

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 *Corporate Social Responsibility* atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan didefinisikan sebagai:

Suatu bentuk komitmen perusahaan untuk berperan serta didalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Definisi CSR menurut *The World Business Council for Sustainable Development* yaitu: (Haris, 2013)

Corporate social responsibility is the commitment of business to contribute to sustainable economic development, working with employess, their families, the local comumunity and society at large to improve their quality of live.

Intisari dari kutipan diatas adalah bahwa CSR adalah komitmen untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan bersama dengan pekerja, keluarga pekerja, komunitas lokal dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup mereka.

Pada tahap CSR sebelum perusahaan atau badan usaha membentuk program CSR mereka akan melalui beberapa tahapan, tahap pertama yaitu *corporate charity*, tahap kedua yaitu *corporate philanthropy* dan memasuki program CSR atau *corporate citizenship* (Suharto, 2006).

Tabel 2.1
Tahapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Motivasi	Tahapan/ Paradigma		
	Karitatif	Filantropis	Kewargaan
Prinsip	Agama, tradisi, adat	Etika, norma dan hukum universal	Pencerahan diri dan rekonsiliasi dengan keterlibatan sosial
Misi	Mengatasi masalah sesaat/saat itu	Menolong sesama	Mencari dan mengatasi akar masalah; memberikan kontribusi untuk masyarakat
Pengelolaan	Jangka pendek dan parsial	Terencana, terorganisasi, terprogram	Terinternalisasi dalam kebijakan perusahaan
Penerima manfaat	Orang miskin dan anak yatim	Masyarakat luas	Masyarakat luas dan perusahaan
Kontribusi	Hibah sosial	Hibah pembangunan	Hibah sosial, hibah pembangunan dan keterlibatan sosial
Inspirasi	Kewajiban	Kemanusiaan	Kepentingan bersama

Sumber: (Suharto, 2006)

Corporate charity berprinsip pada tindakan atas dasar agama, tradisi ataupun adat disekitar lokasi perusahaan. Kegiatan ini merupakan kegiatan amal yang bentuk kegiatannya cenderung pada kegiatan memberi (bantuan, uang) sehingga program ini hanya mampu mengatasi permasalahan sesaat.

Corporate phylanthropy berprinsip pada tindakan atas dasar etika atau tolong menolong. Kegiatan yang dilakukan biasanya cenderung pada kegiatan

pembangunan fasilitas umum sehingga mempunyai efek manfaat jangka panjang, tapi masyarakat hanya sekedar menikmati fasilitas dari pembangunan tersebut tanpa memiliki kemampuan untuk mendorong masyarakat lebih cerdas dan mandiri.

Corporate citizenship berprinsip pada rasa ingin mengubah kondisi masyarakat menjadi lebih baik. Sesuai dengan definisi CSR, bentuk program CSR adalah program yang berkelanjutan.

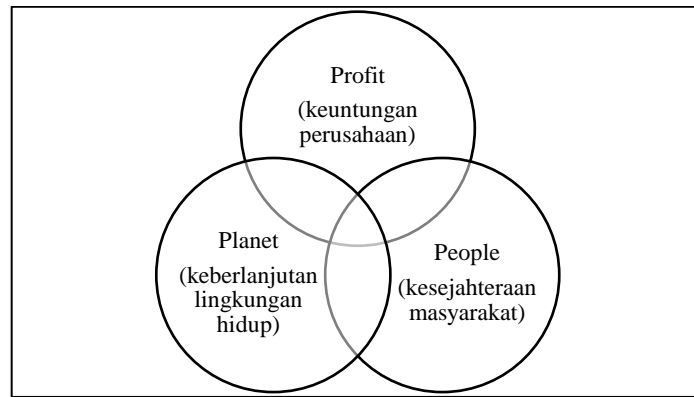
Sudah seharusnya CSR dibedakan dengan kegiatan amal atau filantropi karena CSR harus diintegrasikan dengan nilai, budaya, dan strategi perusahaan untuk mencapai keberlanjutan. CSR harus meninggalkan jejak secara sosial atau lingkungan, sehingga dapat terlihat tujuan CSR yaitu perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosialnya.

