

**PELAKSANAAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY(CSR)  
PADA PT.TIRTA FRESINDO JAYA (MAYORA GROUP)  
PASURUAN**

Titin Nur Jamila<sup>1</sup>, Taufik Aris Saputra<sup>2</sup>, Sri Wahyuningsih<sup>3</sup>, Imroatus  
Sholehah<sup>4</sup>, Fitriyah<sup>5</sup>, Romlah<sup>6</sup>

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan<sup>1,2,3,4,5,6</sup>

Email: [aris.saputra745@gmail.com](mailto:aris.saputra745@gmail.com), [titinnurjamila@gmail.com](mailto:titinnurjamila@gmail.com),  
[swncantik1708@gmail.com](mailto:swncantik1708@gmail.com), [imrtslh1708@gmail.com](mailto:imrtslh1708@gmail.com)  
[imaya0731@gmail.com](mailto:imaya0731@gmail.com), [yomemonds@gmail.com](mailto:yomemonds@gmail.com)

**Abstract:** The of research is to better understand and explain the implementation of corporate social responsibility at PT.Tirta fresindo jaya (Mayora Group) using qualitative data.The research results show that the community apporoach to implementing. The Comporate Social Responbility program or PT.Tirta fresindo jaya mayora group's pasuruan can be said to be not optimal. This is indicated by the low realization of PT.Tirta fresindo jaya (Mayora Group) Pasuruan Corporate Social Responsibility.

**Keywords:** Company Size, Profitability, Disclosure CSR

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini untuk lebih mengetahui dan menjelaskan pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT.Tirta Fresindo Jaya (Mayora Grup), dengan menggunakan data kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan masyarakat, pelaksanaan program Corporate Social Responsibility PT.Tirta Fresindo Jaya (Mayora Grup) pasuruan dapat dikatakan belum optimal. hal tersebut ditandai dengan rendahnya realisasi Corporate Social Responsibility PT.Tirta Fresindo Jaya (Mayora Grup)..

**Kata kunci:** Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pengungkapan CSR

## **Introduction**

*Program Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (sustainability) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya melainkan sebagai sarana meraih keuntungan. Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan. Menurut konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebuah perusahaan dalam melaksanakan aktivitas dan pengambilan keputusannya tidak hanya berdasarkan faktor keuangan semata melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun masa yang akan datang. ide

tentang *corporate socialresponsibility (CSR)* atau juga di kenal dengan triplebottom line (*economic, social, dan environmental*) bukan ide baru dan telah ada sejak abad ke-19, yang dimulai dengan revolusi industri. Tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) semakin mendapatkan perhatian oleh kalangan dunia usaha. Sejak era reformasi bergulir, masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat tersebut memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melakukan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*.<sup>1</sup>

Isu tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)* muncul karena adanya berbagai tekanan dari pihak luar, seperti adanya usaha penelitian yang intensif dari berbagai lembaga swadaya masyarakat tentang peran perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Isu-isu tentang kerusakan lingkungan hak-hak kaum buruh yang terabaikan oleh perusahaan, Skandal keuangan atau masalah-masalah sosial yang timbul sebagai akibat dari aktivitas dari Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) untuk melakukan penelitian dan menuntut perusahaan memberikan kontribusi kepada masyarakat dan lingkungan sekitar.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan oleh suatu perusahaan terhadap lingkungannya, maka semakin baik pula citra perusahaan menurut pandangan masyarakat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka semakin tinggi juga loyalitas konsumen. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Secara teoritis, suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja keuangan perusahaan juga baik..

Pemahaman *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan 3P yaitu profit, people, planet. Konsep ini memuat pengertian bahwa bisnis tidak hanya sekedar mencari keuntungan (*profit*) melainkan juga memberikan kesejahteraan kepada orang lain (*people*) dan menjamin keberlangsungan hidup bumi (*planet*). Dewasa ini konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)* berkaitan erat dengan keberlangsungan suatu perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat.

