

MODEL PEMETAAN CSR UNTUK MENUNJANG UKM MENDAPATKAN *ENTREPRENEUR* UNGGUL DAN *SUSTAINABLE* (STUDI UKM BATIK PEKALONGAN)

H.Ratnawati Dwi Putranti, SE, MM
ratna.tanti@yahoo.co.id
Jaluanto Sunu Punjul Tyoso, SE, M.COM
bestjalu@gmail.com

Abstraksi

Pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah saja, setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Dunia usaha berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangan pula faktor lingkungan hidup. Kini dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi aspek keuangan, aspek sosial, dan aspek lingkungan biasa disebut *triple bottom line*. Sinergi dari tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Penelitian ini untuk mengetahui model dari CSR dari UKM batik di Pekalongan. Penelitian ini dengan menggunakan penelitian kualitatif dengan triangulasi data. Data yang didapat diharapkan akan menjadi gambaran peneliti selanjutnya untuk pengembangan model CSR di UKM.

Kata Kunci : CSR, *Sustainable*, *Entrepreneur*, Keunggulan bersaing

ABSTRACT

Development of a country is not only the responsibility of government alone, every single human being to realize the role of social welfare and improving quality of life. The business community role is to encourage highly economic growth with environmental factors consideration as well. Now the business community is no longer just pay attention to the company's financial records alone (*single bottom line*), but has been covering the financial aspects, social aspects, and environmental aspects of the so-called triple bottom line. The synergy of these three elements is the key to the concept of sustainable development (*sustainable development*). This study to determine the model of CSR of SMEs Batik in Pekalongan. This study with other research using qualitative triangulation obtained data. Data expected to be overview of further research for the development of models of CSR in SMEs.

Keywords: CSR, *Sustainable*, *Entrepreneur*, competitive advantage

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan disektor usaha yang di akibatkan liberalisasi ekonomi, berbagai kalangan usaha yaitu : swasta, organisasi masyarakat, dan dunia pendidikan berupaya mempromosikan dan merumuskan yang menjadi tanggung jawab sosial

di sektor usaha , dalam hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan. Tetapi saat ini , disaat dunia dilanda perubahan, tekanan tengah menghimpit kalangan usaha oleh berbagai tekanan, mulai dari kepentingan untuk meningkatkan daya saing, tuntutan untuk

menerapkan *corporate governance*, hingga masalah kepentingan *stakeholder* yang makin meningkat. Oleh sebab itu, dunia usaha perlu mencari pola-pola kemitraan (*partnership*) dengan seluruh *stakeholder* agar dapat berperan dalam pembangunan, sekaligus meningkatkan kinerjanya agar tetap dapat bertahan dan bahkan berkembang menjadi perusahaan yang mampu bersaing. Upaya ini secara umum dapat disebut sebagai *corporate social responsibility (CSR)* atau *corporate citizenship* dan maksud dari kegiatan ini untuk mendorong dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitas usahanya supaya tidak berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidupnya, pada akhirnya dunia usaha diharapkan akan dapat bertahan secara berkelanjutan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang menjadi tujuan usaha. (Puji Harto 2012)

Beberapa tahun terakhir telah banyak perusahaan yang menyadari akan pentingnya menerapkan program *corporate social responsibility (CSR)* sebagai bagian dari strategi bisnis. Penerapan tanggung jawab sosial semakin mendapatkan perhatian oleh kalangan pelaku usaha karena meningkatnya kontrol sosial dan tindakan kritis dari masyarakat. (I Made Sudana 2011).

Menurut Guthrie dan Mathews (1985), salah satu informasi yang sering diminta untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan tersebut dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan

interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dimuat dalam laporan tahunan perusahaan atau dalam laporan tentang penerapan tanggung jawab sosial yang terpisah, dalam (I Made Sudana 2011).

