

TESIS

***CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI
OPERASIONALISASI IDEOLOGI PANCASILA BERBASIS
SOCIAL EXCHANGE THEORY***

***CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS AN
OPERATIONALIZATION OF PANCASILA IDEOLOGY
BASED ON SOCIAL EXCHANGE THEORY***

**A. NUR RAHMAH NURMY ATTAHMID
A062211039**



**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

TESIS

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI OPERASIONALISASI IDEOLOGI PANCASILA BERBASIS SOCIAL EXCHANGE THEORY

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS AN OPERATIONALIZATION OF PANCASILA IDEOLOGY BASED ON SOCIAL EXCHANGE THEORY

sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister
disusun dan diajukan oleh

**A. NUR RAHMAH NURMY ATTAHMID
A062211039**



kepada

**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI OPERASIONALISASI IDEOLOGI PANCASILA BERBASIS SOCIAL EXCHANGE THEORY

Disusun dan diajukan oleh

**A. NUR RAHMAH NURMY ATTAHMID
A062211039**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 8 Maret 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Dr. Darwis Said, S.E., Ak., M.SA.
NIP. 196608221994031009



Dr. Sri Sundari, S.E., Ak., M.Si., CA.
NIP. 196602201994122001

Ketua Program Studi
Magister Akuntansi



Dr. Aini Indriyawati, S.E., M.Si., CA.
NIP. 196811251994122002



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin

Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, S.E., M.Si.
NIP. 196402051988101001

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : A Nur Rahmah Nurmy Attahmid
NIM : A062211039
Jurusan/program studi : Magister Akuntansi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang berjudul:

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI OPERASIONALISASI IDEOLOGI PANCASILA BERBASIS SOCIAL EXCHANGE THEORY

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 15 Maret 2024

Yang membuat pernyataan,



A Nur Rahmah Nurmy Attahmid

PRAKATA

Bismillahirrahmanirahim

Untaian rasa syukur ke hadirat Allah Swt. yang telah memberikan segala karunia, rahmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “*Corporate Social Responsibility sebagai Operasionalisasi Ideologi Pancasila Berbasis Social Exchange Theory*” dengan semangat, doa, dan perjuangan tanpa lelah. Salawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad saw. Sang revolusioner sejati yang telah membuka pintu gerbang jalan terang bagi kita semua untuk tetap semangat berjuang di jalan-Nya. Tak lupa kepada para sahabat dan keluarga beliau yang dirahmati-Nya. Semoga kita semua termasuk orang-orang yang mendapatkan hidayah dan syafaatnya di *yaumul qiyamah* nanti. *Aamiin*.

Penulis menyadari bahwa dalam sebuah penulisan tesis atau karya tulis ilmiah memang bukanlah pekerjaan mudah, tetapi sebuah perjuangan tanpa lelah yang menuntut keseriusan, kejelian pikiran, dan menyita waktu yang cukup banyak, serta tak lepas dari bantuan berbagai pihak. Peneliti mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada ayahanda Drs. M. Yusuf Djahidin, M.Pd. dan ibunda Dra. Nurlaelah A. Hattab, juga kepada dua saudara yang senantiasa menyemangati, drg. A. Anugrah Nurmy Attahmid, S.K.G. dan A. Ridhah Nurmy Attahmid, S.Ked. Penulis juga mengucapkan beribu-ribu terima kasih tiada terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan motivasi, pengarahan, bimbingan, saran dan bantuan, baik moral maupun spiritual, serta hal-hal lainnya dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih paling dalam kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, S.E., M.Si, CIPM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
2. Bapak Darwis Said, S.E.,Ak.,M.SA. selaku pembimbing I dan Ibu Dr. Sri Sundari, S.E.,Ak.,M.Si. selaku pembimbing II yang dengan penuh kesabaran dan pengertian membimbing peneliti untuk menyelesaikan tesis mulai dari pemilihan judul, pelaksanaan penelitian, sampai dengan penyelesaian tesis ini.
3. Bapak Prof. Dr. Syarifuddin, S.E.,Ak.,M.Soc.,Sc.,CA, Bapak Dr. Yohanis Rura, S.E.,Ak.,M.SA.,CA., dan Ibu Dr. Darmawati S.E.,Ak.,M.Si.,CA. selaku penguji yang telah memberikan saran dan perbaikan dari awal hingga penyelesaian tesis ini.
4. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah membantu peneliti sejak awal perkuliahan hingga selesainya tesis ini.
5. Mr. Zhou Ying selaku Project Manager yang telah memberikan kesempatan peneliti untuk melakukan penelitian di PT. Sambaki Tambang Sentosa *site* Waisumo.
6. Kepada Bapak Jamal, Bapak Ibrahim, seluruh staf CSR dan karyawan PT STS, para kepala suku Togutil, Bapak Rahmatullah, S.I.P., M.Si. yang telah membantu peneliti dan menjadi narasumber bagi peneliti untuk menyelesaikan penelitiannya.
7. Teman-teman di kelas Maksi A, khususnya Fitrah, Meysin, Amel, Eka, Emi, Milka, Agung, dan Roy yang telah kebersamai dan memberikan semangat selama peneliti menyusun tesis.
8. Aswan, S.T. partner yang selalu setia dan *men-support* peneliti.

Terima kasih peneliti ucapkan kepada semua pihak yang terlibat dan namanya tidak sempat tercantum namun telah banyak membantu peneliti dalam penyelesaian tesis ini. Semoga bantuan yang diberikan bernilai ibadah di sisi Allah Swt. Pun peneliti berharap tesis ini memberikan manfaat bagi orang lain, khususnya bagi peneliti sendiri, tempat penelitian yang peneliti pilih, dan juga pembaca.

Makassar, Maret 2024

Peneliti

A. Nur Rahmah Nurmy Attahmid

ABSTRAK

A. NUR RAHMAH NURMY ATAHMID. *Corporate Social Responsibility sebagai Operasionalisasi Ideologi Pancasila Berbasis Social Exchange Theory* (dibimbing oleh Darwis Said dan Sri Sundari).

