

Laporan Akhir

KAJIAN:
POTENSI *CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY (CSR)* KOTA TASIKMALAYA

2022

BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN, PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN DAERAH

Kata Pengantar

Puji serta syukur kita panjatkan ke Hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya Laporan Akhir Kajian Potensi Corporate SociL Responsibility (CSR) di Kota Tasikmalaya ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Sholawat dan salam kita limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Syukur Alhamdulillah Kajian Potensi CSR di Kota Tasikmalaya ini atas kerjasama antara Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Daerah Kota Tasikmalaya dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi dapat diselesaikan tepat pada waktunya, sehingga tim penyusun mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu terselesaikannya laporan akhir ini.

laporan ini terbagi ke dalam 6 (enam) bagian besar, yaitu 1) Latar Belakang, 2) Telaah Literatur, 3) Gambaran Umum Kota Tasikmalaya, 4) Metode Penelitian, 5) Hasil dan Pembahasan, dan 6) Kesimpulan dan Rekomendasi.

Akhir kata semoga laporan akhir ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan terutama bagi tim peneliti dan Pemerintah Kota Tasikmalaya.

Tasikmalaya, Desember 2022

Tim Penyusun

Daftar Isi

Kata Pengantar 1
Daftar Isi..... 2
Daftar Tabel 3
Daftar Ganbar..... 4
BAB 1 PENDAHULUAN 5
1.1 Latar Belakang 6
1.2 Maksud, tujuan, dan Saran 8
1.3 Ruang Lingkup dan Tahapan Pelaksanaan..... 9
BAB 2 TELAAH LITERATUR 11
2.1 Pengertian *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) 12
2.2 Standarisasi Pelaksanaan CSR di Indonesia..... 18
BAB 3 GAMBARAN UMUM KOTA TASIKMALAYA 22
3.1 Sejarah Singkat Kota Tasikmalaya..... 23
3.2 Letak Geografis dan Kondisi Administrasi 25
3.3 Jumlah Penduduk 29
3.4 Indeks Pembangunan Manusia (IPM) 31
3.5 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) 33
3.6 Struktur Perekonomian..... 36
3.7 Laju Pertumbuhan Ekonomi..... 38
BAB 4 METODE PENELITIAN..... 40
4.1 Populasi dan Sampel Penelitian 41
4.2 Teknik Pengumpulan Data 40
4.3 Tahapan dan Jadwal Penelitian 44
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN..... 45
5.1 Deskripsi Data 46
5.2 Rekapitulasi Hasil Penelitian mengenai Potensi CSR di Kota Tasikmalaya 51
BAB 6 KESIMPULAN DAN REKOMENDASI 62
6.1 Kesimpulan..... 63
6.2 Rekomendasi 64
DAFTAR PUSTAKA 66

Daftar Tabel

Tabel 3.1	Jumlah dan Pertumbuhan Penduduk Kota Tasikmalaya Tahun 2018-2021.....	29
Tabel 3.2	Jumlah Penduduk, Distribusi Persentase Penduduk, Kepadatan Penduduk, dan Rasio Jenis Kelamin Penduduk Kota Tasikmalaya Tahun 2021	30
Tabel 3.3	Produk Domestik Regional Bruto Kota Tasikmalaya Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2016-2021 (Milyar Rupiah)	34
Tabel 3.4	Produk Domestik Regional Bruto Kota Tasikmalaya Atas Dasar Harga Konstan, Tahun 2016-2021 (Milyar Rupiah).....	35
Tabel 3.5	Peranan Kategorial dalam PDRB Kota Tasikmalaya Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2016-2021 (Persen)	36
Tabel 4.1	Jadwal Penelitian.....	44
Tabel 5.1	Data Sampel	46

Daftar Gambar

Gambar 3.1	Peta Orientasi dan Pembagian Wilayah Kota Tasikmalaya	27
Gambar 3.2	Peta Administrasi Kota Tasikmalaya	28
Gambar 3.3	Perkembangan Jumlah Penduduk Kota Tasikmalaya 2018-2021	30
Gambar 3.4	Target & Realisasi Indeks Pembangunan Manusia Kota Tasikmalaya, Tahun 2018-2022 (Point)	32
Gambar 3.5	Perkembangan IPM Kota Tasikmalaya Tahun 2018-2021 .	32
Gambar 3.6	Empat Besar Peranan Kategori PDRB Kota Tasikmalaya, 2016-2020 (Persen)	37
Gambar 3.7	Target & Realisasi Pertumbuhan Ekonomi Kota Tasikmalaya, 2018-2022 (Persen)	38
Gambar 3.8	LPE Kota Tasikmalaya, Jawa Barat dan Nasional Tahun 2016 – 2021	39
Gambar 4.1	Kuesioner Penelitian.....	43
Gambar 5.1	Status Kantor	47
Gambar 5.2	Bidang Usaha.....	48
Gambar 5.3	Wilayah Pemasaran	48
Gambar 5.4	Pelaksanaan CSR.....	49
Gambar 5.5	Periode Penyaluran CSR	51
Gambar 5.6	Besaran dana CSR	53
Gambar 5.7	Sasaran CSR	54
Gambar 5.8	Kesediaan Berkolaborasi	55
Gambar 5.9	Koordinasi pelaksanaan CSR	56
Gambar 5.10	Kesediaan mengeluarkan dana CSR.....	58

Bab-1

Pendahuluan

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanggung jawab terhadap perwujudan kesejahteraan sosial pada sebuah daerah, tidak hanya menjadi kewajiban pemerintah tetapi juga melibatkan peran serta pihak lainnya. Salah satu contoh adalah perusahaan-perusahan dan bidang industri yang sangat berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat. Jejaring kerja dan kemitraan pemerintah bersama pihak lain tersebut merupakan salah satu strategi, yang dibutuhkan untuk mendukung pelaksanaan kebijakan-kebijakan sosial selama ini. Selain mengupayakan kehidupan yang layak bagi masyarakat, keterlibatan pihak-pihak tersebut juga disertai tanggung jawab untuk menjaga dan memelihara kestabilan lingkungan hidup dan sosial. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat di berbagai bidang, sehingga tercipta interaksi yang sehat antara perusahaan-perusahaan dan bidang industri dengan masyarakat di sekitarnya.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah konsep kepedulian perusahaan untuk berkontribusi terhadap masyarakat agar kehidupan sosial dan ekonominya meningkat dengan menjaga kondisi lingkungan dalam konteks pembangunan berkelanjutan. Peran Pemerintah dalam skema CSR/TJSLP masih perlu dikembangkan untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaannya, sehingga sejalan dengan agenda pembangunan daerah tanpa intervensi terlalu jauh terhadap masalah internal perusahaan.

Begitupun bagi perusahaan, manfaat CSR adalah mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan, mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha, membuka peluang pasar yang lebih luas mereduksi biaya terkait dengan dampak lingkungan, memperbaiki hubungan dengan pemangku kepentingan *(stakeholder)* dan regulator, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan dan peluang mendapatkan penghargaan.

Adapun bagi masyarakat, CSR bermanfaat untuk perlindungan dan kesejahteraan masyarakat dalam dimensi sosial, ekonomi, kenyamanan lingkungan hidup serta mengurangi kesenjangan dan keterpencilan. Sedangkan bagi Pemerintah Daerah, CSR bermanfaat untuk menumbuhkan komitmen bersama dan sinkronisasi program Pemerintah Daerah dengan pihak swasta agar dapat terlaksana secara harmonis, sinergis, sistematis dan berkesinambungan dalam rangka akselerasi pembangunan.

Sejalan dengan hal tersebut, Pemerintah Kota Tasikmalaya telah menetapkan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2015 tentang Pedoman Pengelolaan Program Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perusahaan Dan Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan Di Kota Tasikmalaya, bahwa Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (TJSLP) adalah komitmen perusahaan untuk berperan dalam pembangunan berkelanjutan, guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan, komunitas setempat, maupun masyarakat.

Seiring dengan terus meningkatnya kebutuhan masyarakat akan pembangunan dan kesejahteraan, menuntut pemerintah daerah untuk memberikan pelayanan yang prima dan membutuhkan dukungan pendanaan pembangunan dari APBD yang besar. Namun disisi lain pertumbuhan pendanaan dan keterbatasan APBD belum dapat secara optimal memenuhi kebutuhan pendanaan pembangunan tersebut.

Keterbatasan sumber pendanaan pembangunan APBD ini, pada akhirnya menuntut Pemerintah Daerah untuk menemukan alternatif yang inovatif. Salah satunya adalah pendanaan dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan. Potensi dan prospek Dana CSR sebagai sumber pendanaan alternatif dipandang cukup besar dalam membantu pendanaan pembangunan daerah. Peran pemerintah daerah dalam hal ini, bagaimana menkoordinasikan dan mensinergikan program kegiatan yang menjadi kebutuhan masyarakat dengan program kegiatan CSR yang ada di perusahaan.

Selanjutnya, dalam implementasi dari Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2015 tersebut, Pemerintah Kota Tasikmalaya telah melakukan berbagai langkah

diantaranya membentuk Tim Fasilitasi Penyelenggaraan TJSLP Kota Tasikmalaya, sosialisasi Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2015, mengkoordinasikan dan memfasilitasi pelaksanaan CSR/TJSLP yang dilakukan perusahaan dan yang lainnya.

Namun demikian, sampai saat ini penyelenggaraan CSR/TJSLP di Kota Tasikmalaya belum berjalan secara optimal. Hal ini disebabkan diantaranya oleh kurangnya kesadaran dari perusahaan untuk melaksanakan dan berkoordinasi dengan Pemerintah Kota Tasikmalaya dalam pelaksanaan CSR/TJSLP. Selain itu, belum dimilikinya database dan data potensi CSR/TJSLP dari perusahaan-perusahaan yang ada di Kota Tasikmalaya.

Berdasarkan hal tersebut, maka dipandang perlu dilakukan kegiatan pendataan dan kajian terhadap data dan potensi CSR/TJSLP dari perusahaan-perusahaan yang ada di Kota Tasikmalaya, dengan harapan dapat membantu menyiapkan strategi dan bahan kebijakan lebih lanjut di masa yang akan datang.

1.2. Maksud, Tujuan dan Sasaran

Maksud dilaksanakannya Kajian Potensi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kota Tasikmalaya ini adalah agar tersedianya database dan data potensi dana CSR dari perusahaan-perusahaan di Kota Tasikmalaya.

Adapun tujuan dari Kajian Potensi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kota Tasikmalaya ini adalah :

1. Mengetahui seberapa banyak dan besar data potensi dana CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang ada di Kota Tasikmalaya
2. Memperoleh gambaran kegiatan dan sektor apa saja yang dilakukan oleh perusahaan dalam pelaksanaan program CSR di Kota Tasikmalaya.
3. Memperoleh saran dan rekomendasi dalam rangka peningkatan penyelenggaraan program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan dalam membantu pembangunan daerah dan kesejahteraan masyarakat Kota Tasikmalaya.

Sasaran dari Kajian Potensi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kota Tasikmalaya adalah perusahaan-perusahaan yang ada di Kota Tasikmalaya**.**

1.3. Ruang Lingkup dan Tahapan Pelaksanaan

Uraian mengenai ruang lingkup dan tahapan pelaksanaanya Kajian Potensi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kota Tasikmalaya ini adalah sebagai berikut:

1) Ruang Lingkup kegiatan ini adalah:
   a. Melaksanakan rapat persiapan dan penyusunan rencana kerja pelaksanaan pekerjaan;
   b. Melakukan identifikasi permasalahan, penyusunan bahan survei dan penyusunan kajian, sekurang-kurangnya memuat : nama perusahaan, alamat, bidang usaha, status, pelaksanaan program CSR .(ada/tidak), bidang CSR, nama kegiatan, jumlah output, alamat penerima, anggaran;
   c. Pengumpulan data sekunder dan primer melalui survei terhadap perusahaan dan penyusunan hasil serta kajian;
   d. Melaksanakan diskusi dan rapat koordinasi terhadap hasil kegiatan;
   e. Menyusun laporan pendahuluan, laporan antara dan hasil pelaksanaan kegiatan Kajian Potensi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kota Tasikmalaya.
2) Adapun Tahapan Pelaksanaan kegiatan ini adalah:
   a. Tahapan Persiapan, dimana tim melakukan rapat persiapan dan penyusunan rencana kerja, Kerangka Acuan Kerja, SK Tim Penyusun Kajian, dan dokumen kelengkapan administrasi lainnya;
   b. Pengumpulan Data, dilakukan melalui dua acara, yaitu:
      1. Pengumpulan data sekunder, dilakukan melalui studi literatur mengenai program CSR berikut kegiatannya serta sektor apa saja yang telah dilaksanakan dalam program CSR di Kota Tasikmalaya.
      2. Pengumpulan data primer, dilakukan melalui survei lapangan yang dilakukan untuk mengumpulkan data primer dari perusahaan dan instansi terkait, mengenai pelaksanaan program CSR di Kota Tasikmalaya.
   c. Penyusunan dan pembahasan Laporan Pendahuluan;
   d. Melaksanakan diskusi dan rapat koordinasi terhadap hasil kegiatan;

e. Pembahasan Laporan Antara;

f. Pelaksanaan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan narasumber yang sesuai dengan tema kajian;

g. Penyusunan dan pembahasan Laporan Akhir.

Bab-2

Telaah Literatur

BAB II
TELAAH LITERATUR

2.1. Pengertian *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Perusahaan merupakan salah satu sendi kehidupan masyarakat moderen, karena perusahaan merupakan salah satu pusat kegiatan manusia guna memenuhi kehidupannya. Selain itu, perusahaan juga sebagai salah satu suber pendapatan negara melalui pajak dan wadah tenaga kerja. Menurut Dwi Tuti Muryati, perusahaan merupakan lembaga yang secara sadar didirikan untuk melakukan kegiatan yang terus-menerus untuk mendayagunakan sumber daya alam dan sumber daya manusia sehingga menjadi barang dan jasa yang bermanfaat secara ekomonis (Mulyati, 2007).

Menurut Sri Rejeki Hartono, aktivitas menjalankan perusahaan adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara terus-menerus dalam pengertian yang tidak terputus-putus, kegiatan tersebut dilakukan secara terang-terangan dalam pengertian sah/legal, dan dalam rangka untuk memperoleh keuntungan, baik untuk diri sendiri maupun orang lain (Hartono, 2007). Menurut Menteri Kehakiman Nederland (*Minister van Justitie Nederland*) dalam memori jawaban kepada parlemen menafsirkan pengertian perusahaan sebagai berikut: ”Barulah dapat dikatakan adanya perusahaan apabila pihak yang berkepentingan bertindak secara tidak terputus-putus, terang-terangan, serta didalam kedudukan tertentu untuk memperoleh laba bagi dirinya sendiri”. Ada dua unsur pokok yang terkandung dalam suatu perusahaan, yaitu (Asyhadi, 2010):

1. bentuk badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha baik berupa suatu persekutuan atau badan usaha yang didirikan, bekerja dan berkedudukan di Indonesia.
2. jenis usaha yang berupa kegiatan dalam bidang bisnis, yang di jalan secara terus-menerus untuk mencari keuntungan.

Dengan demikian suatu perusahaan harus mempunyai unsur-unsur diantaranya:

1. Terus-menerus atau tidak terputus-putus;

2. Secara terang-terangan (karena berhubungan dengan pihak ketiga);
3. Dalam kualitas tertentu (karena dalam lapangan perniagaan);
4. Mengadakan perjanjian perdagangan;
5. Harus bermaksud memperoleh laba.

