



Corporate social responsibility dan tanggung jawab sosial PT. Epson Indonesia dalam mendukung konservasi penyu dan pelestarian ekosistem laut

Azizah Des Derivanti¹, Kusmiati², Raihanah Alifah Ramadhani³

^{1,2,3}Universitas Nasional

¹azizahdes@civitas.unas.ac.id, ²kmiasi3104@gmail.com, ³rei100322@gmail.com

Info Artikel :

Diterima :
15 Juli 2023
Disetujui :
19 Juli 2023
Dipublikasikan :
25 Oktober 2023

ABSTRAK

Berbagai aktivitas korporasi membawa dampak yang nyata terhadap kualitas kehidupan manusia baik itu terhadap individu, masyarakat, dan seluruh kehidupan. Terjadinya deforestasi, pemanasan global, pencemaran lingkungan, kemiskinan, kebodohan, penyakit menular, akses hidup dan air bersih, berlangsung terus-menerus hingga akhirnya muncul konsep tanggungjawab sosial perusahaan atau CSR. Gagasan CSR menekankan bahwa tanggungjawab perusahaan bukan lagi mencari profit semata, melainkan juga tanggungjawab sosial dan lingkungan. Dasar pemikirannya, ketergantungan pada kesehatan keuangan tidaklah menjamin perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan. Program CSR dapat dilakukan melalui pemberdayaan masyarakat lokal yang didasarkan pada kebutuhan nyata yang secara dialogis dikomunikasikan dengan masyarakat, pemerintah, perusahaan, masyarakat dan akademisi.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility* , Tanggungjawab Sosial, PT. Epson Indonesia

ABSTRACT

Various corporate activities have a real impact on the quality of human life, be it for individuals, society, and all of life. The occurrence of deforestation, global warming, environmental pollution, poverty, ignorance, infectious diseases, access to life and clean water, continued until finally the concept of corporate social responsibility or CSR emerged. The idea of CSR emphasizes that corporate responsibility is no longer just looking for profit, but also social and environmental responsibility. The rationale is that dependence on financial health does not guarantee the company will grow sustainably. CSR programs can be carried out through empowering local communities based on real needs that are dialogically communicated with the community, government, companies, communities and academics.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Social Responsibility, PT. Epson Indonesia.*



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menyangkut publik dan komunitas bisnis. Krisis keuangan global saat ini telah memicu keprihatinan publik dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Keserakahan perusahaan, kelebihan gaji eksekutif, bahaya moral dari derivasi keuangan, dan pengambilan risiko yang berlebihan telah dipertanyakan dan dikecam secara publik. Perhatian juga difokuskan pada penguraian bagaimana perusahaan yang berbeda dan negara yang berbeda memahami tanggung jawab sosial perusahaan.

Tiga model tanggung jawab sosial perusahaan tradisional telah dipertanyakan efektivitasnya. Juga telah dicatat bahwa perusahaan dan negara berbeda dalam pemahaman dan pengembangan tanggung jawab sosial perusahaan karena keragaman nilai dan budaya sosial mereka. Makalah ini mengkaji model tradisional tanggung jawab sosial perusahaan dan bagaimana tanggung jawab sosial perusahaan berkembang di berbagai negara. Ini juga membahas bagaimana tanggung jawab sosial perusahaan harus berkembang dan beroperasi di masa depan untuk memberi manfaat bagi perusahaan, Studi menunjukkan bahwa negara-negara berbeda dalam dedikasi mereka untuk dianggap bertanggung jawab secara social.

Mereka menemukan bahwa bisnis di negara yang berbeda menggunakan perangkat yang berbeda untuk mengkomunikasikan prinsip CSR mereka, proses, dan isu pemangku kepentingan. Korporasi dengan bebas mengakui kewajiban etis dan sosial mereka. Mereka menerima gagasan bahwa bisnis memikul tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan kebijaksanaan. Rainey (2006) mendefinisikan tanggung jawab diskresioner sebagai anggapan bahwa perusahaan akan secara sukarela melayani masyarakat. Layanan semacam itu melampaui tanggung jawab ekonomi, hukum, dan bahkan etika. Sebagian besar bisnis mendukung perang melawan kelaparan.

