dalam pengembangan inovasi pengetahuan dan teknologi yang akan ditransferkan pada pihak pelaku bisnis industri kreatif. Hal ini dapat dilakukan dengan cara (Kadiman, 2006):

1. Melakukan penelitian pendahuluan untuk menguji inovasi dan teknologi tepat guna sebelum sosialisasi pada pelaku bisnis industri kreatif.
2. Menciptakan dan mengembangkan teknologi-teknologi baru untuk mendukung penciptaan industri kreatif.
3. Melakukan edukasi, pelatihan dan pendampingan pada industri kreatif secara berkelanjutan.
4. Mengembangkan teknologi home industri sebagai upaya penciptaan inkubator industri kreatif yang baru.

Beberapa contoh peranan akademisi universitas dalam melakukan transfer teknologi, inovasi hasil penelitian dan ilmu pengetahuan pada pengembangan industri kreatif adalah antara lain melalui program Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) yang bekerjasama dengan pemerintah setempat dengan melibatkan industri yang tepat sasaran.

Contoh lain adalah kerjasama dengan pihak LIPI dalam program Iptekda yang mempunyai misi mengangkat perekonomian daerah melalui pemberdayaan UMKM kreatif. Dengan keterlibatan penuh dari pihak akademisi, diharapkan penciptaan industri kreatif dapat lebih berhasil. Hal ini secara tidak langsung dapat menjawab permasalahan pemerintah untuk

menstimulasi pertumbuhan dan perkembangan industri kreatif di Indonesia.



BAB V HUBUNGAN PEMERINTAH, PERUSAHAAN DAN PERGURUAN TINGGI

Meskipun konsep CSR terus berjalan dan mengalami perkembangan bukan berarti bahwa konsep tersebut dapat diterima dan dipraktikkan begitu saja. Harapan di antara berbagai pihak yang terlibat dalam CSR untuk dapat bersinergi dan bekerja sama dalam praktiknya tidak selalu dapat diwujudkan. Tidak jarang yang terjadi justru munculnya rasa saling mencurigai, saling mengedepankan ego dan kepentingan masing-masing, sehingga terjadi resistensi di antara berbagai pihak yang seharusnya terlibat dan bersinergi dalam memujudkan CSR. Dengan sendirinya, hal itu tidak akan memberikan kontribusi bagi keberhasilan pelaksanaan CSR dan lebih jauh bagi kesejahteraan sosial masyarakat di lingkungan perusahaan.

Lalu, bagaimana seharusnya memaknai CSR? Apakah CSR seharusnya dipahami secara etika berdasarkan atas tuntutan dan kepentingan para pemangku kepentingan seperti pemerintah dan perguruan tinggi? Jika tidak demikian, apakah diserahkan pada penafsiran masing-masing pemangku kepentingan atau diarahkan pada tujuan pembangunan masyarakat untuk kemakmuran dan keadilan sosial.

Dalam menjalin kemitraan idealnya berbagai pemangku kepentingan dapat bekerja sama dan memberikan kontribusi dalam pembangunan. Masing-masing berkontribusi untuk

mewujudkan kesejahteraan sesuai kapasitas dan perannya dalam masyarakat.



Gambar 1. Pola Kemitraan Pemerintah, Perusahaan dan Perguruan Tinggi untuk Masyarakat

Dari skema tersebut terlihat masing-masing pihak yang terlibat dalam pola kemitraan mempunyai kompetensi yang saling berkolaborasi. Perusahaan sebagai entitas bisnis memiliki sumber daya keuangan yang besar dapat dimanfaatkan untuk kepentingan masyarakat dalam bentuk program CSR yang tepat sasaran. Kemudian ada pemerintah yang berperan untuk penyediaan kebijakan win-win solution bagi pola kemitraan ini. Selanjutnya, pemerintah juga mempunyai program-program kemasyarakatan yang bisa disinergikan dengan program CSR perusahaan. Selain itu pemerintah memegang kunci dalam mengatur APBD yang berguna untuk pelaksanaan program kerja.

Selanjutnya, lembaga pendidikan yang dalam hal ini PT jelas memiliki sumber daya manusia dalam bidang riset partisipatoris untuk memberikan rekomendasi dan terlibat langsung dalam aksi program pemberdayaan yang berkelanjutan. Perguruan tinggi memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan Tri Darma Perguruan Tinggi yaitu pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat SDM dari perguruan tinggi yang memiliki keahlian dan pengalaman dapat dijadikan rujukan dalam pembangunan sosial dan kesejahteraan.

Salah satu bidang kerja sama yang dapat dijalankan perguruan tinggi dan perusahaan adalah tentang pemetaan sosial (social mapping) dengan merujuk pada Peraturan Kementerian Lingkungan Hidup No 6 tahun 2013 tentang program penilaian peringkat kinerja perusahaan (Proper) pada Bab IV. Hasil pemetaan sosial dapat dijadikan rujukan utama perusahaan dalam merumuskan program pemberdayaan yang sesuai dengan kebutuhan dan potensi masyarakat.

Dalam konteks hubungan kemitraan antara perusahaan dan perguruan tinggi, perusahaan mengharapkan agar program CSR bisa membantu menyelesaikan permasalahan sosial, seperti masalah pengangguran dan kemiskinan. Terdapat beberapa faktor pendukung dalam melaksanakan program antara perusahaan dengan perguruan tinggi dan pemerintah. Perusahaan memiliki komitmen dalam mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran. Perusahaan memandang bahwa kerja sama dengan perguruan tinggi dan pemerintah untuk

menggulirkan program CSR mendatangkan kemanfaatan dan keuntungan.

Misalnya program menjadi tepat sasaran dan benar-benar berguna bagi penerimanya, terbentuknya citra positif perusahaan karena dinilai peduli oleh masyarakat yang menerima manfaat program CSR tersebut. Praktik pola kemitraan dapat dilakukan perusahaan dengan perguruan tinggi sebagai mitra. Perusahaan dapat memilih perguruan tinggi yang memiliki program serupa dengan program CSR yang sedang dijalankan, atau program yang sevisi dengan corporate branding yang sedang diusung, ataupun program yang sesuai dengan anggaran yang dimiliki perusahaan. Sebaliknya, perguruan tinggi sebagai pelaksana teknis di lapangan harus mampu menginternalisasikan visi perusahaan dalam setiap tahap yang dilakukan.

Pada pemerintahan baru kabinet kerja Jokowi-JK dibentuklah kementerian riset, teknologi, dan pendidikan tinggi. Menurut penulis, lebih tepatnya disebut kementerian perguruan tinggi, riset, dan teknologi. Sebab, perguruan tinggi merupakan institusi yang memproduksi pengetahuan. Adapun riset merupakan salah satu tridharma perguruan tinggi dan aktivitas ilmiah untuk menemukan pengetahuan baru, dan teknologi merupakan manifestasi pengetahuan yang konkret. Tujuan pembentukan kementerian ini menurut Jokowi untuk mensinergikan lembaga pendidikan tinggi, riset, dan dunia usaha. Selama ini industri menikmati lulusan perguruan tinggi untuk bekerja di perusahaannya, tetapi belum begitu besar

dukungannya dengan memberikan beasiswa, peluang magang, atau kursus singkat kepada mahasiswa yang sedang studi di kampus.

Di termin lain, dosen, peneliti, dan mahasiswa yang melakukan aktivitas riset sering kali kekurangan dana karena minimnya anggaran dana penelitian dari pemerintah. Oleh sebab itu, pemerintah perlu mendorong perusahaan agar jangan hanya menampung alumni terbaik universitas dan memanfaatkan hasil risetnya saja, tetapi juga memasok dana yang besar untuk kepentingan penelitian dan studi para dosen dan mahasiswa sehingga terciptalah hubungan “simbiosis mutualisme” antar ketiganya.

Pada sisi lain, ada opini dibaginya urusan pendidikan menjadi dua kementerian, dianggap terlalu menyederhanakan persoalan pendidikan, karena mengelola setiap jenjang pendidikan secara parsial dan tidak integral. Seyogianya jenjang dasar, menengah, atas, sampai pendidikan tinggi membutuhkan koordinasi yang terpadu karena setiap kebijakan berkaitan erat satu sama lain. Sebagai contoh, kebijakan menteri Pendidikan dan Kebudayaan pada 2013 menetapkan wajib belajar 12 tahun sampai SMA, dan Ujian Nasional (UN) digunakan sebagai penentu kelulusan dan sekaligus menjadi “paspor” untuk masuk ke perguruan tinggi.

Argumentasi penolakan lainnya adalah untuk membuka akses pendidikan tinggi bagi peserta didik yang tidak mampu, pemerintah mengeluarkan beasiswa bidik misi. Dirjen Dikti tentu

membutuhkan data dari dirjen Mendikdasmen untuk mengetahui berapa kuota peserta didik yang akan menerima beasiswa bidik misi dan sebaliknya. Menurut Badan Pembangunan Nasional (Bappenas) jumlah penduduk yang menikmati bangku kuliah baru sekitar 6-7 persen dari total populasi, sedangkan untuk bangku SMA/SMK baru sekitar 20 persen. Dileburnya kementerian yang mengelola pendidikan menjadi dua ini ditakutkan akan merenggangkan pola koordinasi yang selama ini telah terjalin rapi. Kontinuitas akses atau naiknya angka partisipasi kasar dari SMA/SMK ke PT juga akan sulit terkontrol karena kantor dan fokus garapan juga berbeda. Begitupun dengan para pendidik, ada kementerian yang mendidik para calon guru yaitu kementerian riset, teknologi, dan perguruan tinggi, tetapi setelah menjadi guru, mereka dikelola oleh kementerian lain yaitu kementerian pendidikan dasar dan menengah. Selayaknya kaderisasi pendidik dilakukan oleh satu kementerian yang fokus merancang kurikulum dan melakukan pembinaan dan pelatihan berkelanjutan ketika calon pendidik lulus pendidikan S1.