Salah satu teori yang dikemukakan oleh John Elkington tahun 1997 perusahaan yang ingin mempertahankan usahanya maka perusahaan harus memperhatikan prinsip 3P. Selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat dalam menunjang kesejahteraan masyarakat (*people*), dan menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Puteri, 2012).

Ketiga prinsip dasar ini dikenal dengan istilah *triple bottom lines*, yaitu:

- Profit: perusahaan tetap berjalan untuk mencari keuntungan ekonomi agar perusahaan terus berjalan dan berkembang.

- People: perusahaan memiliki rasa kepedulian terhadap kesejahteraan manusia.
- Planet: perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup.



Sumber: Suharto, 2006

Gambar 2.1

Triple Bottom Line dalam CSR

a. Teori *Corporate Social Responsibility* oleh Carroll (1979)

Pada tahun 1979, Carroll mendefinisikan bahwa terdapat empat tanggung jawab perusahaan. Tanggung jawab ini meliputi ekonomi, hukum, etika dan filantropi/kedermawanan.



Sumber: Jamali & Ramez, 2007

Gambar 2.2

A Hierarchy of Corporate Social Responsibility

- **Tanggung Jawab Ekonomi**

Letak tanggung jawab ekonomi berada pada dasar dari seluruh tanggung jawab. Hal ini dikarenakan tanggung jawab ekonomi merupakan tanggung jawab utama perusahaan. Sebagai perusahaan, ia memiliki tanggung jawab untuk dapat menghasilkan keuntungan atau laba.

- **Tanggung Jawab Legal**

Untuk menghasilkan keuntungan, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah, perusahaan harus berjalan berdasarkan hukum bisnis yang tercantum pada peraturan pemerintah.

- **Tanggung Jawab Etis**

Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar dan adil. Norma-norma yang ada didalam masyarakat perlu untuk menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan.

- **Tanggung Jawab Filantropi**

Setelah terpenuhinya tiga tanggung jawab diatas, tanggung jawab perusahaan yang terakhir adalah filantropi. Yang dimaksudkan dengan filantropi adalah perusahaan dituntut untuk dapat memberi kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat, tujuannya untuk meningkatkan kualitas kehidupan bagi masyarakat dan lingkungan.

b. Teori *Corporate Social Responsibility* oleh Wood (1991)

Teori yang dikemukakan oleh Wood menerangkan bahwa terdapat 3 komponen pembentuk *corporate social responsibility*. Ketiga komponen ini adalah prinsip CSR, proses atau strategi CSR, dan *outcome* atau hasil CSR.

Tabel 2.2

Teori *Corporate Social Responsibility* Wood, 1991

Prinsip CSR	Proses CSR	Hasil CSR
<i>Institutional:</i> Legitimasi	Mengkaji lingkungan	Dampak sosial
<i>Organizational:</i> Tanggung jawab sosial	Manajemen <i>stakeholder</i>	Program sosial
<i>Individual:</i> Kebijakan manager	Manajemen isu	Kebijakan sosial

Sumber: Jamali & Ramez, 2007

Prinsip CSR ini dibagi menjadi 3, yaitu:

- Legitimasi sosial (*institutional*) : program CSR yang didasari karena adanya rasa tanggung jawab secara keseluruhan kepada masyarakat dimana dia beroperasi dan hal ini digunakan untuk mempertahankan kepercayaan dan kekuasaan perusahaan ataupun motivasi dari perusahaan pusat yang telah memulai kegiatan CSR terlebih dahulu;
- Tanggung jawab sosial (*organizational*) : program CSR yang didasari karena perusahaan bertanggung jawab memecahkan masalah yang telah ia sebabkan, termasuk didalamnya isu sosial yang berkaitan dengan bisnis perusahaan ; dan

- Kebijakan manager (*individual*) : perusahaan memiliki motivasi menjalankan CSR cenderung pada pilihan manager atau secara individu sebagai bentuk tindakan moral.