Unsur-unsur perusahan sebagaimana dikemukakan di atas, dapat dirumuskan bahwa suatu perusahaan adalah setiap badan usaha yang menjalankan kegiatan dalam bidang perekonoimian secara terus-menerus, bersifat tetap, dan terang-terangan dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba yang dibuktikan dengan pembukuan. Hubungan ideal antara bisnis dengan masyarakat menjadi suatu masalah perdebatan (*a matter of debate*).

Tanggungjawab sosial merupakan suatu ide bahwa bisnis memiliki tanggungjawab tertentu kepada masyarakat selain mencari keuntungan (*the persuit of profits*). Baru-baru ini istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mencakup pengertian yang lebih luas, menuju *Social Responcibility* dan *Social Leadership.*

Budimanta (2008) menjelaskan dan menyimpulkan bahwa definisi CSR itu secara konsisten mengandung 5 dimensi yaitu:

1) Dimensi lingkungan, yang merujuk ke lingkungan hidup dan mengandung kata-kata seperti “lingkungan yang lebih bersih”, pengelolaan lingkungan, kepedulian lingkungan dalam pengelolaan operasi bisni.
2) Dimensi sosial yaitu hubungan antara bisnis dan masyarakat yang tercermin melalui fase seperti, berkontribusi terhadap masyarakat yang lebih baik mengintegrasi kepentingan sosial dalam operasi bisnis, memperhatikan dampak terhadap masyarakat.
3) Dimensi Ekonomis yang menerapkan aspek sosio-ekonomis atau finansial bisnis yang diterangkan dengan kata-kata seperti, turut menyumbang pembangunan ekonomi, mempertahankan keuntungan, dan operasional bisnis
4) Dimensi pemangku kepentingan (Stakeholder) yang tentunya menjelaskan hubungan bisnis dengan pemangku kepentingan dan dijelaskan dengan

seperti, interaksi dengan pemangku kepentingan perusahaan, hubungan perusahaan dengan karyawan dan komunitas.

5) Dimensi kesukarelaan, suhubungan dengan hal-hal yang tidak diatur oleh hukum atau peraturan pemerintah yang tercermin seperti, berdasarkan nilai-nilai etika, dan melebihi kewajiban hukum.

Menurtu Wibisono (2007) *Corporate Social Responsibility* didefinisikan sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dalam menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki banyak istilah, dalam perudang-undangan menggunakan tanggungjawab sosial dan lingkungan menyebut juga dengan business social responsibility atau corporate citizenship atau corporate responsibility atau business citizenship. CSR sudah diatur secara tegas di Indonesia, yaitu dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per- 5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN.

Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang ini menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ayat (2) pasal ini manyatakan kewajiban tersebut diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Selanjutnya ayat (3) menyebutkan perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang terkait. Kemudian ayat (4) menyatakan ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah (Marnelly, 2012).

Ada dua jenis konsep CSR, yaitu dalam pengertian luas dan dalam pengertian sempit. CSR dalam pengertian luas ialah berkaitan erat dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan *(sustainable economic activity).*

Keberlanjutan kegiatan ekonomi bukan hanya terkait soal tanggungjawab sosial tetapi juga menyangkut akuntabilitas *(accountability)* perusahaan terhadap masyarakat dan bangsa serta dunia internasional. CSR dalam pengertian sempit dapat dipahami dari beberapa peraturan dan pendapat ahli. Menurut Widjaja & Yeremia (2008) CSR merupakan bentuk Kerjasama antara perusahaan (tidak hanya Perseroan Terbatas) dengan segala hal *(stakeholders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha *(sustainability)* perusahaan tersebut. Pengertian tersebut sama dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yaitu merupakan komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Menurut UUPT 2007 pengertian CSR dalam Pasal 1 angka 3 menyebutkan tanggungjawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. UUPM 2007, dalam penjelasannya pasal 15 huruf b disebutkan tanggungjawab sosial perusahaan adalah tanggungjawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Tampak bahwa UU PT tahun 2007 mencoba memisahkan antara tanggung jawab sosial dengan tanggung jawab lingkungan, yang mengarah pada CSR sebagai sebuah komitmen perusahaan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan (Marnelly, 2012).

Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, konsep CSR dapat dipahami dalam Pasal 2 bahwa menjadi kewajiban bagi BUMN baik Perum maupun Persero untuk melaksanakannya

CSR kini dianggap sebagai peluang untuk meningkatkan daya saing serta sebagai bagian dari pengelolaan resiko menuju *sustainability* dari kegiatan usahanya. CSR di Indonesia baru dimulai pada awal tahun 2000. Namun, kegiatan yang esensi dasarnya sama telah berjalan sejak tahun 1970-an dengan tingkat yang bervariasi, mulai dari bentuk yang sederhana seperti donasi sampai pada bentuk yang komperensif seperti membangun sekolah. Mengingat CSR bersifat *intagible* (kasat mata), maka sulit dilakukan pengukuran tingkat keberhasilan yang telah dicapai. Oleh karena itu, diperlukan berbagai pendekatan kuantitatif dengan menggunakan triple bottom line atau lebih dikenal secara *sustainability-reporting*. Dari sisi ekonomi, penggunaan sumber daya alam dihitung dengan akutansi sumber daya alam, sedangkan pengeluaran dan penghematan biaya lingkungan dapat dihitung dengan menggunakan akutansi lingkungan.

Dengan mengusahakan berkelanjutan pemenuhan kebutuhan bagi hubungan antar generasi, artinya untuk memberikan kesempatan kepada generasi selanjutnya,. Hal ini mengisyaratkan adanya adanya suatu ahli teknologi bagi hubungan antar generasi, artinya untuk memberi kesempatan kepada generasi selanjutnya dalam memenuhi kebutuhannya. Penerapan pembangunan seperti itu harus didukung oleh aspek sosial-sustainability, yang berhubungan dengan lingkungan. Hal ini harus disosialisasikan oleh para pelaksana pembangunan di Indonesia dan harus diterapkan kepada setiap manusia pelaksana kegiatan pembangunan tersebut. *Social-sustansibility* itu terdiri dari tiga aspek yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. Untuk pelaksanaannya adalah human sustainability yaitu peningkatan kualitas manusia secara etika seperti pendidikan, kesehatan, rasa empati, saling menghargai dan kenyamanan yang terngkum dalam tiga kapasitas yaitu spiritual, emosional, dan intelektual.

Pembangunan dibidang ekonomi, lingkungan dan sosial dapat dilakukan oleh korporasi yang mempunyai kebudayaan perusahaan sebagai suatu bentuk tanggungjawab social perusahaan (*Corporate Social Responcibility*). *Corporate Social Responsibility* dapat dipahami sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroprasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi

bersama dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan komunitas secara lebih luas.

Secara umum, *Corporate Social Responsibility* merupakan peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemamupuan manusia sebagai individu anggota komunitas untuk dapat menggapi keadaan sosial yang ada dan dapat menikmati serta memanfatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memelihara, atau dengan kalta lain merupakan cara perusahaan mengtur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada suatu komunitas, atau merupakan suatu proses yang penting dalam pengaturan biyaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholders*, dan penanaman modal) maupun eksternal kelembagaan pengaturan umum,angota-anggota komunitas, kelompok komunitas sipil dan perusahaan lain). Jadi, tanggungjawab perusahaan secara sosial tidak hanya terbatas pada konsep pemberian donor saja, tetapi konsepnya sangat luasdan tidak bersifat statis dan pasif dan statis, hanya dikeluarkan dari perusahaan akan tetapi hak dan kwajibanyang dimiliki bersama antara *stakeholders*. Konsep C*orporate Social Responsibility* melibatkan tanggungjawab kemitraan antara pemerinta, lembaga, sumberdaya komunitas, juga komunitas lokal (setempat). Kemitraan ini tidaklah bersifat pasif atau statis. Kemitaraan ini merupakan tanggungjawab bersama secara sosial antara *stakeholders.*

Konsep kedermawanan perusahaan (*corporate philantrophy*) dalam tanggungjawab sosial tidaklah lagi memadai karena konsep tersebut tidaklah melibatkan kemitraan tanggungjawab perusahaan secara sosial dengan stakeholders lainnya. Tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) pada dasarnya juga terkait dengan budaya perusahaan (*corporate culture*) yang ada dipengaruhi oleh etika perusahaan yang bersangkutan. Budaya perusahaan terbentuk dari para individu sebagai anggota perusahaan yang bersangkutan dan biasanya dibentuk oleh system dalam perusahaan.

Pendukung konsep tanggungjawab sosial (*social responsibility*) memberi argumentasi bahwa suatu perusahaan mempunyai kewajiaban terhadap masyarakat selain mencari keuntungan. Ada berapa definisi tentang definisi CSR, yang pada

dasarnya adalah etika dan tindakan untuk turut berperan dalam keberlanjutan ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan. Hopkin (1998) memberikan definisi CSR sebagai etika memperlakukan *stakeholders* dan bumi.

2.2 Standarisasi Pelaksanaan CSR di Indonesia

Pada tahun 2001, ISO-suatu lembaga internasional dalam perumusan standar atau pedoman, menggagaskan perlunya standar tanggungjawab sosial perusahaan (CSR *standard*). Setelah mengalami diskusi Panjang selama hampir 4 tahun tentang gagasan ini, akhirnya Dewan manajemen ISO menetapkan bahwa yang diperlukan adalah Standar Tanggungjawab Sosial atau *Social Responcibility Standard* (ISO, 2005). CSR merupakan salah satu bagian dari SR. Tidak hanya perusahaan yang perlu terpanggil melakukan SR tetapi semua organisasi, termasuk pemerintah dan LSM.

Sejak januari 2005 dibentuk kelompok kerja ISO 26000 untuk merumuskan *draf Standar* SR. Definisi tanggungjawab Sosial – *Social Responsibility* (SR), berdasarkan dokumen draf dokumen ISO 26000, adalah etika dan tindakan terkait tanggungjawab organisasi yang mempertimbangkan dampak aktivitas organisasi pada berbagai pihak dengan cara-cara yang konsisten dengan kebutuhan masyarakat. *Social Responcibility* (SR) merupakan kepedulian dan tindakan managemen organisasi pada masyarakat dan lingkungan, disamping harus mentaati aspel legal yang berlaku. ISO 26000 memberikan prinsip-prinsip dasar, isu-isu universal dan kerangka pikir yang menjadi landasan umum bagi penyelenggaraan SR oleh setiap organisasi, tanpa membedakan ukuran dan jenis organisasi. ISO 26000 tidak dimaksudkan untuk menjadi standar sistem managemen dan tidak untuk sertifikasi perusahaan. ISO 26000 juga tidak dimaksudkan untuk menggantikan konsensus internasional yang sudah ada, tetapi untuk melengkapi dan memperkuat berbagai konsensus internasional, misalnya tentang lingkungan, hak azazi manusia, pelindungan pekerja, MDGs, dan lain sebagainya. Prinsip Penyelenggaraan SR antara lain terkait dengan pembangungan berkelanjutan, penentuan dan pelipatan *stakeholders;* komunikasi kebijakan kinerja SR; penghargaan terhadap nilai-nilai universal, pengintegrasian SR dalam kegiatan

normal organisasi. Oleh karena itu, ada tujuh isu utama dalam perumusan ISO 26000 yaitu 1) isu lingkungan, 2) isu hak asasi manusia, 3) isu praktek ketenaga-kerjaan, 4) isu pengelolaan organisasi, 5) isu praktik beroperasi yang adil, 6) isu hak dan perlindunagn konsumen, dan 7) isu partisipasi masyarakat,

Dokumen Final ISO 26000 dipublikasi pada awal tahun 2009. Diharapkan keberadaan ISO 26000 akan berdampak positif pada upaya percepatan penanggulangan masalah kemiskinan, masalah pangan dan gizi, masalah kesehatan, masalah pendidikan, dan masalah kesejahteraan sosial. Penerapan CSR di perusahaan akan menciptakan iklim saling percaya di dalamnya, yang akan menaikkan motivasi dan komitmen karyawan. Pihak konsumen, investor, pemasok, dan *stakeholders* yang lain juga telah terbukti lebih mendukung perusahaan yang dinilai bertanggung jawab sosial, sehingga meningkatkan peluang pasar dan keunggulan kompetitifnya.

Dengan segala kelebihan itu, perusahaan yang menerapkan CSR akan menunjukkan kinerja yang lebih baik serta keuntungan dan pertumbuhan yang meningkat. Memang saat ini belum tersedia formula yang dapat memperlihatkan hubungan praktik CSR terhadap keuntungan perusahaan sehingga banyak kalangan dunia usaha yang bersikap skeptis dan menganggap CSR tidak memberi dampak atas prestasi usaha, karena mereka memandang bahwa CSR hanya merupakan komponen biaya yang mengurangi keuntungan.

Praktek CSR akan berdampak positif jika dipandang sebagai investasi jangka panjang, karena dengan melakukan praktek CSR yang berkelanjutan, perusahaan akan mendapat tempat di hati dan ijin operasional dari masyarakat, bahkan mampu memberikan kontribusi bagi pembangunan berkelanjutan (Susanto, 2007).

Salah satu bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan yang sering diterapkan di Indonesia adalah *community development*. Perusahaan yang mengedepankan konsep ini akan lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial-ekonomi masyarakat, menyerap tenaga

kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat. Rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat.

Kepedulian kepada masyarakat sekitar komunitas dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dimengerti sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. CSR adalah bukan hanya sekedar kegiatan amal, di mana CSR mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibatnya terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan, termasuk lingkungan hidup. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk membuat keseimbangan antara kepentingan beragam pemangku kepentingan eksternal dengan kepentingan pemegang saham, yang merupakan salah satu pemangku kepentingan internal (Susanto, 2003).

Setidaknya ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. *Pertama,* perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. *Kedua,* kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. *Ketiga*, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial.

International Organization for Standardization (ISO) sebagai induk organisasi standarisasi internasional berhasil menghasilkan panduan dan standardisasi untuk tanggung jawab sosial pada bulan September tahun 2004, yang diberi nama ISO 26000 : Guidance Standard on Social Responsibility. ISO 26000 menjadi standar pedoman untuk penerapan CSR. ISO 26000 mengartikan CSR sebagai tanggung jawab suatu organisasi yang atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis. Di dalam ISO 26000, CSR mencakup tujuh isu pokok, yaitu:

pengembangan masyarakat; konsumen; praktek kegiatan institusi yang sehat; lingkungan; ketenagakerjaan; hak asasi manusia; dan organisasi kepemerintahan.

Sementara itu, pelaksanaan CSR di Indonesia sangat tergantung pada pimpinan puncak korporasi. Artinya, kebijakan CSR tidak selalu dijamin selaras dengan visi dan misi korporasi. Jika pimpinan perusahaan memiliki kesadaran moral yang tinggi, besar kemungkinan korporasi tersebut menerapkan kebijakan CSR yang benar. Sebaliknya, jika orientasi pimpinannya hanya berkiblat pada kepentingan kepuasan pemegang saham (produktivitas tinggi, profit besar, nilai saham tinggi) serta pencapaian prestasi pribadi, boleh jadi kebijakan CSR hanya sekadar kosmetik (Achmad, 2007:14) dalam Handjaja (2013). Tanggungjawab sosial badan usaha bersifat wajib (mandatory) bagi kriteria badan usaha tertentu seperti yang disebutkan dalam UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 menyatakan bahwa: Perseroan yang menjalankan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Tanggungjawab sosial dan lingkungan tersebut merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. Jika perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tanggungjawab sosial akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan undang-undang yang berlaku.