Epson Indonesia melakukan program konservasi penyu sebagai langkah menjaga ekosistem laut dari kerusakan bahkan kepunahan. Program yang dilakukan di beberapa wilayah ini menggandeng komunitas konservasi penyu untuk melepaskannya ke laut bebas. Program tersebut merupakan kelanjutan dari program sebelumnya yang juga masih terkait dengan pelestarian penyu. Tahun lalu Epson Indonesia, mendukung komunitas penyu di Bengkulu dengan melepaskan 4 penyu dan ribuan tukik. Keberadaan penyu-penyu tersebut di masa depan diharapkan mampu mengembalikan kehidupan laut menjadi lebih baik, bahkan diharapkan kembali ke kondisi idealnya.

Program konservasi lingkungan laut bukan hanya konservasi penyu. Perusahaan juga pernah melakukan program penyelamatan terumbu karang, serta pengurangan emisi karbon, sebagai bagian dari program Epson 2050. Pada program penyelamatan terumbu karang yang dilakukan pada Maret 2022, Epson menyambangi Alor, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Konservasi terumbu karang diharapkan dapat mengembalikan keanekaragaman hayati laut yang telah rusak karena eksploitasi. Epson Indonesia fokus kepada peningkatan literasi dan sumber daya manusia terkait menciptakan lingkungan yang lebih baik. Namun program difokuskan pada isu-isu lingkungan sebagai upaya menyelamatkan bumi dari kerusakan. Dalam lima tahun terakhir, perhatian EPSON fokus pada isu lingkungan karena bumi ini semakin lama makin berat bebannya karena eksploitasi yang terus menerus. Ada kebutuhan mengembalikan bumi ke kondisi yang lebih natural kembali.

METODE PENELITIAN

Dalam tulisan ini, metode kualitatif digunakan untuk menghasilkan hasil yang jauh lebih andal daripada representasi numerik data atau frekuensi, karena data deskriptif memberikan hasil yang lebih andal karena mengandung nilai-nilai tertentu. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif analisis. Metode analisis deskriptif menjelaskan atau mendeskripsikan suatu fenomena dengan apa adanya. Metode bertujuan agar hasil penelitiannya dapat lebih mudah dimengerti dan ringkas.

Dari seluruh proses analisis data yang dilakukan dapat dilakukan dengan cara menganalisis seluruh data yang telah diperoleh dari berbagai macam sumber. Sedangkan untuk teknik pengolahan datanya sendiri terdiri dari mengklasifikasi data, memasukkan data untuk membangun kinerja analisis data, mengkonfirmasi data yang memerlukan verifikasi data, mengambil data lebih dalam, mereduksi data dengan membuat abstraksi penyederhanaan sebagai usaha membuat rangkuman inti serta mampu menjawab permasalahan yang telah dirumuskan berdasarkan pada teori-teori yang telah dipaparkan dalam kajian teori. Penelitian ini menggunakan teknik deduktif dengan menjelaskan permasalahan secara umum. Kemudian diambil sebuah kesimpulan menarik dan spesifik di akhir tulisan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) lahir dalam diskusi tentang peran bisnis dalam masyarakat. Ini muncul dari kekhawatiran masyarakat tentang hasil negatif dari operasi bisnis seperti pekerja anak, kondisi kerja yang buruk, lembur yang tidak dibayar, dan degradasi lingkungan. Saat ini, banyak digunakan untuk mendefinisikan hubungan non-komersial antara perusahaan dengan aktor sosial lainnya dan masyarakat pada umumnya. Ini sering digunakan dengan mengacu pada organisasi nirlaba (misalnya, perusahaan komersial, bisnis, perusahaan dengan aktor sosial lainnya dan masyarakat pada umumnya. Ini sering digunakan dengan mengacu pada organisasi nirlaba (misalnya, perusahaan komersial, bisnis, korporasi, firma, dan perusahaan) tetapi juga dapat diterapkan pada organisasi nirlaba seperti departemen pemerintah, organisasi kota, organisasi non-pemerintah, dan perusahaan sosial.