Proses CSR meliputi strategi perusahaan untuk menentukan program CSR yang tepat. Proses ini dapat dilakukan dengan menggunakan 3 hal yaitu:

- Melakukan pengkajian terhadap lingkungan
- Manajemen *stakeholder* yaitu melakukan pengkajian dan pada *stakeholder* melalui koran karyawan atau pada laporan sosial perusahaan
- Isu-isu manajemen yaitu melakukan pemeriksaan dengan merancang dan memantau tanggapan atau isu-isu yang terdapat pada masyarakat.

Hasil dari CSR terbagi menjadi tiga tipe yaitu :

- Program CSR
- Pengaruh atau dampak sosial
- Kebijakan sosial

c. Langkah Perumusan Program CSR

Langkah yang bisa dijadikan panduan dalam merumuskan program CSR terbagi menjadi lima yaitu: (Suharto, 2006)

1. *Engagement*. Pendekatan awal kepada masyarakat agar terjalin komunikasi dan relasi yang baik. Tahap ini juga dapat berupa sosialisasi mengenai rencana pengembangan program CSR. Tujuan dari langkah yang pertama ini adalah untuk membangun pemahaman,

penerimaan dan kepercayaan masyarakat yang akan dijadikan sasaran CSR.

2. *Assessment*. Identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat yang akan dijadikan dasar dalam merumuskan program.
3. *Plan of action*. Merumuskan rencana aksi dengan memerhatikan aspirasi masyarakat dan misi perusahaan.
4. *Action and facilitation*. Menerapkan program yang telah disepakati bersama. Program bisa dilakukan secara mandiri oleh masyarakat atau organisasi lokal, namun bisa difasilitasi oleh LSM dan pihak perusahaan. Monitoring dan pendampingan merupakan kunci keberhasilan implementasi program.
5. *Evaluation and termination or reformation*. Menilai sejauh mana keberhasilan pelaksanaan program CSR di lapangan. Bila berdasarkan evaluasi program akan diakhiri maka perlu adanya pengakhiran kontrak antara pihak-pihak yang terlibat. Bila program akan dilanjutkan, maka perlu dirumuskan bagi pengembang program CSR berikutnya.

d. Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR)

Terdapat sepuluh manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dalam menjalankan CSR, yaitu: (Wibisono, 2007)

1. Mendongkrak Reputasi dan Citra Perusahaan

Kegiatan yang dilaksanakan melalui program CSR akan mampu menunjukkan citra atau reputasi perusahaan yang positif dikalangan masyarakat, pemerintah atau perusahaan lain.

2. Mendapatkan Izin/Lisensi Sosial untuk Beroperasi

Melalui program CSR, masyarakat sekitar perusahaan akan menerima manfaat yang positif dari keberadaan perusahaan dan membuat masyarakat mendukung kegiatan bisnis perusahaan serta perusahaan menjadi leluasa untuk melakukan kegiatan bisnisnya.

3. Mengurangi Resiko Bisnis Perusahaan

Hubungan yang tidak harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder* akan menjadi resiko yang mengganggu kelancaran bisnis perusahaan. Pelaksanaan CSR menjadi langkah untuk mencegah resiko tersebut terjadi.

4. Memperlebar Akses Sumber Daya Operasional Perusahaan

Reputasi baik yang tercipta berkat adanya program CSR akan mempermudah perusahaan untuk mendapatkan sumber daya yang dibutuhkan.

5. Membuka Peluang Pasar yang Lebih Luas

Reputasi baik yang tercipta berkat program CSR dikalangan masyarakat, pemerintah dan perusahaan lain akan membuka peluang pasar menjadi lebih luas.

