

Dwi Haryanti-PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY KOMPAS GRAMEDIA BERDASARKAN TRIPLE BOTTOM LINE

by Dwi Haryanti Upload By Mizmir

Submission date: 11-Jun-2021 09:58AM (UTC+0700)

Submission ID: 1604437931

File name: n_Teori_Triple_Bottom_Line_09062021_turnitin_-_dwi_haryanti.docx (38.87K)

Word count: 2400

Character count: 16145

PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY KOMPAS GRAMEDIA BERDASARKAN TRIPLE BOTTOM LINE

Dwi Haryanti¹, Indra Lestari Fawzi²

^{1,2}Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, Universitas Indonesia
dwi.haryanti@ui.ac.id

4

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan dalam upaya menciptakan pembangunan berkelanjutan. Pada tahun 1997, Elkington mempopulerkan *Triple Bottom Line (TBL)* yang mencakup *profit*, *people*, dan *planet*. Konsep ini menekankan perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada *profit* saja namun juga *people* dan *planet*. Kompas Gramedia sebagai grup perusahaan yang memiliki berbagai bidang usaha menyelenggarakan program-program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang terkumpul dalam Inspirasi Nusantara. Inspirasi Nusantara terbagi menjadi 3 kelompok program yaitu Inspirasi Pendidikan, Inspirasi Lingkungan, serta Inspirasi Budaya. Kompas Gramedia telah menerapkan *Triple Bottom Line* melalui berbagai program CSR nya. Selain itu, perusahaan ini juga memiliki *concern* CSR pada bidang budaya melalui program Inspirasi Budaya berupa pendirian Bentara Budaya.

Kata Kunci: perusahaan, CSR, *triple bottom line*

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PROGRAM OF KOMPAS GRAMEDIA BASED ON TRIPLE BOTTOM LINE

4

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is a form of corporate responsibility towards society and the environment for creating sustainable development. In 1997, Elkington popularized the *Triple Bottom Line (TBL)* that includes *profit*, *people*, and *the planet*. This concept convinces companies to not only focus on *profit* but also on *the people* and *the planet*. Kompas Gramedia is a group of companies with various fields of organizing *Corporate Social Responsibility (CSR)* programs collected in *Inspirasi Nusantara*. *Inspirasi Nusantara* is divided into 3 program groups which are *Inspirasi Pendidikan*, *Inspirasi Lingkungan*, and *Inspirasi Budaya*. Kompas Gramedia also has implemented the *Triple Bottom Line* through its various CSR programs. In addition, the company has cultural concern for implementing CSR concept through the *Inspirasi Budaya* program with the establishment of *Bentara Budaya*.

Keywords: company, CSR, *triple bottom line*

PENDAHULUAN

Di Indonesia, terdapat beberapa bentuk perusahaan yaitu Perusahaan Swasta, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), Firma, Koperasi, Usaha Dagang (UD), dan CV (*Commenditaire Vennotschap*). Pada dasarnya, perusahaan sebagai organisasi usaha dibentuk untuk menghasilkan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan masyarakat atau konsumen. Kehadiran perusahaan di sini kemudian memberikan banyak manfaat bagi masyarakat yaitu untuk menyediakan kebutuhan dan membuka lapangan pekerjaan. Namun demikian, seringkali aktivitas yang dilakukan

perusahaan menimbulkan dampak negatif seperti pencemaran lingkungan serta dampak pengolahan limbah yang kemudian mengganggu kenyamanan lingkungan sekitar. Dampak negatif ini kemudian dapat menimbulkan berbagai reaksi di masyarakat yang dapat mempengaruhi proses produksi maupun aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, menjadi penting bagi perusahaan untuk memperhatikan lingkungan dan masyarakat sekitar. Bentuk tanggung jawab perusahaan ini kemudian dikenal dengan *Corporate Social Responsibility*.

Dalam artikel yang berjudul "Praktik *Corporate Social Responsibility (CSR)* di

Indonesia” yang ditulis oleh Nayenggita dkk (2019) dan dipublikasikan oleh Jurnal Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dijelaskan sebagai suatu tindakan oleh pelaku bisnis melalui suatu aktivitas sosial yang tujuannya untuk bertanggung jawab terhadap masyarakat. Bentuk tanggung jawab ini yaitu berupa kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar yang kaitannya dengan pembangunan berkelanjutan. Lebih lanjut, pembangunan berkelanjutan yaitu perbaikan kualitas hidup yang disesuaikan dengan daya dukung lingkungan dan berlangsung seterusnya atau tanpa batas.