Penelitian ini bertujuan mengungkap *social exchange theory* dalam implementasi *corporate social responsibility* dan ada tidaknya operasionalisasi ideologi Pancasila terhadap *corporate social responsibility* dalam bingkai *social exchange theory*. Informan dalam penelitian ini sebanyak 11 orang yang terdiri atas 7 informan dari perusahaan, 3 informan suku dan masyarakat lokal, serta 1 informan ahli bidang Pancasila. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan pendekatan etnometodologi dengan teknik analisis data (1) mengorganisasikan data; (2) mengelompokkan berdasarkan kategori, tema, dan pola jawaban; (3) menguji asumsi atau permasalahan yang ada terhadap data; dan (4) mencari alternatif penjelasan bagi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi *social exchange* di dalam implementasi *corporate social responsibility* antara PT Sambaki Tambang Sentosa dan masyarakat lokal yang berdampak pada tiga hal, yakni ekonomi, lingkungan, dan sosial. Implementasi *corporate social responsibility* pada PT Sambaki Tambang Sentosa membuktikan adanya aktualisasi ideologi Pancasila secara subjektif. Program *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh PT Sambaki Tambang Sentosa terbukti telah mengoperasionalkan ideologi Pancasila tersebut secara subjektif. Operasionalisasi tersebut terangkum dalam matriks program-program *corporate social responsibility* PT STS sesuai dengan sila dan butir Pancasila yang melandasinya.

Kata kunci: *corporate social responsibility*, ideologi Pancasila, *social exchange theory*



ABSTRACT

A. NUR RAHMAH NURMY ATTAHMID. *Corporate Social Responsibility as the Operationalization of Pancasila Ideology Based on Social Exchange Theory* (supervised by Darwis Said and Sri Sundari)

This research aims to reveal social exchange theory in the implementation of Corporate Social Responsibility and whether Corporate Social Responsibility in the frame of social exchange theory shows the operationalization of the ideology of Pancasila. The informants in this study were 11 people, consisting of seven informants from the company, three informants from tribes and local communities, and one informant who was an expert in the field of Pancasila. The research used qualitative methods by conducting an ethnomethodological approach with the steps of data analysis techniques involving (1) organizing data, (2) grouping based on categories, themes, and patterns of answers, (3) testing assumptions or problems existing against the data, and (4) looking for alternative explanations for the data. The results show that there is a social exchange in the implementation of Corporate Social Responsibility between PT Sambaki Tambang Sentosa and the local community which has an impact on three things, namely economical, environmental, and social aspects. The implementation of Corporate Social Responsibility at PT Sambaki Tambang Sentosa proves the actualization of Pancasila ideology subjectively. The Corporate Social Responsibility program carried out by PT Sambaki Tambang Sentosa has proven to have subjectively operationalized the ideology of Pancasila. The operationalization is summarized in the matrix of PT STS Corporate Social Responsibility programs in accordance with the precepts and points of Pancasila that underlie it.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Pancasila Ideology, Social Exchange Theory



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoretis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep	11
2.1.1 Konsep Tanggung Jawab Sosial dalam Ideologi Pancasila.....	11
2.1.2 <i>Social Exchange Theory</i>	14
2.1.3 Konsep Keadilan dalam Praktik CSR.....	18
2.2 Tinjauan Empiris.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Rancangan Penelitian	26
3.2 Kehadiran Peneliti dan Informan	28
3.3 Situs dan Waktu Penelitian	28
3.4 Sumber Data	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5.1 Metode Wawancara Mendalam.....	29
3.5.2 Metode Observasi	30
3.5.3 Metode Dokumentasi	31
3.6 Teknik Analisis Data.....	32
3.7 Keabsahan dan Keajekan Penelitian	34
3.8 Tahap-Tahap Penelitian	36

BAB IV BULI: LEBIH DEKAT DENGAN OBJEK PENELITIAN	38
4.1 Merentang Perjalanan dari Makassar Menuju Buli	38
4.2 Observasi dan Membangun Relasi di Situs Penelitian	40
4.3 Suku Togutil: Suku Terasing di Pedalaman Halmahera	41
4.4 Mengenal Situs Penelitian.....	49
4.4.1 Kabupaten Halmahera Timur	49
4.4.2 Profil Wilayah <i>Ring</i> PPM PT STS.....	51
4.5 Gambaran Umum PT Sambaki Tambang Sentosa.....	64
4.5.1 Identitas Perusahaan	65
4.4.2 Wilayah Izin Usaha Pertambangan Operasi Produksi PT STS.....	66
 BAB V PENERAPAN KONSEP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT STS.....	 69
5.1 Program Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat PT STS.....	69
5.2 Dasar Hukum	71
5.3 Identifikasi Isu Strategis di Wilayah Ring PPM PT STS	73
5.3.1 Pendidikan.....	73
5.3.2 Kesehatan	74
5.3.3 Peningkatan Pendapatan Riil/Pekerjaan.....	75
5.3.4 Kemandirian Ekonomi	76
5.3.5 Sosial Budaya	77
5.3.6 Pengelolaan Lingkungan.....	77
5.3.7 Kelembagaan Masyarakat.....	77
5.3.8 Infrastruktur	78
 BAB VI SOCIAL EXCHANGE THEORY DALAM IMPLEMENTASI CSR	 80
6.1 Bentuk Pertukaran Sosial antara PT STS dengan Masyarakat Lokal Melalui Program CSR.....	80
6.1.1 Pertukaran dari CSR PT STS kepada Masyarakat Lokal. 80	
6.1.2 Pertukaran Sosial dari Masyarakat Lokal sebagai Penerima CSR PT STS.....	85
6.2 Dampak dari Pertukaran Sosial antara PT STS dengan Masyarakat Lokal	86
 BAB VII OPERASIONALISASI IDEOLOGI PANCASILA DALAM PELAKSANAAN CSR	 89
7.1 CSR sebagai Implementasi Ideologi Pancasila	89
7.2 Pengoperasionalisasian Ideologi Pancasila di dalam Impelementasi CSR	91

BAB VIII PENUTUP	105
8.1 Kesimpulan.....	105
8.2 Implikasi Penelitian.....	106
8.3 Keterbatasan Penelitian	107
8.4 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	116

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Pembagian Wilayah <i>Ring</i> PPM PT STS.....	53
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk di Wilayah <i>Ring</i> PPM PT STS	54
Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Wilayah <i>Ring</i> PPM PT STS.....	55
Tabel 4.4 Jumlah Penduduk Menurut Kategori Usia di Wilayah <i>Ring</i> PPM PT STS.....	56
Tabel 4.5 Jenis Pekerjaan Penduduk Usia Produktif di Wilayah <i>Ring</i> PPM PT STS.....	56
Tabel 4.6 Jumlah Penduduk Menurut Agama dan Kepercayaan yang Dianut di Wilayah <i>Ring</i> PPM PT STS	57
Tabel 4.7 Pendidikan Terakhir Penduduk di Wilayah <i>Ring</i> PPM PT STS.....	58
Tabel 4.8 Sarana Pendidikan di Wilayah <i>Ring</i> PPM PT STS	59
Tabel 4.9 Peserta Didik (Murid) pada Sarana Pendidikan di Wilayah <i>Ring</i> PPM PT STS	59
Tabel 4.10 Sarana dan Prasarana Kesehatan di Wilayah <i>Ring</i> PPM PT STS	60
Tabel 4.11 Potensi Sumber Ekonomi di Wilayah <i>Ring</i> PPM PT STS	60
Tabel 4.12 Potensi Sumber Ekonomi Lainnya di Wilayah <i>Ring</i> PPM PT STS.....	61
Tabel 4.13 Sarana dan Prasarana Keagamaan di Wilayah <i>Ring</i> PPM PT STS.....	62
Tabel 4.14 Sarana dan Prasarana Infrastruktur di Wilayah <i>Ring</i> PPM PT STS.....	62
Tabel 4.15 Data Administrasi PT STS.....	65
Tabel 7.1 Sila, Butir Sila Pancasila, serta Operasionalisasi Pancasila dalam Program CSR PT STS	93
Tabel 7.2 <i>Social Exchange</i> dan Sila Pancasila Terkait.....	101