6. Mengurangi Biaya-Biaya

Pada beberapa program seperti mendaur ulang limbah pabrik kedalam proses produksi akan menghemat biaya produksi dan membantu mengurangi pencemaran lingkungan.

7. Memperbaiki Hubungan dengan *Stakeholder*

Pelaksanaan dari program CSR akan menjadikan komunikasi dengan *stakeholder* menjadi semakin baik sehingga mampu meningkatkan kepercayaan *stakeholder* kepada perusahaan.

8. Memperbaiki Hubungan dengan Pemerintah

Pada dasarnya melalui program CSR perusahaan dapat membantu kinerja pemerintah dalam mensejahterakan masyarakat dan lingkungan. Sebagai timbal balik dalam hal ini pemerintah dapat memberikan keringanan pajak atau memudahkan perizinan bagi perusahaan.

9. Meningkatkan Motivasi dan Produktivitas Karyawan

Kontribusi yang positif dari perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan akan meningkatkan motivasi dan meningkatkan produktivitas kerja pada karyawan.

10. Kesempatan Perusahaan untuk Mendapatkan Penghargaan (*Award*)

Apresiasi pemerintah terhadap perusahaan yang menjalankan program CSR telah banyak dilakukan dengan memberikan penghargaan kepada perusahaan terkait.

e. *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia*

Pemerintah Republik Indonesia turut mendukung pelaksanaan CSR di Indonesia dengan menerbitkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Bab 5 Pasal 74 yang berbunyi:

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- (2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kewajiban untuk melaksanakan CSR juga diberikan kepada perusahaan yang melakukan penanaman modal di Indonesia sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Dalam undang-undang atau peraturan pemerintah menetapkan kepada perseroan ataupun perusahaan yang melakukan penanaman modal untuk dapat melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan serta menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha dan

mengalokasikan dana secara bertahap untuk melakukan pemulihan lokasi yang sesuai dengan standar kelayakan lingkungan hidup.

Penghargaan juga akan diberikan kepada perusahaan pelaksana tanggung jawab sosial dari instansi yang berwenang, selain itu bagi perusahaan perseroan atau perusahaan penanam modal yang tidak menjalankan tanggung jawab sosial akan dikenakan sanksi dari yang paling ringan berupa sanksi peringatan tertulis sampai pada pencabutan kegiatan usaha.

2. Koperasi

a. Pengertian Koperasi

Menurut Undang-undang Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian, pengertian dari koperasi adalah “ *badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas azas kekeluargaan*”.

Mohammad Hatta mendefinisikan koperasi sebagai usaha bersama untuk memperbaiki nasib perekonomian berdasarkan tolong menolong. Semangat tolong menolong tersebut tercipta karena adanya keinginan untuk memberi jasa kepada teman berdasarkan “seorang untuk semua dan semua untuk seorang”.

Koperasi adalah suatu perkumpulan orang-orang atau badan hukum yang memberikan kebebasan kepada anggotanya untuk masuk dan keluar,

untuk bekerjasama berdasarkan kekeluargaan dalam menjalankan usaha untuk meningkatkan kesejahteraan jasmaniah anggotanya (Ma'ruf, 2013).

Kesimpulannya bahwa koperasi merupakan suatu badan usaha yang tercipta atas dasar kekeluargaan yang tercipta tanpa adanya paksaan dengan tujuan untuk meningkatkan dan memperbaiki perekonomian dan kesejahteraan anggota dan masyarakat.

b. Prinsip Koperasi

Prinsip koperasi merupakan pedoman bagi kegiatan koperasi. Prinsip koperasi meliputi tujuh aspek, yaitu:

1.) Keanggotaan sukarela dan terbuka

Keanggotaan sukarela yaitu keanggotaan yang tidak dipaksakan dengan harapan akan adanya komitmen dan dukungan dari anggota. Serta terbuka diartikan sebagai tidak adanya batasan kepada siapa keanggotaan diberikan, seperti pada batasan ekonomi, agama, gender dan lainnya;

2.) Pengendalian oleh anggota secara demokratis

Kendali dalam koperasi berada di tangan anggotanya dan pengambilan keputusan yang adil tanpa adanya deskriminasi kepada siapa pemegang jumlah modal terbesar.