Pembentukan kementerian riset, teknologi, dan pendidikan tinggi, juga tidak menjamin dalam sekejap mampu meningkatkan hasil atau produk penelitian. Sebab, dana yang dikeluarkan pemerintah masih sedikit dan fasilitas tak banyak mendukung para peneliti. Justru yang perlu dilakukan ialah kampus harus menumbuhkan tradisi ilmiah seperti membaca, menulis, berdiskusi dengan dukungan ruang akademik yang memadai

seperti perpustakaan, laboratorium, dan ruang terbuka untuk berdiskusi dan akses jurnal domestik dan internasional melalui internet untuk memantik budaya meneliti. Faktanya sampai saat ini baru beberapa kampus besar saja yang telah berlangganan jurnal internasional.

Untuk mendorong tradisi riset S2 dan S3, Mendikbud mengeluarkan Permendikbud No.49/2004 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi. Peraturan ini berisi ke depan program magister dan doktor ada 72 SKS (Sistem Kredit Semester), menyesuaikan dengan capaian pembelajaran (CP). Salah satu komponen CP program magister yaitu kemampuan menulis karya ilmiah dalam jurnal terakreditasi dan bertaraf internasional. Adapun program doktor CP yaitu mampu menulis karya ilmiah dalam jurnal nasional terakreditasi dan jurnal internasional terindeks. Pada rincian 72 SKS tersebut, porsi penelitian dan penulisan tesis memiliki porsi yang sangat besar 20 SKS, penulisan karya ilmiah 10 SKS dan 30 SKS untuk penelitian dan penulisan disertasi, serta 20 SKS untuk karya ilmiah internasional yang didistribusikan sejak semester pertama. Bukan tidak mungkin standar nasional pendidikan tinggi juga akan dibuat untuk program sarjana khususnya bagi kampus yang bervisi world class research university dengan banyaknya hasil riset sebagai parameternya. Permendikbud di atas bisa jadi merupakan aturan turunan dari UU Pendidikan Tinggi pasal 48 ayat 4 yang menyatakan “pemerintah memfasilitasi kerja sama dan kemitraan antar Perguruan Tinggi

dan antara Perguruan Tinggi dengan dunia usaha dan dunia industri dalam bidang penelitian.”

Semakin eratnya pola relasi antara perguruan tinggi, pemerintah, dan industri membuat Leydesdorff dan Etzkowitz (2001), menyebutnya sebagai Triple Helix model. Awal mula terbentuknya model ini karena universitas mengalami dua kali revolusi. Revolusi pertama terjadi ketika perguruan tinggi yang selama ini hanya berperan sebagai institusi pendidikan atau pengajaran (*teaching university*), berubah dengan mengambil peran baru melakukan penelitian (*research university*). Faktor pendorong kegiatan riset ini karena perguruan tinggi ingin menjadikan kegiatan penelitian sebagai medium untuk menemukan kebenaran ‘ilmiah’ dari berbagai pengetahuan yang diproduksi oleh mahasiswa dan pengajarnya. Universitas mulai mengambil peran penelitian pada paruh kedua abad ke 19 atau kisaran tahun 1850. Revolusi kedua perguruan tinggi mulai mengambil peran baru yaitu sebagai kontributor perkembangan ekonomi (*enterpreuneural university*) pada paruh kedua abad ke 20 atau 1950 an.

Menurut Leydesdorff dan Etzkowitz (2001), munculnya Triple Helix model disebabkan beberapa perkembangan dunia yang terjadi secara bersamaan. Pertama, interkoneksi yang semakin kuat antara institusi penghasil pengetahuan dan para pengguna pengetahuan. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya para industriawan dan ilmuwan bekerja sama melakukan prioritas penelitian yang akan dilakukan. Sehingga terjadilah

transfer pengetahuan dan teknologi sebagai hasil produksi pengetahuan dari para ilmuwan yang bekerja di perguruan tinggi ke industri. Kedua, semakin masifnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi seperti internet, metamorfosa komputer kotak ke komputer jinjing (laptop) dan telephone genggam ke handphone, membuat pengetahuan mudah diperoleh dari sumber manapun. Ketiga, cepatnya tumbuh kembang teknologi informasi dan komunikasi memiliki konsekuensi logisnya terjadinya perubahan bentuk koordinasi antara perguruan tinggi, pemerintah, dan industri dari vertikal ke lateral yang memangkas rumitnya birokrasi, sehingga seiring waktu ketiganya semakin padu.

Bergesernya peran perguruan tinggi untuk meningkatkan daya saing nasional dan mengembangkan ekonomi negara sangat tergantung dengan inovasi. Inovasi industri yang berguna dan bermanfaat sesuai kebutuhan masyarakat sangat dipengaruhi riset-riset rutin perguruan tinggi. Menurut Djoko Santoso (2008), universitas adalah lembaga riset, dengan demikian dalam siklus industri (membuat produk sesuai kebutuhan pasar), universitas dapat memerankan dirinya sebagai komponen yang melakukan riset dan pengembangan (produk tersebut). Sebab untuk membuat lembaga riset memerlukan biaya yang mahal, sementara hampir semua industri di Indonesia tidak dilengkapi lembaga riset, maka universitas harus menempatkan dirinya sebagai lembaga riset industri. Di Indonesia kita mengenal kebijakan RAPID (Riset Andalan Perguruan Tinggi dan Industri).

Pada konteks kasus di Indonesia, analisa Bagyo Y. Moeliodihardjo dkk (2012) menyimpulkan, tidak adanya kebijakan pemerintah yang koheren dalam relasi perguruan tinggi, pemerintah, dan industri membuat pola kemitraan universitas dan industri sebagian besar dikembangkan oleh para profesor secara individu. Berbagai kegiatan pun dilakukan kampus untuk mengeksplorasi pilihan dalam menjalin hubungan dengan industri seperti:

- 1) Sejumlah perguruan tinggi telah meningkatkan kontrak kerja sama dan layanan lainnya dengan berbagai pemerintah daerah dan klien industri. Keinginan untuk menghasilkan pendapatan lebih menjadi faktor pendukung kerja sama ini.
- 2) Banyak perguruan tinggi yang mulai mengurus hak paten dengan dukungan pemerintah. Hal ini sangat berbeda dengan masa lalu, di mana setiap akademisi kampus secara individu memberikan hak cipta temuannya khusus kepada mitra industri saja.
- 3) Pada konteks penelitian kolaboratif dan pengembangan, banyak akademisi merasa kesulitan menemukan mitra industri untuk menjalin kerja sama dan meningkatkan dukungan finansial dari industri untuk penelitian di perguruan tinggi.
- 4) Minimnya jaringan akademisi kampus dengan pelaku usaha merupakan masalah penting yang harus dipecahkan.

Merespon persoalan ini beberapa kampus memilih untuk mengadakan pertemuan antara akademisi perguruan tinggi, pengusaha, dan pemerintah di beberapa daerah untuk membuka peluang kerja sama.

- 5) Kolaborasi peran industri untuk pendidikan pun dilakukan seperti meminta pelaku usaha untuk mengajar mata kuliah kewirausahaan dan perguruan tinggi pun dapat mengirimkan staf pengajarnya untuk belajar di lingkungan industri.

Di Indonesia berbagai upaya untuk mempererat hubungan antara perguruan tinggi dan industri telah dilakukan sebagaimana dicontohkan di atas. Tetapi ikhtiar ini tidak selamanya mulus karena ada beberapa anggapan di balik layar yang berkembang yang bisa menghambat integrasi ketiganya, sebagaimana disebutkan Bagyo Y. Moeliodihardjo dkk (2012) yaitu, kurangnya pengertian dan kepercayaan antara perguruan tinggi dan industri. Akademisi tidak selalu respek pada industri karena terlalu berorientasi duit, kurang idealis, dan terlalu praktis. Industri pun menganggap perguruan tinggi kini menjadi menara gading, terlalu birokratis, bekerja lambat, dan banyak penelitian yang malah difokuskan pada penelitian akademik. Industri pun menganggap banyak akademisi yang tidak mengerti masalah yang dihadapi industri. Jika problem ini terus menerus dibiarkan akan membuat relasi perguruan tinggi dan industri akan terganggu dan dampaknya perkembangan ekonomi dan daya saing nasional pun dapat tersendat.

Pada titik ini pemerintah harus mengambil sikap untuk menjembatani kesalahpahaman ini, dengan membuat pertemuan intensif antara perguruan tinggi dan industri guna menemukan kerangka berfikir yang sejalan sebelum membicarakan program kemitraan jangka panjang. Apabila permasalahan konsepis ini sudah terpecahkan, relasi antara perguruan tinggi, pemerintah, dan industri tak ada aral rintang, sehingga pembangunan sumber daya manusia dan pengembangan ekonomi nasional pun tertunaikan. Semoga.



BAB VI MPLEMENTASI CSR

1.1. Pelaksanaan CSR

Di dalam prakteknya, penerapan CSR disesuaikan dengan kemampuan masing-masing perusahaan dan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan CSR sangat beragam. Hal ini bergantung pada proses interaksi sosial, bersifat sukarela didasarkan pada dorongan moral dan etika, dan biasanya melebihi dari hanya sekedar kewajiban memenuhi peraturan perundang-undangan.