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Peta Administrasi Kabupaten Halmahera Timur	50
Gambar 4.2 Penentuan <i>Ring</i> PPM PT Sambaki Tambang Sentosa.....	52
Gambar 4.3 Angkatan Kerja Penduduk Usia Produktif di Wilayah Ring PPM PT STS.....	57
Gambar 4.4 Peta Kawasan Hutan PT STS.....	68

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Gardner (1992), suatu bangsa tidak dapat mencapai kejayaan jika tidak meyakini sesuatu atau jika sesuatu yang diyakininya tidak memiliki dimensi moral yang diperlukan untuk menjaga peradaban. Hal ini menandakan bahwa dalam upaya membentuk suatu bangsa diperlukan pembangunan nilai, paradigma, dan cara berpikir untuk mencapai taraf bangsa yang besar. Dalam pandangan dunia, suatu bangsa akan berjuang untuk bertahan hidup dan membentuk masyarakat sosialnya menuju tatanan sosial yang diinginkan dengan memiliki nilai-nilai, pandangan hidup, dan sebagainya,

Keyakinan Sukarno bahwa setiap bangsa membutuhkan konsepsi dan cita-cita sejalan dengan pendapat Gardner. Bangsa berada dalam bahaya besar jika tidak memiliki konsepsi, cita-cita, atau tujuan serta asal-usulnya menjadi usang dan kabur (Soekarno, 1984). Pernyataan Bung Karno tersebut memperjelas bahwa kita tidak dapat menawar konsepsi dan cita-cita sebuah bangsa jika tidak ingin runtuh.

Sebagai konsepsi dan cita-cita bangsa Indonesia, Pancasila mengandung lima jati diri yang terkristalisasi dalam sila-silanya. Kebudayaan Indonesia sendiri merupakan sumber dari nilai-nilai Pancasila. Selain berfungsi sebagai ideologi bangsa, Pancasila juga harus dapat menjadi pandangan hidup masyarakat Indonesia untuk mempengaruhi perkembangan sosial. Bangsa Indonesia dicegah agar tidak terombang-ambing tanpa tujuan dengan berpegang teguh pada nilai-nilai Pancasila.

Pancasila yang dilahirkan dengan “hati” telah membingkai lima sila yang saling mendukung demi kelancaran pemerintahan negara ini, di mana salah satu silanya yaitu sila kelima "Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia" yang salah satu butirnya adalah “suka memberikan bantuan kepada orang lain agar dapat menciptakan kemandirian”, salah satunya diwujudkan dengan undang-undang dan peraturan menteri bagi pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) demi terciptanya rasa keadilan ekonomi bagi masyarakat.

The Confederation of British Industry (2001) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut.

"Corporate Social Responsibility requires companies to acknowledge that they should be publicly accountable not only for their financial performance but also for their social and environmental record. More widely, Corporate Social Responsibility encompasses the extent to which companies should promote human rights, democracy, community improvement, and sustainable development objectives throughout the world."

Dengan demikian, perusahaan-perusahaan harus meyakinkan publik bahwa mereka bertanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan, di samping tanggung jawab secara finansial. Perusahaan juga didorong untuk berpartisipasi dalam demokratisasi, pengembangan masyarakat, implementasi agenda hak asasi manusia, dan mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan global melalui tanggung jawab sosial.

Lingkungan sosial tidak dapat dipisahkan dari kegiatan operasional perusahaan. Sebuah kontrak menentukan bahwa bisnis harus ada dalam pengaturan sosial dan komunitas, yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan kewajiban kontrak sosial biasanya transaksi nonkomersial dalam masyarakat. Ada keuntungan dan kerugian memiliki bisnis di masyarakat. Di satu sisi, sektor bisnis memasok masyarakat dengan barang dan jasa yang

dibutuhkannya, namun di sisi lain, masyarakat sering mengalami dampak negatif dari operasi perusahaan. Eksploitasi energi dan sumber daya alam yang meluas, serta pencemaran lingkungan, kualitas produk, dan keamanan, semuanya berkontribusi pada ketidakpuasan publik yang meluas. Efek negatif dari operasi perusahaan diabaikan oleh karena orientasi perusahaan yang hanya menghasilkan profit. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa fokus utama mereka adalah bagaimana menggunakan sumber daya secara efektif dan efisien sambil mengabaikan efeknya.

Dalam dunia yang berubah saat ini, *Corporate Social Responsibility* menjadi bidang studi dengan perspektif baru bagi perusahaan untuk mempromosikan *sustainability development* (Lopez, 2020). Terkait dengan kebutuhan tersebut, *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab dunia usaha untuk menciptakan dampak positif dan masyarakat yang lebih baik (Carroll *et al.* 2015). Investasi dalam *Corporate Social Responsibility* secara tradisional dianggap sebagai aset tidak berwujud yang untuk mengukur pengembaliannya adalah dengan mendeteksi dampaknya terhadap variabel ekonomi (dari citra, reputasi, inovasi dan ekspansi bisnis, mengurangi volatilitas saham, atau meningkatkan profitabilitas jangka panjang), variabel sosial (meningkatkan hubungan dengan masyarakat), serta kebijakan perusahaan (untuk meningkatkan hubungan dengan pemerintah) (Lu *et al.*, 2020).

Bowen (1953) mengemukakan konsep awal tanggung jawab sosial dari suatu perusahaan secara eksplisit sebagai berikut.

“It refers to the obligations of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of action which are desirable in terms of the objectives and values of our society.”

Prinsip kedermawanan yang dijunjung tinggi oleh pelaku bisnis tidak terlepas dari perkembangan konsep tanggung jawab sosial di era ini. Pengusaha telah berpartisipasi dalam berbagai upaya amal jauh sebelum konsep tanggung jawab sosial pertama kali diperkenalkan. Sebagian besar dari upaya ini adalah hasil dari keinginan pribadi para pemimpin perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat.