Selain Badan Usaha wajib melakukan kegiatan CSR, UU No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2) tentang Perseroan Terbatas juga mewajibkan badan usaha untuk mengungkapkan aktivitas tanggungjawab sosialnya dalam laporan tahunan. Namun demikian, item-item CSR yang diungkapkan badan usaha merupakan informasi yang masih bersifat sukarela. Penerapan CSR dalam badan usaha Perseroan Terbatas yang bergerak dibidang manufaktur, CSR digunakan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merek produk (loyalitas) atau citra perusahaan. Kedua hal tersebut akan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang sulit untuk ditiru oleh para pesaing. Di lain pihak, adanya pertumbuhan keinginan dari konsumen untuk membeli produk berdasarkan kriteria berbasis nilai-nilai dan etika akan merubah perilaku konsumen di masa mendatang.

Bab-3

Gambaran Umum Kota Tasikmalaya

BAB III
GAMBARAN UMUM KOTA TASIKMALAYA

3.1. Sejarah Singkat Kota Tasikmalaya

Kota Tasikmalaya merupakan pemekaran dari Kabupaten Tasikmalaya, yang secara resmi dibentuk pada tanggal 17 Oktober 2001, melalui Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2001 tentang Pembentukan Pemerintah Kota Tasikmalaya. Secara administratif, Kota Tasikmalaya membawahi 8 kecamatan dengan jumlah kelurahan sebanyak 69 kelurahan. Pada saat berdirinya Kota Tasikmalaya dipimpin oleh Drs. H. Wahyu Suradihardja sebagai Pejabat Walikota yang dilantik pada tanggal 18 Oktober 2001. Kemudian, pada tanggal 14 Nopember 2002 dilakukan pemilihan Walikota dan Wakil Walikota Tasikmalaya definitif yaitu Drs. H. Bubun Bunyamin sebagai Walikota dan Drs. H. Syarif Hidayat, M.Si sebagai Wakil Walikota Tasikmalaya untuk masa jabatan 2002 – 2007.

Sejarah berdirinya Kota Tasikmalaya sebagai daerah otonomi tidak terlepas dari sejarah berdirinya kabupaten Tasikmalaya sebagai daerah kabupaten induknya. Maka rangkaian sejarah ini merupakan bagian dari rangakaian perjalanan Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya sampai terbentuknya Pemerintah Kota Tasikmalaya. Pada waktu A. Bunyamin menjabat sebagai Bupati Tasikmalaya tahun 1976 sampai dengan 1981 tonggak sejarah lahirnya kota Tasikmalaya dimulai denngan diresmikannya Kota Administratif Tasikmalaya melalui peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 1976 oleh Menteri Dalam Negeri H. Amir Machmud. Periwtiwa ini di tandai dengan penandatangan Prasasti yang sekarang terletak di depan gedung DPRD Kabupaten Tasikmalaya. Pada waktu yang sama dilantik pula Walikota Administratif Pertama yaitu Drs. H. Oman Roosman oleh Gubernur KDH Tingkat I Jawa Barat H. Aang Kunaefi.

Pada awal pembentukannya, wilayah kota Administratif Tasikmalaya meliputi 3 Kecamatan yaitu Cipedes, Cihideung dan Tawang dengan jumlah desa sebanyak 13 desa. Berkat perjuangan unsur Pemerintahan Kabupaten Tasikmalaya yang dipimpin Bupati saat itu H. Suljana WH beserta tokoh masyarakat Kabupaten Tasikmalaya dirintislah pembentukan Kota Tasikmalaya dengan lahirnya tim

sukses pembentukan Pemerintahan Kota Tasikmalaya yang diketuai oleh H. Yeng Ds. Partawinata SH. bersama tokoh – tokoh masyarakat lainnya. Melalui proses panjang akhirnya dibawah pimpinan Bupati Drs. Tatang Farhanul Hakim, pada tanggal 17 Oktober 2001 melalui Undang-undang Nomor 10 Tahun 2001, Kota Tasikmalaya diresmikan oleh Menteri Dalam Negeri atas nama Presiden RI di Jakarta bersama-sama dengan kota Lhoksumawe, Langsa, Padangsidempuan, Prabumulih, Lubuk Linggau, Pager Alam, Tanjung Pinang, Cimahi, Batu, Sikawang dan Bau-bau.

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2001 tentang Pembentukan Kota Tasikmalaya, telah mengantarkan Pemerintah Kota Administratif Tasikmalaya melewati pintu gerbang Daerah Otonomi Kota Tasikmalaya untuk menjadi daerah yang mempunyai kewenangan untuk mengatur rumah tangga sendiri. Pembentukan Pemerintah Kota Tasikmalaya tak lepas dari peran serta semua pihak maupun berbagai steakholder di daerah Kota Tasikmalaya yang mendukung pembentukan tersebut. Tentunya dengan pembentukan Kota Tasikmalaya harus ditindak lanjuti dengan menyediakan berbagai prasarana maupun sarana guna menunjang penyelenggaraan Pemerintah Kota Tasikmalaya.

Berbagai langkah untuk mempersiapkan prasarana, sarana maupun personil serta komponen-komponen lainnya guna menunjang penyelengaraan Pemerintahan Kota Tasikmalaya telah dilaksanakan sebagai tuntutan dari pembentukan daerah otonom itu sendiri. Pada tanggal 18 Oktober 2001 pelantikan Drs. H. Wahyu Suradiharja sebagai PJ Walikota Tasikmalaya oleh Gubernur Jawa Barat dilaksanakan di Gedung Sate Bandung. Sesusuai Undang-Undang No. 10 Tahun 2001 bahwa wilayah Kota Tasikmalaya terdiri dari 8 Kecamatan dengan jumlah Kelurahan sebanyak 15 dan Desa sebanyak 54, tetapi dalam perjalanannya melalui Perda No. 30 Tahun 2003 tentang perubahan status Desa menjadi Kelurahan, desa-desa dilingkungan Pemerintah Kota Tasikmalaya berubah statusnya menjadi Kelurahan, oleh karena itu maka jumlah kelurahan menjadi sebanyak 69 kelurahan, sedangkan kedelapan kecamatan tersebut antara lain:

1. Kecamatan Tawang
2. Kecamatan Cihideung

3. Kecamatan Cipedes
4. Kecamatan Indihiang
5. Kecamatan Kawalu
6. Kecamatan Cibeureum
7. Kecamatan Mangkubumi
8. Kecamatan Tamansari

Sebagai salah satu syarat Pemerintah Daerah Otonom diperlukan alat kelengkapan lainnya berupa Lembaga Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. Melalui surat keputusan No. 133 Tahun 2001 Tanggal 13 Desember 2001 Komisi Pemilihan Umum membentuk Panitia Pengisian Keanggotaan Dewan Perwakilan Rakyat KotaTasikmalaya (PPK-DPRD). Melalui proses dan tahapan-tahapan yang dilaksanakan PPK-DPRD Kota Tasikmalaya yang cukup panjang, maka pengangkatan anggota DPRD Kota Tasikmalaya disyahkan melalui Keputusan Gubernur Jawa Barat No. 171/Kep.380/Dekon/2002 Tanggal 26 April 2002, selanjutnya tanggal 30 April 2002 diresmikannya keanggotaan DPRD Kota Tasikmalaya yang pertama kali.

Pada tanggal 14 November 2002 dilantiknya Bp. Drs. H. Bubun Bunyamin sebagai Walikota Tasikmalaya, pelantikan Walikota tersebut adalah segabai puncak momentum dari pemilihan Kepala Daerah pertama di Kota Tasikmalaya sebagai hasil dari Tahapan proses pemilihan yang dilaksanakan oleh Legislatif.

3.2. Letak Geografis dan Kondisi Administrasi

Kota Tasikmalaya terletak antara 108008’38” BT-108024’02” BT dan antara 7010’ LS-7026’32” LS, berada di bagian tenggara Provinsi Jawa Barat, berjarak ± 105 km dari Kota Bandung dan ± 255 km dari Kota Jakarta. Batas wilayah administrasi Kota Tasikmalaya diatur ber Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2001 tentang Pembentukan Kota Tasikmalaya pasal 6 ayat (1) bahwa Kota Tasikmalaya mempunyai batas-batas wilayah :

a. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Cisayong dan Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya, Kecamatan Cihaurbeuti dan Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis;

b. Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Manonjaya Kabupaten Tasikmalaya;
c. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Jatiwaras dan Kecamatan Sukaraja Kabupaten Tasikmalaya; dan
d. Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Singaparna, Kecamatan Sukarame dan Kecamatan Sukaraja Kabupaten Tasikmalaya.

Luas wilayah administrasi Kota Tasikmalaya menurut Undang-Undang seluas 17.156,20 hektar dan berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 56 Tahun 2012 tentang Batas Daerah Kota Tasikmalaya dengan Kabupaten Ciamis Provinsi Jawa Barat serta Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 58 Tahun 2012 tentang Batas Daerah Kota Tasikmalaya dengan Kabupaten Tasikmalaya Provinsi Jawa Barat, terdeliniasi wilayah administrasi Kota Tasikmalaya seluas 18.422 hektar (Badan Informasi Geospasial, 2017).

Secara administratif, wilayah Kota Tasikmalaya meliputi 10 wilayah Kecamatan, yaitu Kecamatan Kawalu, Kecamatan Tamansari, Kecamatan Cibeureum, Kecamatan Purbaratu, Kecamatan Tawang, Kecamatan Cihideung, Kecamatan Mangkubumi, Kecamatan Indihiang, Kecamatan Bungursari dan Kecamatan Cipedes, yang mencakup 69 Kelurahan dengan rincian sebagai berikut:

1. Kecamatan Kawalu mencakup 10 Kelurahan
2. Kecamatan Tamansari mencakup 8 Kelurahan
3. Kecamatan Cibeureum mencakup 9 Kelurahan
4. Kecamatan Purbaratu mencakup 6 Kelurahan
5. Kecamatan Tawang mencakup 5 Kelurahan
6. Kecamatan Cihideung mencakup 6 Kelurahan
7. Kecamatan Mangkubumi mencakup 8 Kelurahan
8. Kecamatan Indihiang mencakup 6 Kelurahan
9. Kecamatan Bungursari mencakup 7 Kelurahan
10. Kecamatan Cipedes mencakup 4 Kelurahan

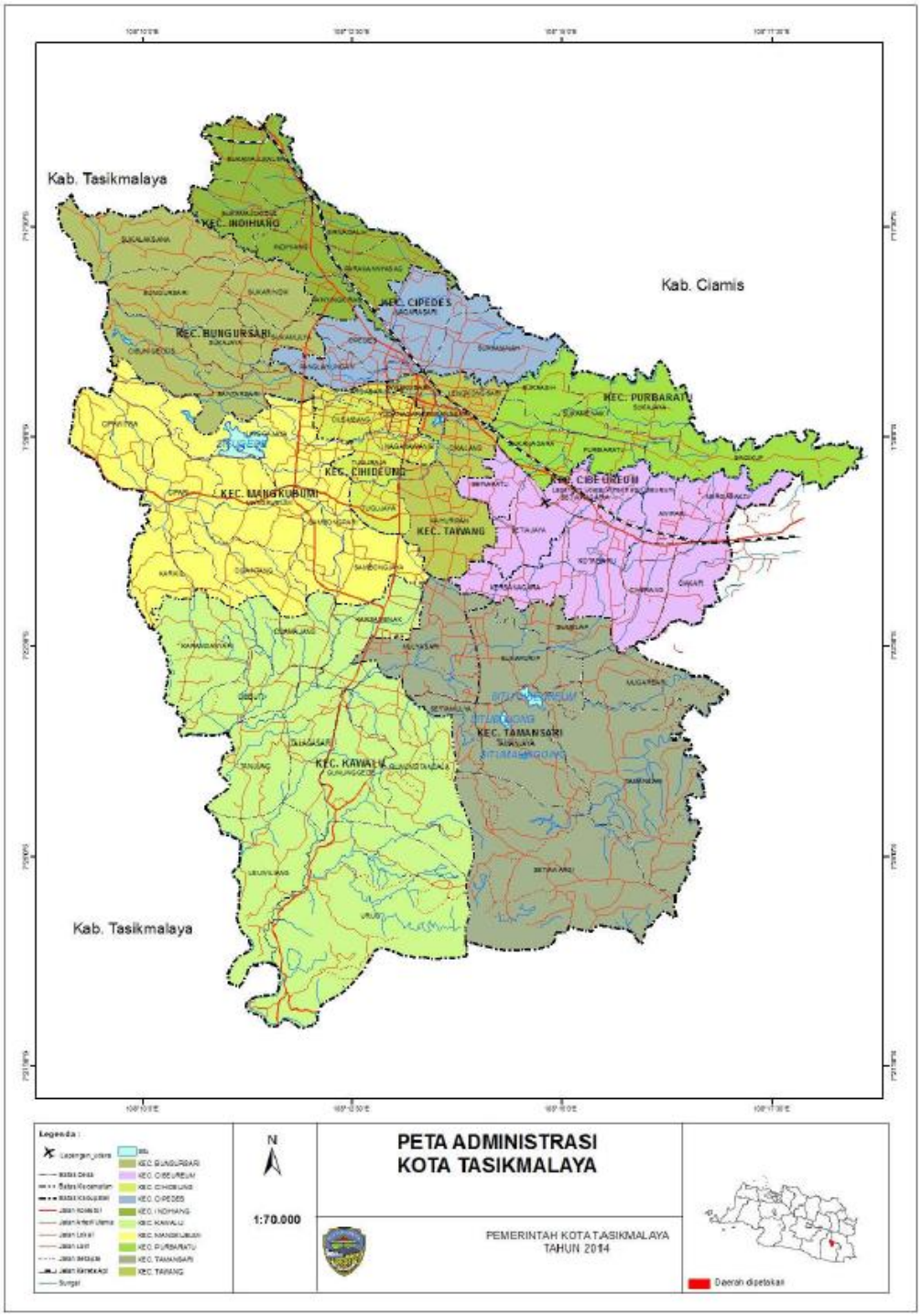
Untuk lebih jelasnya mengenai letak orientasi dan batas administrasi dapat dilihat pada gambar 3.1. dibawah ini.



Gambar 3.1.
Peta Orientasi dan Pembagian Wilayah Kota Tasikmalaya

Kondisi Kota Tasikmalaya secara geografis ditujukan dengan struktur geologis yang dihasilkan oleh bentukan material-material/breksi gunung berapi yang berasal dari pengaruh Gunung Galunggung, Gunung Sawal dan Gunung Cakrabuana. Jenis tanah yang menjadi struktur permukaan Kota Tasikmalaya adalah jenis tanah asosiasi regosol kelabu, regosol kelabu coklat, litosol dan latosol coklat kemerah-merahan. Jenis yang mempunyai sebaran terluas di bagian tengah, selatan, timur dan barat. Sedangkan di bagian utara sebaran terdiri dari jenis tanah latosol coklat kemerah-merahan.

Secara keseluruhan, wilayah Kota Tasikmalaya berada pada daerah dengan ketinggian berkisar antara 325-375 di atas permukaan air laut (dpl) dan mempunyai dataran dengan kemiringan relatif datar (sebagian besar), agak landai dan relatif curam.