3.) Partisipasi Ekonomi Anggota

Anggota koperasi berpartisipasi dalam permodalan koperasi. Partisipasi anggota dalam permodalan juga diikuti dengan hak memperoleh imbalan yang diatur dalam Anggaran Rumah Tangga;

4.) Otonomi dan Kebebasan

Pengendalian koperasi berada di tangan anggotanya, tidak ada keterlibatan atau campur tangan dari pihak luar;

5.) Pendidikan, Pelatihan dan Informasi

Adanya pendidikan dan pelatihan terhadap anggota koperasi, baik anggota, pengurus, manager dan karyawan koperasi untuk meningkatkan kinerja koperasi;

6.) Kerjasama Antar Koperasi

Kerjasama antar koperasi dilakukan untuk memberikan pelayanan efektif kepada anggota koperasi. Melalui kerjasama ini koperasi akan berkembang menjadi lebih besar dengan usaha yang lebih luas;

7.) Kepedulian Terhadap Komunitas

Keadaan ini merupakan keadaan alamiah, karena pada dasarnya anggota koperasi terikat kepada komunitasnya.

3. Teori Efektivitas

Efektivitas merupakan suatu ukuran yang memberikan gambaran seberapa jauh target dapat dicapai. Efektivitas tidak menyatakan tentang berapa besar biaya yang telah dikeluarkan untuk mencapai tujuan tersebut,

efektivitas hanya melihat apakah program atau kegiatan telah mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Hidayati, 2015).

Efektivitas menurut Siagian memiliki arti berhasil atau tepat guna. Efektif merupakan kata dasar, sementara sifat dari efektif adalah efektivitas. Efektivitas menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya sasaran yang telah ditetapkan. Jika hasil kegiatan semakin mendekati sasaran, berarti semakin tinggi efektivitasnya.

Efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan dan sejauh mana perusahaan menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Berdasarkan beberapa teori efektivitas yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa dalam mengukur efektivitas suatu kegiatan atau aktivitas perlu diperhatikan beberapa indikator, yaitu: (Sutrisno dalam Lestari, 2016)

1. Pemahaman program
2. Tepat sasaran
3. Tepat waktu
4. Tercapainya tujuan

Analisis terhadap keempat aspek efektivitas menggunakan teknik prosentase dengan rumus:

$$Efektivitas = \frac{\text{nilai skor yang didapat}}{\text{skor ideal}} \times 100$$

Sumber: (Satries, 2011)

Interpretasi hasil persentase mengacu kepada standar ukuran efektivitas oleh Litbang Depdagri seperti terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.3
Standar Ukuran Efektivitas

Rasio Efektivitas	Tingkat Capaian
Dibawah 40	Sangat Tidak Efektif
40 – 59,99	Tidak Efektif
60 – 79,99	Cukup Efektif
Diatas 80	Sangat Efektif

Sumber: Budiani, 2008

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Jurnal berjudul *Corporate Social Responsibility (CSR): Theory and Practice in a Developing Country Context* oleh Jamali dan Ramez (2007). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui jenis CSR, prinsip CSR, strategi CSR dan bentuk CSR dari negara berkembang (Lebanon). Metode yang digunakan yaitu analisis deskriptif melalui teknik wawancara dengan manager atau bidang terkait program CSR pada 8 perusahaan besar di Lebanon. Wawancara semi terstruktur dilakukan dengan panduan teori dimensi CSR oleh Carroll (1979) dan Wood (1991), bahwa jenis CSR yaitu ekonomi, hukum, etika dan filantropi, prinsip CSR yaitu institusi, organisasi dan individu, strategi CSR yaitu mengkaji lingkungan, manajemen stakeholder, manajemen isu, serta hasil CSR yaitu program sosial, kebijakan sosial dan dampak sosial. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa jenis CSR yang