Murwaningsari (2009) *CSR* memiliki kaitan erat dengan *good corporate governance*. Seperti dua sisi mata uang, keduanya memiliki kedudukan yang kuat dalam dunia bisnis namun berhubungan satu sama lain. Tanggung jawab sosial berorientasi kepada para *stakeholders*, hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip utama *good corporate governance* yaitu *responsibility*, sedangkan pengungkapan pelaksanaan tanggung jawab social perusahaan sejalan dengan prinsip transparansi.

jika perusahaan ingin bertahan maka perlu memperhatikan 3P, yakni bukan hanya *profit* yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif menjaga kelestarian lingkungan (*bumi*).

TINJAUAN PUSTAKA

Budaya dan *CSR Corporate social responsibility* dalam usaha

Setiap organisasi memiliki sebuah budaya (*culture*), dibentuk oleh sebuah pola dari keyakinan, harapan, dan arti yang memengaruhi dan mengarahkan pemikiran dan perilaku anggota organisasi tersebut. Budaya akan membentuk orang-orang yang ada didalamnya (Hartman 2008). Tidak ada satupun budaya, dalam perusahaan atau tempat lain yang statis. Budaya dapat berubah, namun mengubah budaya

tentu saja, akan berdampak terhadap semua hal. Seorang tidak dapat mengubah budaya perusahaan sendirian, tetapi pemimpin yang kuat dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap budaya. Beberapa elemen yang paling mudah dirasakan, seperti sikap dan perilaku, merupakan bagian kecil dari elemen yang menyusun budaya. Budaya dapat mendorong beberapa tipe perilaku dalam pengambilan keputusan. Perilaku peduli pada lingkungan saat

ini juga telah bertumbuh kembang, sebagai contohnya adalah limbah dipikirkan untuk diolah kembali, penggunaan bahan-bahan ramah lingkungan, dan pemanfaatan masyarakat sekitar. Pada UKM batik di Pekalongan pewarnaan tekstil sebagian dilakukan dengan warna-warna dari bahan alami.

Ketika berbicara mengenai pengambilan keputusan, akan mudah memahami sebagai proses pertimbangan yang mendalam dan masuk akal dimana seseorang secara sadar mempertimbangkan setiap alternative sebelum bertindak.

Budaya etis yang etis dapat juga memiliki dampak langsung dan praktis pada laba/hasil akhir (*bottom line*). Jika memang diusahakan dan didukung, budaya etis yang kuat dapat menjadi alat pencegah terhadap kerugian yang akan menimpa para pemegang kepentingan perusahaan dan meningkatkan laba yang berkelanjutan (Hartman 2008).

Ada dua tipe budaya perusahaan, budaya berdasarkan kepatuhan (*compliance-based culture*) dan budaya berdasarkan nilai (*values-based culture*) atau budaya berdasarkan integritas. Perusahaan yang memiliki budaya dianggap sebagai lingkungan perusahaan yang *flexible*. Budaya berdasarkan nilai adalah

budaya yang memperkuat seperangkat nilai tertentu dari pada seperangkat peraturan tertentu, yang diwujudkan dalam tanggung jawab social perusahaan.

Tanggung jawab social pada perusahaan salah satunya diwujudkan dalam program *Corporate social responsibility-CSR*.

Secara umum, CSR mencakup sebagai tanggung jawab yang dimiliki perusahaan kepada masyarakat dimana perusahaan itu beroperasi. European Commission mendefinisikan CSR suatu konsep dimana perusahaan memutuskan dengan sukarela untuk berkontribusi demi masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih. Secara khusus CSR menyuarakan

bahwa perusahaan dan memasukan kebutuhan dan nilai-nilai mereka ke dalam proses pengambilan keputusan strategis dan operasional perusahaan. (Hartman 2008)

Wineberg dan Rudolph memberi definisi CSR sebagai: “*The contribution that a company makes in society through its core business activities, its social investment and philanthropy programs, and its engagement in public policy*”

(Wineberg,2004:72) Selanjutnya dikatakan oleh Mardjono Reksodiputro bahwa konsep CSR itu memang agak tumpang tindih, (*overlap*) dengan konsep (*good*) *corporate governance* dan konsep etika bisnis (Reksodiputro, 2004). Sedangkan Schermerhorn (1993) memberi definisi CSR sebagai suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal (Schermerhorn, 1993).

CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nuryana, 2005). Beberapa nama lain yang memiliki kemiripan atau bahkan sering diidentikkan dengan CSR ini antara lain Pemberian/Amal Perusahaan (*Corporate Giving/Charity*), Kedermawanan Perusahaan (*Corporate philanthropy*), Relasi Masyarakat Perusahaan (*Corporate Community/Public Relations*), dan Pengembangan Masyarakat (*Community Development*). Keempat nama itu bisa pula dilihat sebagai dimensi atau pendekatan CSR dalam konteks Investasi Sosial Perusahaan (*Corporate Social Investment/Investing*) yang didorong oleh spectrum motif yang terentang dari motif “amal” hingga “pemberdayaan” (Brilliant, 1988: 299-313).

Tanggungjawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan dapat didefinisikan sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Aggraini, 2006).

Tanggung jawab sosial secara lebih sederhana dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dimana dalam proses pengambilan keuntungan tersebut seringkali perusahaan menimbulkan kerusakan lingkungan ataupun dampak sosial lainnya.

II.2.Implementasi konsep *sustainable development* dalam Program CSR

Masih banyak perusahaan tidak mau menjalankan program-program CSR karena melihat hal tersebut hanya sebagai pengeluaran biaya (*cost center*). CSR memang tidak memberikan hasil secara keuangan dalam jangka pendek. Namun CSR akan memberikan hasil baik langsung maupun tidak langsung pada keuangan perusahaan di masa mendatang. Dengan demikian apabila perusahaan melakukan program-program CSR diharapkan keberlanjutan perusahaan akan terjamin dengan baik. Oleh karena itu, program-program CSR lebih tepat apabila digolongkan sebagai investasi dan harus menjadi strategi bisnis dari suatu perusahaan.(Lesmana 2006). Sehingga pada akhirnya keberlanjutan yang diharapkan akan dapat terimplementasi berdasarkan harapan semua stakeholder.

II.3.Program CSR harus Sustainable

Pada saat ini telah banyak perusahaan di Indonesia, khususnya perusahaan besar yang telah melakukan berbagai bentuk kegiatan CSR.

Di Indonesia CSR masih merupakan kegiatan yang bersifat pengabdian kepada masyarakat ataupun lingkungan yang berada tidak jauh dari lokasi tempat usaha melakukan kegiatannya. Dan sering kali kegiatannya belum dikaitkan dengan tiga elemen yang menjadi kunci dari pembangunan berkelanjutan tersebut. Namun hal ini adalah langkah awal positif yang perlu dikembangkan dan diperluas hingga benar-benar dapat dijadikan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang benar-benar sustainable. Selain itu program CSR baru dapat menjadi berkelanjutan apabila, program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri.

Tentunya tanpa adanya komitmen dan dukungan dengan penuh antusias dari karyawan akan menjadikan program-program tersebut bagaikan program penebusan dosa dari pemegang saham belaka. Dengan melibatkan karyawan secara intensif, maka nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan.

Melakukan program CSR yang berkelanjutan akan memberikan dampak positif dan manfaat yang lebih besar baik kepada perusahaan itu sendiri maupun para *stakeholder* yang terkait. Program CSR yang berkelanjutan diharapkan akan dapat membentuk atau menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri. Setiap kegiatan tersebut akan melibatkan semangat sinergi dari semua pihak secara terus menerus membangun dan menciptakan kesejahteraan dan pada akhirnya akan tercipta kemandirian dari masyarakat yang terlibat dalam program tersebut.