Tuntutan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara global yaitu melalui MDGs, Global Compact (oleh PBB), dan ISO 26000. Sedangkan di Indonesia, terdapat Undang-undang dan Peraturan Pemerintah yang mengatur tentang CSR yaitu Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal, dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Semakin banyaknya peraturan terkait kewajiban melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini semakin menunjukkan tentang keseriusan pentingnya CSR bagi perusahaan. Akan ada konsekuensi-konsekuensi apabila perusahaan tidak menjalankan CSR. Konsekuensi yang akan diterima dari masyarakat luas dan berbagai pihak dapat mengganggu keberlanjutan bisnis pada perusahaan. Sedangkan penyelenggaraan CSR justru dapat menimbulkan apresiasi dari berbagai pihak yang akan menjadi dampak positif pada kelangsungan bisnis perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dilihat pada konsep *Triple Bottom Line*. Konsep ini diperkenalkan pada tahun 1997 oleh Elkington dalam buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*. Konsep ini menargetkan agar setiap perusahaan dapat memiliki tiga nilai dalam penyelenggaraan CSR yaitu *profit, people*, dan *planet*. Konsep ini menekankan bahwa selain

berfokus pada meningkatkan pendapatan, perusahaan ditargetkan untuk dapat memperhatikan juga aspek sosial dan lingkungan. Aspek sosial dan lingkungan ini mengacu pada pembangunan berkelanjutan.

Kompas Gramedia berawal sebagai perusahaan media yang kemudian berkembang menjadi perusahaan multi industri yang memiliki berbagai jaringan bisnis baik itu media, *retail & publishing*, perhotelan, pendidikan, manufaktur, hingga *event & venue*. Kompas Gramedia memiliki 7 penerbitan buku dan puluhan media baik cetak maupun digital. Perusahaan yang telah berdiri sejak tahun 1963 ini memiliki slogan “Bersama seluruh komponen bangsa, Kompas Gramedia terus bergerak dinamis untuk mencerahkan masyarakat melalui lebih dari 400 jaringan usaha di seluruh Indonesia”. Komitmen perusahaan dalam mencerahkan masyarakat menjadi bekal dalam setiap pengembangan bisnisnya. Sebagai bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar, Kompas Gramedia mengusung program CSR Inspirasi Nusantara. Inspirasi Nusantara ini terbagi menjadi 3 kelompok program yaitu Inspirasi Pendidikan, Inspirasi Budaya, dan Inspirasi Lingkungan. Inspirasi Pendidikan berupa program Gerakan literasi AkuBaca, pelatihan musik KG Music Club, dan pembelajaran Bahasa Inggris KG English Club. Di bidang lingkungan, Inspirasi Lingkungan memiliki program Kampung Koran dan Bank Sampah. Sedangkan Inspirasi Budaya menghadirkan Bentara Budaya yang terus menghadirkan berbagai kegiatan berkaitan dengan kebudayaan.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Mardikanto (2018) dalam bukunya yang berjudul *Corporate Social Responsibility* menyatakan bahwa sampai saat ini belum ada definisi CSR yang dijadikan kesepakatan global. Hal ini karena definisi dan komponen CSR di setiap negara atau daerah dapat berbeda. Namun demikian, definisi CSR umumnya mengacu pada adanya hubungan baik antara perusahaan dan berbagai pemangku kepentingan yang memiliki *concern* dalam

memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar, lingkungan, dan berfokus pada pembangunan berkelanjutan. Ungkapan tersebut menjelaskan bahwa definisi CSR tidaklah baku karena komponen CSR dapat berbeda di setiap wilayah. Setiap wilayah akan mendefinisikan sendiri CSR tersebut bergantung pada kesepakatan dan nilai-nilai yang dianut. Namun dasar dalam pendefinisian ini yaitu sama-sama terkait tanggung jawab atas masyarakat dan lingkungan untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan.