Apabila perusahaan tidak memperhatikan seluruh faktor-faktor yang mengelilinginya, mulai dari karyawan, konsumen, lingkungan dan sumber daya alam sebagai satu kesatuan yang saling mendukung suatu sistem, maka tindakan itu akan mengakhiri eksistensi perusahaan itu sendiri. Kerusakan dan gangguan yang timbul dari faktor eksternal tersebut mengganggu bahkan dapat menghentikan operasi perusahaan. Citra perusahaan akan semakin baik di mata masyarakat apabila dapat menunjukkan

---

<sup>1</sup> Fanggidae, R. E., Suryana, Y., & Efendi, N. (2016). Effect of a spirituality workplace on organizational commitment and job satisfaction (study on the lecturer of private Universities in the Kupang city-Indonesia). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 219, 639-646.

tanggung jawab dan kepedulian nya terhadap lingkungan eksternal. adanya fenomena di atas menyebabkan dunia bisnis mengalami pergeseran orientasi, yaitu dari *shareholders* ke *stakeholders*. tanggung jawab sosial perusahaan di perlukan untuk menjaga keharmonisan hubungan antara perusahaan dengan lingkungan sekitarnya. Berdasarkan tujuan laporan keuangan, laporan perusahaan harus pula mencerminkan informasi tersebut.

Kewajiban untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tertuang dalam UU No.40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas pada pasal 74 yang menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang pada awalnya bersifat sukarela untuk memenuhi kewajiban perusahaan yang tidak memiliki kaitan dengan strategi dan pencapaian tujuan jangka panjang. menjadi suatu kegiatan strategis yang memiliki keterkaitan dengan pencapaian tujuan perusahaan dalam jangka panjang. hal ini di karenakan banyak sekali manfaat penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara benar dan konsisten.

Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan, dimana para investor cenderung menanamkan modal kepada perusahaan yang melakukan kegiatan CSR oleh karena itu, perusahaan –perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial (*kegiatan corporate social responsibility*) sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan. citra atau reputasi perusahaan sendiri merupakan salah satu aset yang sangat berharga. dari sini dapat dijadikan titik tolak mengapa CSR merupakan salah satu komponen kunci yang penting bagi pengembangan reputasi perusahaan. *corporate social responsibility (CSR)* juga dapat di jadikan semacam “asuransi jaminan” yang diperlukan untuk melindungi perusahaan jika sewaktu-waktu terjadi sesuatu yang tidak di harapkan dan dapat menjaga keberlangsungan secara *sustainable*.<sup>2</sup>

Terkhusus untuk *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan besar seperti PT.Tirta Fresindo Jaya (Mayora Group) tentu mempunyai peran yang signifikan berkontribusi meningkatkan kesejahteraan masyarakat. tidak hanya sekedar mencari keuntungan untuk kepentingan perusahaan melainkan ikut membangun masyarakat seiring dengan tumbuh dan berkembang nya perusahaan tersebut. dampak positif dari eksistensi perusahaan PT Tirta Fresindo Jaya (Mayora Group) di kabupaten pasuruan adalah banyaknya menyerap tenaga kerja lokal untuk bekerja di dalam perusahaan. Artinya, *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan sangat menentukan kesejahteraan masyarakat sekitar. akan tetapi di sisi lain, isu yang berkembang saat ini adalah adanya pencemaran lingkungan yang di sebabkan oleh PT Tirta Fresindo Jaya (Mayora Group). penting untuk di ketahui

---

<sup>2</sup> Hossan, C. G., Sarker, M. A. R., & Afroze, R. (2012). An Assessment of Managerial Skills in the Labour Intensive Industry: A Case Study of a Garments Manufacturing Firm. *Journal of Accounting, Business & Management*, 19(2).

bahwa program *Corporate Social Responsibility (CSR)* salah satunya juga menjaga lingkungan agar tetap baik.

## **Theoretical Review**

### **Teori Stakeholders**

Stakeholders adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun di pengaruhinya bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan .sehingga perusahaan harus memperhatikan kepentingan stakeholdernya, karena stakeholderlah pihak yang mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas kegiatan perusahaan serta kebijakan yang di ambil dan dilaksanakan oleh perusahaan .stakeholder teory juga mempertimbangkan berbagai kelompok yang terdapat di masyarakat dan bagaimana harapan kelompok stakeholder memiliki dampak yang besar atau kecil kepada strategi perusahaan . teori ini berimplikasi kepada kebijakan manajemen dalam mengelola harapan stakeholder. Stakeholder perusahaan pada dasarnya mempunyai ekspektasi yang berbeda mengenai bagaimana perusahaan di jalankan .