dilakukan adalah oleh perusahaan di Lebanon yaitu CSR filantropi, prinsip CSR didominasi oleh prinsip institusi dan manager, strategi CSR yang digunakan yaitu mengkaji lingkungan dan monitoring dan hasil CSR yaitu bentuk program sosial diantaranya adalah kegiatan amal, seperti beasiswa bagi anak miskin, sponsor acara sosial, donasi untuk panti jompo dan kegiatan filantropi seperti pembangunan fasilitas perpustakaan elektronik dan sekolah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada analisa data. Penelitian ini menggunakan analisa deskriptif, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan analisa statistik deskriptif.

Jurnal berjudul *Corporate Social Responsibility and Family Business in Spain* oleh De'niz dan Sua'rez (2005). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pendekatan CSR yang digunakan oleh perusahaan di Spanyol. Metode yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif melalui kuesioner dengan fokus yaitu pendekatan CSR oleh Quazi dan O'brien (2000) dengan melihat pertimbangan perusahaan dari segi manfaat dan biaya yang dihasilkan dari program CSR melalui skala. Kluster 1 yaitu pendekatan klasik, kluster 2 yaitu pendekatan sosioekonomi, kluster 3 yaitu pendekatan filantropi dan kluster 4 yaitu pendekatan modern. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa perusahaan Spanyol yang tergabung dalam FFs (*Family Firm Spanyol*) menempati 3 skala, yaitu 33 perusahaan menempati pendekatan klasik (kluster 1) yang menjelaskan bahwa perusahaan masih menganggap CSR sebagai tambahan biaya yang dikeluarkan perusahaan jauh lebih besar daripada manfaat yang diterima, 26 perusahaan menempati pendekatan sosioekonomi

(kluster 2) yang menjelaskan bahwa perusahaan menganggap CSR sebagai tambahan biaya yang dikeluarkan perusahaan tetapi perusahaan mengakui bahwa CSR mampu membawa manfaat meskipun keterlibatan perusahaan pada program CSR masih jarang. Serta 41 perusahaan menanggapi pendekatan filantropi (kluster 3) yang menjelaskan bahwa CSR meskipun mereka mengetahui adanya tambahan biaya yang dikeluarkan perusahaan tetapi perusahaan ini mengaku memiliki sumber daya yang mampu menanggulangi masalah sosial yang mereka timbulkan. Dan belum terdapat perusahaan di Spanyol yang masuk dalam kluster 4 yaitu perusahaan yang menjalankan program CSR tanpa mementingkan biaya dan mampu merasakan manfaat CSR jauh lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah pada fokus permasalahan. Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dengan fokus pertanyaan pada pendekatan CSR Quazi dan O'brien (2000), sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan analisis statistik deskriptif dengan fokus pertanyaan pada efektivitas program CSR.

Jurnal berjudul *Employee Empowerment: The Rourkela Steel Plant (RSP) Experience* oleh Choundhury dan Giri (2013). Tujuan penelitian ini adalah mengevaluasi program pemberdayaan karyawan RSP. Metode yang digunakan yaitu analisis deskriptif dengan wawancara terhadap persepsi responden mengenai program pemberdayaan. Hasil penelitian ini adalah RSP menunjukkan bahwa organisasi menggunakan pemberdayaan karyawan sebagai strategi untuk meningkatkan efektivitas organisasi yang berfokus

pada program *information sharing* , pengetahuan (*knowledge*), kebebasan (*autonomy*) dan imbalan (*reward*). RSP telah menunjukkan hasil yang positif pada peningkatan kenyamanan tempat kerja dan manfaatnya bagi karyawan. Perbedaan penelitian ini dan penelitian yang dilakukan adalah fokus permasalahan dan metode. Pada penelitian yang dilakukan menggunakan metode analisis statistik deskriptif dengan fokus permasalahan pada efektivitas program.