Pertengahan 1970-an adalah tahap penting dalam kemajuan gagasan *Corporate Social Responsibility* di mana para pimpinan perusahaan terkemuka di Amerika dan yang dianggap sebagai pakar di bidangnya membentuk *Committee for Economic Development (CED)*. Menurut laporan *Social Responsibilities of Business Corporations*, salah satu pernyataan yang dibuat oleh *Committee for Economic Development (CED)* membagi tanggung jawab sosial perusahaan menjadi tiga lingkaran tanggung jawab: (1) *inner circle of responsibility*, yang mencakup tanggung jawab perusahaan untuk pertumbuhan ekonomi dan pelaksanaan pekerjaan dan fungsi produksi produk secara efisien; 2) *intermediate circle of responsibilities*, yang menunjukkan tanggung jawab untuk menjalankan fungsi ekonomi sementara juga menyadari dan peka terhadap pergeseran nilai dan prioritas sosial, seperti meningkatkan harapan konsumen untuk informasi produk yang jelas dan perlakuan yang adil terhadap karyawan di tempat kerja, serta sebagai peningkatan perhatian terhadap pelestarian lingkungan; dan (3) *outer circle of responsibilities*, yang meliputi kewajiban perusahaan untuk lebih berperan dalam meningkatkan kualitas lingkungan sosial. *The World Commission on Environment and Development* kemudian menerbitkan laporan pada tahun 1987 berjudul "*Our Common Future*" yang diterbitkan oleh *Oxford University Press*. Salah satu isu sentral dalam laporan ini

adalah pemaparan gagasan tentang konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*), yang didefinisikan sebagai kemajuan yang menjawab isu-isu umat manusia yang sedang berlangsung saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi berikutnya untuk memenuhi kebutuhannya (Suheni, 2021).

Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2020 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha Pasal 1 ayat (1) menguraikan komitmen badan usaha untuk berperan serta dalam pembangunan sosial yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan bagi badan usaha itu sendiri, masyarakat setempat, dan masyarakat secara keseluruhan. Dalam Pasal 4 ayat (1) dan (2) dinyatakan bahwa Sasaran Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha diharapkan bagi orang perseorangan, kelompok, atau masyarakat yang mempunyai kehidupan sehari-hari yang tidak layak sebagai manusia dengan kriteria: a. kemiskinan; b. ketelantaran; c. disabilitas; d. keterpencilan; e. tuna sosial dan penyimpangan perilaku; f. korban bencana; dan/atau g. korban tindak kekerasan, eksploitasi, dan diskriminasi. Sesuai dengan kebutuhannya, pelaku bisnis dituntut untuk berkomitmen untuk memprioritaskan kesempatan kerja bagi orang-orang dengan masalah kesejahteraan sosial di dalam organisasi. Menurut Dewi dan Shamira (2021), seolah-olah negara memaksa pelaku bisnis untuk mengambil tanggung jawab yang menjadi tanggung jawabnya. Menurut Post *et al.* (2002), pelaku bisnis adalah wali amanat yang dipercayakan masyarakat untuk mengelola berbagai sumber daya. Akibatnya, pelaku bisnis harus memperhatikan berbagai pihak yang hidupnya terkena dampak dari aktivitas bisnis tersebut.

Pembahasan *Corporate Social Responsibility* dahulunya hanya menjadi topik sampingan, namun kini menjadi topik utama yang semakin banyak mendapat perhatian. Hampir semua bisnis, industri, dan organisasi telah mengintegrasikan inisiatif *Corporate Social Responsibility* ke dalam strategi bisnis mereka. Setiap bisnis diwajibkan untuk mengungkapkan kinerja sosial dan lingkungannya di bawah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Sebagai jawaban atas fakta bahwa akuntansi tradisional telah gagal mengakomodir kepentingan masyarakat secara keseluruhan inilah yang memunculkan akuntansi pertanggungjawaban sosial. Hal ini juga sejalan dengan sila kelima Pancasila yaitu Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia dan merupakan dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Dalam Pancasila sila kelima mengandung hakikat keadilan itu sendiri. Notonegoro (1988) mengutip prinsip keadilan yang menyatakan bahwa suatu kebijakan dianggap adil jika sesuai dengan hukum suatu negara. Dengan kata lain, konsep *Corporate Social Responsibility* tidak bertentangan dengan Pancasila atau UUD 1945 yang menekankan keberlanjutan; bersifat jangka panjang; dan akan memiliki dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan yang positif pada masyarakat.

Manusia adalah makhluk sosial selain sebagai individu, sesuatu yang telah kita kenal sejak lama. Manusia selalu terlibat dalam interaksi sosial dan menjalin hubungan dengan orang lain yang ditemuinya. Oleh karena itu, penelitian ini akan dibedah dengan menggunakan teori pertukaran sosial (*social exchange theory*), sebuah teori ilmu sosial yang berlandaskan gagasan bahwa individu melihat hubungan mereka dalam konteks ekonomi melalui proses analisis antara biaya dan manfaat atau untung dan rugi. Mereka menghitung

biaya yang dikeluarkannya dan membandingkannya dengan keuntungan yang diperoleh. Seseorang akan melanjutkan hubungan jika mendapatkan lebih banyak keuntungan dibanding pengorbanan yang dilakukan. Namun, seseorang tidak akan melanjutkan suatu hubungan jika mereka percaya bahwa biaya atau kerugiannya akan lebih besar daripada manfaatnya. Biaya dan manfaat dapat berupa barang berwujud atau hal lain seperti perasaan atau kenyamanan.

Berbicara mengenai *Corporate Social Responsibility* juga akan selalu melekat pada perusahaan dan masyarakat, khususnya individu yang secara langsung terkena dampak dari kegiatan fungsional perusahaan yang dapat berdampak pada kerusakan alam. Pertukaran sosial akan muncul dalam masyarakat sebagai akibat adanya hubungan perusahaan dengannya, khususnya, adanya hubungan antara pihak yang saling menguntungkan satu sama lain. Berdasarkan tatanan sosial masyarakat, pertukaran sosial merupakan hubungan antara dua pihak yang memiliki tujuan serta bermanfaat satu sama lain.