Gambar 3.2

Peta Administrasi Kota Tasikmalaya

3.3. Jumlah Penduduk

Penduduk adalah Warga Negara Indonesia (WNI) dan orang asing yang bertempat tinggal di wilayah Indonesia dan telah menetap/berniat menetap selama minimal 1 tahun. Jumlah penduduk Kota Tasikmalaya yang banyak, tentu memberikan dampak positif dan negatif terhadap kehidupan bermasyarakat kedepannya. Dengan penduduk yang besar tersebut, pemerintah tidak akan kesulitan dalam penyediaan tenaga kerja, tetapi diperlukan juga perhatian khusus terkait kesejahteraan penduduknya. Jika kesejahteraan penduduk kurang diperhatikan, maka munculah masalah-masalah antara lain kemiskinan, pengangguran dan lain-lain.

Jumlah Penduduk di Kota Tasikmalaya setiap tahunnya mengalami peningkatan yang relatif tinggi yaitu rata-rata sebesar 0,2 % per tahun, bahkan kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2020 dengan kenaikan sebesar 1,20 %. Berikut ini menunjukkan jumlah dan pertumbuhan penduduk di Kota Tasikmalaya dari tahun 2018-2021.

Tabel 3.1.
Jumlah dan Pertumbuhan Penduduk Kota Tasikmalaya
Tahun 2018-2021

Tahun	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Pertumbuhan (%)
2018	662.723	0,20
2019	663.517	0,12
2020	716.155	1,20
2021	723,920	0,81

Sumber : BPS Kota Tasikmalaya, 2022.

Perkembangan jumlah penduduk pada kurun waktu tahun 2018-2021 mengalami peningkatan dengan laju pertumbuhan penduduk mengalami penurunan setiap tahunnya, seperti ditunjukkan dalam gambar berikut ini:



Sumber: BPS, data diolah, 2022.

Gambar 3.3.
Perkembangan Jumlah Penduduk Kota Tasikmalaya 2018-2021

Berdasarkan data dari BPS, jumlah penduduk Kota Tasikmalaya pada tahun 2021 adalah sebanyak 723.920 jiwa, dengan komposisi penduduk laki-laki sebanyak 367.563 jiwa dan perempuan sebanyak 356.358 jiwa. Jumlah penduduk terbanyak terdapat di Kecamatan Mangkubumi, yaitu sebanyak 98.810 jiwa, sedangkan jumlah penduduk terkecil di Kecamatan Purbaratu sebanyak 44.850 jiwa.

Tabel 3.2.
Jumlah Penduduk, Distribusi Persentase Penduduk, Kepadatan Penduduk, dan Rasio Jenis Kelamin Penduduk Kota Tasikmalaya Tahun 2021

Kecamatan	Penduduk (Ribu Jiwa)	Persentase Penduduk	Kepadatan Penduduk per km2	Rasio Jenis Kelamin
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kawalu	97,59	13,48	2.305	105,57
Tamansari	78,25	10,81	2.115	104,74
Cibeureum	69,06	9,54	3.755	102,51
Purbaratu	44,85	6,20	3.551	104,36
Tawang	60,81	8,40	8.801	99,65

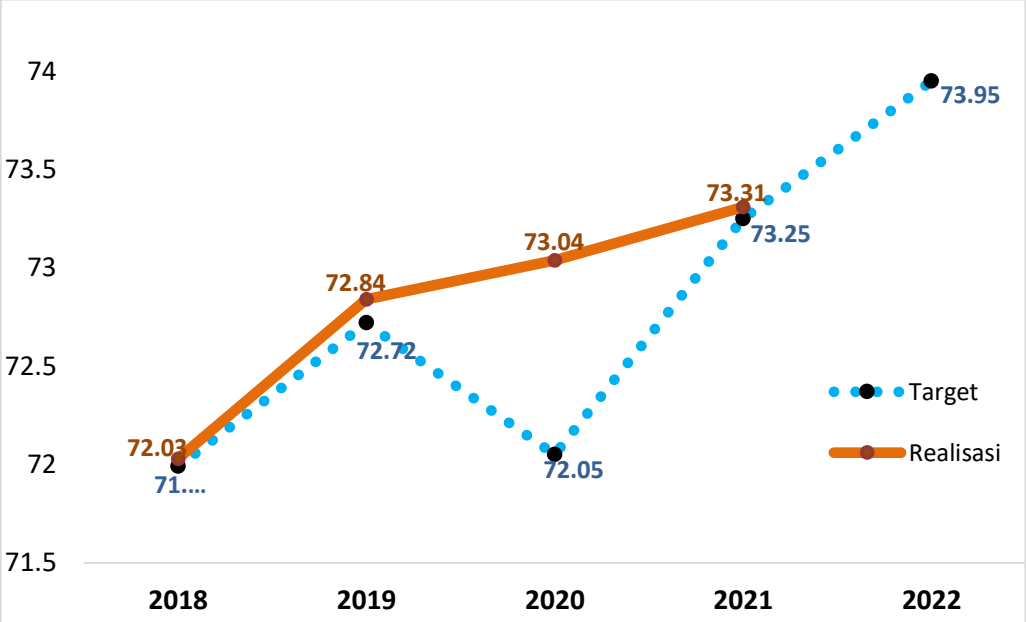
Cihideung	72,73	10,05	13.345	101,60
Mangkubumi	98,81	13,65	4.119	102,82
Indihiang	58,39	8,07	5.377	102,25
Bungursari	61,55	8,50	3.493	103,50
Cipedes	81,88	11,31	9.057	103,44
Kota Tasikmalaya	723,92	100,00	3.930	103,14

Sumber : BPS Kota Tasikmalaya, data diolah ,2022.

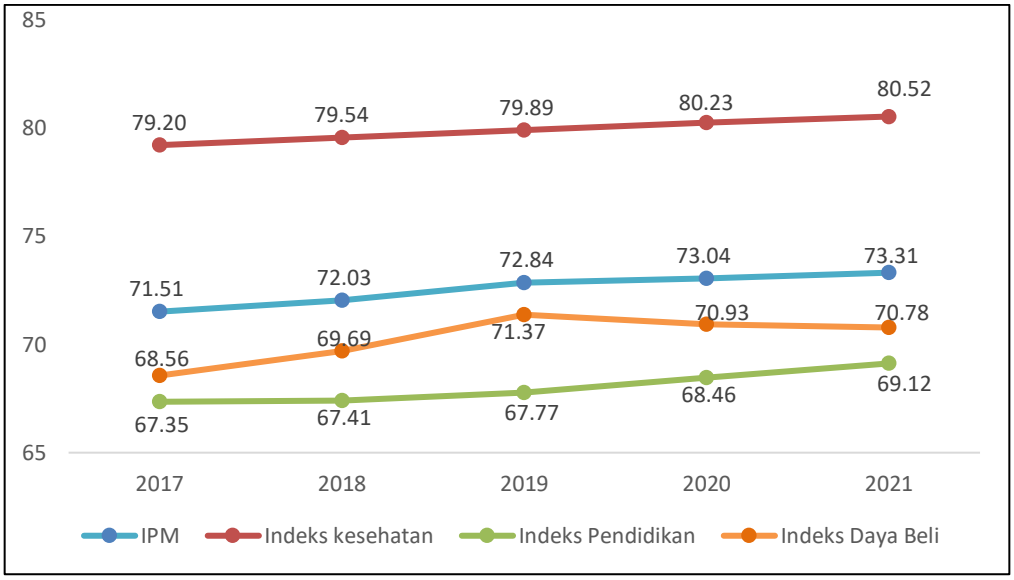
3.4 Indeks Pembangunan Manusia (IPM)

Indeks Pembangunan Manusia (IPM) mengukur capaian pembangunan manusia berbasis sejumlah komponen dasar kualitas hidup. Sebagai ukuran kualitas hidup, IPM dibangun melalui pendekatan tiga dimensi dasar. Dimensi tersebut mencakup umur panjang dan sehat; pengetahuan, dan kehidupan yang layak. Ketiga dimensi tersebut memiliki pengertian sangat luas karena terkait banyak faktor. Untuk mengukur dimensi kesehatan, digunakan angka harapan hidup waktu lahir. Selanjutnya untuk mengukur dimensi pengetahuan digunakan gabungan indikator angka melek huruf dan rata-rata lama sekolah. Adapun untuk mengukur dimensi hidup layak digunakan indikator kemampuan daya beli masyarakat terhadap sejumlah kebutuhan pokok yang dilihat dari rata-rata besarnya pengeluaran per kapita sebagai pendekatan pendapatan yang mewakili capaian pembangunan untuk hidup layak.

Capaian IPM Kota Tasikmalaya Tahun 2018-2021 dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3.4.
Target & Realisasi Indeks Pembangunan Manusia Kota Tasikmalaya, Tahun 2018-2022 (Point)



Gambar 3.5.
Perkembangan IPM Kota Tasikmalaya Tahun 2018-2021

Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa IPM Kota Tasikmalaya terus mengalami kenaikan yaitu 71,51 poin pada tahun 2017 meningkat menjadi 73,31 poin pada tahun 2021. Adapun untuk masing-masing unsur IPM, Indeks Kesehatan

dari 79,20 poin pada tahun 2017 menjadi 80,52 poin pada tahun 2021, Indeks Pendidikan 67,35 pada tahun 2017 menjadi 69,12 poin poin pada tahun 2020, serta Indeks Daya Beli dari 68,56 poin pada tahun 2017 menjadi 70,78 poin pada tahun 2021. Dari ketiga komponen penghitungan IPM yang mengalami penurunan hanya Indeks daya beli, hal ini diakibatkan oleh terjadinya pandemic Covid-19.

3.5 Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan salah satu indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu daerah dalam suatu periode tertentu, baik atas dasar harga berlaku maupun atas dasar harga konstan. PDRB pada dasarnya merupakan jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu daerah tertentu, atau merupakan jumlah nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi pada suatu daerah. PDRB atas dasar harga berlaku menggambarkan nilai tambah barang dan jasa yang dihitung menggunakan harga pada tahun berjalan, sedangkan PDRB atas dasar harga konstan menunjukkan nilai tambah barang dan jasa tersebut yang dihitung menggunakan harga yang berlaku pada satu tahun tertentu sebagai tahun dasar. PDRB menurut harga berlaku digunakan untuk mengetahui kemampuan sumber daya ekonomi, pergeseran, dan struktur ekonomi suatu daerah. Sementara itu, PDRB konstan digunakan untuk mengetahui pertumbuhan ekonomi secara riil dari tahun ke tahun atau pertumbuhan ekonomi yang tidak dipengaruhi oleh faktor harga.

PDRB juga dapat digunakan untuk mengetahui perubahan harga dengan menghitung deflator PDRB (perubahan indeks implisit). Indeks harga implisit merupakan rasio antara PDRB menurut harga berlaku dan PDRB menurut harga konstan.

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku mengalami peningkatan dari 16.751,10 Milyar pada tahun 2016 dan menjadi 22.845,56 pada tahun 2021. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.3 dan tabel 3.4.

Tabel 3.3
Produk Domestik Regional Bruto Kota Tasikmalaya
Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2016-2021 (Milyar Rupiah)

	Lapangan Usaha/Industry	2016	2017	2018	2019	2020 x	2021 x x
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
A	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	931,1	959,7	1 011,2	1 054,8	1 079,4	1 100,18
B	Pertambangan dan Penggalian	1,7	1,6	1,7	1,7	1,8	1,91
C	Industri Pengolahan	2 359,7	2 523,8	2 783,3	3 067,4	3 051,3	3 159,59
D	Pengadaan Listrik dan Gas	2,1	2,6	2,8	3,0	2,9	2,99
E	Pengadaan Air; Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Daur Ulang	61,0	68,2	76,6	82,8	90,7	96,31
F	Konstruksi	2 603,1	2 859,7	3 175,1	3 474,5	3 341,1	3 700,54
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda	3 819,3	4 148,8	4 493,5	4 944,1	4 719,3	4 954,11
H	Transportasi dan Pergudangan	1 610,3	1 764,3	1 942,1	2 084,4	2 028,6	2 072,51
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	782,1	887,0	1 008,5	1 150,6	1 148,6	1 209,65
J	Informasi dan Komunikasi	510,8	576,6	624,4	685,2	915,2	978,57
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	1 835,3	2 005,5	2 166,2	2 245,5	2 201,9	2 396,31
L	Real Estat	254,1	283,6	317,7	351,7	360,6	397,89
M,N	Jasa Perusahaan	159,6	178,0	203,8	250,7	222,2	240,39
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan, dan Jaminan Sosial Wajib	791,1	826,1	864,9	897,8	895,5	921,48
P	Jasa Pendidikan	301,1	348,0	389,0	444,9	483,9	511,52
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	330,4	372,5	414,1	468,2	501,0	547,86
R,S,T, U	Jasa Lainnya	398,2	459,9	502,8	543,7	545,5	553,75
	Produk Domestik Bruto	16 751,1	18 266,0	19 977,6	21 750,9	21 589,5	22 845,56

Sumber : BPS Kota Tasikmalaya, 2022
Keterangan : * Angka sementara ** Angka Sangat Sementara

Selain PDRB Atas Dasar Harga Berlaku juga dilakukan penghitungan PDRB berdasarkan Harga Konstan sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 3.4.
Produk Domestik Regional Bruto Kota Tasikmalaya
Atas Dasar Harga Konstan, Tahun 2016-2021 (Milyar Rupiah)

	Lapangan Usaha/Industry	2016	2017	2018	2019	2020 x	2021 x x
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
A	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	641,3	645,8	644,6	644,5	658,9	660,75
B	Pertambangan dan Penggalian	1,3	1,2	1,3	1,3	1,3	1,36
C	Industri Pengolahan	1 829,6	1 908,7	2 038,7	2 196,0	2 153,5	2 194,62
D	Pengadaan Listrik dan Gas	1,4	1,5	1,6	1,7	1,6	1,68
E	Pengadaan Air; Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Daur Ulang	46,6	49,4	52,1	54,7	59,6	63,01
F	Konstruksi	1 973,9	2 138,9	2 296,0	2 436,9	2 333,3	2 475,68
G	Perdagangan Besar dan Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	3 217,5	3 411,5	3 567,9	3 812,4	3 575,0	3 681,31
H	Transportasi dan	1 275,3	1 352,6	1 459,4	1 543,2	1 435,1	1 439,91
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	613,7	667,5	724,8	781,5	753,5	771,50
J	Informasi dan Komunikasi	498,0	552,0	596,8	651,2	869,8	932,45
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	1 365,8	1 418,8	1 483,5	1 499,5	1 470,0	1 552,58
L	Real Estat	216,1	237,2	261,4	285,2	290,4	319,77
M,N	Jasa PerusahaanActivities	138,3	151,1	165,1	182,2	156,6	168,53
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan, dan Jaminan	557,1	560,9	565,0	585,4	579,3	591,46
P	Jasa Pendidikan	239,2	261,9	280,0	294,0	306,5	314,93
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial Activities	266,1	290,8	314,9	347,7	361,1	386,04
R,S,T,	Jasa LainnyaActivities	344,0	378,2	405,8	428,8	424,4	425,66
	Produk Domestik Bruto	13 225,2	14 027,9	14 859,1	15 746,1	15 430,0	15 981,25

Sumber : BPS Kota Tasikmalaya, 2022

3.6 Struktur Perekonomian

Dari besaran PDRB, dapat digambarkan kontribusi nilai tambah setiap kategori dalam pembentukan PDRB atau distribusi persentase kategorial terhadap pembentukan PDRB sehingga terlihat struktur perekonomiannya. Semakin besar persentase suatu kategori semakin besar pengaruh kategori tersebut dalam

perkembangan ekonomi suatu daerah, sehingga akan tampak kategori-kategori yang menjadi pemicu pertumbuhan di wilayah bersangkutan. Lengkapnya dapat dilihat pada tabel 3.5.