Skripsi berjudul *Evaluasi Program Pemberdayaan Masyarakat Miskin Oleh Muhammadiyah Di Daerah Istimewa Yogyakarta* oleh Pusra (2016). Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bentuk program pemberdayaan beserta kendala dan faktor pendukung serta hasil dari program pemberdayaan oleh Muhammadiyah di Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dengan teknik wawancara, observasi dan kuesioner kepada penerima program. Hasil dari penelitian ini adalah kelompok anggota dampingan yaitu kelompok becak, kelompok asongan, kelompok guyub makmur, kelompok IKM. Bentuk program pemberdayaan umum yaitu pengajian dan pelayanan kesehatan. Program pemberdayaan khusus untuk setiap anggota dampingan berbeda-beda sesuai kebutuhan kelompok bimbingan, diantaranya pelatihan bahasa inggris, pelatihan pengemasan produk dan pelatihan membuat makanan sehat. Hasil dari program pemberdayaan yaitu aspek pengetahuan: tingkat pengetahuan anggota dampingan MPM PP Muhammadiyah tergolong baik, pendampingan yang dilakukan mampu meningkatkan pengetahuan anggota dampingan sesuai

dengan bidang masing-masing. Aspek sikap: tingkatan sikap semua anggota dampingan setaah didampingi dapat dikatakan baik, hal ini dilihat dari sikap kerjasama yang mulai tumbuh didalam kelompok atau antar kelompok. Aspek keterampilan: tingkat keterampilan semua anggota dampingan dikatakan cukup, hal ini terlihat dari keterampilan yang dirasakan anggota. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah fokus permasalahan. Pada penelitian ini berfokus pada tingkat partisipatif penerima manfaat program pemberdayaan dari aspek pengetahuan, sikap dan keterampilan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan fokus permasalahan yaitu pada penerima manfaat program CSR yang meliputi tingkat pemahaman program, tepat sasaran, tepat waktu dan tercapainya tujuan.

Skripsi berjudul *Pengaruh Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Mitsubishi Chemical Indonesia (MCCI) Terhadap Pemberdayaan Masyarakat di Kelurahan Gerem Kecamatan Grogol Kota Cilegon* oleh Lestari (2016). Tujuan penelitian ini adalah mengetahui keefektivan program CSR PT Mitsubishi dalam tercapainya tujuan program CSR untuk memberdayakan msyarakat. Metode yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah pengaruh yang sangat kuat antara variabel X (efektivitas program CSR) terhadap variabel Y (pemberdayaan masyarakat) yang berarti program CSR PT Mitsubishi efektif dilakukan dan tujuan program CSR untuk memberdayakan masyarakat telah tercapai. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah variabel penelitian. Pada penelitian ini variabel penelitian yaitu efektivitas (X)

dengan sub indikator pemahaman program, ketepatan sasaran, ketepatan waktu, tercapainya tujuan dan perubahan nyata, variabel pemberdayaan (Y) dengan sub indikator kemampuan, kelancaran, konsultasi, kerjasama, membimbing dan mendukung. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan adalah variabel penelitian meliputi pemahaman program, ketepatan sasaran, ketepatan waktu dan tercapainya tujuan.