Epson Indonesia melakukan program konservasi penyu sebagai langkah menjaga ekosistem laut dari kerusakan bahkan kepunahan. Epson Indonesia fokus kepada peningkatan literasi dan sumber

daya manusia terkait menciptakan lingkungan yang lebih baik. Namun program difokuskan pada isu-isu lingkungan sebagai upaya menyelamatkan bumi dari kerusakan. Dalam lima tahun terakhir, perhatian EPSON fokus pada isu lingkungan karena bumi ini semakin lama makin berat bebannya karena eksploitasi yang terus menerus. Ada kebutuhan mengembalikan bumi ke kondisi yang lebih natural Kembali.

Perilaku etis merupakan bagian penting dari CSR, di mana bisnis didorong untuk tidak mengikuti hanya logika komersial tetapi juga berperilaku sesuai dengan norma-norma masyarakat yang diterima dan mengadopsi kode etik perilaku CSR melampaui tanggung jawab hukum yang ditetapkan dalam undang-undang nasional yang mengatur perilaku perusahaan dan mendorong bisnis untuk melampaui kepatuhan hukum untuk mengikuti tujuan dan nilai-nilai masyarakat yang tertanam dalam konteks politik, ekonomi, dan kelembagaan dan menanggapi perubahan keprihatinan masyarakat.

CSR sebagai tindakan sukarela tidak dipaksakan oleh hukum, dan itu termasuk tindakan korporasi yang berada di luar tanggung jawab pemegang saham untuk menjangkau pelanggan, karyawan, pemasok, dan masyarakat. Carroll (1989) mengemukakan bahwa CSR suatu perusahaan dibentuk oleh empat jenis tanggung jawab sosial ekonomi, hukum, etika, dan kebijaksanaan atau filantropi, yang disusun dalam bentuk piramida. Piramida CSR dimulai dengan tanggung jawab ekonomi sebagai dasar pemikiran dan peran utama bisnis dalam masyarakat untuk menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen dan untuk menghasilkan keuntungan yang dapat diterima. Tingkat selanjutnya adalah tanggung jawab hukum karena bisnis harus "mematuhi undang-undang dan peraturan yang diumumkan oleh pemerintah federal, negara bagian, dan local (Carroll 1989:54).

Tingkat ketiga adalah tanggung jawab etis yang menggambarkan "kegiatan dan praktik yang diharapkan atau dilarang oleh anggota masyarakat meskipun tidak dikodifikasikan ke dalam hukum". Puncak piramida adalah tanggung jawab filantropi yang menetapkan "tindakan perusahaan yang merupakan respons terhadap harapan masyarakat bahwa bisnis menjadi warga perusahaan yang baik". Mengakui relevansi CSR dalam konteks negara berkembang, Visser dalam Crane dkk (2008) mengusulkan urutan piramida CSR yang berbeda untuk negara berkembang, dimulai dengan tanggung jawab ekonomi di yayasan, diikuti oleh tanggung jawab filantropi, hukum, dan etika.

Selanjutnya, analisis isi definisi CSR mengungkapkan lima dimensi tanggung jawab sosial perusahaan: pemangku kepentingan, sosial, ekonomi, sukarela, dan lingkungan. Bagian integral dari CSR adalah keterlibatan pemangku kepentingan. Stakeholder adalah kelompok dan individu dengan kepentingan yang signifikan dalam operasi dan keberhasilan organisasi, dan tanpa dukungan mereka organisasi akan mati. Freeman (1984:46) mendefinisikan pemangku kepentingan sebagai "setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi." Pemangku kepentingan terlihat diuntungkan atau dirugikan oleh tindakan korporasi, dan hak-hak mereka dapat dihormati atau dilanggar oleh bisnis. Dengan demikian, organisasi yang bertanggung jawab kepada pemangku kepentingannya dapat berupa pelanggan, karyawan, manajer, pemegang saham, pemerintah, dan organisasi non-pemerintah.