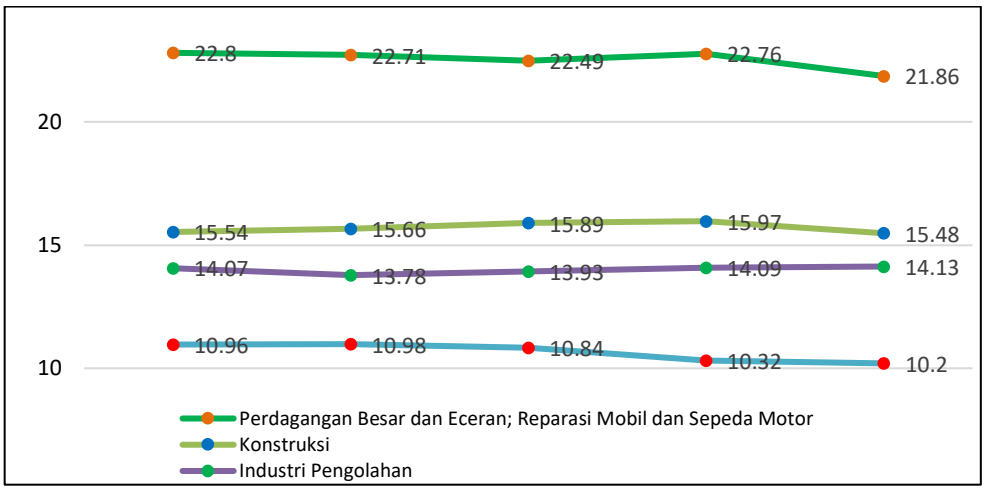
Tabel 3.5.
Peranan Kategorial dalam PDRB Kota Tasikmalaya
Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2016-2021 (Persen)

	Lapangan Usaha/Industry	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
A	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	5,56	5,25	5,06	4,85	5,00	4,82
B	Pertambangan dan Penggalian	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
C	Industri Pengolahan	14,09	13,82	13,93	14,10	14,13	13,83
D	Pengadaan Listrik dan Gas/	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
E	Pengadaan Air; Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Daur Ulang	0,36	0,37	0,38	0,38	0,42	0,42
F	Konstruksi	15,54	15,66	15,89	15,97	15,48	16,20
G	Perdagangan Besar dan Reparasi Mobil dan Sepeda Motor/	22,80	22,71	22,49	22,73	21,86	21,69
H	Transportasi dan	9,61	9,66	9,72	9,58	9,40	9,07
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	4,67	4,86	5,05	5,29	5,32	5,29
J	Informasi dan Komunikasi	3,05	3,16	3,13	3,15	4,24	4,28
K	Jasa Keuangan dan	10,96	10,98	10,84	10,32	10,20	10,49
L	Real Estat	1,52	1,55	1,59	1,62	1,67	1,74
M,N	Jasa Perusahaan	0,95	0,97	1,02	1,15	1,03	1,05
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan, dan Jaminan Sosial Wajib	4,72	4,52	4,33	4,13	4,15	4,03
P	Jasa Pendidikan	1,80	1,91	1,95	2,05	2,24	2,24
Q	Jasa Kesehatan dan	1,97	2,04	2,07	2,15	2,32	2,40
R,S,T,	Jasa Lainnya	2,38	2,52	2,52	2,50	2,53	2,42
	Produk Domestik Bruto/	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Sumber : BPS Kota Tasikmalaya, 2022.

Selama lima tahun terakhir (2016-2021) struktur perekonomian Kota Tasikmalaya didominasi oleh kategori lapangan usaha; Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor; Konstruksi; dan Industri Pengolahan. Telah terjadi pergeseran struktur ekonomi pada periode lima tahun terakhir.

Kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor dari tahun 2016 s.d. 2021 menduduki peringkat pertama kontribusinya terhadap PDRB Kota Tasikmalaya. Peranan Kategori PDRB Kota Tasikmalaya tahun 2016 s.d 2021 dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber : BPS Kota Tasikmalaya, 2022

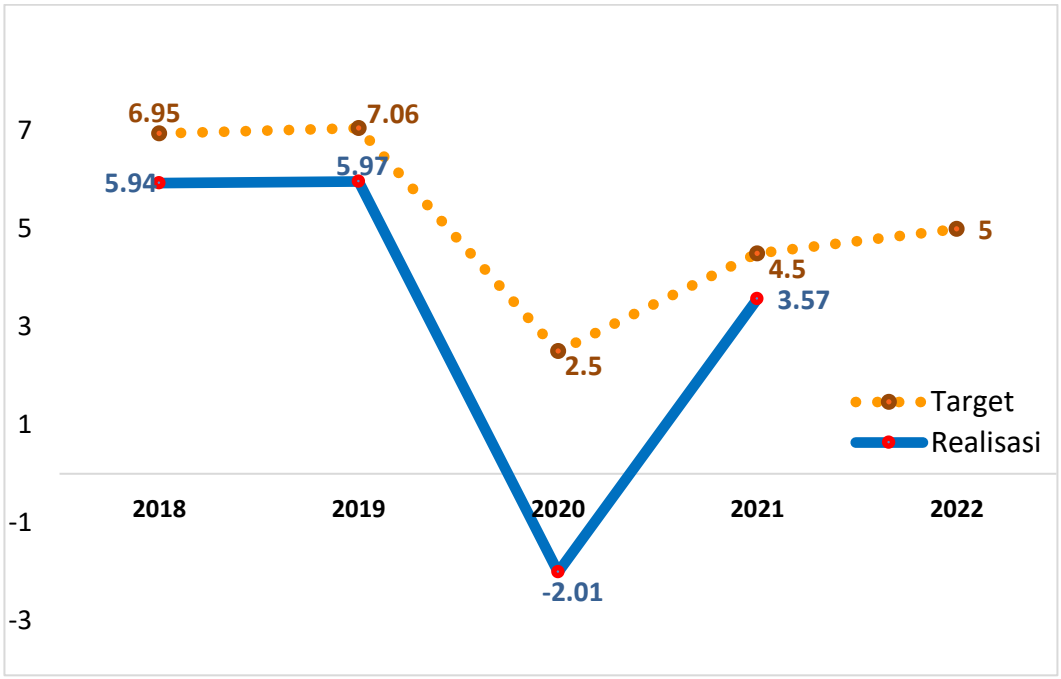
Gambar 3.6.
Empat Besar Peranan Kategori PDRB Kota Tasikmalaya, 2016-2020 (Persen)

Empat besar kontribusi kategori lapangan usaha terhadap PDRB Kota Tasikmalaya pada tahun 2021, antara lain Kategori Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor sebesar 21,69 persen, kemudian disusul oleh Kategori Konstruksi sebesar 16,20 persen, dan Kategori Industri Pengolahan sebesar 13,83 persen serta Jasa Keuangan dan Asuransi sebesar 10,49 persen.

3.7 Laju Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator yang dapat menggambarkan kinerja perekonomian di suatu wilayah. Umumnya, laju pertumbuhan ekonomi (LPE) diukur dengan laju pertumbuhan PDRB atas dasar harga konstan. LPE Kota Tasikmalaya dalam 5 tahun terakhir mengalami fluktuasi dimana tahun 2016- 2021, dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2017 berada pada pertumbuhan diatas 6% namun pada tahun 2018 mengalami perlambatan dengan mencapai angka 5,94%

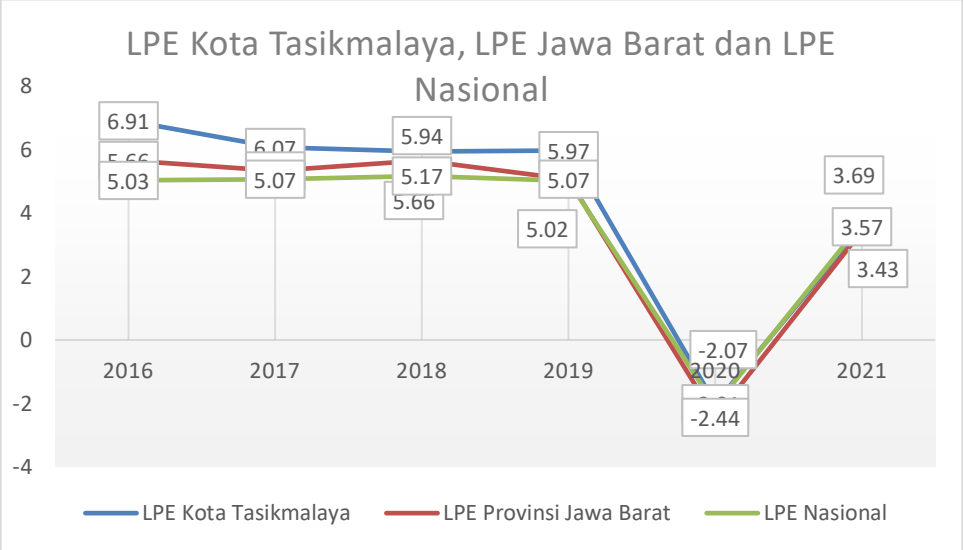
namun pada tahun 2019 mengalami kenaikan kembali menjadi sebesar 5,97%. Namun seiring dengan terjadinya pandemic covid-19, sektor ekonomi mengalami pelambatan pada tahun 2020 dan tahun 2021. Untuk selengkapnya dapat dilihat pada gambar berikut.



Sumber : BPS Kota Tasikmalaya, 2022

Gambar 3.7. Target & Realisasi
Pertumbuhan Ekonomi Kota Tasikmalaya, 2018-2022 (Persen)

Bila dibandingkan dengan LPE Jawa Barat dan Nasional, LPE Kota Tasikmalaya tahun 2020 lebih baik. Berikut gambaran perbandingan LPE Kota Tasikmalaya dengan LPE Jawa Barat dan LPE Nasional.



Sumber: BPS Kota Tasikmalaya, 2022

Gambar 3.8.
LPE Kota Tasikmalaya, Jawa Barat dan Nasional Tahun 2016 - 2021

Bab-4

Metode Penelitian

BAB IV
METODE PENELITIAN

Kajian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif, dimana tim pengkaji melakukan pengumpulan data dan informasi untuk menggambarkan suatu keadaan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala yang terjadi tanpa rekayasa saat kajian berlangsung. Melalui pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif diperoleh data mengenai seberapa besar potensi dana CSR di Kota Tasikmalaya dan kegiatan program CSR secara komprehensif.

4.1. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah perusahaan yang berada di Kota Tasikmalaya sebanyak 890 perusahaan, dimana data jumlah perusahaan bersumber dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Teerpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Tasikmalaya. Data yang tim terima hanya daftar nama perusahaan dan alamat, kemudian tim mencari informasi dari google terkati kategori perusahaan.

Sedangkan untuk menentukan sampel penelitian maka digunakan rumus slovin berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir:

berdasarkan rumus di atas, dapat dihitung sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{890}{1 + 890(0{,}05)^2} = 276$$

selanjutnya sampel penelitian ini disebar sebanyak 389 perusahaan sehingga memenuhi sampel minimal di atas.

4.2. Teknik Pengumpulan Data

Data yang akan dianalisis terlebih dahulu dikumpulkan dengan beberapa cara sebagai berikut:

1. Studi pustaka, yakni mengkaji berbagai literatur baik publikasi maupun hasil penelitian
2. Kuesioner, yakni menggunakan daftar pertanyaan yang diisi oleh para responden.

Adapun kuesioner yang disebar disesuaikan dengan tujuan kajian ini dan dapat dilihat pada gambar 4.1.

Selanjutnya untuk menjawab tujuan penelitian, berdasarkan data yang diperoleh dari responden, dibuat tabulasi dan dipetakan berdasarkan kelompok masing-masing pertanyaan dan kemudian dilakukan analisis.

Kuisioner Kajian Potensi Corporate Sosial Responsibility
di Kota Tasikmalaya tahun 2022

1 Nama Perusahaan : _____

2 Alamat : _____

3 Status ☐ Kantor Pusat ☐ Kantor Cabang

4 No. Tlp/HP : _____

5 Bidang Usaha : _____

6 Wilayah Pemasaran : ☐ Kota Tasikmalaya
☐ Luar Kota Tasikmalaya, Sebutkan: _____

7 Apakah Terdapat dana CSR : ☐ Ya ☐ Tidak
Alasan:
Jika **TIDAK**, silakan lanjutkan ke nomor 14.

8 Periodisasi Pembagian : ☐ Per 3 bulan ☐ Per 6 bulan ☐ Per 12 bulan

9 Besaran Dana CSR/thn

		2019	2020	2021	2022
Alokasi	:	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.
Realisasi penyaluran di Kota Tsm	:	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.
Realisasi penyaluran di luar Kota Tsm	:	Rp.	Rp.	Rp.	Rp.

10 Sasaran CSR : buatkan pilihan sasaran untuk diceklis

☐ sosial ☐ peningkatan daya beli
☐ keagamaan ☐ infrastruktur dan sanitasi lingkungan
☐ kesehatan ☐ sarana dan prasarana keagamaan
☐ pendidikan ☐ program pembangunan lainnya: (sebutkan)
.....

11 Bentuk CSR : _____

12 Kesediaan berkolaborasi dengan Pemerintah Daerah
*) Bersedia : ☐
Tidak Bersedia : ☐
alasan:

13 Terdapat Koordinasi dengan Pemkot (Bappeda/BAPELITBANGDA)
*) Sudah : ☐
Belum : ☐
alasan:
Selesai sampai di sini!

14 Apakah bersedia mengeluarkan dana CSR?
*) Bersedia : ☐
Tidak Bersedia : ☐
alasan:
Jika BERSEDIA, berapa estimasi CSR yang akan dikeluarkan?
: Rp.