### **Corporate Social Responsibility (CSR)**

Memiliki arti bahwa perusahaan harus bertanggung jawab terhadap tindakannya yang mempengaruhi masyarakat ,lingkungan dan komunitasnya. tanggung jawab sosial tidak hanya meliputi tanggung jawab pada diri sendiri dengan melindungi kepentingannya sendiri, tetapi juga etanggung jawab kepada masyarakat atas akibat yang timbul dari aktivitas-aktivitas yang di timbulkan perusahaan. hal ini tersirat suatu pernyataan bahwasasaran usaha adalah komunitassecaralebih luas menjadi inti dari CSR, dijelaskan bahwa komunitas yang lebih luas termasuk didalamnya adalah karyawan perusahaan, serta komunitas lingkungan sosial perusahaan itu sendiri.<sup>3</sup>

Undang-Undang pasal 1 angka 3 Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas mendefinisikan tanggung jawab perusahaan CSR sebagai berikut;

Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan srtadalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat ,baik bagi perseorang sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Definisi tersebut menjelaskan mengenai tanggungjawab sosial perusahaan menekankan pada penciptaan pembangunan ekonomi berkelanjutan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri ma upaun bagi masyarakat. Menurut Corperate Social Responsibiliti (CSR)Forum<sup>4</sup>: “*Corporate Social*

---

<sup>3</sup> Indriana, G., Silitonga, M., & Harahap, F. (2022, November). The influence of learning style on science process skills of digestive system material for class XI Senior High School in Kisaran District, Asahan Regency. In *AIP Conference Proceedings* (Vol. 2659, No. 1). AIP Publishing.

<sup>4</sup> Saputri, N., & DIRGANTARA, I. (2010). *Analisis Corporate Social Responsibility Sebagai Pembentuk Citra Perusahaan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Fast Food Indonesia di Kota Semarang* (Doctoral dissertation, Perpustakaan FE UNDIP).

*Responsibility mean open and transparent business practices that are based on ethical values and respect for employees, communities and environment”* Pengertian diatas mendefenisikan Corporate Social Responsibility sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap social atau lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Seperti melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.

Definisi ini menekankan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu konsep yang menunjukkan bagaimana perusahaan secara sukarela memberi kontribusi bagi terbentuknya masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih. Organisasi ini menilai bahwa perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial, bukanlah perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial, bukanlah perusahaan yang sekedar memenuhi kewajiban yang dibebankan kepadanya menurut aturan hukum melainkan perusahaan yang melaksanakan kebutuhan melampaui ketentuan hukum serta melakukan investasi lebih dibidang human capital, lingkungan hidup dan hubungan dengan para stakeholder.

Kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam bahkan menghindari konflik sosial. Potensi konflik itu bisa berasal akibat dampak operasional perusahaan ataupun akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan, dan dipraktekkan lebih karena faktor eksternal (external driven). *corporate Social Responsibility (CSR)* adalah tanggung jawab moral suatu organisasi bisnis terhadap kelompok yang menjadi stakeholder-nya yang terkena pengaruh baik langsung maupun tidak langsung dari operasi perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban perusahaan bisnis yang dituntut oleh hukum dan pertimbangan ekonomi, untuk mengejar berbagai sasaran jangka panjang yang baik bagi masyarakat. *World business council for sustainable Develomment* mendefenisikan corporate social responsibility sebagai komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbanganpada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas local dan Masyarakat secara keseluruhan.<sup>5</sup>

## **Adapun tujuan perusahaan melaksanakan CSR**

---

<sup>5</sup> Arifani, A. Z. T., & Susanti, A. Y. (2020). Literature Review Factors Affecting Employee Performance: Competence, Compensation And Leadership. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 1(3), 538-549.

1. Untuk meningkatkan citra perusahaan dan mempertahankan, biasanya secara implisit, asumsi bahwa perilaku perusahaan secara fundamental adalah baik.
2. Untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial diantara organisasi dan masyarakat. Keberadaan kontrak sosial ini menuntut dibebaskannya akuntabilitas sosial.
3. Sebagai perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional dan tujuannya adalah untuk memberikan informasi kepada investor.