Grindle, (1980) menjelaskan bahwa implementasi kebijakan menghubungkan antara tujuan kebijakan dan realisasinya dengan hasil kegiatan pemerintah. Hal ini sesuai dengan pandangan (Grindle, 1980) mengatakan bahwa tugas implementasi adalah membangun jaringan yang memungkinkan tujuan kebijakan publik direalisasikan melalui aktivitas instansi pemerintah yang melibatkan berbagai pihak yang berkepentingan (policy stakeholders).

Menurut Lane dalam (Akip, 2015) menyatakan implementasi sebagai konsep dapat dibagi ke dalam dua bagian. Pertama, $\text{implementation} = F(\text{Intention, Output, Outcome})$. Sesuai definisi tersebut, implementasi merupakan fungsi yang terdiri dari maksud dan tujuan, hasil sebagai produk dan hasil dari akibat. Kedua, implementasi merupakan persamaan fungsi dari $\text{implementation} = F(\text{Policy, Formator, Implementor,})$

Initiator, Time) . Penekanan utama kedua fungsi ini adalah kepada kebijakan itu sendiri, kemudian hasil yang dicapai dan dilaksanakan oleh implementor dalam kurun waktu tertentu (Sabatier, 1986).

Grindle, (1980) menjelaskan dari beberapa definisi tersebut diatas dapat diketahui bahwa implementasi kebijakan menyangkut tiga hal, yaitu : 1) adanya tujuan atau sasaran kebijakan; 2) adanya aktivitas atau kegiatan pencapaian tujuan; dan 3) adanya hasil kegiatan. Implementasi kebijakan pada prinsipnya adalah cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya, tidak lebih dan tidak kurang, untuk mengimplementasikan kebijakan publik ada dua pilihan langkah yaitu, langsung mengimplementasikan dalam bentuk program atau melalui formulasi kebijakan derivate atau turunan dari kebijakan publik tersebut.

Untuk menindaklanjuti pelaksanaan CSR maka perusahaan melakukan berbagai upaya dalam pengelolaan lingkungan. Penelitian ini menitikberatkan kepada beberapa bentuk CSR sebagai wujud tanggung jawab sosial dan lingkungan hidup yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat, perusahaan merupakan bagian dari masyarakat atau warga negara. Dengan menjadi bagian dari warga negara suatu bangsa (corporate citizenship), maka perusahaan juga mempunyai kewajiban dalam pembangunan. Beberapa bentuk CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam rangka pemenuhan tanggung jawab sosial dan lingkungan hidup.

Implementasi CSR ini seyogyanya memberikan manfaat yang sebesar-besarnya baik bagi internal maupun eksternal perusahaan, sehingga filosofi pemberian CSR itu sendiri tercapai. Menurut Sutan Remy Sjahdeini, terkait dengan tujuan atau manfaat pelaksanaan CSR menyatakan, pelaksanaan CSR telah meningkatkan reputasi perusahaan, reputasi yang baik itu memudahkan perusahaan untuk dapat melakukan rekrutmen pegawai yang berkualitas dan bereputasi baik, para pegawai lebih betah untuk bekerja di perusahaan yang melaksanakan CSR sehingga perusahaan dapat mengurangi biaya yang timbul karena harus melakukan rekrutmen baru dan melakukan pelatihan bagi pegawai pegawai baru itu dan sebagainya.

1.2. Metode Implementasi CSR

Implementasi CSR perusahaan merupakan tahap aplikasi program corporate social responsibility yang telah direncanakan sebelumnya. Upaya yang dilakukan perusahaan dalam rangka menjamin ketercapaian tujuan tanggung jawab sosial dilakukan dengan berbagai strategi. Implementasi CSR pada dasarnya dilaksanakan berdasarkan beberapa alasan dan tututan.

Grindle, (1980) menjelaskan bahwa implementasi kebijakan menghubungkan antara tujuan kebijakan dan realisasinya dengan hasil kegiatan pemerintah. Hal ini sesuai dengan pandangan (Grindle, 1980) mengatakan bahwa tugas implementasi adalah membangun jaringan yang memungkinkan tujuan kebijakan publik direalisasikan melalui aktivitas instansi

pemerintah yang melibatkan berbagai pihak yang berkepentingan (policy stakeholders).

Di dalam prakteknya, penerapan CSR disesuaikan dengan kemampuan masing-masing perusahaan dan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan CSR sangat beragam. Hal ini bergantung pada proses interaksi sosial, bersifat sukarela didasarkan pada dorongan moral dan etika, dan biasanya melebihi dari hanya sekedar kewajiban memenuhi peraturan perundang-undangan.

Pola perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program CSR dilaksanakan secara partisipatif. Melalui pendekatan partisipatif, maka kegiatan CSR sekaligus dapat menjadi saranapemberdayaan masyarakat, terbangunnya kepercayaan masyarakat, dan melibatkan banyak pihak. Disamping itu melalui pendekatan partisipatif masyarakat akan mempunyai rasa memiliki yang tinggi terhadap program CSR tersebut, sehingga dapat menjamin efektivitas, keberhasilan dan keberlanjutan program.

Metode yang banyak digunakan dalam pendekatan partisipatif antara lain adalah metode PRA (Participatory Rural Appraisal) yang dapat digunakan pada saat need assessment untuk menjangkau apa yang dibutuhkan masyarakat pada saat perencanaan program dan monitoring-evaluasi program.

Pendekatan partisipatif dalam implementasi program CSR dapat menghasilkan program yang efisien dan membina.

Pendekatan partisipatif dalam perencanaan program CSR memiliki karakteristik program, yaitu:

- 1) Bebas masyarakat
- 2) Berbasis sumberdaya dan potensi lokal
- 3) Berkelanjutan
- 4) Sejalan dengan program pemerintah daerah setempat
- 5) Diarahkan pada pengembangan kapasitas dan kemandirian

Pelaksanaan program CSR memerlukan prosedur tertentu agar dapat terlaksana secara efektif dan terukur, serta mencapai sasaran. Untuk itu prosedur penyusunan program secara umum dapat digambarkan dalam gambar berikut ini.





Gambar 2. Prosedur penyusunan Program CSR Perusahaan

1.3. Tahapan Penerapan CSR

Dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* ada beberapa tahapan yang perlu diperhatikan, yaitu.

1. Perancangan CSR

CSR butuh perumusan yang jelas, baik materi, strategi, sasaran, penelitian pemangku kepentingan, maupun anggaran yang dibutuhkan. Untuk itu, butuh kajian mendalam dan berkelanjutan, khususnya dalam menentukan isi dan sasaran agar memiliki daya dukung dalam pembangunan berkelanjutan dalam rangka meningkatkan pemberdayaan pada para pemangku kepentingan. Kualitas perancangan praktik tanggungjawab sosial perusahaan/CSR tergantung pada analisis perusahaan terhadap lingkungan dan sosial.

Program menjadi penting karena dapat dijadikan arah unuk melaksanakan (implementasi) pelaksanaan program. Di samping itu, perencanaan juga menentukan strategi yang lebih efektif dapat dilaksanakan.

2. Menetapkan Tujuan

Penentuan tujuan penting dalam banyak aktivitas meskipun belum dilakukan, mengingat penentuan tujuan secara akurat dapat menjadi bingkai (frame) segala tindakan yang akan dilakukan, dan sekaligus dapat dijadikan standar ketercapaian satu aktivitas. Tujuan, merumuskan apa yang akan diselesaikan oleh perusahaan dalam keberpihakan terhadap para pemangku

kepentingan, dan kapan akan diselesaikan, serta mengukur secara akurat kegiatan dilakukan.

3. Menetapkan Target

Target penting ditetapkan, karena menjadi bagian pengawasan pelaksanaan dan evaluasi secara melekat dari serentetan tindakan jangka waktu yang lebih lama. Melalui penetapan target, para pelaksana tanggungjawab sosial, memiliki patokan dalam melaksanakan program bersangkutan.

Kebijakan merupakan pedoman umum sebagai acuan pelaksanaan program tanggungjawab sosial perusahaan/CSR. Kebijakan, merupakan arah dasar yang diambil pimpinan dan menjadi warna orientasi satu program. Yusuf Wibisono (2007 : 154) menyatakan berbagai bentuk kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam memnjalankan aktivitas CSR, seperti:

- a. *Corporate Social Responsibility* didudukkan sebagai investasi sosial perusahaan
- b. *Corporate Social Responsibility* didudukkan sebagai strategi bisnis
- c. *Corporate Social Responsibility* didudukkan sebagai upaya untuk memperoleh *licence to operate* perusahaan dari masyarakat
- d. *Corporate Social Responsibility* didudukkan sebagai bagian dari risk management.

4. Menetapkan Strategi

Menetapkan strategi implementasi CSR memiliki ketergantungan arah mana kebijakan CSR harus dilakukan. Strategi di sini merupakan sarana untuk menjabarkan visi, misi, dan kebijakan CSR yang akan dipraktikkan. Pada banyak kasus, CSR perusahaan dilakukan dengan mengacu pada strategi, antara lain:

1) Public Relation

Strategi ini ditujukan untuk ketercapaian tujuan CSR dalam kerangka membangun dan menanamkan persepsi masyarakat tentang perusahaan.

2) Strategi Defensif

Usaha dilakukan untuk menagkis atau mengubah anggapan negatif yang telah tertanam pada diri komunitas terhadap perusahaan. Strategi ini umumnya digunakan setelah komplain para pemangku kepentingan terjadi kepada perusahaan.