Program CSR tidak selalu merupakan promosi perusahaan yang terselubung, bila ada iklan atau kegiatan PR mengenai

program CSR yang dilakukan satu perusahaan, itu merupakan himbuan kepada dunia usaha secara umum bahwa kegiatan tersebut merupakan keharusan/tanggung jawab bagi setiap pengusaha. Sehingga dapat memberikan pancingan kepada pengusaha lain untuk dapat berbuat hal yang sama bagi kepentingan masyarakat luas, agar pembangunan berkelanjutan dapat terealisasi dengan baik. Karena untuk menciptakan masyarakat yang sejahtera dan mandiri semua dunia usaha harus secara bersama mendukung kegiatan yang terkait hal tersebut. Dimana pada akhirnya dunia usaha pun akan menikmati keberlanjutan dan kelangsungan usahanya dengan baik

METHODE PENELITIAN

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, mengikuti konsep yang diberikan Miles and Huberman dan Spradley dalam (Sugiyono 2012). Bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas, dan datanya sampai jenuh. Aktivitasnya yaitu data *reduction*, data *display*, dan data *conclusion drawing/verification*. sebagai Keyinforman adalah pemilik usaha batik yang bersekalanya UKM di daerah pekalongan yang berjumlah dua orang dan satu orang pelanggan batik.

PEMBAHASAN

5.1. Hubungan dualitas entitas bisnis dan lingkungan usaha

Pada era percaturan bisnis moderat, hubungan bisnis dan lingkungan usaha tidak bisa dipisahkan, sebab lingkungan usaha memberi pengaruh terhadap entitas bisnis yang terjadi melalui proses operasional bisnis. Jika entitas bisnis

ini tumbuh, maka akan berkontribusi pada peningkatan pendapatan para karyawannya, seperti peningkatan daya beli.

Jika daya beli terdongkrak, maka akan berdampak pada bergeraknya sector ekonomi, meningkatnya kualitas pendidikan dan kesehatan, merangsang tumbuhnya pemasok lokal, dan lainnya. Jadi hubungan antara entitas bisnis dan lingkungan usaha, sangat erat dan saling pengaruh terus menerus. Secara analitis pengajar di Universitas Harvard, Michael Eugene^[1] Porter, menjelaskan, bahwa suatu lingkungan usaha disebut kompetitif apabila

Ada empat elemen dalam analisisnya dalam kondisi terbaik atau unggul, yaitu faktor input, persaingan usaha dan kerjasama, kondisi permintaan serta industry pemasok dan terkait Keempat elemen ini saling berhubungan dan berkaitan, masing-masing bergantung satu-sama lain untuk mencapai kondisi lingkungan usaha ini unggul. Karena itu, tidak cukup ditopang oleh kondisi factor keunggulan salah satu atau hilangnya salah satu dari keempat elemen tersebut untuk mencapai keunggulan sempurna di lingkungan usaha.

Dalam industry unggul maka perekonomian mudah bergerak, karena infra struktur dan utilitas bisnis efisien, system pemerintahan efektif, kepastian dan kekuatan hukum berjalan, perijinan mudah, skema kredit tersedia beragam dan mudah diakses oleh siapapun yang memenuhi syarat, system politik stabil, keamanan terjamin, dan lainnya.

Dalam situasi seperti itu, mungkinkah pertumbuhan entitas bisnis akan terhambat? Sudah pasti sebaliknya, entitas bisnis akan tumbuh sehat, sector swasta yang kuat akan memberikan kontribusi signifikan pada kesejahteraan.

5.2. CSR Strategis Menumbuhkan Lingkungan Usaha Kompetitif

perusahaan-perusahaan dengan penerapan CSR terstruktur dan sistematis, memiliki kontribusi pada lingkungan usaha dimana perusahaan itu berada.

Jika sistem yang mendukung terbentuknya lingkungan dan dunia usaha bersahabat, maka pelaku usaha akan terdorong untuk memiliki kinerja yang baik. Perusahaan akan terdorong untuk melakukan tata kelola perusahaan secara transparan, akuntabel, serta terdorong untuk berhubungan baik dengan pekerjanya.

Perusahaan juga akan terdorong untuk memastikan konsumen menerima produk dan jasa terbaik, karena semuanya memiliki sistem dan konsekuensi hukum dari kelalaian perusahaan jika mengabaikan konsumen, dan para karyawannya.

Dengan pemahaman seperti ini, kasus kerusuhan buruh di Batam pada Mei lalu tidak akan terulang jika pemerintah secara tegas menindak perilaku perusahaan yang diskriminatif kepada sekelompok karyawannya. Begitupun, dengan kasus perusahaan media televisi Indosiar, yang terjadi ketidaksepahaman antara kewajiban perusahaan dan hak pekerja untuk menciptakan kesejahteraan perusahaan.