Gambar 4.1.
Kuesioner Penelitian

4.3. Tahapan dan Jadwal Penelitian

Untuk memberikan kelancaran kajian ini, maka disajikan tahapan penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Penyusunan Konsep dan Metodologi
2. Survey dan pengumpulan data
3. Tabulasi dan Pengolahan Data
4. Penulisan laporan hasil penelitian
5. Penulisan laporan akhir

Sedangkan jadwal penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Jadwal Penelitian

Tahapan	September 2022				Oktober 2022				Nopember 2022				Desember 2022			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tahap Persiapan																
Penyusunan Konsep & Metodologi																
Penyusunan Laporan Pendahuluan																
Survei & Pengumpulan Data																
Tabulasi & Pengolahan Data																
Penulisan Laporan Hasil Penelitian																
FGD																
Laporan Akhir																

Bab-5

Hasil Penelitian

BAB V
HASIL PENELITIAN

5.1. Deskripsi Data

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang dilakukan terhadap 389 responden penelitian yaitu perusahaan yang ada di Kota Tasikmalaya dengan berbagai ragam jenis perusahaan, tidak semua responden memberikan data sesuai yang dibutuhkan. Dari sejumlah tersebut, diperoleh informasi sebagai berikut:

Tabel 5.1
Data Sampel

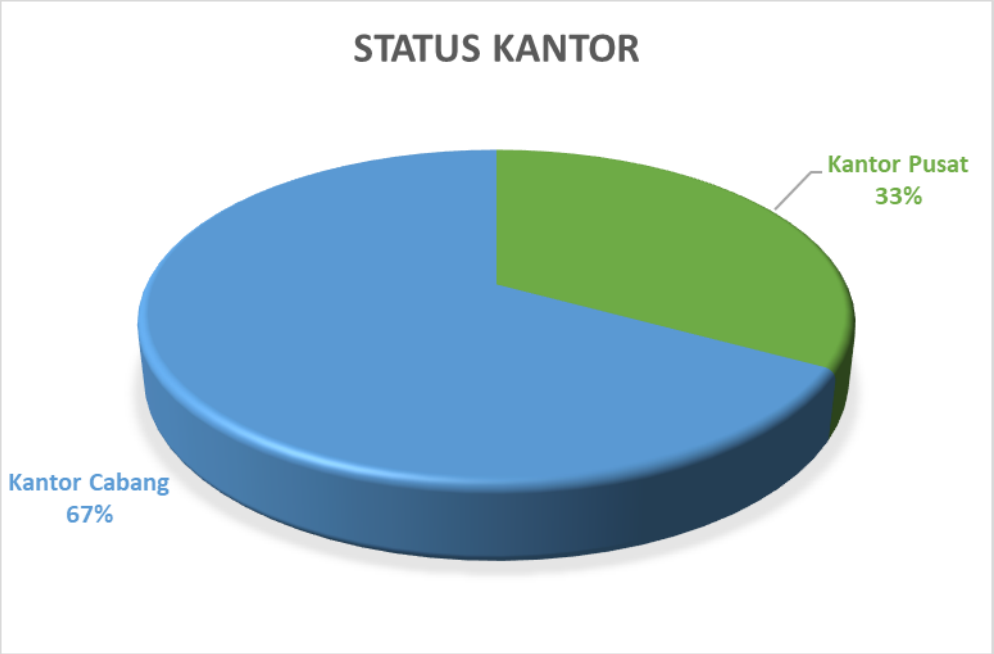
No.	Keterangan	Jumlah Perusahaan
1	Jumlah Sampling	388
2	Perusahaan yang Menolak diteliti	72
3	Alamat Tidak Ditemukan/Tutup Permanen	118
4	Perusahaan yang Memberikan Data	198

Dari 72 perusahaan yang menolak diteliti, berbagai alasan disampaikan diantaranya data keuangan bersifat privasi, pimpinan sedang tidak ada di kantor, terlalu lama menunggu kepastian, serta kebijakan perusahaan mengenai data keuangan harus melalui kantor pusat.

Selanjutnya, kami sajikan deskripsi data profil perusahaan yang diteliti menggunakan gambar atau grafik:

a. Status Kantor

Dari sampel yang memberikan data, mayoritas perusahaan yang diteliti adalah kantor cabang (lihat gambar 5.1), tepatnya sebanyak 67% atau 134 perusahaan. Sedangkan kantor pusat hanya sebesar 33% atau 65 perusahaan.



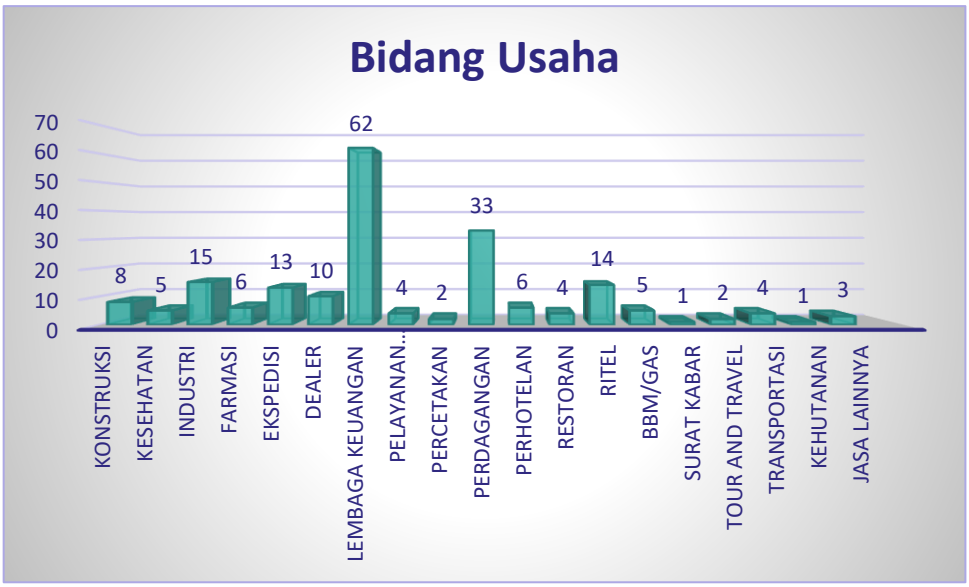
Gambar 5.1.
Status Kantor

Banyaknya keberadaan kantor cabang di Kota Tasikmalaya menunjukkan bahwa Kota Tasikmalaya menjadi pasar bisnis bagi perusahaan-perusahaan besar yang ada di ibu kota atau dari daerah lain. Namun dari segi manajemen, biasanya kantor cabang tidak memiliki kebijakan yang luas terutama kebijakan keuangan termasuk penyaluran dana CSR. Oleh karena itu, banyaknya perusahaan cabang di Kota Tasikmalaya tidak akan berbanding lurus dengan dana CSR yang disalurkan di Kota Tasikmalaya.

b. Bidang Usaha

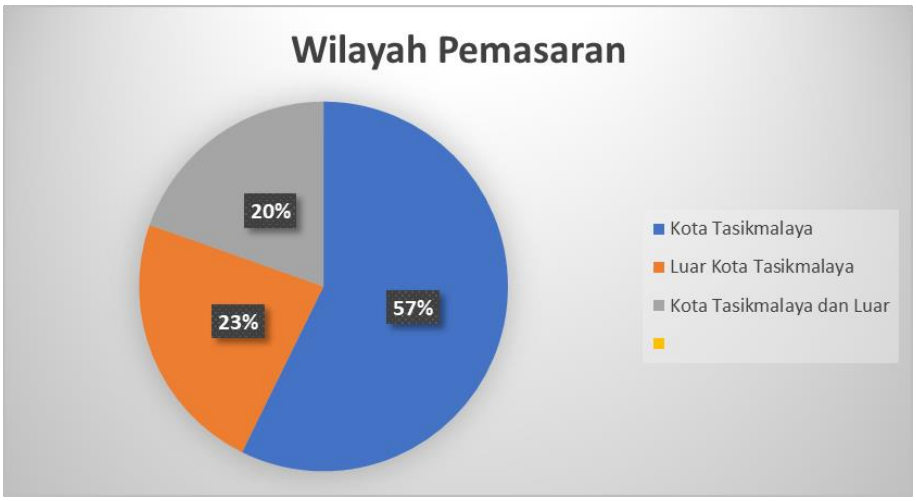
Hasil penyebaran kuesioner menemukan bahwa terdapat 19 bidang usaha yang terdeteksi memberikan jawaban, terdiri dari bidang Konstruksi, Kesehatan, industri/pengolahan, farmasi, ekspedisi, dealer, lembaga keuangan, pelayanan air/listrik, percetakan, perdagangan/distribusi, perhotelan, restoran, ritel, BBM/Gas, surat kabar, tour and travel, transportasi, kehutanan, dan pendidikan. Sementara itu, yang paling banyak memberikan data adalah bidang Lembaga

keuangan yang terdiri dari perbankan, pegadaian, pembiayaan, dan asuransi dengan jumlah 62 perusahaan.



Gambar 5.2
Bidang Usaha

c. Wilayah Pemasaran



Gambar 5.3
Wilayah Pemasaran

Terkait dengan pemasaran poduk perusahaan yang diteliti, baik produk berupa barang maupun jasa, sebanyak 57% produknya dipasarkan di wilayah Kota Tasikmalaya. Sementara itu, sebanyak 23% pemasaran ke luar Kota Tasikmalaya. Kemudian sebanyak 20% adalah produk yang dijual ke pasar Kota Tasikmalaya juga ke luar Kota Tasikmalaya. Deskripsi jawaban ini didasarkan pada hasil pengisian responden pada angket.

5.2. Rekapitulasi Hasil Penelitian mengenai Potensi CSR di Kota Tasikmalaya

Deskripsi berikut ini menjelaskan mengenai gambaran potensi CSR di Kota Tasikmalaya berdasarkan data isian responden yang menjadi sampel penelitian. Adapun variasi pertanyaan terdiri dari pelaksanaan CSR saat ini, periodisasi penyaluran dana CSR, besaran dana CSR, dan sasaran penyaluran dana CSR.

Untuk lebih jelasnya disajikan rekapitulasi berikut ini:

a. Pelaksanaan CSR



Gambar 5.4.
Pelaksanaan CSR

Selama ini, perusahaan yang diteliti mayoritas belum melaksanakan CSR, tepatnya sebanyak 66%. Jumlah persentase ini sangat banyak sehingga cukup memprihatinkan dan menjadi fenomena CSR di Kota Tasikmalaya. Seharusnya perusahaan memililki kesadaran dan tanggungjawab terhadap aspek social, selain berorientasi keuntungan (*profit oriented*). Terutama bagi perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) yang sudah ada aturannya untuk melaksanakan CSR yaitu Peraturan Pemerintah nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Sementara itu, hanya sebanyak 32% perusahaan telah melaksanakan CSR. Sedangkan sisanya sebanyak 2% tidak memberikan jawaban.

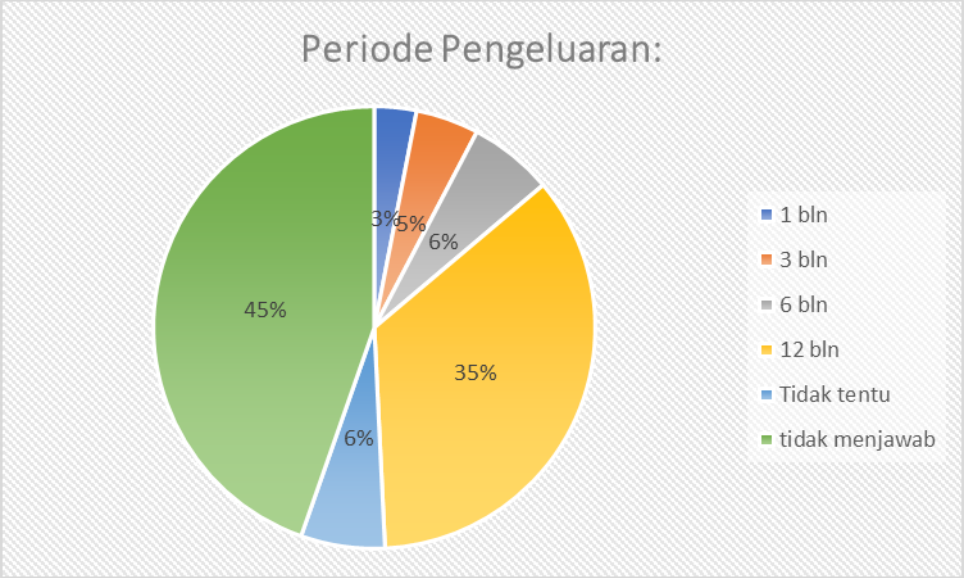
Banyak alasan yang mendukung pelaksanaan CSR yang telah mereka lakukan, sebagai contoh, mereka menginginkan adanya partisipasi kegiatan di saat masyarakat memiliki kegiatan yang membutuhkan dana. Ada pula yang sifatnya masih umum yaitu bertujuan untuk meringankan beban warga masyarakat sekitar perusahaan. Sehingga mereka dapat merasa lebih dekat dengan masyarakat. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi bahwa perusahaan menginginkan keberadaannya di masyarakat dapat diakui dan diterima dengan baik.

Namun banyak pula alasan bagi perusahaan yang tidak mengeluarkan CSR. Seperti keuntungan yang masih kecil sehingga masih focus untuk meningkatkan keuntungan. Lalu, ada juga perusahaan yang mengeluarkan CSR jika ada permintaan. Namun yang paling banyak adalah karena perusahaan di Kota Tasikmalaya adalah kantor cabang sehingga kebijakan CSR bersifat sentralisasi atau diurus dan dikeluarkan oleh kantor pusat yang kebanyakan ada di Ibu Kota Jakarta.

Oleh karena itu, berdasarkan data ini, perlu adanya tindak lanjut penelitian atau kebijakan dari pemerintah daerah mengenai strategi peningkatan pelaksanaan CSR bagi perusahaan di Kota Tasikmalaya. Sebagai sentra bisnis di Priangan Timur, sebenarnya perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang besar dan dapat mendorong peningkatan pelaksanaan CSR di Kota Tasikmalaya. Namun, peraturan pemerintah tidak memberikan kejelasan mengenai besaran dana CSR yang harus

dikeluarkan sehingga dapat menjadi kelemahan sekaligus celah bagi perusahaan untuk tidak mengeluarkan CSR.

b. Periode Pengeluaran CSR



Gambar 5.5.

Periode Penyaluran CSR

Data ini hanya menjelaskan bagi perusahaan yang telah melaksanakan CSR di Kota Tasikmalaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 3% perusahaan melaksanakan penyaluran CSR tiap bulan, kemudian sebanyak 5% penyaluran CSR dilakukan setiap 3 bulan sekali, lalu sebanyak 6% penyaluran CSR dilakukan setiap 6 bulan sekali, dan sebanyak 35% dilakukan setiap satu tahun sekali. Namun ada 6% yang menyatakan penyaluran CSRnya tidak menentu. Sementara itu, sisanya sebanyak 45% tidak memberikan jawaban.

c. Besaran Dana CSR

Dana CSR yang disalurkan biasanya berdasarkan alokasi dana yang dihasilkan dari laba atau sengaja dibebankan ke perusahaan setiap tahunnya. Namun, jika alokasi dana CSR dibebankan ke perusahaan setiap tahun, maka

alokasi dapat ditetapkan di awal tahun. Sedangkan jika CSR dikeluarkan berdasarkan laba, maka perusahaan tidak dapat mengeluarkan CSR jika perusahaan mengalami kerugian.

Hasil pengolahan data penelitian mengenai besaran dana penyaluran CSR didasarkan pada kuesioner yang diisi, sehingga analisis hanya menggunakan data tersebut.

Tahun 2019, total dana CSR yang tersalurkan di Kota Tasikmalaya adalah sebesar Rp. 3.897.471.435. Sedangkan realisasi penyaluran CSR di tahun 2020 adalah sebesar Rp. 2.712.346.100. Kemudian realisasi penyaluran CSR di tahun 2021 adalah sebesar Rp. 1.219.500.000, dan penyaluran CSR di tahun 2022 adalah sebesar Rp. 1.016.050.000.

Turunnya penyaluran CSR di Kota Tasikmalaya dapat disebabkan oleh banyak hal. Misalnya, tahun 2020 dan 2021 adalah puncaknya pandemic covid-19 sehingga perusahaan mengalami penurunan laba bahkan mengalami kerugian, akibatnya terjadi kemunduran kinerja. Oleh karena itu, jika perusahaan tidak memiliki dana akan mengakibatkan kas menjadi berkurang sehingga perusahaan tidak memiliki dana CSR. Jika pun ada dana, maka akan diprioritaskan untuk memperbaiki usaha.

Alasan lainnya karena data yang diperolah tim peneliti memiliki keterbatasan terutama banyak perusahaan yang melaporkan dana CSR di tahun 2019, namun tidak melaporkan di tahun 2020. Alhasil dana CSR tidak terekam dan mengakibatkan penurunan.