3) Community Development

Melakukan program atau kegiatan untuk komunitas sekitar perusahaan atau melakukan kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil kegiatan pokok perusahaan. Program pengembangan masyarakat dapat dibedakan menjadi:

a. Community Relation

Strategi ini dilakukan dengan menggunakan kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman

melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang berkepentingan (stakeholder). CSR diarahkan pada kegiatan kedermaan (charity), berjangka pendek, habis pakai, dan kegiatan sosial lain yang bersifat insidental. Bantuan bencana alam, operasi bibir sumbing, operasi katarak, khitanan massal, PMI, bantuan sembako dan sejenisnya, merupakan salah satu jenis kegiatan ini.

b. Community Service

Merupakan strategi implementasi CSR yang menitik beratkan pada pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau kepentingan umum. Strategi ini bercirikan untuk memberikan kebutuhan yang ada di masyarakat dan pemecahan masalah dilakukan oleh masyarakat sendiri, sedangkan perusahaan hanyalah sebagai fasilitator dari pemecahan masalah tersebut.

c. Community Empowering

Merupakan strategi pelaksanaan CSR perusahaan yang memberikan akses lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya. Strategi ini mendudukan masyarakat sebagai mitra, dan memberikan penguatan. Program kemitraan terhadap UKM sebagaimana anjuran pemerintah sebagaimana termuat dalam UU. No. 40 Tahun 2007 merupakan satu bentuk strategi community development.

5. Pelaksanaan CSR

Ditinjau dari empat konsep yang dikemukakan oleh Garriga & Mele, El-Corp merupakan korporasi bisnis yang lahir dengan prinsip-prinsip agama Islam. Dalam ajarannya, bisnis selain sebagai alat untuk mencari keuntungan juga dianggap sebagai cara untuk menyejahterakan umat. Dengan kata lain, dibalik keuntungan yang didapatkan oleh para stakeholder perusahaan dari berdirinya suatu bisnis, terdapat hak atau kepentingan umat didalamnya. Dengan begitu, konsep CSR Garriga & Mele yang tepat untuk menjelaskan latar belakang pelaksanaan CSR oleh El-Corps adalah konsep political theories.

Sedikitnya ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu:

- 1) Keterlibatan langsung. Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti corporate secretary atau public affair manager atau menjadi bagian dari tugas pejabat public relation.
- 2) Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau groupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di

negara maju. Biasanya, perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan. Beberapa yayasan yang didirikan perusahaan diantaranya adalah Yayasan Coca Cola Company, Yayasan Rio Tinto (perusahaan pertambangan), Yayasan DharmamBhakti Astra, Yayasan Sahabat Aqua, GE Fund.

- 3) Bermitra dengan pihak lain. Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/organisasi non-pemerintah (NGO/LSM), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya. Beberapa lembaga sosial/Ornop yang bekerjasama dengan perusahaan dalam menjalankan CSR antara lain adalah Palang Merah Indonesia (PMI), Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), Dompet Dhuafa; instansi pemerintah (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia/LIPI, Depdiknas, Depkes, Depsos); universitas (UI, ITB, IPB); media massa (DKK Kompas, Kita Peduli Indosiar).

Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan 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 (Saidi & Abidin 2004:64-65)



BAB VII KEBIJAKAN CSR DAN RISIKO KEUANGAN

7.1. Konsep Kebijakan

Kebijakan di sektor pemerintah disebut kebijakan publik. Kraft & Furlong (2004:4) mengemukakan bahwa kebijakan publik dapat didefinisikan dalam beragam cara, tetapi pada dasarnya adalah suatu cara tindakan pemerintah (atau tidak bertindaknya pemerintah) yang diambil sebagai respons terhadap masalah-masalah sosial. Masalah sosial adalah kondisi-kondisi yang dipahami secara umum oleh publik sebagai sesuatu yang tidak dapat diterimakan karenaitu memerlukan intervensi.

Easton dalam Mulyadi (2015) mendefinisikan kebijakan publik sebagai pengalokasian nilai-nilai kepada seluruh masyarakat secara keseluruhan. Sementara Mulyadi (2015) menyebutkan bahwa kebijakan publik merupakan rumusan keputusan pemerintah yang menjadi pedoman guna mengatasi masalah publik yang mempunyai tujuan, rencana dan program yang akan dilaksanakan secara jelas. Kesimpulannya : (1). Kebijakan publik adalah tentang pilihan: pilihan atas tujuan-tujuan; pilihan atas alasan untuk dan di dalam bertindak; pilihan atas instrumen-instrumen; pilihan tentang bagaimana merespon konsekuensi-konsekuensi dari outputs kebijakan (2) Kebijakan publik pada dasarnya adalah suatu keputusan yang dimaksudkan untuk mengatasi kesalahan, tertentu melakukan kegiatan tertentu atau untuk mencapai tujuan tertentu yang dilakukan oleh institusi yang berwenang dalam rangka penyelenggaraan tugas

pemerintahan negara dan pembangunan, berlangsung dalam suatu kebijakan tertentu.

Wilson (2006:12) menyatakan bahwa elemen yang lazim dalam definisi kebijakan publik adalah "suatu proses atau rangkaian atau pola dari aktivitas atau keputusan-keputusan pemerintahan yang didesain untuk memecahkan sejumlah masalah publik. Kebijakan publik merefleksikan maksud, tujuan-tujuan, dan nilai-nilai dari pemerintah. ICAEW (2012:10) menyatakan bahwa kepentingan publik adalah segala sesuatu yang dipentingkan bagi publik. Masalahnya, hal-hal yang bermanfaat bagi publik tidak selalu persis sama dengan apa yang mereka anggap penting. Lebih lanjut menyatakan bahwa kepentingan publik dapat didefinisikan dari tiga perspektif. Pandangan rasionalis mengatakan bahwa kepentingan publik adalah kepentingan terbanyak dari total penduduk yang ada. Pandangan idealis mengatakan bahwa kepentingan publik itu adalah hal yang luhur sehingga tidak boleh direka-reka oleh manusia. Pandangan realis mengatakan bahwa kepentingan publik itu adalah hasil kompromi daribertarungan berbagai kelompok kepentingan.

7.2. Kinerja Keuangan

Pencapaian tujuan utama perusahaan akan lebih efisien dengan memperhatikan kebutuhan stakeholder. Akan tetapi pada kenyataannya terdapat perusahaan yang mengeluarkan banyak biaya untuk bertanggungjawab secara sosial dan etis tidak menyebabkan trade-off (pertukarannya) menjadi negatif dan

tetap bisa menampilkan kinerja yang sama baiknya dengan perusahaan lain yang tidak mengimplementasikan CSR.

Titisari (dalam Yaparto et al., 2013) menjelaskan bahwa tidak berpengaruhnya CSR terhadap kinerja keuangan dapat dikarenakan oleh isu mengenai CSR yang cenderung merupakan sesuatu hal yang baru di Indonesia dan adanya ajang ISRA belum banyak diketahui oleh perusahaan di Indonesia.

Investor mempunyai persepsi yang rendah terhadap pengungkapan CSR karena CSR yang dilakukan perusahaan umumnya merupakan bagian dari iklan dan perusahaan menghindari memberikan informasi yang relevan. Oleh karena itu, tidak jarang apabila perusahaan akan mengungkapkan hal-hal yang baik dan menutupi hal yang tidak menguntungkan bagi perusahaan pada laporan tahunan yang dapat mendorong kualitas pengungkapan CSR masih dipertimbangkan oleh investor. Hal itu mengakibatkan kurangnya ketertarikan investor untuk menanamkan modal kepada perusahaan sehingga menyebabkan tidak signifikannya ROE perusahaan (Yaparto et al., 2013). Atau dapat dikatakan bahwa perusahaan gagal memberikan informasi yang lebih kepada investor serta besar kecilnya tingkat pengungkapan CSR tidak ada pengaruh dengan tingkat pengembalian investasi (Pratiwi, 2013).

7.3. Manajemen Resiko

Berbagai aktivitas yang dilakukan membuat Perusahaan menghadapi berbagai macam risiko keuangan, termasuk dampak perubahan harga komoditas dan nilai tukar mata uang asing.

Manajemen risiko dijalankan oleh Direksi. Direksi bertugas melakukan identifikasi, evaluasi dan melindungi nilai yang tepat terhadap risiko-risiko keuangan jika diperlukan. Direksi menentukan prinsip manajemen risiko secara keseluruhan, sekaligus juga menetapkan kebijakan-kebijakan yang mencakup risiko-risiko dalam bidang tertentu, seperti risiko tingkat kredit, risiko likuiditas, risiko mata uang, dan risiko harga komoditas. Beberapa risiko yang di hadapi oleh Perusahaan adalah sebagai berikut :

7.3.1. Risiko Kredit

Risiko kredit merupakan risiko yang muncul dikarenakan debitur tidak membayar semua atau sebagian piutang atau tidak membayar secara tepat waktu dan akan menyebabkan kerugian Perusahaan.

Risiko kredit Perusahaan terutama melekat pada penagihan penjualan. Perusahaan mengendalikan eksposur risiko kredit dengan menetapkan kebijakan dimana persetujuan atau penolakan kontrak penjualan dan kepatuhan atas kebijakan tersebut dipantau oleh direksi. Sebagai bagian dari proses persetujuan atau penolakan tersebut, reputasi dan catatan historis pelanggan menjadi bahan pertimbangan. Selain pengungkapan dibawah ini, Perusahaan tidak memiliki konsentrasi risiko kredit.