Tabel 2.4
Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun/Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Jamali dan Ramez/ 2007/ <i>Corporate Social Responsibility (CSR): Theory and Practice in a Developing Country Context</i>	Jenis penelitian: Pendekatan kualitatif. Analisa data: Analisis deskriptif	Perusahaan yang diteliti di Lebanon melakukan CSR atas tindakan sukarela (filantropi). Prinsip CSR didominasi oleh legitimasi dan prinsip kebijakan manajerial. Strategi CSR yaitu pemantauan lingkungan. Hasil dari CSR ini diwujudkan dalam program sosial, diantaranya donasi untuk kemanusiaan, beasiswa bagi anak miskin, sponsor acara sosial dan pembangunan fasilitas perpustakaan elektronik dan sekolah.	Analisa data

Lanjutan Tabel 2.4

No	Nama/Tahun/Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
2	De´niz dan Sua´rez/ 2005/ <i>Corporate Social Responsibility and Family Business in Spain</i>	Jenis penelitian: Penelitian kualitatif. Analisa data: Analisis statistik deskriptif	Dengan pendekatan pada skala Quazi & O’Brien (2000) menunjukkan bahwa: <i>Cluster I</i> terdapat 33 perusahaan yang menganut paham klasik. Tujuan perusahaan memaksimalkan keuntungan dan CSR hanya akan menambah biaya perusahaan. <i>Cluster II</i> terdapat 26 perusahaan yang menganut paham sosioekonomi. Meskipun kurang terlibat, namun mereka menerima bahwa tanggung jawab sosial mampu memberi manfaat. <i>Cluster III</i> terdapat 41 perusahaan yang menganut paham filantropi. Perusahaan mengakui memiliki sumber daya untuk menyelesaikan masalah sosial dan menjalankan CSR meskipun mengetahui adanya tambahan biaya.	Fokus masalah

Lanjutan Tabel 2.4

3	Choundhury & Giri, D.V/ 2013/ <i>Employee Empowerment: The Rourkela Steel Plant (RSP) Experience.</i>	Jenis penelitian: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Analisa data: Analisis deskriptif.	Pemberdayaan karyawan RSP berfokus pada 4 dimensi yaitu: pembagian informasi (<i>information sharing</i>), pengetahuan (<i>knowledge</i>), kebebasan (<i>autonomy</i>) dan imbalan (<i>reward</i>). RSP menunjukkan bahwa organisasi menggunakan pemberdayaan karyawan untuk memfasilitasi proses perubahan kinerja organisasi.	Fokus permasalahan
4	Pusra /2016/ <i>Evaluasi Program Pemberdayaan Masyarakat Miskin Oleh Muhammadiyah Di Daerah Istimewa Yogyakarta.</i>	Jenis penelitian: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Analisis data: Analisis deskriptif	Kegiatan pemberdayaan umum meliputi: Pendampingan keagamaan dan pendampingan kesehatan. Kegiatan pemberdayaan khusus yang dilakukan meliputi kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan kelompok dampingan, dapat berupa pelatihan atau sosialisasi. Aspek pengetahuan: tingkat pengetahuan anggota dampingan MPM PP Muhammadiyah tergolong baik. Aspek sikap: tingkatan sikap semua anggota dampingan setaah didampingi dapat dikatakan baik.	Fokus permasalahan

Lanjutan Tabel 2.4

No	Nama/Tahun/Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
			Aspek keterampilan: tingkat keterampilan semua anggota dampingan dikatakan cukup, hal ini terlihat dari keterampilan yang dirasakan anggota.	
5	Lestari/ 2016/ <i>Pengaruh Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Mitsubishi Chemical Indonesia (MCCI) Terhadap Pemberdayaan Masyarakat di Kelurahan Gerem Kecamatan Grogol Kota Cilegon.</i>	Jenis penelitian: kualitatif dan kuantitatif Analisis data: analisis statistik deskriptif	Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang sangat kuat antara variabel X (efektivitas program CSR) terhadap variabel Y (pemberdayaan masyarakat). Hasil uji signifikansi menyatakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($27,418 > 1,971$), ada pengaruh signifikan antara efektivitas program CSR terhadap pemberdayaan masyarakat. Dengan menggunakan garis kontinum nilai efektivitas program CSR adalah 18154 yang artinya efektivitas program CSR sudah baik.	Fokus permasalahan