Teori pemangku kepentingan menunjukkan bahwa keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan dan profitabilitasnya yang berkelanjutan didukung oleh keterampilan manajerial untuk memenuhi tujuan ekonomi dan sosial dan memastikan kepuasan tuntutan pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan memiliki kepentingan yang beragam dalam aksi korporasi tetapi memiliki kapasitas yang berbeda-beda untuk mempengaruhi pengambilan keputusan korporasi. Sejauh mana sebuah organisasi mempertimbangkan kepentingan pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan tergantung pada kepentingan pemangku kepentingan atau sejauh mana manajer memberikan prioritas untuk bersaing klaim pemangku kepentingan.

Motivasi organisasi untuk terlibat dalam CSR dapat diinterpretasikan melalui beberapa perspektif: kasus komersial atau bisnis untuk CSR, di mana organisasi menuai nilai komersial dan keunggulan kompetitif melalui kegiatan sosial perusahaan (termasuk filantropi perusahaan), manajemen risiko, di mana organisasi mengurangi risiko lingkungan dan sosial seperti bencana lingkungan, pekerja anak, dan skandal publik), dan etis, di mana organisasi berkewajiban untuk mengikuti norma dan tekanan sosial dari pemangku kepentingan.

Tekanan eksternal untuk CSR termasuk aktivisme pemangku kepentingan, proliferasi standar sosial, etika, dan lingkungan sukarela (Jenkins 2005:); insentif investasi dari bank dan organisasi pemberi pinjaman (Wright dan Rwabizambuga 2006:91); rantai pasokan dan tekanan rekan untuk

meningkatkan hasil sosial dan lingkungan dari operasi bisnis (Blowfield 2003); dan peraturan hukum tentang hak asasi manusia, pekerja anak, dan perlindungan lingkungan (Kaufman dkk. 2004:64-65). Kepentingan untuk mengatur perilaku perusahaan di tingkat internasional berasal dari keprihatinan atas perilaku perusahaan multinasional (Multinational Company/ MNC), terutama di negara-negara berkembang (Visser 2008). Regulasi internasional dan penegakan CSR yang ditujukan untuk MNC sangat minim di beberapa negara atau tidak ada (Crane dkk 2008:54). Banyak standar sukarela yang dikembangkan untuk perilaku bisnis mendorong MNC untuk mengadopsi prinsip-prinsip keberlanjutan dan terlibat dalam kemitraan dengan organisasi sektor publik dan nirlaba.

Di antara pendorong MNC untuk melaksanakan kegiatan CSR di negara berkembang, Visser (2008) menghitung tradisi budaya, reformasi politik, prioritas sosial ekonomi negara berkembang, kesenjangan tata kelola, respon krisis, dan akses pasar. Adopsi tindakan CSR dalam strategi perusahaan menghasilkan berbagai manfaat organisasi seperti adaptasi terhadap lingkungan bisnis yang bergejolak, tata kelola perusahaan yang ditingkatkan, dukungan yang kuat dari jaringan bisnis, pengembangan kemitraan dan koalisi, dan pembangunan kepercayaan dengan pemasok, distributor, komunitas, organisasi non-pemerintah, instansi pemerintah, dan asosiasi perdagangan.

Kegiatan CSR memiliki korelasi langsung dan tidak langsung dengan kinerja keuangan dan manajemen organisasi dengan mengurangi pergantian karyawan dan mendukung retensi karyawan, meningkatkan reputasi organisasi, menghasilkan nilai konsumen dan loyalitas merek yang lebih besar, dan meningkatkan pengalaman dan pengetahuan manajerial (Waddock 2009:45). Responsivitas sosial perusahaan mengalihkan fokus dari pandangan filosofis tentang kewajiban sosial ke proses respons sosial yang nyata (Wartick dan Cochran 1985:761). Responsivitas sosial "mengacu pada kapasitas perusahaan untuk merespon tekanan sosial" (Fox 2005: 6) dan dimasukkan dalam model tiga dimensi Carroll (1979) CSR yang melibatkan responsivitas sosial (Wartick dan Cochran 1985:763) bersama dengan dimensi tanggung jawab sosial (ekonomi, hukum, etika, dan kebijaksanaan) dan masalah sosial seperti lingkungan, diskriminasi, dan keamanan produk.