### **Komponen Corporate Social Responsibility**

Secara umum CSR mencakup lima komponen pokok ialah sebagai berikut:

1. Hak Asasi Manusia (HAM) Bagaimana perusahaan menanggapi masalah HAM dan strategi serta kebijakan untuk menghindari terjadinya pelanggaran HAM diperusahaan.
2. Tenaga Kerja (Buruh) Bagaimana keadaan tenaga kerja di supply chain atau di pabrik milik sendiri mulai dari sistem penggajian, keselamatan kerja dan kesejahteraan hari tua, keterampilan dan profesional karyawan, serta pada penggunaan tenaga kerja dibawah umur.
3. Lingkungan hidup Bagaimana strategi dan kebijakan yang berhubungan dengan masalah lingkungan hidup. Bagaimana perusahaan mengatasi dampak lingkungan atas produk atau jasa mulai dari pengadaan bahan baku serta pada pembuangan limbah dan dampak lingkungan yang diakibatkan oleh proses produksi dan distribusi produk
4. Sosial- Masyarakat Bagaimana strategi dan kebijakan perusahaan dalam bidang sosial dan pengembangan masyarakat sekitar.
5. 5. Dampak Produk dan Jasa terhadap Pelanggan Apa saja yang dilaksanakan perusahaan untuk memastikan produk dan jasa bebas dari dampak negatif seperti mengganggu kesehatan, mengancam keamanan dan produk tak layak diedarkan.

### **Manfaat Melaksanakan Corporate Social Responsibility CSR**

Manfaat melaksanakan CSR ialah sebagai berikut :

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
3. Mereduksi bisnis perusahaan
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan dan membuka peluang pasar yang lebih luas.
5. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
6. Memperbaiki hubungan dengan stakeholder dan memperbaiki hubungan dengan regulator.
7. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan serta peluang mendapat penghargaan.

### **Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR)**

Merumuskan aktivitas yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial dalam 6 (enam) kelompok kegiatan: promotion, marketing, corporate social marketing, corporate philanthropy, community volunteering, dan social responsibility business practices.<sup>6</sup>

*Promotion* adalah aktivitas sosial yang dilakukan melalui persuasive communications dalam rangka meningkatkan perhatian dan kepedulian terhadap hal-hal yang berkaitan dengan isu sosial yang sedang berkembang. *Marketing*, dilakukan melalui commitment perusahaan untuk menyumbangkan sebesar persentase tertentu hasil penjualannya untuk kegiatan sosial. *Corporate Sosial Marketing*, dilakukan dengan cara mendukung atau pengembangan dan/atau penerapan suatu behavior change dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kesehatan masyarakat. *Corporate Philantropy* merujuk pada kegiatan yang diberikan langsung. *Community Volunteering* merupakan bentuk aktivitas sosial yang diberikan perusahaan dalam rangka memberikan dukungan bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Dukungan tersebut dapat diberikan berupa keahlian, talenta, ide, dan atau fasilitas laboratorium.

Berbeda dengan Kotler dan Lee, menurut “*The Committee on Accounting for Corporate Social Performance of Nation Association of Accountants* “ bentuk kegiatan sosial perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai : keterlibatan komunitas, sumber daya manusia, lingkungan hidup dan sumber daya fisik, kontribusi produk atau jasa.

1. Keterlibatan komunitas (Community Involvement), mencakup aktivitas berbentuk donasi atau bantuan untuk kegiatan rohani, olahraga, bantuan bagi pengusaha kecil, pelayanan kesehatan masyarakat, bantuan penelitian dan sebagainya.
2. Sumber daya manusia (Human Resources), meliputi program pendidikan dan pelatihan karyawan, fasilitas keselamatan kerja, kesehatan, kerohanian, serta tunjangan karyawan.
3. Lingkungan Hidup dan Sumberdaya Fisik (Environmental and Physical Resources) yang terdiri dari antara lain keterlibatan perusahaan dalam pengolahan limbah, program penghijauan, pengendalian polusi, dan pelestarian lingkungan hidup.
4. Kontribusi produk atau jasa (Product or services contribution) yang mencakup keamanan dan kualitas produk, kepuasan konsumen, dan sebagainya.

---

<sup>6</sup> Kotler, P., & Lee, N. (2005). Best of breed: When it comes to gaining a market edge while supporting a social cause, “corporate social marketing” leads the pack. *Social marketing quarterly*, 11(3-4), 91-103.