1) Kas dan Bank

Risiko kredit atas penempatan rekening Koran dikelola oleh manajemen sesuai dengan kebijakan Perusahaan.

Penempatan dana dan hanya dilakukan bank dengan reputasi dan kredibilitas yang baik. Kebijakan ini dievaluasi setiap tahun oleh Direksi untuk meminimalkan risiko konsentrasi kredit sehingga mengurangi kemungkinan kerugian akibat kebangkrutan bank-bank tersebut.

2) Piutang Usaha

Risiko kredit atas penjualan kredit kepada pelanggan adalah risiko bahwa Perusahaan akan mengalami kerugian yang timbul dari pelanggan yang gagal memenuhi kewajiban kontraktual mereka. Perusahaan mengelola dan mengendalikan risiko kredit dengan menetapkan kebijakan atas persetujuan atau penolakan kontrak kredit baru. Kepatuhan atas kebijakan tersebut dipantau oleh Direksi. Sebagai bagian dari proses persetujuan atau penolakan tersebut, reputasi dan rekam jejak pelanggan menjadi bahan pertimbangan. Perusahaan melakukan hubungan usaha hanya dengan pihak ketiga yang diakui dan kredibel. Manajemen menerapkan peninjauan mingguan dan bulanan pada umur piutang dan penagihan untuk membatasi risiko kredit. Sesuai dengan kebijakan manajemen, pelanggan yang tagihannya telah melewati batas jatuh tempo akan dikenakan status hold. Saat ini tidak ada risiko kredit terpusat secara signifikan.

Pada tanggal pelaporan, eksposur maksimum Perusahaan terhadap risiko kredit adalah sebesar nilai tercatat masing-masing kategori asset keuangan yang disajikan pada laporan posisi keuangan.

3) Kualitas Kredit Aset Keuangan

Perusahaan mengelola risiko kredit yang terkait dengan rekening bank dan piutang dengan memonitor reputasi, peringkat kredit, dan membatasi risiko agregat dari masing-masing pihak dalam kontrak. Untuk bank, hanya pihak-pihak independen dengan predikat baik yang diterima.

Kualitas kredit dari aset keuangan baik yang belum jatuh tempo atau tidak mengalami penurunan nilai dapat dinilai dengan mengacu pada peringkat kredit eksternal (jika tersedia) atau mengacu pada informasi historis mengenai tingkat gagal bayar debitur.

7.3.2. Risiko Likuiditas

Risiko likuiditas adalah suatu risiko yang dapat terjadi dimana pendapatan jangka pendek tidak dapat menutupi pengeluaran jangka pendek. Pada saat ini Perusahaan berharap dapat membayar semua liabilitas pada saat jatuh tempo. Untuk memenuhi komitmen kas, Perusahaan berharap kegiatan operasinya dapat menghasilkan arus kas masuk yang cukup. Perusahaan memelihara rekening bank yang cukup memadai untuk memenuhi kebutuhan likuiditasnya.

7.3.3. Risiko Mata Uang Asing

Risiko mata uang merupakan risiko fluktuasi nilai instrumen keuangan yang disebabkan perubahan nilai tukar mata uang asing. Perusahaan secara signifikan terekspos risiko mata uang asing karena sebagian transaksi Perusahaan dalam

mata uang asing. Untuk meminimalkan risiko ini, Perusahaan selalu berusaha menjaga aliran kas dengan mengatur waktu pembayaran dengan mempertimbangkan kurs yang berlaku pada saat akan dilakukan pembayaran, serta merencanakan secara cermat alokasi penempatan dana dalam mata uang asing, untuk mengantisipasi perubahan kurs yang signifikan pada sisi liabilitas serta menghindari spekulasi ambil keuntungan atas penempatan dana dalam mata uang asing.

7.3.4. Risiko Tingkat Suku Bunga

Risiko suku bunga terdiri dari risiko suku bunga atas nilai wajar, yaitu risiko fluktuasi nilai instrumen keuangan yang disebabkan perubahan suku bunga pasar, dan risiko suku bunga atas arus kas, yaitu risiko arus kas di masa datang akan berfluktuasi karena perubahan suku bunga pasar.

7.3.5. Risiko Harga

Risiko harga adalah risiko fluktuasi nilai instrument keuangan sebagai akibat perubahan harga pasar, terlepas dari apakah perubahan tersebut disebabkan oleh faktor-faktor spesifik dari instrumen individual atau penerbitnya atau faktor-faktor yang mempengaruhi seluruh instrument yang diperdagangkan di pasar Perusahaan terkena dampak risiko harga yang terutama diakibatkan oleh pembelian tetes tebu yang merupakan bahan baku utama. Harga tetes tebu tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain permintaan dan pasokan. Dampak risiko harga tersebut mengakibatkan kenaikan biaya produksi. Dampak yang terjadi terhadap instrumen

keuangan adalah penyediaan kebutuhan dana yang cukup besar untuk pembelian bahan baku. Kebijakan Perusahaan untuk meminimalkan resiko yang berasal dari fluktuasi harga tetes tebu adalah antara lain dengan mengadakan kontrak pembelian yang berjangka waktu 12 bulan atau kurang dan pembelian kepada pemasok agar mendapatkan harga dan kuantitas yang memadai.



BAB VIII DAMPAK CSR DALAM PEREKONOMIAN

Setiap kegiatan dalam perusahaan selalu menimbulkan dampak positif maupun dampak negatif kepada perusahaan maupun kepada masyarakat sekitar. CSR sangat penting untuk dilakukan karena membangun emosionalitas antara masyarakat dengan perusahaan, sehingga citra perusahaan dapat terjaga ketika banyak stakeholders yang memiliki keterikatan emosi yang positif dengan perusahaan. Dampak-dampak yang terjadi oleh penerapan CSR. Ketiga aspek (sosial, ekonomi, dan lingkungan) dalam program CSR dapat membentuk opini, pendapat, penilaian dan tanggapan masyarakat pada perusahaan yang menjalankan program CSR tersebut di lingkungan sekitar tempat perusahaan berdiri. Opini, pendapat, penilaian dan tanggapan yang dibentuk oleh masyarakat dapat mempengaruhi citra perusahaan.

Carroll (2010) percaya bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah harapan sosial bagi perusahaan pada waktu tertentu, termasuk tanggung jawab ekonomi, dan tanggung jawab lingkungan. Tanggung jawab ekonomi adalah bahwa perusahaan harus secara efektif memanfaatkan sumber daya dan menyediakan produk atau jasa dengan harga yang wajar, menjaga ketertiban persaingan industri yang adil dan stabil, dan memenuhi kepentingan dan kebutuhan pihak yang berkepentingan, dalam rangka menciptakan lapangan kerja, keuntungan, dan pertumbuhan; ini adalah tanggung jawab yang

paling mendasar dari perusahaan (Retno, 2012). Tanggung jawab lingkungan adalah bahwa nilai-nilai inti perusahaan dan cita-cita harus sesuai dengan norma-norma moral dalam masyarakat, sesuai dengan harapan sosial atau larangan untuk melindungi hak-hak dan kepentingan publik dari pihak yang berkepentingan (Carroll, 2010).

8.1. Dampak Kehidupan Sosial

Yenti (2013) menunjukkan bahwa aspek sosial memiliki pengaruh pada citra perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya bantuan dana yang bergulir dari perusahaan pada masyarakat sekitar lingkungan perusahaan dapat membantu masyarakat sekitar dalam meningkatkan kesejahteraan. Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya dan Husni (2015) menunjukkan hasil yang serupa yaitu aspek sosial memiliki pengaruh pada citra perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa dukungan aktif yang diberikan oleh perusahaan dalam kegiatan sosial memberikan pengaruh positif pada masyarakat lingkungan sekitar perusahaan, oleh karena itu masyarakat memiliki opini positif pada citra perusahaan.

Dampak sosial yang diakibatkan adanya CSR perusahaan pada masyarakat sekitar adalah sebagai berikut :

1. Pihak perusahaan memberikan perhatian penuh kepada keluarga penerima beasiswa dengan memenuhi kebutuhan sekolah;

2. Menjalin hubungan yang baik dengan kedua keluarga penerima beasiswa serta memberikan wawasan tentang perusahaan;
3. Pihak perusahaan memberikan fasilitas computer untuk anak asuhnya, agar anak asuhnya memahami tentang teknologi;
4. Adanya kegiatan bermanfaat yang menjadikan masyarakat bergotong royong;
5. Kegiatan donor darah sebagai wadah untuk mereka yang ingin mendonorkan darahnya. Sehingga dapat memberikan sumbangan darah kepada PMI untuk disalurkan kepada yang membutuhkan;
6. Beasiswa yang diberikan kepada dua anak asuh hanya berlangsung selama satu tahun, dan sampai saat ini belum ada kepastian dari pihak management perusahaan apakah beasiswa tersebut akan berlanjut atau diberhentikan;
7. Pihak perusahaan hanya memberikan bantuan kepada masyarakat yang berdomisili asli Surabaya, padahal banyak sekali masyarakat pendatang yang tinggal di wilayah perusahaan dan sekitarnya yang membutuhkan bantuan;

8.2. Dampak Ekonomi

Menurut Chahal dan Sharma (2006) aspek ekonomi dari corporate social responsibility (CSR) meliputi dampak ekonomi dari kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan. Aspek ini sering kali disalah artikan sebagai masalah keuangan

perusahaan sehingga aspek ini diasumsikan lebih mudah untuk diimplementasikan daripada dua aspek lainnya, yaitu aspek sosial dan lingkungan. Aspek ekonomi tidak sesederhana melaporkan keuangan/neraca perusahaan saja, tetapi juga meliputi dampak ekonomi baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap operasional perusahaan di komunitas lokal dan di pihak-pihak yang berpengaruh terhadap perusahaan lainnya. Kunci sukses dari aspek ekonomi adalah economic performance/kinerja keuangan perusahaan. Hadi (2011:16) menyatakan bahwa keberadaan perusahaan yang ditujukan untuk meningkatkan nilai bagi shareholders, seperti meningkatkan keuntungan, harga saham, pembayaran deviden, dan lainnya.