Kedua belah pihak memiliki tujuan sama, namun memiliki cara pandang yang berbeda sehingga menyebabkan putus jalur komunikasi yang fair dan menyebabkan PHK di kalangan karyawan. (pelarangan terhadap pembentukan serikat pekerja) kemudian menjadi isu utama yang diangkat kalangan karyawan, sementara pihak perusahaan memilih untuk menerapkan sistem perusahaan yang berlaku tanpa mengindahkan gejala perubahan yang terjadi.

Karena itu, dalam hal tersebut pemerintah perlu secara tegas memutuskan agar perusahaan tidak semena-mena melakukan PHK dan menghilangkan hak-hak

karyawan untuk berserikat. Hal itu semua perlu memperoleh perhatian pemerintah, agar tercipta lingkungan usaha yang fair dan kompetitif. Jika kasus tersebut dibiarkan oleh pemerintah, maka hal itu akan menghilangkan niat dan motivasi perusahaan untuk mengadopsi CSR, karena pemerintah dianggap membiarkan kesewenangan atau kesalahan terjadi.

Hal lain, kaitan dengan iklim usaha yaitu rencana pemerintah untuk menerbitkan Permendagri tentang pedoman dalam pengawasan program CSR dari tingkat propinsi hingga desa, dengan membentuk forum komunikasi pemerintah, dunia usaha dan masyarakat. Rencana permendagri ini secara substansial bermasalah, dan akan berakibat pada biaya ekonomi tinggi. Ini akan mempengaruhi gangguan pada iklim usaha di bidang industry pertambangan dan energy, manufaktur, dll. Padahal Indonesia saat ini sangat membutuhkan kehadiran investasi untuk menggerakkan perekonomian.

Pada akhirnya, saat ini yang dibutuhkan oleh bangsa Indonesia adalah sikap ketegasan dan konsistensi pemerintah dalam menciptakan iklim usaha yang kompetitif. Hal ini perlu agar perusahaan sebagai pelaku utama pembangunan perekonomian dapat bergerak menuju keunggulannya.

Tidak ada bangsa yang unggul, jika perusahaan itu tidak unggul. Cara yang harus ditempuh oleh pemerintah adalah, mengusahakan sekuat tenaga segala daya dan upaya membentuk lingkungan usaha agar lebih banyak entitas bisnis yang unggul tumbuh dengan mengadopsi CSR.

5.3. Pemanfaatan limbah untuk pengendalian dampak lingkungan

Pada Industri batik di Pekalongan salah satu masalah yang muncul adalah

sisanya atau limbah yang terjadi karena proses produksi, tetapi hal ini oleh pengusaha batik pekalongan dapat diantisipasi dengan daur ulang beberapa produk limbah dari hasil produksi. Produk yang dihasilkan dari suatu kegiatan industri

selain menghasilkan produk yang diinginkan, juga menghasilkan limbah. Pada industri batik selain menghasilkan kain batik sebagai produk yang diinginkan, juga menghasilkan limbah padat, gas dan cair (*unwanted product*). Industri batik merupakan industri penghasil limbah cair yang sangat besar dan kompleks karena proses produksinya menghasilkan bermacam-macam air limbah. Air limbah pada industri batik dapat dengan mudah dikenal karena warnanya yang berasal dari bahan pewarna yang digunakan pada proses pembuatan batik. Cemaran warnanya

bervariasi baik jenis dan jumlahnya sesuai dengan kapasitas produksinya. Zat warna yang paling banyak digunakan adalah a) Zat warna moni-azon asam turunan benzonaphthalene, b) Zat warna mono-azo asam turunan azonaphthalene, c) zat warna langsung dan d) zat warna reaktif. Sedangkan deterjen yang banyak digunakan untuk pencucian meliputi deterjen kationik dan nonionik. Perubahan penggunaan kanji dengan polyvinil alkohol (PVA) semakin menambah berat badan air limbah yang ada (Sumantri, et al., 2006).