## **Methods**

### **Pengumpulan data**

1. Mendatangi lokasi penelitian (*getting-in*) Untuk mendapatkan informan yang sesuai, mendatangi beberapa pihak yang terkait dengan focus penelitian sampai memperoleh penerimaan dari orang-orang atau informan yang didekati.
2. Kondisi saat berada di lokasi penelitian (*getting along*) Pada tahap ini, setelah mendapatkan informan yang tepat maka peneliti berusaha melakukan pendekatan secara langsung terhadap unit analisis peneliti. Waktu ini dimanfaatkan oleh peneliti untuk melakukan wawancara dan penelitian dokumen-dokumen yang diperlukan.
3. Mengumpulkan data (*logging data*) Pada tahap ini peneliti menggunakan teknik wawancara.

Penelitian berisikan kutipan kutipan data untuk menyajikan laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara terhadap karyawan, catatan lapangan, foto, atau memo langsung dari lokasi prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dokumentasi, analisis yang di gunakan dalam penelitian ini ini adalah analisis non statistic. penelitian ini menganalisis data dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun tahap-tahap analisis yang di lakukan oleh peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut: reduksi, display, conclusion drawing.

## **Results and Discussion**

### **Gambaran Mayora**

PT.Tirta Fresindo Jaya Pasuruan merupakan anak perusahaan dari PT.Mayora Indah Tbk ( Mayora Group ) yang bergerak dibidang manufaktur FMCG fast moving consumer good produksi makanan dan minuman ringan dalam kemasan. PT.Tirta Fresindo Jaya didirikan pada tahun 2012 dengan produk pertamanya yakni Teh Pucuk Harum kemudian pada tahun 2013 - 2015 Perusahaan mengembangkan empat produk minuman baru dengan merek jual Kopi Kap, Kopiko 78°, Q Guava dan Le mineral.

Perusahaan ini beralamat di Jl.Raya Pasuruan - Malang, Kurung Mracak, KM 10, Kec Kejayan, Kab Pasuruan Jawa Timur. Dilokasi yang sama tepat dibelakang pabrik roko PT Djajasakti, PT.TFJ berhasil membangun pabrik Tirta Fresindo Jaya Plant 2 yang saat ini juga telah beroperasi. Alamat PT.Tirta Fresindo Jaya Plant 2 berada di Sumber Banteng, Jl Raya Pasuruan - Malang KM 10, Kejayan, Pasuruan. prinsip kerja sebagai pondasi perusahaan yang diterapkan di PT.TIRTA FRESINDO JAYA (Mayora Group) Pasuruan yaitu 5R (Ringkes, Rapi, Resik, Rawat, Rajin). Tulisan ini dijumpai disetiap sudut bagian produksi sebagai pengingat bagi karyawan yang sedang bekerja. Disetiap area atau lokasi berbahaya selalu diberikan tanda bahaya atau peringatan. kedisiplinan karyawan bagian produksi PT. TIRTA FRESINDO JAYA (Mayora Group) yang dengan sungguh – sungguh menerapkan prinsip 5R dan menerapkan K3 Kesehatan Keamanan dan Keselamatan pekerja di lingkungan perusahaan. adapun



visi PT.Tirta Fresindo Jaya (Mayora Grup) adalah menjadi produsen makanan dan minuman kelas dunia. sedangkan misi perusahaan adalah menghasilkan produk yang halal, aman, bermutu tinggi dan memuaskan pelanggan.

## **Sturktur Organisasi**

### 1. Factory Manager

Bertanggung jawab atas berjalannya semua fungsi organisasi di perusahaan dan berwenang menetapkan arah kebijakan serta strategi perusahaan yang menyeluruh

### 2. Departemen Head

- a. Memastikan Proses Produksi lancar dan output stabil.
- b. Trouble shooter mesin atau produk.
- c. Mengawasi proses produksi dan kinerja operator mesin dan visual checker
- d. Mencatat absen harian operator mesin dan Visual produksi

### 3. Departemen Head Produksi

- a. Melakukan pengawasan dan kontrol terhadap staff produksi dan operator dalam pelaksanaan produksi.
- b. Menganalisis kerusakan atau Trouble shooting baik di mesin ataupun kualitas produk.
- c. Berkoordinasi dengan Section Head tentang pencapaian hasil produksi atau target produksi.

### 4. DCC

- a. Memelihara dan mengendalikan dokumen asli atau master dokumen, baik abdet dokumen maupun dokumen kadaluarsa.
- b. Mendistribusikan dokumen kepada departemen terkait.
- c. Melakukan pemeriksaand terhadap pengendalian penyimpanan catatan di setiap departemen.
- d. Meminta dilakukan up date daftar Induk catatan di setiap departemen jika di ditemui ada perubahan dokumen.