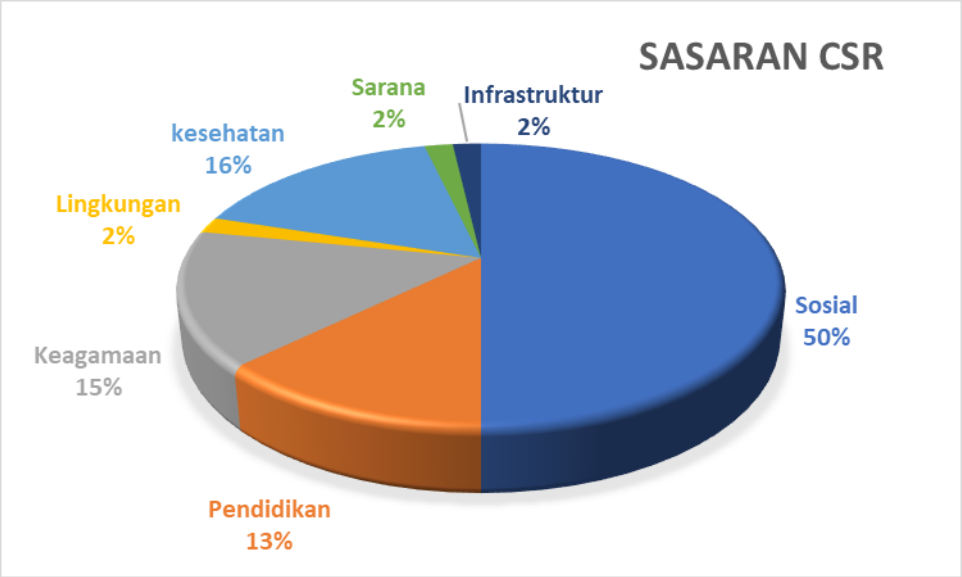
Gambar 5.6.

Besaran dana CSR

d. Sasaran Dana CSR

Sasaran dana CSR yang disalurkan oleh perusahaan di Kota Tasikmalaya disebar ke berbagai sasaran. Gambar 5.7 menjelaskan ragam sasaran penyaluran dana CSR yang telah dilakukan oleh masing-masing perusahaan dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Sasaran bidang sosial adalah sebesar 50%
2. Sasaran bidang kesehatan adalah sebesar 16%
3. Sasaran bidang keagamaan adalah sebesar 15%
4. Sasaran bidang pendidikan adalah sebesar 13%
5. Sasaran bidang lingkungan adalah sebesar 2%
6. Sasaran bidang sarana adalah sebesar 2%
7. Sasaran bidang infrastruktur adalah sebesar 2%

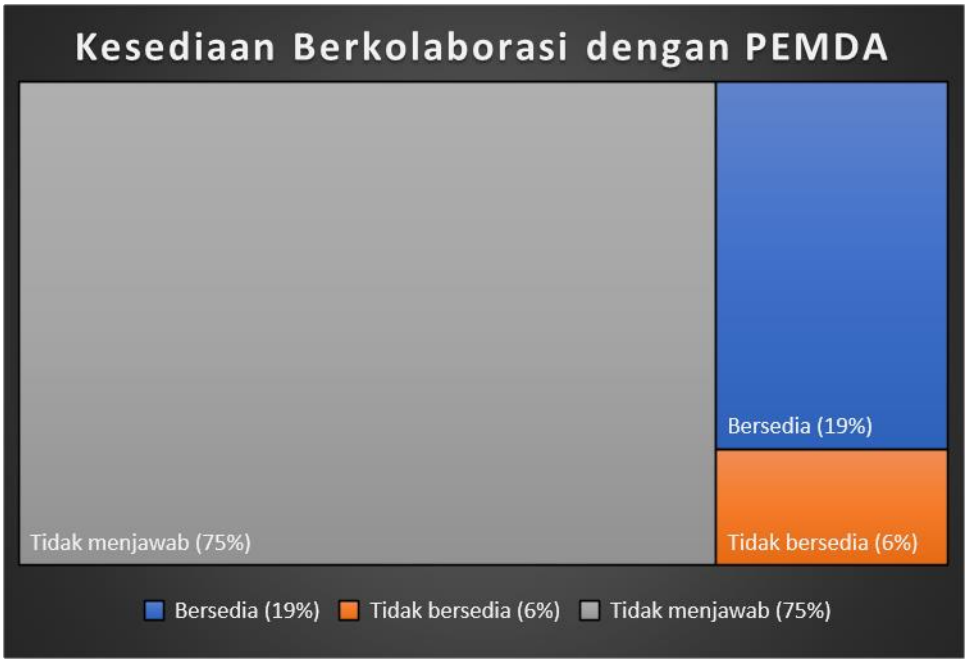


Gambar 5.7

Sasaran CSR

e. Kesediaan Berkolaborasi dengan Pemerintah Daerah

Untuk mengetahui kesediaan perusahaan dalam berkolaborasi dengan Pemerintah Kota Tasikmalaya dalam menjalankan program CSRnya, maka tim peneliti menanyakan hal itu. Hasilnya dapat diketahui dari gambar 5.8, bahwa perusahaan yang bersedia untuk berkolaborasi dengan Pemerintah Kota Tasikmalaya hanyalah sebanyak 19%. Sedangkan yang tidak bersedia berkolaborasi adalah 6%. Sementara itu, sebanyak 75% perusahaan tidak menjawab pertanyaan tersebut. Sehingga mereka tidak memberikan kepastian untuk berkolaborasi.

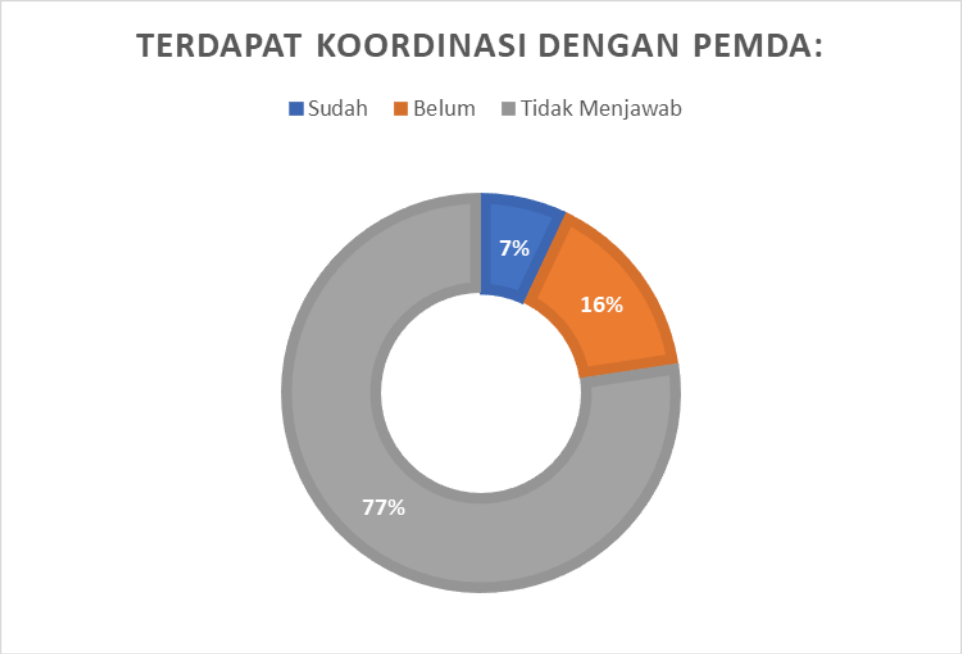


Gambar 5.8
Kesediaan Berkolaborasi

Rendahnya minat perusahaan untuk berkolaborasi dengan pemerintah Daerah menimbulkan banyak pertanyaan, apakah karena kurang sosialisasi mengenai peraturan Daerah tentang Program CSR, atau kurangnya kesadaran untuk mengeluarkan CSR sehingga tidak ada keinginan untuk berkerjasama dengan Pemerintah Daerah.

Sementara itu, perusahaan yang bersedia untuk bekerjasama dengan Pemerintah Daerah memiliki banyak alasan. Diantaranya yaitu ingin ikut serta membantu masyarakat sekitar sebagai sumbangsih yang nyata, lalu agar penyaluran dana lebih optimal, meningkatkan ikatan kerrjasama dengan pemerintah daerah, juga sebagai sarana promosi perusahaan.

f. Terdapat Koordinasi dengan Pemerintah Daerah



Gambar 5.9.
Koordinasi pelaksanaan CSR

Selama ini perusahaan di Kota Tasikmalaya hanya sebanyak 7% yang telah berkoordinasi dengan Pemerintah Daerah dalam melaksanakan program CSR. Sebanyak 16% perusahaan belum berkoordinasi dengan pemerintah daerah dalam menyalurkan programa CSR. Sementara sebanyak 77% tidak memberikan jawaban. Informasi ini diperlukan bagi pemerintah daerah agar tidak terjadi duplikasi sasaran yang menerima CSR. Dengan demikian sebaran penerima CSR akan lebih banyak dan jumlah masyarakat yang terbantu akan lebih banyak lagi.

Beberapa alasan perusahaan telah berkoordinasi dengan pemerintah daerah yaitu:

1. Sudah ada komunikasi sebelumnya dengan pemerintah daerah
2. Agar dana yang disalurkan lebih optimal
3. Ikut serta dalam program pemerintah daerah
4. Memiliki alokasi dana CSR

Sementara itu, beberapa alasan perusahaan belum berkoordinasi dengan pemerintah daerah yaitu:

1. Merasa tidak ada koordinasi dari pemerintah daerah
2. Pelaksanaan masih dilakukan secara pribadi

g. Kesediaan mengeluarkan dana CSR bagi perusahaan yang belum mengeluarkan dana CSR

Untuk perencanaan ke depan dalam menyalurkan bantuan CSR, maka ditanyakan kepada perusahaan terkait kesediaan mengeluarkan dana CSR jika pemerintah pemerintah mengadakan program bantuan kepada masyarakat. Dari hasil survey diperoleh informasi bahwa sebanyak 68,36% perusahaan tidak bersedia mengeluarkan dana CSR, kemudian sebanyak 15,44% tidak memberikan jawaban, sedangkan sisanya sebanyak 8,5% bersedia mengelurkan dana CSR.

Alasan kesediaan perusahaan untuk mengeluarkan CSR yaitu:

1. Jika banyak keuntungan
2. Jika ada pengajuan
3. Ingin membantu masyarakat
4. Jika ada persetujuan dari kantor pusat
5. Peduli terhadap lingkungan
6. Agar perusahaan menjadi berkah
7. Berbagi untuk keluarga (putra-putri) karyawan
8. Apabila ada anggaran

Sementara itu, alasan perusahaan tidak bersedia mengeluarkan dana CSR yaitu:

1. Semua kebijakan keuangan dikelola oleh kantor pusat
2. Lebih fokus pada penjualan produk
3. Tidak memiliki dana
4. Ekonomi masih belum stabil
5. Tidak menganggarkan dana CSR

Selanjutnya, terkait perusahaan yang bersedia mengeluarkan dana CSR, maka perlu upaya tindak lanjut pemerintah daerah dengan cara mengundang perusahaan untuk di ajak diskusi langkah berikutnya, sehingga perusahaan merasa mendapat pengakuan dari pemerintah daerah. Adapun rekapitulasi hasil jawaban responden dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 5.10.

Kesediaan mengeluarkan dana CSR

5.3. Analisis Potensi CSR dan Strategi Peningkatan CSR di Kota Tasikmalaya

Tanggung jawab sosial perusahaan atau tanggung jawab sosial dan lingkungan (*corporate social responsibility)* adalah suatu konsep bahwa perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, masyarakat, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Yang menjadi perhatian terbesar dari peran perusahaan di tengah-tengah masyarakat yaitu dengan peningkatan kepekaan dan kepedulian terhadap lingkungan. Kepedulian kepada masyarakat sekitar/relasi komunitas dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dimengerti sebagai peningkatan partisipasi

dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. CSR bukanlah sekedar kegiatan amal, melainkan CSR mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan suatu akibat terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan, termasuk lingkungan hidup. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk membuat keseimbangan antara kepentingan pemangku kepentingan eksternal dengan kepentingan pemegang saham, yang merupakan salah satu pemangku kepentingan internal.

Berdasarkan hasil survey potensi CSR di Kota Tasikmalaya, potensi perusahaan dapat dikategorikan kepada 2 jenis, yaitu i) perusahaan yang menyatakan menyediakan dana CSR, dan ii) perusahaan yang bersedia berkolaborasi dengan pemerintah daerah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.1.

Tabel 5.1
Data Potensi Perusahaan Yang Bersedia Menyediakan Dana CSR

No	Uraian	Jumlah
1	Jumlah perusahaan yang terdapat dana CSR	63
2	Jumlah Perusahaan yang bersedia berkolaborasi dengan Pemda	35

(nama perusahaan di lampiran)

Selanjutnya terkait pemahaman perusahaan terhadap CSR dapat dikategorikan menjadi 5 kelompok masyarakat, yaitu :

1. Perusahaan memahami CSR dan peduli

   Perusahaan memahami progam CSR yang disosialisasikan pemerintah daerah dan juga perda daerah terkait CSR. Perusahaan merespon dengan memprogramkan pada kegiatan perusahaannya untuk mendukung program pemerintah tersebut.

2. Perusahaan memahami CSR tetapi tidak peduli

   Perusahaan memahami progam CSR yang disosialisasikan pemerintah daerah dan juga perda daerah terkait CSR. Perusahaan tidak merespon dan tidak memprogramkan pada kegiatan perusahaannya untuk mendukung program pemerintah tersebut.

3. Perusahaan belum mengetahui CSR

   Perusahaan pernah mendengar progam CSR tetapi mereka belum mengetahui secara jelas program yang disosialisasikan pemerintah daerah dan juga perda daerah terkait CSR tersebut, tentang bagaimana teknis pelaksanaannya.

4. Perusahaan tidak mengetahui CSR

   Perusahaan tidak pernah mendengar dan mengetahui mengenai progam CSR secara jelas yang disosialisasikan pemerintah daerah dan juga perda daerah

5. Perusahaan tidak mau mengetahui CSR

   Perusahaan pernah mendengar dan mengetahui progam CSR secara jelas program yang disosialisasikan pemerintah daerah dan juga perda daerah terkait CSR tersebut, akan tetapi perusahaan tersebut tidak mau mengetahui terhadap program pemerintah tersebut

Menyikapi pemahaman perusahan terhadap CSR yang berbeda-beda, tentunya pemerintah daerah harus melakukan upaya-upaya kongkrit dalam bentuk strategi peningkatan kepedulian perusahaan terhadap penyediaan dana CSR. Strategi yang dapat dilakukan pemerintah daerah untuk meningkatkan perolehan dana CSR, antara lain:

1. Strategi Jemput Bola

   Pemerintah daerah mendatangi langsung ke perusahaan untuk menanyakan tentang ketersediaan dana CSR di perusahaannya.

2. Duta CSR

   Pemerintah daerah menunjuk duta CSR yaitu pihak yang mempunyai kemampuan sebagai narahubung antara pemerintah daerah dengan perusahaan yang menyediakan dana CSR.

3. Perbaikan Mekanisme Internal Pemerintah Daerah
    - Pemerintah daerah menyediakan daftar/jenis CSR yang ditawarkan kepada perusahaan
    - Pemerintah daerah menentukan kelompok sasaran tidak hanya berbasis kepada sektor, tetapi juga berbasis kepada sasaran/masyarakat penerima manfaat
    - Pemerintah harus menyediakan dana fasilitasi CSR yang besar, untuk mendukung duta CSR dalam pendekatan kepada perusahaan sasaran.
4. Pendekatan kepada komunitas

    Untuk memperoleh dana CSR, pemerintah daerah dapat melakukan pendekatan kepada komunitas pengusaha, misalnya asosiasi jasa konsultan, asosiasi jasa kontruksi, dan yang lainnya.
5. Pertemuan langsung

    Pola pendekatan kepada kelompok pengusaha dengan mengadakan pertemuan langsung dengan pengusaha. Hal ini dapat dilakukan dengan pertemuan tidak formal untuk membicarakan kesediaan pengusaha menyediakan dana CSR
6. Pendekatan administrasi

    Pemerintah daerah membuat surat teguran kepada perusahaan yang tidak menyediakan dana CSR
7. Pendekatan kepada perusahaan induk

    Pemerintah daerah melakukan pendekatan kepada perusahaan induk terkait dana CSR. Tahapan yang dapat ditempuh yaitu i) pemerintah mengirimkan proposal program CSR kepada perusahaan besar, ii) menindaklanjuti dengan melakukan lobi dan bertemu langsung dengan pengusaha induk sekalian menjelaskan program CSR yang ada di pemerintah daerah.