Penelitian ini akan dilakukan di PT Sambaki Tambang Sentosa yang berlokasi di Site Waisumo, Buli, Kecamatan Maba, Kabupaten Halmahera Timur, Provinsi Maluku Utara. PT Sambaki Tambang Sentosa peneliti pilih karena perusahaan ini merupakan jenis perusahaan publik di bidang industri pertambangan yang memiliki komitmen untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan. Selain itu, karena usahanya bergerak di bidang industri pertambangan, maka kegiatan usaha perusahaan ini berhubungan erat dengan para pemangku kepentingan, khususnya yang berada di area pertambangan. Program *Corporate Social Responsibility* di perusahaan ini juga telah dikelola dengan baik dengan dibentuknya Divisi CSR yang berfokus dalam

pelaksanaan CSR di berbagai bidang, antara lain pendidikan; kesehatan; peningkatan pendapatan riil; kemandirian ekonomi; sosial, budaya, dan keagamaan; kelembagaan masyarakat; serta infrastruktur. Di tahun 2023 ini, perusahaan telah secara aktif mempublikasikan tanggung jawab sosial mereka ke beberapa media daring nasional, seperti di Rakyat Merdeka News dan Jarum Satu pada bulan Maret 2023.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti mencoba mengeksplorasi bagaimana operasionalisasi ideologi Pancasila di dalam praktik *Corporate Social Responsibility* dengan menggunakan etnometodologi sebagai metode penelitian serta *social exchange* sebagai teori yang digunakan untuk menafsirkan fenomena sosial terkait di PT Sambaki Tambang Sentosa.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, kita memahami bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah sebuah konsep atau tindakan yang diambil dari rasa tanggung jawab terhadap lingkungan sosial dan lingkungan. Namun, sedikit penelitian yang mengkaji operasionalisasi *Corporate Social Responsibility* ditinjau dari ideologi Pancasila terkait dengan topik tersebut. Oleh karena itu, tiga pertanyaan mendasar berikut diajukan dalam penelitian ini.

1. Apakah *Social Exchange Theory* bekerja dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* di PT Sambaki Tambang Sentosa?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* dalam bingkai *Social Exchange Theory* menunjukkan adanya operasionalisasi ideologi Pancasila?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui apakah *Social Exchange Theory* bekerja dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* di PT Sambaki Tambang Sentosa.
2. Memahami operasionalisasi ideologi Pancasila pada *Corporate Social Responsibility* dalam bingkai *Social Exchange Theory*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Semua peneliti tentunya berharap bahwa penelitiannya dapat berguna, bermanfaat, dan berkontribusi, baik secara teori maupun praktik.

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Diharapkan temuan penelitian ini akan memungkinkan akademisi dan peneliti untuk menggali lebih dalam teori dan paradigma yang ada, seperti *social exchange theory* serta paradigma etnometodologi. Diharapkan bahwa temuan penelitian ini, jika memungkinkan, dapat mengarah pada pengembangan teori atau konsep baru.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan konsep atau tindakan yang tidak dapat dipisahkan dari ideologi Pancasila sebagai salah satu landasan kehidupan berbangsa. Diharapkan temuan penelitian ini dapat membantu pihak korporasi dalam melaksanakan program CSR, khususnya di Indonesia.

1.5 Sistematika Penulisan

Usulan penelitian ini terdiri dari empat bagian. Pada Bab I, peneliti mendeskripsikan fenomena yang memotivasi peneliti untuk meneliti, merumuskan pertanyaan yang timbul atas rasa penasaran peneliti, serta mengungkapkan manfaat dan kegunaan penelitian, baik secara teori maupun praktiknya.

Pada Bab II, peneliti berusaha mencari benang merah antara fenomena yang peneliti lihat di lapangan dengan paradigma dan teori yang relevan. Oleh karena itu, peneliti berusaha mengupas lebih mendalam paradigma dan teori-teori yang relevan tersebut.

Pada Bab III, peneliti menguraikan metodologi penelitian yang dimulai dari tahap penentuan lokasi penelitian, informan, sumber dan teknik pengumpulan data, keabsahan dan keandalan penelitian, serta teknik analisis data.

Pada Bab IV, V, VI, dan VII berisi hasil penelitian dan pembahasan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menginterpretasikan hasil pengamatan terhadap subjek penelitian dalam bentuk narasi, table, grafik, dan gambar.

Pada Bab VIII Penutup berisi kesimpulan, implikasi, keterbatasan, dan saran penelitian. Bab terakhir dapat menjadi panduan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 Konsep Tanggung Jawab Sosial dalam Ideologi Pancasila

Pancasila adalah ideologi, *way of live*, *way of thinking*, dan filosofi yang lahir, berkembang, dan dijadikan pegangan oleh bangsa Indonesia (Surono, *et al.*, 2021). Sebagai sumber pembentukan peraturan perundang-undangan, nilai-nilai Pancasila telah dipegang oleh bangsa Indonesia sejak lama. Nilai-nilai tersebut kemudian dikemas dan diajukan oleh para perumus konstitusi sebagai ideologi bangsa Indonesia. Menurut Darmodihardjo (2014), Pancasila memandang dirinya sebagai *subjectivus genitivus*, yaitu subjek yang menilai segala sesuatu yang berkaitan dengan kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

Pada hakikatnya, ideologi merupakan hasil refleksi manusia berkat kemampuannya mengadakan distansi terhadap dunia kehidupannya. Terdapat sesuatu yang bersifat dialektis antara ideologi dengan masyarakat suatu negara, di satu pihak membuat ideologi semakin realistis dan pihak yang lain mendorong masyarakat mendekati bentuk yang ideal. Ideologi mencerminkan cara berpikir masyarakat, bangsa, maupun negara, namun juga membentuk masyarakat menuju cita-citanya. Indonesia pun tak terlepas dari hal itu.

Selain itu, ideologi menurut Corbett (1970) adalah setiap struktur psikologis yang tersusun atas seperangkat keyakinan tentang sifat kodrat manusia dan alam semesta tempatnya hidup, serta seperangkat

keyakinan tentang organisasi kehidupan masyarakat dan organisasinya. Keyakinan bahwa dua rangkaian keyakinan itu terpisah satu sama lain; dan keinginan untuk keyakinan ini dihayati dan pernyataan pendirian itu diakui sebagai kebenaran oleh segenap orang yang menjadi anggota penuh dari kelompok sosial yang bersangkutan.

Berdasarkan pemahaman ideologis tersebut, ada dua perangkat keyakinan bahwa manusia berhubungan dengan lingkungan: (a) keyakinan bahwa nilai, norma, dan hukum serta peraturan diperlukan untuk semua aspek organisasi kehidupan masyarakat; lebih jauh lagi (b) keyakinan bahwa manusia Indonesia senantiasa menyatu dengan alam tempatnya hidup. Hal tersebut tergambar dari kefasihan penyebutan istilah “tanah-air” bagi bangsa Indonesia.