Pada umumnya para pembatik dapat mendaur ulang sisa malam yang telah digunakan menjadi malam baru yang dapat dipakai kembali. Setelah batik dilorod (direbus), maka malam akan terlepas dari kain dan terdapat di permukaan air. Hal ini terjadi karena malam (lilin) yang merupakan lemak memiliki massa jenis lebih kecil dari air. Jika air telah dingin maka malam pun akan beku dan dapat diambil. Diusahakan air yang terbawa seminimal mungkin, kemudian malam

bekas tersebut dicampur dengan BPM (Paraffin/kendal) yang merupakan sisa/ampas dari pembuatan minyak goreng. Bahan lainnya adalah Gondorukem yaitu getah pohon pinus. Jika ingin membuat batik dengan motif garis yang sangat tipis dan halus (ngawat) maka dapat dicampur dengan damar yaitu getah dari pohon meranti. Semua bahan tersebut direbus hingga larut semua yaitu sekitar 5-7 jam. Setelah itu malam yang telah jadi dicetak dan siap digunakan. atau digunakan dalam teknik pembuatan batik. Salah satu jenis teknik pembuatan batik yang cukup unik adalah batik remukan. Disebut remukan karena proses pembuatan batik ini telah dimodifikasi, yaitu dengan memecahkan malam pada pola batik yang telah kering, sehingga pada proses pencelupan warnanya meresap pada retakan malam yang telah terbentuk.

5.4. Penggunaan Tenaga Kerja

Tenaga kerja pada industri UKM batik di Pekalongan mempunyai keberagaman dalam segi usia secara ekstrim. Usia 60 thn keatas sebagai pembatik atau usia 15-20thn. Pekerja anak masih berlaku di UKM pekalongan tetapi hal ini tidak dianggap sebagai eksplorasi karena mereka melakukan karena tradisi setempat yang membiasakan anak-anak mengenal batik sejak kecil. Selain itu masih banyak dikalangan orang tua yang kurang menyadari pentingnya pendidikan lebih lanjut untuk anak-anak. Sehingga mereka mengizinkan anak-anak untuk bekerja di industri batik dan biasanya ini untuk anak-anak perempuan.

Para pengusaha yang telah mapan memberikan csrnya diantaranya adalah penediaan lapangan kerja dan juga memberikan dana bantuan bagi karyawan yang akan melanjutkan pendidikan formalnya. Hal ini dinyatakan oleh mbak Wiedayati:

Untuk pengusaha batik yang telah maju sangat mendorong anak-anaknya memempuh pendidikan tinggi, tetapi uniknyanya setelah mereka menyelesaikan

pendidikan tingginya mereka jarang yang meneruskan usaha orang tuanya tetapi malah mereka menjadi pegawai. Hal ini yang kemungkinan menyebabkan keberlanjutan lebih dari dua generasi menjadi sulit ditemui.

5.4. Kegiatan Sosial

Kegiatan social dilakukan dalam berbagai cara, diantaranya untuk pengusaha batik yang mempunyai lahan cukup akan menyediakan tempat untuk berkumpul masyarakat setempat untuk saling bersosialisasi dan ada pula yang menyediakan guru tari tradisional untuk melatih anak-anak dan remaja daerah sekitar. Dan bila bulan puasa akan mengadakan buka bersama. Pemimpin (pemilik) usaha batik pesisir juga menduduki jabatan social serta telah mendapatkan penghargaan social.

5.4. Peningkatan pelayanan Konsumen

Melayani konsumen dengan senang hati, sabar, mencoba mengerti apa yang dibutuhkan oleh mereka bagi mereka adalah hal yang dicoba untuk diterapkan karena dengan pelayanan yang baik merupakan materi promosi yang sangat berguna untuk keberlanjutan usaha para UKM batik. Tetapi hal ini kurang didukung oleh pelatihan karyawan untuk melayani para konsumen.