ISO 26000 (2010) tentang *Guidance for Social Responsibility* menuliskan definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Definisi CSR di dalam ISO 26000 yaitu bahwa perusahaan harus bertanggung jawab terhadap dampak atas aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini dapat dilakukan dengan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan, mempertimbangan ekspektasi dari pemangku kepentingan, patuh terhadap norma hukum, dan terintegrasi melalui organisasi.

Dalam buku yang ditulis oleh Mardikanto (2018), Kakabadse et al (2005) merangkum perkembangan definisi CSR dalam 50 tahun terakhir. Salah satu definisinya yaitu dari Novethic (2003) yang mendefinisikan bahwa CSR merupakan bentuk perhatian perusahaan terhadap prinsip pembangunan berkelanjutan. Konsep dari CSR yaitu mengintegrasikan tiga dimensi yaitu dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam prakteknya, perusahaan harus memperhatikan kepentingan dari seluruh pemangku kepentingan. Adanya penyesuaian dengan pemangku kepentingan ini tujuannya agar penyelenggaraan program CSR dapat benar-benar mengakomodasi kebutuhan dan untuk menghindari konflik yang dapat terjadi atas perbedaan pandangan terkait kebutuhan dan ekspek³si.

Di Indonesia, aktivitas CSR sudah diatur oleh Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. Dalam Undang-undang ini dijelaskan bahwa CSR merupakan bentuk komitmen dari perusahaan untuk pembangunan berkelanjutan guna

meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan demi kebermanfaat bagi berbagai pihak. Adanya Undang-undang ini semakin mempertegas tentang pentingnya penyelenggaraan CSR pada setiap perusahaan.

³ KONSEP *TRIPLE BOTTOM LINE* (TBL)

Konsep *Triple Bottom Line* pertama kali diperkenalkan pada tahun 1997 oleh John Elkington melalui buku yang berjudul *Cannibals With Forks*. Elkington menyampaikan bahwa pelaku bisnis sebaiknya mengukur keberhasilan tidak hanya dengan garis bawah tradisional kinerja keuangan (paling sering dinyatakan dalam bentuk keuntungan, laba atas investasi (ROI), atau nilai pemegang saham) tetapi juga oleh dampak terhadap perekonomian yang lebih luas, lingkungan, dan masyarakat tempat mereka beroperasi (Savitz, Andrew W & Karl Weber, 2006). Elkington membagi *Triple Bottom Line* menjadi 3 yaitu nilai kekayaan atau sebagai aspek ekonomi, kualitas lingkungan, dan kondisi sosial.

Konsep Triple Bottom Line kemudian populer sebagai "Formula 3P" yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. Maksud dari *profit* yaitu keuntungan dalam aspek ekonomi yang diperoleh. Kemudian *people* yaitu tanggung jawab perusahaan terhadap aspek-aspek sosial. Sedangkan *planet* yaitu tanggung jawab perusahaan terhadap kondisi lingkungan. Konsep ini kemudian bermuara pada upaya pembangunan berkelanjutan. Dengan tujuan pembangunan keberlanjutan ini maka perusahaan tidak hanya berfokus pada mencapai keuntungan finansial saja namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Adanya kepedulian ini, selain memberikan manfaat kepada masyarakat dan sekitar, juga menjaga perusahaan dari adanya konflik-konflik yang terjadi atas dampak negatif dari pendirian perusahaan dan aktivitas di dalam perusahaan.

CSR KOMPAS GRAMEDIA

Kegiatan CSR Kompas Gramedia diperkenalkan dengan istilah Inspirasi Nusantara. Inspirasi Nusantara ini kemudian

terbagi menjadi tiga kelompok program. Kelompok program pertama yaitu Inspirasi Pendidikan, yang kedua Inspirasi Budaya, dan yang ketiga Inspirasi Lingkungan. Inspirasi Nusantara memiliki slogan “Menciptakan keselarasan hidup melalui pembangunan berkelanjutan di tengah masyarakat.” Berikut rincian dari masing-masing kelompok program:

1. Inspirasi Pendidikan

Inspirasi Pendidikan yaitu beberapa bentuk kegiatan yang berfokus pada aktivitas terkait dunia pendidikan. Inspirasi Pendidikan terbagi menjadi 3 program yaitu Aku Baca (Gerakan Literasi Nusantara), KG Music Club, dan KG English Club. Program Aku Baca (Gerakan Literasi Nusantara) merupakan sebuah Gerakan berkesinambungan yang berupaya untuk memajukan literasi sebagai upaya menumbuhkan minat baca masyarakat. Program ini mengajak setiap individu untuk menyadari pentingnya membaca sebagai kebutuhan dasar manusia. Proses yang dilakukan yaitu kampanye literasi untuk mendorong peran dari orang tua, sekolah, dan lingkungan sekitar agar semakin optimal dalam memberikan dukungan dalam terciptanya suasana yang kondusif bagi pertumbuhan generasi baca. Sedangkan gerakan #AkuBaca dilakukan dengan membuat fitur Buku Bergerak guna melakukan penggalangan buku-buku donasi dari masyarakat umum di “ATM Setor Buku” yang kemudian dikirimkan ke berbagai Taman Bacaan Masyarakat (TBM) di seluruh wilayah di Indonesia. Upaya penyediaan buku ini diharapkan dapat berkontribusi meningkatkan akses masyarakat terhadap buku sehingga mempermudah masyarakat untuk mendapatkan bahan bacaan.

Program kedua yang termasuk dalam Inspirasi Pendidikan yaitu KG Music Club. Program ini berupa pelatihan musik yang diselenggarakan atas kerjasama dengan musisi profesional. KG Music Club ini diperuntukkan bagi anak-anak warga sekitar wilayah perkantoran Kompas Gramedia Palmerah Selatan. Keaktifan anak dalam hal music diharapkan dapat mengoptimalkan tumbuh kembang anak-anak menjadi anak yang aktif, cerdas, dan kreatif.

Program ketiga dalam Inspirasi Pendidikan yaitu KG English Club. Program ini berupa sebuah pembelajaran Bahasa Inggris yang diselenggarakan secara gratis untuk anak-anak warga sekitar perkantoran Kompas Gramedia Palmerah Selatan. Program ini bekerjasama dengan Gramedia Academy untuk menyusun silabus pembelajaran. Dalam penyelenggaraannya, KG English Club mengajak karyawan Kompas Gramedia untuk menjadi volunter yang membantu mendampingi anak-anak dalam proses belajar. Kegiatan ini bertujuan untuk menumbuhkan budaya belajar dan memperkenalkan penggunaan Bahasa Inggris sederhana yang dikemas secara *fun* agar menyenangkan bagi anak-anak. Antusiasme anak-anak dalam mengenal Bahasa Inggris diharapkan dapat membuat mereka lebih mudah dalam mempelajari Bahasa Inggris ke depan yang notabene merupakan bahasa yang sangat dibutuhkan di era saat ini.

2. Inspirasi Lingkungan

Program pada Inspirasi Lingkungan terdiri dari Kampung Koran dan Bank Sampah. Kampung Koran bekerja sama dengan Salam Rancege serta warga yang tinggal di sekitar lokasi perkantoran Kompas Gramedia yang beralamat di Palmerah Selatan. Program ini berupa aktivitas yang saling bekerja sama untuk menghasilkan produk kerajinan anyaman koran untuk dijual secara umum. Pemanfaatan koran bekas ini sekaligus sebagai aktivitas daur ulang yang mengurangi sampah. Program ini dijalankan guna mencapai tiga keselarasan yaitu dalam hal finansial, sosial, dan lingkungan.

Bank Sampah merupakan program pengembangan dari Kampung Koran. Masih bermitra dengan Salam Rancege, program ini mengajak warga sekitar untuk mendirikan bank sampah. Bank sampah ini terletak di 3 kampung sekitar wilayah perkantoran Kompas Gramedia yang berlokasi di Palmerah Selatan. Hasil dari keberadaan bank sampah ini yaitu adanya tabungan nasabah yang memberikan manfaat ekonomi bagi warga. Selain itu, bank sampah juga memberikan manfaat berupa peningkatan modal sosial berupa peningkatan kerja sama

antarwarga. Selain itu, program ini juga meningkatkan pelestarian lingkungan. Nasabah Bank Sampah saat ini sudah berjumlah lebih dari 200 warga. Dalam pelaksanaannya, keberadaan dari Bank Sampah ini telah berkontribusi pada pengurangan sampah sebanyak 1 ton setiap bulannya.