Menurut Rizal dalam Sidarta (2002: 36), komponen-komponen dan fungsi sistem ekonomi untuk mengetahui besarnya dampak yang ditimbulkan oleh suatu kegiatan perlu memperhatikan :

- b. Sistem ekonomi tersusun atas hubungan timbal balik dari para pelaku ekonomi dan organisasi.
- c. Sistem ekonomi mengatur perubahan persediaan bahan mentah menjadi barang jadi.
- d. Sistem ekonomi menentukan distribusi dari barang dan jasa yang diperlukan.
- e. Sistem ekonomi mempengaruhi persepsi ruang mengenai barang dan jasa yang dibutuhkan.

CSR merupakan komitmen perusahaan untuk melakukan kontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan untuk bekerjasama dengan masyarakat sekitar untuk meningkatkan

kualitas kehidupan dengan cara meningkatkan perekonomian masyarakat yang ada di sekitar Perusahaan. Keberadaan Perusahaan seharusnya mampu memberdayakan masyarakat untuk diajak bekerjasama dalam aktivitas bisnis perusahaan agar perekonomian masyarakat sekitar mengalami peningkatan.

8.3. Dampak Lingkungan

Mardikanto (2014:149) mendefinisikan 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. Perusahaan harus menyadari semua aspek lingkungan langsung dan tidak langsung yang berhubungan dengan kinerja usahanya, penyerahan jasa, dan manufaktur produk.

Aspek lingkungan atau environment dimension ini mencerminkan dimana perusahaan memiliki kewajiban terhadap dampak yang dihasilkan pada lingkungan dari operasional perusahaan (Mardikanto, 2014:149). Menciptakan lingkungan yang sehat dan aman, mengelola limbah dengan baik dan menciptakan produk-produk yang ramah lingkungan merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan (Ulum, 2014).

BAB IX MENGOPTIMALKAN CSR

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) sebagaimana diketahui telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan, antara lain Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup dan ada beberapa peraturan lainnya seperti bidang lingkungan, energi dan kehutanan.

Peraturan-peraturan di atas mengatur CSR secara umum atau dengan kata lain CSR sendiri hanya bagian kecil dari peraturan tersebut. Secara khusus CSR diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Walaupun PP 47 mengatur secara khusus mengenai CSR tetapi jika dikaji seksama substansi PP tersebut setidaknya belum merinci dengan jelas mengenai jumlah dan peruntukan CSR yang menjadi kewajiban dari perusahaan.

Kekurangan tersebut tidak hanya pada peraturan pelaksana saja bahkan undang-undang yang mendelegasikannya tidak menyebutkan secara eksplisit mengenai hal tersebut kecuali peraturan lain terkait untuk BUMN.

Karena tidak ditentukan tersebut maka hal ini dapat membuka peluang bagi “perusahaan yang kurang peduli” untuk tidak berlaku semestinya dalam pelaksanaan dan pelaporannya.

Untuk menutupi kekurangan serta memaksimalkan peraturan yang ada di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung CSR telah ditetapkan oleh Gubernur melalui Peraturan Daerah Nomor 7 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan.

Sangat jelas dalam Pasal 7 ayat (1) Peraturan Daerah tersebut menyebutkan bahwa dalam anggaran perusahaan mengalokasikan dari keuntungan bersih setelah dikurangi pajak atau dialokasikan dari mata anggaran lain yang ditentukan perusahaan sebesar 1% sampai dengan 2%.

Dengan adanya penetapan besaran alokasi dana untuk pelaksanaan CSR tersebut maka menjadi kewajiban moral pihak perusahaan untuk melaksanakannya, karena jika melanggar ketentuan norma perda tersebut terdapat konsekuensi sanksi yang bisa diberikan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Sedangkan peruntukan CSR juga sangat jelas diatur dalam Pasal 11 ayat (1) yang kemudian dirinci dalam pasal-pasal selanjutnya sehingga penggunaan CSR diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan bagi kesejahteraan masyarakat setempat.

Selain pembebanan terhadap perusahaan Peraturan Daerah tersebut juga mengatur mengenai pemberian penghargaan bagi perusahaan yang telah bersungguh-sungguh melaksanakan CSR, yang ditindaklanjuti dengan menetapkan Peraturan Gubernur Nomor 58 tahun 2017 tentang Pemberian Penghargaan

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Hal ini bermaksud peraturan yang dibentuk tidak hanya untuk membebani perusahaan tetapi juga memberikan reward apabila perusahaan telah melaksanakan CSR secara baik.

Walaupun peraturan yang menaungi CSR sudah lengkap dan jelas bukan berarti tidak ada celah pelanggaran atau kelalaian baik sengaja ataupun tidak sengaja dari pihak perusahaan dalam pelaksanaan CSR. Oleh karena itu untuk memaksimalkan peran perusahaan dalam pelaksanaan CSR tersebut perlu adanya peran serta masyarakat secara aktif.

Peran aktif tersebut antara lain misalnya membuat sejenis perjanjian atau kesepakatan dari masyarakat setempat dengan perusahaan yang difasilitasi oleh pemerintah mengenai apa yang harus dilaksanakan melalui CSR tersebut dengan tetap berpegang prinsip bahwa CSR dilaksanakan semata-mata untuk mensejahterakan masyarakat setempat sehingga poin-poin yang tercantum dalam naskah perjanjian atau kesepakatan tersebut merupakan keinginan dari masyarakat setempat yang tidak keluar dari substansi ketentuan peraturan perundang-undangan.

Adapun perjanjian atau kesepakatan tersebut dapat diprakarsai oleh pemerintah desa setempat dengan perusahaan. Hal ini dimungkinkan sesuai dengan ketentuan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 96 Tahun 2017 tentang Tata Cara Kerjasama Desa di Bidang Pemerintahan Desa.

Untuk memperkuat perjanjian atau kesepakatan tersebut perlu ada komitmen pemerintah daerah mengenai sanksi yang diterapkan apabila ternyata perusahaan melanggar perjanjian atau kesepakatan tersebut di kemudian hari dengan tetap mengacu pada peraturan perundang-undangan. Karena tanpa komitmen, masyarakat tidak dapat berbuat banyak apabila terjadi pelanggaran sehingga yang menjadi korban atau pihak yang dirugikan adalah masyarakat setempat.

Dengan adanya sinergitas antara peran aktif masyarakat, dukungan pemerintah daerah dan komitmen perusahaan dalam menjalankan CSR maka diharapkan implementasi pengelolaan CSR khususnya di provinsi kepulauan bangka belitung dapat berjalan secara terarah sehingga dapat mewujudkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat serta kelestarian lingkungan hidup.

Strategi Korporat

Strategi yang dirumuskan untuk mencapai tujuan korporat atau bisnis secara keseluruhan mencakup bagaimana mengintegrasikan dan mengelola semua bisnis (New Business, New Divisions, Merger, Acquisition). Korporat bertanggung jawab membangun “value” dalam bisnisnya. Korporat bertanggung jawab pada portofolio bisnis, memastikan bahwa bisnis akan beroperasi dalam jangka panjang, dan memastikan setiap bisnis yang dimilikinya kompatibel satu sama lain.

Strategi korporat merupakan game plan keseluruhan dari perusahaan diversifikasi. Strategi ini menjadi payung atau

pedoman strategi bagi seluruh unit bisnis yang dimiliki perusahaan diversifikasi.

Strategi Unit Bisnis

Strategi level unit bisnis ini bisa berupa strategi di level anak perusahaan, divisi, lini produk, atau profit centre lain yang memiliki otonomi pengelolaan bisnisnya sendiri. Isu dalam strategi bisnis adalah bagaimana mengkoordinasikan fungsi-fungsi bisnis/manajemen untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Di level bisnis strategi yang diformulasikan akan berkaitan dengan posisi bisnis terhadap pesaing, bagaimana mengakomodasi perubahan tren pasar dan teknologi, dan upaya-upaya mempengaruhi persaingan melalui tindakan-tindakan strategis seperti integrasi vertikal, atau tindakan politis seperti lobi.

Strategi Fungsional

Strategi yang diformulasikan dan diimplementasikan di level fungsi manajemen dari tiap bisnis, seperti fungsi SDM, keuangan, operasional, dan pemasaran. Level ini menjadi pusat informasi manajemen strategi di level lebih atas yaitu bisnis dan korporat. Setiap unit fungsional diharuskan mengembangkan strategi bisnis agar dapat memberikan kontribusi pada kesuksesan strategi bisnis secara keseluruhan.

Strategi Operasional

Strategi yang diformulasikan dan diimplementasikan di unit-unit operasional seperti penjualan, distribusi, penyimpanan,

promosi, persediaan, penggajian dll. Keberhasilan manager pada jajaran ini akan menentukan kelancaran proses dan kesuksesan organisasi secara keseluruhan.