### 5. Purchasing

- a. Distribusi produk.
- b. Pengelolaan keungan hasil pembelian produk penjualan.
- c. Rekap hasil penjualan produk

## **Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR)**

### 1. Masyarakat

People atau masyarakat merupakan sasaran dari kontribusi pertanggung jawaban sosial PT.Tirta Fresindo Jaya (Mayora Grup) pasuruan Kesejahteraan Masyarakat adalah salah satu pendekatan yang harus menjadi prinsip utama bagi seluruh unit-unit pemerintahan maupun pihak korporasi dalam menjalankan tugas dan fungsinya dalam memberikan pelayanan sosial. Dalam lingkungan perusahaan, masyarakat di sekitar perusahaan merupakan pihak yang terpenting untuk memperoleh apresiasi. apresiasi itu sendiri dapat berbentuk peningkatan kesejahteraan hidup melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan melalui kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR). dalam penerapan umumnya perusahaan akan melibatkan partisipasi masyarakat, baik sebagai objek maupun sebagai subjek program Corporate Social Responsibility (CSR). hal ini dikarenakan masyarakat adalah salah satu pihak yang cukup berpengaruh dalam menjaga eksistensi suatu perusahaan. masyarakat adalah pihak yang paling merasakan dampak dari kegiatan produksi suatu perusahaan, baik itu dampak positif ataupun negatif. Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) bagi masyarakat di laksanakan dalam dua bentuk kegiatan yaitu:

## 2. Pelatihan kepada masyarakat

Pelatihan adalah sebuah program dari Corporate Social Responsibility (CSR) dari PT.Tirta Fresindo Jaya (Mayora Grup) pasuruan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai kegiatan pengembangan usaha atau keterampilan dengan tujuan tercipta masyarakat yang produktif dan kreatif dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Pelatihan ini di peruntukkan untuk komunitas masyarakat yang kurang mampu atau masyarakat yang punya keinginan untuk mengembangkan dunia usaha. Namun sebelum melaksanakan kegiatan pelatihan, tentu ada beberapa hal yang harus dipenuhi sebagai syarat dilaksanakannya kegiatan tersebut.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan yang diperuntukkan untuk memberdayaan masyarakat dan melestarikan lingkungan. PKBL adalah program kemitraan bina lingkungan, di mana PKBL adalah istilah Corporate Social Responsibility (CSR) untuk BUMN No. 4 Tahun 2007, bahwa setiap BUMN wajib membentuk unit kerja khusus menangani langsung masalah pembinaan dan pemberdayaan masyarakat di mana besaran alokasi PKBL tersebut bernilai 2% dari laba bersih. Profit yang diterima perusahaan, itulah yang kemudian diambil sebesar 2% sebagai dana pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan. Alokasi anggaran sebesar 2% ini tidak serta merta dialokasikan begitu saja akan tetapi sebelum program kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) dilakukan, ada mekanisme yang harus dipenuhi yang menjadi aturan PT.Tirta Fresindo jaya (Mayora Grup)

## 3. Bantuan Modal Usaha kepada masyarakat

Bantuan modal usaha merupakan tindak lanjut dari hasil pelatihan atau pembinaan yang dilakukan PT .Tirta Fresindo Jaya (Mayora Group). masyarakat yang sudah mendapatkan atau yang telah ada potensi keterampilan serta pengetahuan tentang pengelolaan sebuah usaha akan diberikan bantuan berupa dana untuk membuka usaha. tentu dalam hal ini tidak semua masyarakat mendapatkan

bantuan, hanya yang dianggap perlu untuk dibantu yang layak mendapatkannya. bantuan modal usaha adalah dukungan dari keterampilan masyarakat agar dapat membuka suatu usaha mandiri atau kelompok yang diharapkan dapat menunjang kehidupan masyarakat agar lebih sejahtera serta dapat terpenuhi kesehatan dan pendidikannya.