Karena tidak ada fenomena tunggal yang berdiri sendiri tetapi terhubung dengan yang lain, hubungan antara manusia dan alam adalah nilai universal dan alami. Konsekuensinya, baik secara langsung maupun tidak langsung, keberlanjutan suatu perusahaan pasti akan berdampak pada lingkungan sosial dan alam, mulai dari lokasi operasi perusahaan hingga dampak budaya dan perilaku sosial terhadap aktivitas masyarakat global.

Konsep tanggung jawab sosial lingkungan dalam Pancasila secara tersirat bermakna sebagai berikut.

- 1) Sila pertama, tanggung jawab sosial lingkungan dimaknai sebagai kepedulian terhadap lingkungan dan lainnya yang dirasakan oleh agama atau keyakinan apapun; menitikberatkan sila pertama agar sila ketuhanan ini melingkupi dan menjiwai keempat sila lainnya,

menunjukkan bahwa bangsa Indonesia sebagai makhluk yang bertakwa sadar akan tanggung jawabnya sebagai khalifah dunia dalam pelestarian lingkungan hidup;

- 2) Sila kedua, tanggung jawab sosial lingkungan bermakna kepedulian terhadap sesama manusia (kemanusiaan) secara adil dan beradab merupakan etika dalam tanggung jawab sosial lingkungan; kemanusiaan yang adil dan beradab mengandung suatu nilai kesadaran moral dan tingkah laku manusia yang didasarkan pada potensi budi nurani manusia dalam hubungan dengan nilai dan norma kebudayaan pada umumnya, baik terhadap diri sendiri, terhadap sesama manusia, maupun terhadap lingkungannya.
- 3) Persatuan Indonesia, sila ketiga, menunjukkan bahwa negara adalah persekutuan hidup bersama di antara unsur-unsur pembentuknya (suku, ras, golongan, golongan, atau agama); karenanya pelaksanaan tanggung jawab sosial lingkungan diharapkan dapat meningkatkan persatuan dan kesatuan bangsa;
- 4) Sila keempat, bermakna kepedulian terhadap sesama dan lingkungan merupakan implementasi dari ekonomi kerakyatan; dan
- 5) Sila kelima mengacu pada keadilan sosial, yang meliputi nilai-nilai yang ingin dicapai oleh negara. Keadilan yang dilandasi dan dijiwai oleh perwujudan keadilan kemanusiaan, yakni keadilan hubungan manusia dengan sesama manusia, maupun manusia

dengan lingkungannya yang merupakan nilai keadilan yang harus diakui dalam kehidupan bermasyarakat.

Kelima sila dalam Pancasila tersebut diuraikan lebih lanjut dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 pada Pasal 33 Ayat (4) yang menekankan bahwa: "Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional."

Sebagaimana diketahui bahwa ideologi Pancasila yang dimiliki oleh Indonesia jauh dari nilai-nilai kapitalisme (Mubyarto 1987, Gunadi 1995). Selain itu, berbagai kajian telah merekonstruksi konsep tanggung jawab sosial agar sejalan dengan karakter atau nilai-nilai bangsa Indonesia dengan memasukkan nilai-nilai Pancasila, khususnya sila kelima, "keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia", untuk memastikan bahwa kesejahteraan sosial tercapai sesuai dengan Undang-Undang Dasar 1945.

2.1.2 Social Exchange Theory

Social exchange theory menyatakan bahwa perilaku sosial adalah hasil dari proses pertukaran" (Priporas *et al.*, 2017). Pertukaran sosial mengacu pada tindakan yang bergantung dan bermanfaat bagi penerimanya (Blau, 1964). *Social exchange theory* berpendapat bahwa individu bertukar sumber daya satu sama lain karena harapan menerima sesuatu sebagai imbalan, atau disebut timbal balik (Emerson, 1976).

Senada dengan pertukaran ekonomi, *social exchange theory* memandang interaksi interpersonal dari perspektif *cost-benefit*. *Social exchange theory* berpendapat bahwa sebelum melakukan pertukaran apa pun, individu akan menganalisis *cost-benefit* dalam mempertimbangkan untuk menjalin hubungan (Liu *et al.*, 2016). Teori tersebut dapat diterapkan pada segala bentuk hubungan yang memiliki nilai ekonomis karena pada dasarnya setiap hubungan akan membutuhkan usaha dan biaya di samping keuntungan atau manfaat yang diterima.

Menurut Ridings dan Gefen (2004), pertukaran sosial tidak selalu dapat diukur dengan hal-hal yang berwujud seperti uang karena dalam berbagai transaksi sosial, hal-hal yang tidak berwujud seperti rasa hormat, persahabatan, dan kepedulian juga dipertukarkan. Menurut Poloma (2003), model resiprokal akan terus ada selama orang memberi, menerima, dan berharap menerima barang atau jasa sebagai balasannya. Menurut West dan Turner (2007). Hal ini sejalan dengan kecenderungan manusia untuk mencari imbalan dan menghindari hukuman; menjadi rasional; dan kriteria yang digunakan untuk mengevaluasi penghargaan dan pengorbanan berubah seiring waktu dari satu individu ke individu lainnya.

Menurut Ritzer dan Smart (2011), aktor, sumber daya, struktur, dan proses merupakan unsur dasar yang dimiliki oleh semua teori pertukaran.

- a. Aktor sebutan bagi partisipan pertukaran yang dapat berupa individu atau kelompok perusahaan atau entitas lain yang spesifik.

Aktor dipandang sebagai manusia yang tindakan dan tujuannya diarahkan pada upaya mencapai tujuannya tersebut..

- b. kekayaan atau kecakapan perilaku yang digerakkan oleh seorang aktor dan dihargai oleh aktor lain dianggap sebagai sumber daya. Biaya akan ditanggung oleh para aktor yang mengambil bagian dalam kegiatan tersebut, dan memberikan hasil pada aktor lain. Aktor lain mungkin menerima hasil positif atau negatif. Tingkat kekuatan tawar para aktor ditentukan oleh kepemilikan dan akses mereka terhadap sumber daya.
- c. Struktur merupakan relasi ketergantungan timbal balik pertukaran yang bentuknya ada beberapa macam, yaitu pertukaran langsung (*direct exchange*), pertukaran umum (*generalize exchange*), dan pertukaran produktif (*productive exchange*).
- d. Proses merupakan representasi dari interaksi di dalam struktur pertukaran.

Penelitian ini menggunakan teori pertukaran sosial Peter Blau, yang berfokus pada struktur asosiasi yang dibentuk oleh transaksi pertukaran individu. Blau bertujuan untuk menunjukkan bahwa proses pertukaran yang sederhana mengarah pada fenomena yang bermanifestasi sebagai struktur yang lebih rumit berdasarkan pertukaran yang seimbang. Pergeseran dari level mikro ke level makro dijelaskan oleh teori Blau (Johson, 2008).