Selain pelayanan langsung pengusaha batik juga memberikan pembayaran dengan system tempo yang biasanya dua bulan. Biasanya para pelanggan mempunyai ketertiban dalam pembayaran tetapi ada juga beberapa konsumen yang bermasalah dalam hal pembayaran, untuk menganihnya biasanya diberikan barang yang tidak terlalu banyak. VI.1. Implikasi teori

Di negara-negara maju seperti Amerika Serikat atau negara-negara Eropa, loyalitas pelanggan pada produk mencerminkan apakah perusahaan melakukan tanggung jawab secara sosial.

Di Indonesia, kurangnya survei pada perspektif konsumen pada tanggung jawab sosial perusahaan.

Namun, pengamatan umum menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Indonesia sangat sadar harga, sementara kurang perhatian pada "standar etika" (misalnya eco-labeling, pekerja anak). Kondisi ini tidak memberikan pelajaran ke produsen, khususnya usaha kecil yang memperoleh margin keuntungan sangat kecil. Sementara 90% dari ekonomi Indonesia didorong oleh usaha mikro/kecil, advokasi berkelanjutan diperlukan untuk mempromosikan manfaat bottom-line CSR.

Keragaman budaya lokal di sekitar wilayah operasi perusahaan sering membutuhkan waktu dan usaha untuk belajar dan beradaptasi. Pada satu sisi, masyarakat setempat sering memiliki harapan besar pada perusahaan membantu dalam berbagai aspek kehidupan mereka maka atas ketergantungan kepada perusahaan. (Koestoeer 2007)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hingga akhir tahun 2011 implementasi kebijakan penanganan limbah batik di Kota Pekalongan telah berjalan dengan kurang baik. Kebijakan ini sebenarnya dapat memberikan manfaat yang besar bagi terciptanya kelestarian lingkungan hidup sekitar. Akan tetapi dalam pelaksanaan kebijakan terdapat hambatan-hambatan seperti jumlah limbah batik semakin meningkat seiring berkembangnya industri, masuknya limbah batik yang berasal dari Kabupaten Pekalongan, biaya untuk penanganan limbah batik membutuhkan biaya yang sangat besar. Sementara itu baik dari pengusaha batik maupun masyarakat menyatakan setuju apabila kebijakan penanganan limbah batik di Kota Pekalongan sangat perlu dilanjutkan karena mempunyai tujuan yang baik untuk mencapai kesejahteraan masyarakat melalui penanganan limbah batik yang

sudah mencemari sungai (Hertanto 2012).

Tidak terdapat proses rekrutmen bagi pekerja yang ingin bekerja pada industri kecil maupun industri besar. Hanya saja dalam proses sosialisasi pekerja terdapat perbedaan antara industri kecil dan industri besar yang dilakukan penyebaran informasi dari mulut ke mulut tetangga atau saudara-saudara terdekat. Orang yang ingin bekerja tidak dilakukan seleksi atau persyaratan khusus untuk dapat bekerja di industri batik. Akan tetapi, faktor umur (lansia) juga menjadi pertimbangan bagi pengusaha industri batik. Sedangkan pada industri besar terdapat proses rekrutmen pekerjanya yaitu dilakukan sosialisasi dengan cara membuat pengumuman tertulis dan disebarluaskan kepada masyarakat secara luas di

Praktik terbaik tentang CSR biasanya membutuhkan komitmen yang kuat dari manajemen puncak, pengaturan konsisten kebijakan dan penegakan hukum, pengembangan program yang baik (berdasarkan penilaian sesuai kebutuhan stakeholder), pelaksanaan program akuntabel, dan 3 Praktik-praktik bisnis terbaik disusun oleh IBL (2000) dari mitra perusahaan. Hal ini saat ini digunakan sebagai acuan utama dalam mempromosikan good corporate citizenship di Indonesia

Faktor-faktor berikut menentukan keberhasilan pelaksanaan praktik CSR: i) intensitas motif untuk bertanggung jawab secara sosial, ii) visi kepemimpinannya di kantor pusat dan lokal, dan iii) waktu dan energi itu bersedia untuk menghabiskan untuk memahami pemangku kepentingan masalah (Malkasian, 2004). Motif untuk bertanggung jawab secara sosial: Alasan internal mengacu pada niat perusahaan untuk meningkatkan bisnis sementara merasa baik untuk menjadi bagian dari pengembangan masyarakat. Menjadi konsisten dengan visi dan misi perusahaan, perusahaan juga mengharapkan beberapa manfaat keuangan

. Citra baik dan reputasi, serta dukungan mendapatkan dalam menjalankan operasinya (lisensi sosial untuk beroperasi) juga motivasi umum perusahaan di Indonesia.