BAB X TANTANGAN BARU YANG MUNCUL DARI PRAKTIK CSR

Corporate Social Responsibility menjadi isu yang seringkali diperdebatkan oleh berbagai kalangan. Salah satu isu yang seringkali diperdebatkan khususnya di Indonesia adalah perdebatan definisi dan praktik ideal CSR. Bahkan perdebatan ini pun sudah masuk keranah kebijakan. Secara eksplisit, isu CSR masuk dalam Undang-Undang Penanaman Modal dan Perseroan Terbatas. Hal ini pun disinggung secara tegas dalam Rencana Undang Undang Mineral dan Batubara (RUU Minerba). Namun sayang, perundangan ini lebih menunjukkan ketertarikan pada kewajiban, sanksi, porsi dana, dan keamanan kepentingan bisnis. Tidak tersinggung sama sekali soal makna, nilai, dan cita-cita pembangunan berkelanjutan. Demikian pula dengan reaksi pihak perusahaan. Rata-rata mereka menunjukkan penolakan dengan alasan klasik yaitu masalah dana. Jika pemerintah melihat CSR sebagai peluang memperoleh dana di luar pajak dan kewajiban regulasi lainnya, maka pihak perusahaan seakan berpaduan suara menyatakan bahwa kewajiban CSR hanyalah tambahan pengeluaran anggaran.

Selanjutnya, CSR merupakan usaha inisiatif yang diformulasikan sendiri oleh sektor bisnis itu sendiri melalui self regulation nya. Konsekuensinya tidaklah mengherankan apabila skema CSR yang lazim diadopsi oleh kalangan korporasi seringkali hanyalah merupakan rangkaian pernyataan atau prinsip yang bersifat kabur yang tak mampu menjadi panduan dalam situasi konkret. Mereka juga dalam kebanyakan kasus tidak dapat berfungsi sebagai mekanisme penyelesaian berbagai masalah sosial dan lingkungan yang mencuat sebagai dampak kinerja bisnis. Situasi semacam inilah yang menjadi landasan kritik bahwa CSR tidaklah lebih daripada aktivitas public relations pihak korporasi tanpa disertai suatu perubahan yang substansial sifatnya.

CSR dalam pengertian nya merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan

memberikan kontribusi bagi pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya (Wibisono, 2007:7). Dengan kata lain, CSR dipahami sebagai cara sebuah perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi dari ekonomi, environment atau lingkungan dan persoalan-persoalan sosial dalam waktu yang sama bisa memenuhi harapan dari shareholders maupun stakeholders. Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa CSR harus menasar pada tiga hal yaitu profit, people dan planet (triple bottom lines dalam CSR) (Edi Suharto, 2006:5).

Dalam perjalanannya, CSR setidaknya menyisakan dua persoalan pokok. Pertama, masih belum jelasnya kewajiban pelaksanaan CSR. Hal ini berkaitan dengan siapakah yang melaksanakan CSR “apakah perusahaan yang menjalankan usaha dan berkaitan langsung dengan sumber daya alam ataukah perusahaan yang tidak mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam tetapi kegiatannya memiliki dampak terhadap sumber daya alam”. Kedua, berkaitan dengan manfaat CSR. Perusahaan mengklaim bahwa mereka sudah melaksanakan program CSR kepada stakeholder namun sebaliknya stakeholder belum merasakan manfaat dari program tersebut. Hal ini dapat dilihat dari program CSR yang telah dilakukan oleh banyak perusahaan di Indonesia. Contohnya program CSR yang dilakukan oleh PT. Freeport Indonesia yang menyediakan layanan medis bagi masyarakat Papua melalui penyediaan klinik-klinik dan rumah sakit modern di Banti dan Timika. Selain itu, perusahaan ini juga menyediakan bantuan dana pendidikan bagi pelajar Papua dan melakukan pengembangan program wirausaha seperti di Komoro dan Timika. Namun, dari sekian banyaknya program CSR yang telah dilakukan tersebut, PT Freeport masih belum mengalami nasib “baik”. Betapa tidak, PT. Freeport Indonesia yang telah beroperasi sejak tahun 1969, sampai saat ini tidak lepas dari konflik berkepanjangan dengan masyarakat lokal, baik berkaitan dengan tanah ulayat, pelanggaran adat, maupun kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi.

Salah satu hal yang mungkin menyebabkan ini terjadi adalah program yang diusung oleh perusahaan belum didasarkan pada penilaian (assessment) kebutuhan dari masyarakat lokal. Selain itu, hal yang seringkali mengusik adalah pembangunan fisik yang dilakukan oleh berbagai perusahaan yang diklaim sebagai program CSR dalam kenyataan bukan ditujukan untuk masyarakat lokal namun untuk perusahaan itu sendiri. Contohnya pembangunan transportasi berupa jalan, pada tingkat tertentu bertujuan untuk mempercepat jalannya proses produksi. Dengan demikian, walaupun jalan tersebut bermanfaat bagi masyarakat lokal, hal tersebut merupakan externality yang menguntungkan masyarakat lokal.

Selain persoalan diatas, program CSR masih menyimpan banyak polemik di dua Kementrian yaitu di Kementrian Hukum dan HAM dan Kementrian Perindustrian. Kemenkum dan HAM berusaha mewajibkan program CSR bagi seluruh perusahaan sedangkan kementrian Perindustrian tidak mewajibkan perusahaan memiliki program CSR. Hal ini merupakan Full Anomali (terbalik-balik). Kementrian Hukum dan HAM yang seharusnya mendukung pengusaha karena asas kebebasan malah mendukung program CSR, akan tetapi Kementrian Perindustrian yang seharusnya mewajibkan CSR justru memberikan kebebasan dari tuntutan kewajiban CSR.

Pada dasarnya perusahaan di Indonesia melaksanakan program CSR atas dasar memenuhi kewajiban kontraktual dalam artian mengikuti peraturan yang dibuat oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Namun terlepas dari semua itu, seharusnya perusahaan sudah memikirkan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pada akhirnya, semua persoalan tersebut harus diselesaikan oleh berbagai pihak baik pihak perusahaan, pemerintah, masyarakat dan pihak lain yang terkait untuk membuat regulasi yang baik mengenai program CSR. Program CSR yang dilaksanakan oleh setiap perusahaan haruslah menysasar pada “kebutuhan” masyarakat bukan hanya sebatas program asal-asalan yang dilakukan oleh perusahaan untuk

menunjang reputasi dan image perusahaan. Tanpa adanya motif melayani keinginan masyarakat dan manajemen yang tidak transparan akan mengakibatkan program CSR berjalan eksklusif dan tidak melibatkan partisipasi dari masyarakat.

Tantangan Implementasi CSR oleh Perusahaan

Tantangan dimaknai sebagai faktor-faktor yang dapat menghambat terwujudnya implementasi CSR oleh perusahaan. Sebagaimana peluang, penghambat dapat juga berasal dari dunia usaha maupun dari pemerintah dalam bentuk masih lemahnya pengaturan terkait reward and punishment dalam implementasi CSR. Paling tidak terdapat dua faktor penghambat yang datang dari dunia usaha yaitu adanya pendapat bahwa CSR secara teknis dan filosofis bersifat sukarela, dan penerapan CSR merupakan cost centre bagi operasi perusahaan (Anonim, 2009).

- (1) Bagi sebagian pihak yang penganut prinsip ini, implementasi CSR sepenuhnya bersifat sukarela sesuai kemampuan sumber daya (termasuk finansial) perusahaan. Di dunia barat, Eropa dan Amerika, prinsip CSR yang bersifat sukarela dapat berjalan baik karena etika bisnis telah terinternalisasi dengan baik sehingga CSR telah menjadi kebutuhan. Di negara berkembang seperti Indonesia, hal tersebut masih belum dimungkinkan mengingat belum berkembangnya etika bisnis sebagaimana yang berkembang di negara barat. Dalam hal ini, implementasi CSR di Indonesia masih tetap membutuhkan adanya campur tangan pemerintah sebagai regulator untuk memastikan berjalannya keharmonisan antara dunia usaha dengan tuntutan sosial dan ekologis.
- (2) Prinsip lain yang menjadi penghambat yang datang dari dunia usaha adalah adanya anggapan bahwa CSR lebih merupakan Cost centre yang tidak memberikan dampak positif terhadap operasi maupun eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Prinsip ini didukung oleh pendapat

Milton Friedman seorang pemenang Nobel Ekonomi tahun 60-an- (Manne, 2007) bahwa tugas utama perusahaan adalah memupuk keuntungan sebesar-besarnya, sedangkan tugas-tugas peningkatan kesejahteraan sosial adalah tugas pemerintah karena perusahaan telah membayar berbagai pajak kepada pemerintah sehingga seyogyanya urusan di luar tugas utama perusahaan (motif memupuk keuntungan/profit seeking motive) harus dilakukan oleh pemerintah.

Dari sisi pemerintah, walau telah ada peraturan perundang-undangan yang secara eksplisit maupun implisit mewajibkan pelaksanaan CSR namun masih ada beberapa hal yang menjadi faktor penghambat dalam implementasinya. Faktor-faktor penghambat tersebut adalah belum ada kebijakan reward dan punishment yang memadai.



DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Daniri, Mas. 2006. *Good Corporate Governance: Konsep dan Penerapannya Dalam Konteks Indonesia*. Jakarta: Ray Indonesia.
- Anggusti, Martono. 2010. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Bandung: Books Terrace & Library.
- Bagyo Y. Moeliodihardjo. (2012). *University, Industry, and Government partnership*:
- Bertens, K. 1989. *Etika dan Etiket, Pentingnya Sebuah Perbedaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Budi Untung, Hendrik. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Budimanta, Arif. Adi Prasetyo, dan Bambang Rudito. 2005. *Corporate Social Responsibility, Jawaban bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini*. Jakarta: Indonesia Center for Sustainable Development.
- Chandra, Robby I. 1995. *Etika Dunia Bisnis*. Yogyakarta : Kanisius.
- Djoko Santoso. (2008). Makalah "Universitas dalam Industri" disampaikan pada Raker Perindustrian Jawa Timur, Surabaya, 12 Maret 2008
- Ermawan, Emi R. 2007. *Business Ethics : Etika Bisnis*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Etzkowitz, Henry, José Manoel Carvalho de Mello, and Mariza Almeida. "Towards —meta-innovation|| in Brazil: The evolution of the incubator and the emergence of a triple helix." *Research policy* 34, no. 4 (2005): 411-424.
- Etzkowitz, Henry. "Innovation in innovation: The triple helix of university-industry-government relations." *Social science information* 42, no. 3 (2003): 293-337.

- Hadi, Nor. 2011. Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hakim, Lukman. 2011. Filosofi Kewenangan Organ & Lembaga Daerah. Malang: Setara Press.
- Horton, Paul B. dan C. Hunt dalam Ridwan Effendy dan Elly Malihah. 2007.
- Huijbers, Heo. 1982. Filsafat Hukum Dalam Lintasan Sejarah. Yogyakarta: Kanisius.
- its present and future challenges in Indonesia. Journal Procedia - Social and Behavioral Sciences
- Jaelani, A. "Sistem Anggaran Berbasis Kinerja pada APBN di Indonesia Perspektif Ekonomi Islam." Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah 10, no.1 (2018): 128-145.
- Jaelani, A. –Masa Depan IAIN Syekh Nurjati Cirebon: Strategi Kampus Entrepreneur Berbasis Lokal.|| Holistik 15, no. 2 (2014).
- Jencks, Christopher, and David Riesman. "The academic revolution." (1968).
- Joko, Rizkie W. "Masalah Dasar Pengelolaan Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia" <http://repository.ut.ac.id/1436/1/Artikel%20Joko%20Rizkie%20Widokarti.pdf> di unduh 24 Januari 2018
- Kansil, Christine S. T. 2004. Pemerintahan Daerah di Indonesia, Hukum Administrasi Daerah. Jakarta: Sinar Grafika.
- Kartini, Dwi. 2009. Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi Di Indonesia. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kartini, Dwi. 2009. Corporate Social Responsibility, Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia. Malang :Refika Aditama.
- Kraft, Michael E., Scott R. Furlong, 2004. Public Policy: Politics, Analysis, and Alternatives. Washington: CQ Press.
- Krisdyatmiko. Kemitraan Pemerintah-Swasta-Masyarakat Dalam Bingkai Forum Multi Stakeholders Corporate Social Responsibility (MSH-CSR) dalam

- Leydesdorff dan Etzkowitz. (2001). The Transformation University-Industry-and Government Relations. *Electronic Journal of Sociology*
- Midgley, James (ed.). 2009. *The Handbook of Social Policy*. London: Sage Publication.
- Mulyadi, D. 2015. *Studi Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik : Konsep dan Aplikasi Proses Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik*. Bandung: Alfa Beta.
- Muthuri N. Judy, Gilbert Victoria. 2010. An Institutional Analysis Of Corporate Social Responsibility In Kenya. *Journal Of Business Ethic*.
- Nurhayati IS dan Widiawati Y. 2017. Emisi Gas Rumah Kaca dari Peternakan di Pulau Jawa yang Dihitung dengan Metode Tier-1 IPCC, Bogor: Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner. Diakses melalui DOI:<http://dx.doi.org/10.14334/Pros.Semnas.TPV-2017-p.292-300>
- Pendidikan Lingkungan Sosial, Budaya, dan Teknologi. Bandung: CV. Yasindo Multi Aspek.
- Permendikbud No.49/2004 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi. Permendikbud No.49/2004 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.
- Poerwanto. 2010. *Corporate Social Responsibility, Menjinakkan Gejolak Sosial Di Era Pornografi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rahmatullah dan Kurniati, Trianita. 2011. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR (Corporate Social Responsibility)*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Sambutan Menteri Riset dan Teknologi, Pengukuhan Gelar Perekayasa Utama Kehormatan 2014, 20 Agustus 2014. Diakses pada 5-1-2015 pukul 02.06. <http://www.ristek.go.id/index.php/module/News+News/id/14879/print>

- Samuelson, Paul A. dan William D. Nordhaus. 1992. Ekonomi Edisi Keduabelas Jilid 1 Terjemahan Drs. A. Jaka Wasana M. MSM. Jakarta: Erlangga.
- Saputra, Imam dan Amin Widjaja. 2002. Membangun Good Corporate Governance (GCG), Jakarta: Havarindo.
- Shaw, HW. 2009. Marxism, Business Ethics, and Corporate Social Responsibility. *Journal Of Business Ethics*, 84:565-578.
- Suharto, Edi (2005). Membangun Masyarakat, Memberdayakan Rakyat. Bandung, Refika Aditama.
- Sulistiyani, Ambar. 2004. Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan. Yogyakarta: Gava Media.
- Susetiawan. 2012. Corporate Social Responsibility Komitmen Untuk Pemberdayaan Masyarakat. Yogyakarta: Azzagrafika.
- Susetiawan. 2012. Corporate Social Responsibility Komitmen Untuk Pemberdayaan Masyarakat. Yogyakarta: Azzagrafika.
- Tjager, Nyoman I dkk, 2003. Dalam Dr. St. Mahendra Soni Indriyo, SH., M.Hum. Dalam Tim Editor Joni Emirzon dkk, 2007, Perspektif Hukum Bisnis Indonesia Pada Era Globalisasi Ekonomi, Yogyakarta: Genta Press.
- Tsamara, Y.N, Raharjo, S.T, Resnawaty, R, 2018, Strategi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) PT Pertamina Melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dalam Pertamina Sehati, Vol. 8, No.2, Hal. 219-224, *Social Work Journal Universitas Padjajaran*: Bandung. Diakses melalui DOI: <https://doi.org/10.24198/share.v8i2.20083> pada tanggal 21 Januari 2020.
- Undang-Undang No 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup No 6 tahun 2013 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan Dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- Wibisono, Yusuf (2007). Membedah Konsep dan Aplikasi CSR. Gresik. Fascho Publishing.
- Wilson, Charter A., 2006. Public Policy: Continuity and Change. New York: McGraw-Hill.

- Kim, Younghwan, Wonjoon Kim, and Taeyong Yang. "The effect of the triple helix system and habitat on regional entrepreneurship: Empirical Evidence from the US." *Research Policy* 41, no. 1 (2012): 154-166.
- Lee, Soo Jeung, and Thanh Ha Ngo. "Riccardo Viale and Henry Etzkowitz (eds): The capitalization of knowledge: a triple helix of university-industry-government." (2012): 161-163.
- Leydesdorff, Loet, and Yuan Sun. "National and international dimensions of the Triple Helix in Japan: University-industry-government versus international co-authorship relations." *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 60, no. 4 (2009): 778-788.
- Leydesdorff, Loet. "The Triple Helix of University-Industry-Government Relations (February 2012)." *Encyclopedia of Creativity, Innovation, and Entrepreneurship*, New York: Springer (2012).
- Leydesdorff, Loet. *Triple Helix of university-industry-government relations*. Springer New York, 2013.
- Matlay, Harry, and Jay Mitra. "Entrepreneurship and learning: the double act in the triple helix." *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation* 3, no. 1 (2002): 7-16.
- Meyer, Martin, Tatiana Siniläinen, and Jan Utecht. "Towards hybrid Triple Helix indicators: A study of university-related patents and a survey of academic inventors." *Scientometrics* 58, no. 2 (2003): 321-350.
- Meyer, Martin. "Academic entrepreneurs or entrepreneurial academics? Research-based ventures and public support mechanisms." *R&D Management* 33, no. 2 (2003): 107-115.
- Meyer, Siniläinen, dan Utecht. "Towards hybrid Triple Helix indicators: A study of university-related patents and a survey of academic inventors." *Scientometrics* 58, no. 2 (2003): 321-350.

TENTANG PENULIS



Dr. Azizul Kholis, SE, M.Si, M.Pd, CMA, CSRS, Gelar Datuk Bentara Setia Indra. Lahir di Tanah Merah, Indrapura, Kabupaten Batubara Lahir pada tanggal 27 Februari 1975. Lulus Sekolah Menengah Ekonomi Atas (SMEA) pada tahun 1993. Melanjutkan studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara di Jurusan Akuntansi. Menyelesaikan pendidikan Strata dua pada program pascasarjana Universitas Diponegoro, Ilmu Akuntansi pada tahun 2000. Dan menyelesaikan Program Doktor (S3) pada Program Pascasarjana Universitas Sumatera Utara pada tahun 2017. Serta menyelesaikan pendidikan Strata dua (S2) Program Pascasarjana Teknologi Pendidikan, Universitas Negeri Medan, lulus pada tahun 2020.

Sejak 2002 Menjadi dosen di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan. Penulis telah nbanyak melakukan berbagai penelitian, bai yang didanai, kementerian, perguruan tinggi, pemerintah daerah maupun mandiri. Penulis juga aktif sebagai staff Ahli dari barbagai OPD di pemerintahan Provinsi Sumatera Utara.



**Model Triple Helix Dalam Kegiatan
Corporate Social Responsibility**

THE
Character Building
UNIVERSITY