Menurut Raho (2007), sebuah teori pertukaran yang menggabungkan perilaku sosial manusia yang mendasar dengan struktur masyarakat yang lebih besar, khususnya antarkelompok, organisasi, atau

negara, adalah apa yang ingin dikembangkan oleh Blau. Berbeda dengan Homans yang tertarik pada pertukaran individu di kelompok kecil, Blau memperhatikan asosiasi besar dan perubahan dalam proses sosial yang terjadi dari desain sosial yang mudah ke kompleks, dan pada kekuatan sosial baru yang tumbuh (Poloma, 2003).

Blau (1964), mengajukan pertanyaan mendasar tentang bagaimana kehidupan sosial berkembang menjadi struktur asosiasi manusia yang semakin kompleks. Dengan menyusun empat tahapan yang bergerak dari pertukaran antarpribadi menuju perubahan struktur sosial, Blau bertujuan untuk membawa teori pertukaran sosial dari skala mikro ke skala makro. Empat tahapan yang dimaksud adalah (1) transaksi-transaksi pertukaran pribadi yang timbul di antara orang-orang; (2) diferensiasi status dan kekuasaan yang mendorong; (3) legitimasi dan organisasi yang menaburkan benih-benih; dan (4) perlawanan dan perubahan (Ritzer, 2012).

Banyak studi *social exchange theory* telah menetapkan bahwa orang merasa berkewajiban untuk membalas "manfaat sosial atau bantuan timbal balik" yang diterima dari orang lain dan hal tersebut menimbulkan perasaan bersalah yang negatif jika mereka gagal membalas (Cropanzano & Mitchell, 2005). *Social exchange theory* berasumsi bahwa individu merasa lebih berutang kepada komunitas ketika mereka menerima manfaat yang lebih besar (Beck et al., 2014).

Karena *social exchange theory* secara inheren membutuhkan pertukaran, kemungkinan manfaat di bidang *Corporate Social Responsibility* sebagian besar tidak berwujud. Misalnya, manfaat intrinsik

dapat mencakup perasaan senang dan puas dari partisipasi, sedangkan manfaat ekstrinsik dapat mencakup penghargaan atau promosi (Yan *et al.*, 2016).

2.1.3 Konsep Keadilan dalam Praktik CSR

Pada tahun 1998, Alyson Warhurst, seorang pakar *Corporate Social Responsibility* dari University of Bath di Inggris menyatakan bahwa ada enam belas prinsip yang harus diperhatikan dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility*. Prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut (Wibisono, 2007).

1. Prioritas Perusahaan

Tanggung jawab sosial harus menjadi prioritas tertinggi dan faktor terpenting dalam pembangunan berkelanjutan untuk bisnis. Akibatnya, bisnis dapat mengembangkan kebijakan, program, dan praktik yang bertanggung jawab secara sosial untuk menjalankan aktivitas bisnisnya.

2. Manajemen Terpadu

Sebagai bagian dari perannya sebagai pengontrol dan pembuat keputusan, manajemen harus memasukkan setiap kebijakan dan program ke dalam operasi bisnisnya.

3. Proses Perbaikan

Berdasarkan temuan penelitian terkini, pemahaman kebutuhan sosial, dan penerapan global dari kriteria sosial tersebut, setiap kebijakan, program, dan kinerja sosial harus terus dievaluasi.

4. Pendidikan Karyawan

Sebagai pemangku kepentingan utama, karyawan perlu mempelajari keterampilan baru. Oleh karena itu, program pendidikan dan pelatihan harus digunakan oleh pelaku usaha untuk menginspirasi mereka.

5. Pengkajian

Perusahaan harus terlebih dahulu menilai dampak sosialnya sebelum terlibat dalam aktivitas apa pun. Tugas ini selesai tidak hanya di awal tugas tetapi juga sebelum selesai.

6. Produk dan Jasa

Sebuah bisnis harus selalu berusaha membuat barang atau jasa yang tidak merugikan orang lain.

7. Informasi Publik

Mengedukasi konsumen, distributor, dan masyarakat umum tentang cara menggunakan, menyimpan, dan membuang suatu produk atau layanan, serta memberikan informasi jika diperlukan.

8. Fasilitas dan Operasi

Mempertimbangkan temuan tentang dampak sosial dari kegiatan perusahaan, fasilitas dan kegiatan harus dirancang, dibangun, dan dioperasikan.

9. Penelitian

Mendukung atau melakukan penelitian tentang efek sosial yang dialami kehidupan masyarakat ketika bahan mentah, produk, proses, emisi, dan limbah dari aktivitas bisnis digunakan.

Penelitian itu sendiri bertujuan untuk mengurangi atau menghilangkan dampak buruk dari kegiatan yang diteliti.

10. Prinsip Pencegahan

Sesuaikan produksi, pemasaran, dan/atau penggunaan produk atau layanan dengan temuan penelitian terbaru. Sebagai upaya agar tidak menimbulkan dampak buruk bagi masyarakat, maka kegiatan ini dilakukan.

11. Kontraktor dan Pemasok

Mewajibkan pemasok atau kontraktor untuk memasukkan prinsip tanggung jawab sosial ke dalam aktivitas bisnis mereka.

12. Siaga Menghadapi Darurat

Rencana untuk menghadapi keadaan darurat harus dikembangkan dan dirumuskan oleh bisnis. Selain itu, jika terjadi keadaan berbahaya, bisnis harus berkolaborasi dengan masyarakat, badan pengatur, dan layanan darurat. Selain itu, bisnis berupaya menemukan potensi ancaman.

13. Transfer *Best Practise*

Selama bertanggung jawab secara sosial, Anda dapat membantu pengembangan dan transfer bisnis praktis di semua industri dan sektor publik.

14. Memberikan Sumbangan

Komitmen ini diharapkan untuk peningkatan usaha bersama, strategi dan bisnis publik, organisasi pemerintah dan lintas divisi, serta yayasan instruktif yang akan membantu mengangkat masalah kewajiban sosial.

15. Keterbukaan

Mendorong budaya penerimaan dan pertukaran di dalam tempat kerja profesional dan dengan komponen publik. Bisnis juga harus mampu mengantisipasi dan merespons potensi risiko (juga dikenal sebagai potensi bahaya), serta dampak negatif dari operasi, produk, limbah, dan layanan mereka.

16. Pencapaian dan Pelaporan

Mendorong budaya penerimaan dan pertukaran di dalam tempat kerja profesional dan dengan komponen publik. Bisnis juga harus mampu mengantisipasi dan merespons potensi risiko (juga dikenal sebagai potensi bahaya), serta dampak negatif dari operasi, produk, limbah, dan layanan mereka.