Bab-6

Kesimpulan dan Rekomendasi

BAB VI
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan pada bab sebelumnya, kajian ini dapat menyimpulkan beberapa hal, yaitu:

6.1 Kesimpulan

a. Deskripsi Data

1) Status kantor perusahaan responden mayoritas kantor cabang (67%)
2) Bidang usaha perusahaan responden mayoritas lembaga keuangan (31% atau 62 perusahaan)
3) Wilayah pemasaran perusahaan responden mayoritas di Kota Tasikmalaya (57%).

b. Rekapitulasi Hasil Penelitian mengenai Potensi CSR di Kota Tasikmalaya

1) Hanya sebanyak 32% perusahaan melaksanakan kegiatan CSR
2) Mayoritas periode pembayaran CSR adalah tahunan
3) Besaran dana CSR, dari tahun 2019 ke 2022 terus mengalami penurunan.
4) Sasaran dana CSR, paling banyak untuk bidang sosial yaitu 50%
5) Perusahaan yang bersedia berkolaborasi dengan pemerintah daerah dalam menjalankan program CSR adalah sebanyak 19%
6) Perusahaan yang telah berkoordinasi dengan pemerintah daerah sebanyak 7%
7) Perusahaan yang belum mengeluarkan CSR, dan bersedia mengeluarkan dana CSR hanya sebanyak 8,5%.

Simpulan tersebut dibatasi hanya berdasarkan survey terhadap 271 perusahaan. Selain itu, data yang dapat diolah hanya 199 perusahaan karena sebanyak 72 perusahaan mengalami penolakan.

6.2 Rekomendasi

Kajian ini menemukan banyak informasi di lapangan tekait pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kota Tasikmalaya. Maka dari itu, beberapa rekomendasi adalah sebagai berikut:

a. Tidak sedikit perusahaan yang tidak mengetahui kewajiban mengeluarkan dana CSR, sehingga edukasi mengenai hal ini perlu dioptimalkan melalui berbagai cara termasuk media sosial. Bahkan mereka yang saat ini belum mengeluarkan CSR juga mayoritas tidak bersedia untuk mengeluarkan dana CSR.
b. Banyaknya perusahaan cabang berada di Kota Tasikmalaya menyebabkan tidak ditemukannya informasi mengenai dana CSR yang disalurkan di Kota Tasikmalaya dari kantor cabang tersebut. Oleh karena itu, diperlukan pendataan ulang khusus ke perusahaan yang berstatus kantor cabang dengan memberikan kuesioner ke kantor pusat mengenai dana CSR yang disalurkan di Kota Tasikmalaya
c. Untuk menambah informasi mengenai penyaluran dana CSR yang belum teridentifikasi, dapat dilakukan dengan pendekatan terhadap komunitas perusahaan tertentu yang sering melakukan kegiatan social
d. Merujuk kepada Peraturan Daerah No 4 tahun 2015 mengenai Pedoman Pengelolaan Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan di Kota Tasikmalaya bahwa terkait penyaluran dana CSR, masih ada sasaran yang belum tersentuh dana CSR yaitu terkait peningkatan daya beli, sehingga perlu segera dilakukan kolaborasi antara pemerintah Kota Tasikmalaya dengan perusahaan agar semua sasaran dapat terpenuhi.
e. Membangun kepeduliaan pemilik perusahaan dengan cara mengundang mereka pada kegiatan yang diselenggarakan pemerintah Kota Tasikmalaya, sehingga perusahaan akan mengetahui permasalahan pembangunan yang sedang dihadapi saat ini.

f. Memberikan *reward* kepada pemilik perusahaan yang setiap tahun menyediakan dan menyalurkan dana CSR, sehingga pengusaha merasa mendapat perhatian dan pengakuan dari pemerintah daerah
g. Memberikan pemahaman kepada perusahaan, bahwa CSR juga dapat dijadikan salah satu alat promosi perusahaan
h. Perlu update dan sinkronisasi data perusahaan antara instansi terkait, meliputi nama perusahaan, alamat, jenis usaha, omset, tujuan pemasaran, kategori perusahaan dan lain-lain.
i. Strategi Jemput Bola, artinya Pemerintah daerah mendatangi langsung ke perusahaan untuk menanyakan tentang ketersediaan dana CSR di perusahaannya.
j. Duta CSR, artinya pemerintah daerah menunjuk duta CSR yaitu pihak yang mempunyai kemampuan sebagai nara hubung antara pemerintah daerah dengan perusahaan yang menyediakan dana CSR.
k. Pendekatan administrasi, artinya pemerintah daerah membuat surat teguran kepada perusahaan yang tidak menyediakan dana CSR.

Daftar Pustaka

Asyhadie, Zaeni. 2010. *Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hal.33.

Badan Pusat Statistika Kota Tasikmalaya. 2022. Kota Tasikmalaya Dalam Angka

Budimanta, Arif., Adi Prasetijo, Bambang Rudito. 2008. Corporate Social Responsibility: Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia. Jakarta: ICS.

Handjaja, G. 2013. Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility di Perusahaan Multilevel Marketing PT. Harmoni Dinamik Indonesia. Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.2 No. 2

Hartono, Sri Rejeki. 2007. *Hukum Ekonomi Indonesia*, BayuMedia, 2007, Malang

Marnelly, T. Romi. 2012. Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia. Jurnal Aplikasi Bisnis Vol. 2.

Mulyati, Dwi Tuti. 2007. *Tanggungjawab Sosial Perusahaan Dalam Kaitanya Dengan Kebijakan Lingkungan Hidup, J*urnal Law Reform, Pembaharuan Hukum, volume 3/No. 1 Februari 2007, Program Megister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang, hal.30

Peraturan Pemerintah nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas

Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per- 5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN

Susanto, A.B. 2003. Membumikan Gerakan Hijau, Majalah Ozon, Edisi No.5 Februari 2003

Susanto, A.B. 2007. CSR dalam Perspektif Ganda, Harian Bisnis Indonesia, 2 September 2007

Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal

Wibisono, Yusuf. 2007. Membedah Konsep dan Aplikasi CSR, Fascho Publishing, Gresik.

Lampiran: Daftar Perusahaan yang Mengeluarkan CSR dan Bersedia Berkolaborasi dengan Pemerintah Daerah

No.	Nama Perusahaan	Alamat	Status Kantor	No. Tlp/HP	Bidang Usaha	Kesediaan Berkola-borasi
1	Meubel Kurnia	Jl. Mitra Batik No. 92	Pusat	085323004444	Perdagangan	Ya
2	Pos Indonesia		Cabang	082214429998	Ekspedisi	
3	BPR Permata Dhanawira	Ruko Padayungan	Cabang	62852354922	Lembaga Keuangan	
4	PT. Griya Pratama	Jl. Siliwangi No. 48	Cabang	081573701289	Ritel	Ya
5	Optik Nasional (Eddy Yana)	Burujul 2 No. 4	Pusat	0265 336565	Perdagangan	
6	Bank Woori Saudara	Jl. HZ. Mustofa	Cabang		Lembaga Keuangan	Ya
7	Asia Toserba	Jl. HZ. Mustofa	Pusat	026523500001	Ritel	Ya
8	AL Madinah Tasikmalaya	Jl. Sutisna Senjaya No. 99	Pusat	265325033	Lembaga Keuangan	Ya
9	PT. Asia Sanprima Jaya	Jl. HZ. Mustofa No. 326	Pusat	2652350001	Ritel	Ya
10	PT. Cakra Putra Parahyangan	Jl. DR. Moh. Hatta No. 158	Cabang		Dealer	Ya
11	PNM ULAMM	Jl. Raya Manonjaya	cabang	2652390128	Lembaga Keuangan	Ya
12	Bank Mega	Jl. Gunung sabeulah No. 2	Cabang	265338509	Lembaga Keuangan	Ya
13	KFC	Lt. G1 Asia Plaza	Cabang	08112233607	Restoran	Ya
14	Kharisma Siliwangi	Jl.Siliwangi	Cabang	081323961496	Konstruksi	
15	Pegadaian KDP Tasikmalaya	Jl. Oto Iskandardinata No. 8	Cabang	081313131232	Lembaga Keuangan	Ya
16	Bank OCBC NISP	Jl. Yudanegara No. 52	Cabang	0816942225	Lembaga Keuangan	Ya
17	Kabar Priangan		Pusat	26572696014	Media Cetak	Ya
18	Bank Permata	Jl. Yudanegara No. 59	Cabang	265338888	Lembaga Keuangan	
19	CV. Raksa Jaya Mandiri	Jl. Siliwangi No. 29	Cabang	082119542546	BBM/Gas	
20	SPBU 34.46403	Jl. Raya Singaparna	Pusat	081313722228	BBM/Gas	Ya
21	PT REKSO NASIONAL FOOD Mc Donald	Jl. Ir. H. Juanda	Cabang	081214895284	Restoran	Ya
22	PT. Primajasa Perdana Raya utama	Jl. Ir. H. Juanda No.8	Cabang	085222333357	transportasi	

No.	Nama Perusahaan	Alamat	Status Kantor	No. Tlp/HP	Bidang Usaha	Kesediaan Berkola-borasi
23	Tasco Sejahtera Abadi Company	Perum Cisalak, Jl. Raya Nusa Indah	Cabang	085722141975	Perdagangan	
24	Indo Sarana Tasikmalaya	Jl. R.E Martadinata 224A	Cabang	0265325339	Dealer	Ya
25	PT Prudential Syariah	Jl. Dinding Ari Raya Sukamaju 2	Cabang	081280793333	Lembaga Keuangan	Ya
26	FIF	Jl. R.E Martadinata No. 262	Cabang	0265311226	Lembaga Keuangan	Ya
27	PT Niaga Redja Abadi	Jl. Perintis Kemerdekaan	pusat		Dealer	Ya
28	PT Persada Al-Amin	Jl. Rahayu No. 1	Pusat		Tour and Travel	Ya
29	JNE	Jl. Ir. H. Juanda	Pusat		Ekspedisi	Ya
30	CV. Cahya Seni	Jl. Bojong tengah	Pusat	082118629957	Percetakan	Ya
31	CV. Bachtiar Offset	Jl. Burujul 1 No. 32A	Pusat	082210080641	Percetakan	
32	Indah Logistik Kargo	Jl. Brigjen Wasita Kusuma	Cabang	081119580621	Ekspedisi	Ya
33	Gudang Bulog	Jalan SL Tobing	Cabang	0265331005	Perdagangan	Ya
34	PT. BFI Finance	Ruko Asia Plaza B12 A	Cabang	02652352188	Lembaga Keuangan	Ya
35	CIMB Finance	Jl. HZ. Mustofa No.22	Cabang	026514041	Lembaga Keuangan	Ya
36	Gudang Nippon Paint	Pasar Cikurubuk	Cabang	02655303488	Perdagangan	
37	CV MANDIRI BETON	Jl. Mangin RT 02/RW 01 Tasikmalaya	Pusat	082127920222	Industri	
38	PT "BINA SAN PRIMA"	JL.Ir.H.Juanda No.313601	Pusat		Perdagangan	
39	RS. PERMATA BUNDA	Jl. Brigjen Wasita Kusuma	Pusat	0265-335650	Kesehatan	Ya
40	PT. BINEATAMA KAYONE LESTARI	JL.Raya Rajapolah KM. 7	Pusat	0265-330627	Industri	Ya
41	PT. BANK TABUNGAN NEGARA	JL.Sutisna Senjaya No.101 Kec.Tawang	Cabang	0265-334464	Lembaga Keuangan	Ya
42	PT. BENTOEL DISTRIBUSI UTAMA	JL.Perintis Kemerdekaan No. 279	cabang	265631425	Perdagangan	
43	PT. TJIWULAN PULAN MANDIRI	Kampung Cukang RT.01/05 Kawalu	pusat		Industri	

No.	Nama Perusahaan	Alamat	Status Kantor	No. Tlp/HP	Bidang Usaha	Kesediaan Berkola-borasi
44	Hotel Santika	Jl. Yudanegara No.57 Cihideung	Cabang		Perhotelan	
45	HOTEL CITY	Jl. Sukalaya Barat No. 50	Cabang		Perhotelan	
46	PT Artha Laut Bumitama	Jl. Perintis Kemerdekaan No.62 Sambongjaya	Pusat	265331095	Ekspedisi	Ya
47	PT Marhamah Mandiri Jaya	Jl. Gubernur Sewaka, Kec. Kawalu	pusat		Konstruksi	Ya
48	PT Catur Wangsa Indah	Jl, SL Tobing No. 46, Tugujaya	pusat		Industri	Ya
49	PT Home Center Indonesia, TBK	Jl. HZ Mustofa No. 253 Living Plaza	Cabang	0265-72970001	Ritel	Ya
50	Ace Hardware	Jl HZ Mustofa No. 326	cabang	0265-3355820	Ritel	Ya
51	PT. Tunas Baru Surya Perkasa (grand metro tasikmalaya)	Jl. KHZ Mustofa No. 263	Pusat	088802519977	Perhotelan	
52	PERUM PERHUTANI	JL.Kehutanan No.6	cabang	0265331701	Kehutanan	
53	PD MAYA GRAHA	JL.A.Yani	cabang	082317054611	Dealer	
54	PERSH.KUE LINTANG	JL.Leuwianyar No.18 Tsm	pusat	0265331272	Industri	
55	KANTOR POS DAN GIRO	JL.Oto Iskandar Dinata	cabang	0265332572	Ekspedisi	
56	PT. MULIA MUSTIKA MANDIRI	JL. SUTISNA SENJAYA NO .126	pusat		Perdagangan	
57	PT. VIA MOTIF	Jl. Gubernur Swaka No. 100, Sambongjaya Mangkubumi	pusat	0265313478	Perdagangan	
58	PT. PULAU MAS PEMBANGUNAN	Jl. BKR. Ruko No 1 Perumahan BKR *regency*	pusat	0265729644	Konstruksi	
59	PT. GRAHA NATA WIGUNA	Jl. Laswi Blok.C No.19	pusat	0265-334681	Konstruksi	
60	PAB BIHUN "SUMBER RAYA"	Jl. Cieunteung No. 78 Kecamatan Cihideung	pusat	0265-334157	Industri	
61	PT. SURYA DONASIN	Jl. SL. Tobing, Tugujaya, Kec. Mangkubumi	pusat	0265-330961	Konstruksi	

No.	Nama Perusahaan	Alamat	Status Kantor	No. Tlp/HP	Bidang Usaha	Kesediaan Berkola-borasi
62	ANGKUTAN "SUMBER MAKMUR"	Jl. Mayor Sl. Tobing No. 28 Tasikmalaya	pusat	0265-336436	transportasi	
63	PT Artha Laut Bumitama	Jl. Perintis Kemerdekaan No.62 Sambongjaya	pusat	0265331095	Ekspedisi	