Wartick dan Cochran (1985) mengadvokasi adopsi responsivitas sosial untuk memenuhi tujuan jangka pendek dan menengah perusahaan dan menetapkan tujuan yang dapat dicapai yang dapat digunakan oleh manajer untuk fokus pada implementasi dan pengembangan kebijakan. Responsivitas sosial adalah pujian yang berorientasi pada tindakan untuk CSR dan pendekatan yang mendasari pengembangan tanggapan perusahaan terhadap masalah sosial, di mana CSR adalah pandangan makro dari hubungan bisnis dan masyarakat, sedangkan daya tanggap sosial memberikan penekanan mikro pada tanggapan pragmatis perusahaan terhadap masalah masyarakat. dalam jangka menengah dan pendek.

Responsivitas sosial perusahaan berfokus pada proses kelembagaan yang menyamar sebagai reaktif, melakukan lebih sedikit yang diperlukan; defensif, melakukan paling sedikit yang diperlukan; akomodatif, melakukan semua yang diperlukan; dan proaktif, melakukan lebih dari yang dibutuhkan (Wartick dan Cochran 1985:759). Responsivitas sosial diikuti oleh manajemen isu sosial yang mengidentifikasi dan menganalisis isu-isu dan mengembangkan respons kebijakan perusahaan (Wartick dan Cochran 1985:759).

KESIMPULAN

Program CSR dalam bentuk pemberdayaan sebaiknya didasarkan pada kebutuhan nyata yang secara dialogis dikomunikasikan dengan masyarakat, pemerintah, perusahaan, masyarakat/ LSM dan akademisi/ peneliti. Selain itu prinsip yang penting dalam pemberdayaan adalah menghargai local (*valuing the local*), pengetahuan local, nilai-nilai, keyakinan, keterampilan, proses dan sumber daya suatu masyarakat. Mengadopsi kearifan local yang ada dengan membiarkan masyarakat mengelola lahannya sesuai dengan cara mereka selama ini dan memberikan akses yang sebesar-besarnya terhadap sumber-sumber produksi rakyat seperti air, tanah, lahan pertanian, modal, teknologi, jalur distribusi dan infrastruktur pendukung lainnya merupakan sesuatu yang jauh lebih penting dan bermanfaat langsung bagi masyarakat local. Pemberdayaan masyarakat yang efektif membuat masyarakat menjadi berdaya, dinamis, dan adaptif terhadap perubahan yang terjadi di lingkungannya, lebih mampu akses teknologi tepat guna, luas wawasan, kosmopolit, dan empati terhadap pihak luar. Bila CSR dilaksanakan secara konsekuen, CSR memberikan manfaat yang sangat besar, khususnya bagi masyarakat yang selama ini cenderung dirugikan oleh keberadaan perusahaan di lingkungannya.

DAFTAR PUSTAKA.

- Carroll, A. (1989) *Business and society: ethics and stakeholder management*. Cincinnati: South-Western Publishing Company.
- Crane, A., McWilliams, A., Matten, D., Moon J., Siegel D. (eds). (2008). *The Oxford handbook of corporate social responsibility*. Oxford: Oxford University Press.
- Blowfield, M. (2003). Ethical supply chains in the cocoa, coffee and tea industries. *Greener Management Int.* 43:15–24.
- Rainey, D. (2006). *Sustainable business development: inventing the future through strategy, innovation and leadership*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Freeman, R. (1984). *Strategic management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Wartick, S., Cochran, P. (1985). The evolution of the corporate social performance model. *Acad Management. Rev* 4:758–769.
- Wright C., Rwabizambuga ,A. (2006). Institutional pressures, corporate reputation, and voluntary codes of conduct: an examination of the Equator Principles. *Business Society. Rev* 111(1):89– 117
- Jenkins R (2005) Globalization, corporate social responsibility and poverty. *International Affair* 81(3):525– 540
- Kaufman, A., Tiantubtim, E., Pussayapibul, N., Davids, P. (2004). Implementing voluntary standards and codes of conduct in the Thai garment industry. *J Corp Citizenship* 13:91–99.
- Fox, T. (2005). Small and medium-sized enterprises (SMEs) and corporate social responsibility: a discussion paper. International Institute for Environment and Development. London. pp. 1–11.