#### 4. Lingkungan

Keterlibatan perusahaan dalam pemeliharaan dan pelestarian lingkungan berarti perusahaan berpartisipasi dalam usaha mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana yang diakibatkan oleh kerusakan lingkungan. dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar laba jangka pendek, tetapi juga ikut berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan (terutama lingkungan sekitar) dalam jangka panjang. Lingkungan di sini berarti suatu kegiatan yang dilakukan PT.Tirta Fresindo Jaya (Mayora Grup) pasuruan sebagai kontribusi Corporate Social Responsibility (CSR) untuk menjaga kelestarian lingkungan. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan yang diperuntukkan untuk memberdayakan masyarakat dan melestarikan lingkungan. PKBL adalah program kemitraan bina lingkungan, di mana PKBL adalah istilah Corporate Social Responsibility (CSR) untuk BUMN No. 4 Tahun 2007, bahwa setiap BUMN wajib membentuk unit kerja khusus menangani langsung masalah pembinaan dan pemberdayaan masyarakat di mana besaran alokasi PKBL tersebut bernilai 2% dari laba bersih. Profit yang diterima perusahaan, itulah yang kemudian diambil sebesar 2% sebagai dana pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan.

Dengan memperhatikan lingkungan, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas hidup umat manusia dalam jangka panjang. melalui program Corporate Social Responsibility (CSR), perusahaan sebesar PT.Tirta Fresindo Jaya (Mayora Grup) Pasuruan wajib untuk ikut serta melestarikan lingkungan sebagai bentuk terima kasih kepada masyarakat dan tempat di mana perusahaan tersebut bernaung.

#### **Conclusion**

Kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diuraikan sebagai pembahasan dan untuk memperjelas tentang Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Pada PT.Tirta Fresindo Jaya (Mayora Grup) pasuruan bisa dikatakan belum optimal dengan uraian sebagai berikut:

Berdasarkan pendekatan masyarakat, pelaksanaan program Corporate Social Responsibility PT.Tirta Fresindo Jaya (Mayora Grup) pasuruan dapat dikatakan belum optimal. hal tersebut ditandai dengan rendahnya realisasi Corporate Social Responsibility yang hanya melakukan kegiatan pendidikan bahasa inggris. Sementara, banyak kegiatan lain yang sangat dibutuhkan masyarakat dalam rangka memberdayakan dirinya seperti usaha perbengkelan, jahit menjahit, keterampilan tangan dan lain sebagainya. kemudian, bantuan modal usaha yang diberikan PT.Tirta Fresindo Jaya (Mayora Grup)

tidak berupa uang tunai atau bantuan fasilitas lainnya yang dapat menunjang kehidupan masyarakat. realisasi bantuan modal usaha kepada masyarakat hanya dalam bentuk kerjasama dengan koperasi melalui penjualan barang bekas dengan harga lebih murah.

Berdasarkan pendekatan kegiatan pelestarian lingkungan, pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT.Tirta Fresindo Jaya (Mayora Grup) dapat dikatakan belum optimal. hal tersebut ditandai dengan rendahnya realisasi Corporate Social Responsibility PT.Tirta Fresindo Jaya (Mayora Grup) yang hanya dilakukan dengan bagi bagi bibit dan kerja bakti membersihkan selokan.

## References

- Kiroyan, Note, 2006, *Good Corporate Governance (GCG) Dan Corporate Social Responsibility (CSR)*, Adakah kaitan di antara keduanya. Jakarta *Economic Business Review* Edisi III September- Desember
- Kotler, Philip dan Nancy Lee, 2005, *Corporate Social Responsibility.: Doing the good for your cause*, Jakarta, Jakarta *Economic Business Review* Edisi III September-Desember
- Kriyantono, R. (2012). *Public Relation & Crisis Management: Pendekatan Critcal Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Group
- Robbins, Coulter, 2004. *Manajemen*, Edisi Indonesia, Jilid kesatu. Jakrta : PT. Indeks Group Gremedia.
- Undang-Undang Repoblik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 *Tentang Persoan Terbatas*. (2007). Jakarta:Depertemen Hukum dan Hak Asasi Manusia.
- Wibisono, Yusuf, 2007, *Membedakan Konsep dana aplikasi CSR*, Surabaya: Fascho Publishing.
- Istifaroh dan Subardjo. (2017). *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 6, No. 6. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Akuntansi Indonesia. Surabaya. ISSN: 2460-0585.
- Untung, (2014). *CSR Dunia Bisnis*, Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Septian, (2017). *Studi kasus Pelanggaran Etika Bisnis pada PT. Tirta Fresindo Jaya*.
- Sriayu dan Mimba. (2013). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure*. *E-Jurnal*. Hal, 326-344. Universitas Udayana. ISSN: 23028556.