Ada empat model atau pola CSR di Indonesia menurut Saidi dan Abidin (2004):

1. Keterlibatan langsung

Dengan menyelenggarakan kegiatan sosial sendiri atau memberikan donasi kepada masyarakat, bisnis secara langsung menerapkan program CSR. Sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti sekretaris perusahaan atau pejabat hubungan masyarakat, atau menyewa seorang pejabat hubungan masyarakat untuk melakukan fungsi ini.

2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan

Di bawah perusahaan atau grupnya, perusahaan menciptakan yayasannya sendiri. Model ini merupakan penerimaan model yang

sering diterapkan dalam organisasi di negara-negara maju. Perusahaan biasanya menyediakan dana reguler, benih, atau dana abadi yang sering digunakan untuk kegiatan yayasan. The Coca-Cola Company Foundation dan Rio Tinto Foundation (sebuah perusahaan pertambangan) adalah dua contoh yayasan yang didirikan oleh perusahaan tersebut.

3. Bermitra dengan pihak lain

Untuk mengelola dana dan melaksanakan kegiatan sosialnya, perusahaan bekerja sama dengan lembaga sosial/lembaga swadaya masyarakat (LSM), lembaga pemerintah, perguruan tinggi, atau media.

4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium

Organisasi sosial dengan tujuan sosial tertentu didirikan bersama, bergabung, atau didukung oleh bisnis. Dibandingkan dengan model lain, yang satu ini lebih menekankan pada pemberi hibah perusahaan yang memberikan "hibah pembangunan". Perusahaan yang memberikan dukungan kepada pihak konsorsium atau lembaga lain yang sejenis secara aktif mencari mitra kerja sama lembaga operasional kemudian mengembangkan program yang disepakati kedua belah pihak.

Seperti yang ditunjukkan oleh Saidi dan Abidin (2004), *Corporate Social Responsibility* memiliki sembilan macam atau bidang gerak, yaitu (1) administrasi sosial; (2) penelitian dan pendidikan; (3) kesejahteraan; (4) situasi mendesak; (5) pengaturan; (6) perekonomian yang sejahtera; (7) ekspresi, olah raga dan industri perjalanan; (8) pembangunan perumahan

dan infrastruktur; apalagi (9) masalah regulasi, *backing*, dan pemerintahan.

Sehubungan dengan itu, sila kelima yang memperjuangkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia mendorong setiap individu untuk berperan aktif dalam upaya negara mencapai kesejahteraan umum. Masyarakat di Indonesia tidak akan dapat hidup berkeadilan sosial jika tidak menyadari hak dan kewajibannya. Untuk mencapainya dikembangkan perbuatan baik dan sikap adil terhadap orang lain, seperti menghormati hak orang lain dan menyeimbangkan hak dan kewajiban.

2.2 Tinjauan Empiris

Tinjauan empiris adalah kajian terhadap beberapa penelitian terdahulu yang dapat bermanfaat sebagai bahan acuan dan pembanding. Peneliti membutuhkan penelitian sebelumnya untuk membangun dasar pengetahuan dan mempelajari lebih lanjut tentang teori dan konsep yang digunakan untuk mempelajari suatu topik. Peneliti tidak menemukan penelitian sebelumnya dengan judul yang sama dengan penelitian ini.

Penelitian dilakukan oleh Said *et al.* (2014) dengan tujuan untuk mengeksplorasi pemahaman dan esensi *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk mengaplikasikannya dalam bentuk tanggung jawab sosial masyarakat. Hasil penelitian oleh Said *et al.* (2014) menunjukkan bahwa penerapan *Corporate Social Responsibility* telah berkembang menjadi sebuah bentuk partisipatif-kolaboratif dan *reciprocal responsibility*. Penelitian oleh Said *et al.* (2014) juga menemukan adanya proses adaptasi dan internalisasi esensi *Corporate Social Responsibility* beserta instrumennya dalam bentuk kepedulian sosial maupun *transferability of wealth* meskipun masih pada skala kecil atau cenderung tidak secara kuat muncul ke permukaan. Demikian juga halnya untuk

kepedulian lingkungan. Penelitian oleh Said *et al.* (2014) juga menemukan terjadinya proses pembelajaran komponen masyarakat, terutama pengelola dan penerima dana *Corporate Social Responsibility*. Model implementasi *Corporate Social Responsibility* telah menciptakan transfer kesejahteraan dari perusahaan ke masyarakat, dan secara bergulir menciptakan transfer kesejahteraan antarkelompok dan terhadap masyarakat luas melalui industri rumah tangga dan kegiatan-kegiatan ekonomi kreatif yang dibiayai dari dana *Corporate Social Responsibility*.

Penelitian oleh Sitorus (2016) mencoba merumuskan dasar akuntansi pertanggungjawaban sosial yang dikenal juga sebagai *Corporate Social Responsibility* yang saat itu terjebak dalam bingkai kapitalistik dengan menggunakan konsep *triple bottom line*. Penelitian oleh Sitorus menggunakan Pancasila sebagai paradigma dan alat dengan mengamati kaum terpinggirkan. Hasil pengamatan dirumuskan sebagai unsur humanistik berdasarkan prinsip Pancasila. Hasil penelitian oleh Sitorus menunjukkan bahwa Pancasila merupakan dasar yang tepat bagi akuntansi pertanggungjawaban sosial untuk membangun peradaban yang humanis.

Penelitian oleh Harmadji (2019) mencoba mendekonstruksi tanggung jawab sosial akuntansi dalam perspektif Pancasila. Harmadji menunjukkan perlunya peningkatan pemahaman pelaporan keberlanjutan akuntansi/keuangan profesional/praktisi sebagai aplikasi dari tujuan substantif perusahaan yang bersangkutan dan bukan tujuan simbolis semata untuk memperoleh legitimasi dari para pemangku kepentingan.

Penelitian oleh Nandemar dan Amiruddin (2020) mencoba mengungkap fenomena makna konflik yang terjadi antara masyarakat adat dengan korporasi

kemudian menawarkan bentuk *Corporate Social Responsibility* yang pancasilais. Hasil penelitian menunjukkan perlunya rekonstruksi *Corporate Social Responsibility* berdasarkan ideologi Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 sebagai alternatif strategi untuk mereduksi dampak buruk dari kegiatan bisnis korporasi dan sebagai formula dalam menyelesaikan konflik.

Di antara penelitian tersebut belum ada penelitian yang fokus untuk mengulik operasionalisasi ideologi Pancasila di dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang ditinjau dari *social exchange theory*. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk mengembangkan kajian tersebut.