3. Inspirasi Budaya

Inspirasi Budaya merupakan bentuk kepedulian Kompas Gramedia terhadap kebudayaan Indonesia yang beragam. Wujud dari program ini yaitu dengan didirikannya Bentara Budaya di 4 wilayah yaitu Yogyakarta, Jakarta, Bali, dan Solo. Bentara Budaya merupakan wadah yang menampung berbagai kegiatan budaya dari segala latar belakang dan juga kalangan. Setiap tahunnya, lebih dari 100 acara digelar di 4 lokasi Bentara Budaya. Rangkaian kegiatan ini setiap bulannya ditampilkan di halaman depan Bentara Budaya sehingga dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat sekitar. Selain itu, rangkaian acara juga ditampilkan dalam website resmi bentara budaya agar mempermudah akses masyarakat luas.

Bentara Budaya memfasilitasi berbagai kegiatan dan siap untuk bekerja sama dengan siapa saja tanpa adanya batasan-batasan tertentu. Hal ini tertuang di dalam tulisan deskripsi tentang Bentara Budaya yaitu "Sebagai utusan budaya, Bentara Budaya menampung dan mewakili wahana budaya bangsa, dari berbagai kalangan, latar belakang, dan cakrawala, yang mungkin berbeda. Balai ini berupaya menampilkan bentuk dan karya cipta budaya yang mungkin pernah mentradisi. Ataupun bentuk-bentuk kesenian massa yang pernah populer dan merakyat. Juga karya-karya baru yang seolah tak mendapatkan tempat dan tak layak tampil di sebuah Gedung terhormat. Sebagai titik temu antara aspirasi yang pernah ada dengan aspirasi yang sedang tumbuh. Bentara Budaya siap bekerja sama dengan siapa saja". Tidak adanya batasan baku terhadap jenis kebudayaan yang bisa bekerja sama dengan Bentara Budaya ini menunjukkan keseriusan Kompas Gramedia dalam mendukung kebudayaan yang tidak pandang bulu.

KESIMPULAN

Kompas Gramedia telah melakukan program-program kepedulian terhadap lingkungan sekitar melalui Inspirasi Nusantara. Program yang dijalankan yaitu kepedulian sosial dalam bidang ekonomi atau dalam 3P yaitu *profit* seperti Kampung Koran bekerja sama dengan Salam Rancage yang menghasilkan produk bernilai jual berupa anyaman koran. Selain itu dalam konsep *people* terdapat program Inspirasi Pendidikan seperti KG Music dan KG English Club. Dua kegiatan ini berupa pelatihan dan pembelajaran untuk anak-anak warga sekitar kantor Kompas Gramedia Palmerah Barat. Sementara untuk *planet*, Kompas Gramedia memiliki program Inspirasi Lingkungan yaitu Bank Sampah. Setiap bulannya, Bank Sampah telah berkontribusi mengurangi 1 ton sampah.

Selain *profit*, *people*, dan *planet*, ada satu bidang lain yang kehadirannya dinilai begitu penting bagi perusahaan yang memiliki visi "mencerahkan masyarakat" ini. Bidang tersebut yaitu yaitu budaya. Kompas Gramedia memiliki program Inspirasi Budaya yang berupa pendirian Bentara Budaya di 4 kota. Bentara Budaya terus aktif dan rutin dalam menyelenggarakan kegiatan budaya dan terbuka untuk banyak pihak serta tidak mengekang dengan batasan-batasan. Hal ini menunjukkan keseriusan CSR Kompas Gramedia dalam hal melestarikan kebudayaan.

Melalui Inspirasi Nusantara, Kompas Gramedia telah menerapkan *triple bottom line* dalam program-program yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar dan lingkungan serta ditambah dengan adanya kepedulian terhadap kelestarian budaya. Pada Konsep Triple Bottom Line, Kompas Gramedia telah memenuhi 3 unsur *profit*, *people*, dan *planet* sekaligus menambahkan unsur budaya sebagai *concern* kepedulian mereka.

Dwi Haryanti-PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY KOMPAS GRAMEDIA BERDASARKAN TRIPLE BOTTOM LINE

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%
2	garuda.ristekbrin.go.id Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
4	ojs.unud.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 17 words