VI.2. Uraian Model

Industri batik UKM pekalongan telah melaksanakan CSR, berbagai tindakan CSR telah dilakukan diantaranya Pemberian amal, kedermawanan perusahaan, relasi kemasyarakatan, pengembangan masyarakat, pengelolaan tenaga kerja, pengelolaan limbah yang masih perlu perhatian dan peningkatan pelayanan pada konsumen.

Pemberian amal dan kedermawanan perusahaan dapat diwujudkan dalam berbagai cara, member sumbangan kepada panti asuhan. Untuk perusahaan batik yang telah mapan diberikan rutinitas waktu (satu tahun 1-2 Kali). Hubungan dengan masyarakat sekitar dijalin baik dibuktikan dengan karyawan diambil dari lokasi disekitar perusahaan itu berdiri selain memberdayakan masyarakat setempat juga memberikan kemudahan akses untuk transportasi karyawan. Kepedulian pengembangan masyarakat dilakukan dengan kepedulian untuk pendidikan formal bagi karyawan yang ingin melanjutkan jenjang pendidikannya. Biala tidak dapat membantu sepenuhnya akan diberikan sebagian atau diberikan ijin waktu untuk menempuh pendidikan. Karena mereka yakin dengan tingkat pendidikan yang baik akan dapat meningkatkan cara pandang dan kualitas hidup yang lebih baik.

Pengelolaan tenaga kerja mempunyai keunikan tersendiri karena penggunaan anak dibawah umur diperkenankan tanpa adanya paksaan. Karyawan dibawah umur merasa bahwa membuat batik adalah tradisi yang harus dilestarikan sehingga membuat batik bukanlah beban tetapi hal yang menyenangkan bagi karyawan di bawah umur yang umumnya adalah anak perempuan usia 15thm-17 thn.

Bila tidak membuat mereka melakukan pekerjaan “ngeblat” atau menurun gambar dengan cara menggunakan karbon untuk menindas gambar. Pembayaran karyawan yang melakukan pekerjaan ditempat sekitar Rp.500.000-Rp 800.000 sesuai dengan ketrampilannya. Pengelolaan tenaga kerja akan berhubungan dengan dimensi social ekonomi yaitu pembangunan social ekonomi yang lebih mapan hak karyawan juga mendapatkan perhatian, serta lingkungan kerja yang yaman dan sehat. Dalam pelaksanaan CSR peran pemimpin juga penting karena semakin tinggi pendidikan pemimpin akan semakin menyadari pentingnya CSR di satu perusahaan karena akan menyebabkan perluasan jejaring yang akan menyebabkan hubungan konsumen terus berkelanjutan.

Pengelolaan limbah harus menjadi perhatian yang cukup serius oleh para pengusaha, karena limbah cair dibuang begitu saja sehingga dalam jangka panjang dapat menyebabkan kerusakan lingkungan atau pencemaran air. Tetapi untuk mengelola limbah “malam” sudah dapat diatasi dengan pengolahan kembali sehingga secara ekonomis dapat diperhitungkan. Pengelolaan limbah tidak hanya pada proses akhir tetapi focus pada proses yang ramah lingkungan untuk itu dikembangkan model pewarnaan dengan menggunakan zat alami.

Peningkatan pelayanan pada konsumen akan sangat berhubungan dengan kesuksesan bisnis yang terdiri dari tata kelola, penggerak keuangan, hubungan dengan kepentingan perusahaan dan kinerja keuangan.

Dari temuan penelitian diatas, maka dalam penelitian ini ditemukan model CSR untuk mendapatkan entrepreneur yang unggul dan sustainable dari UKM batik di Pekalongan. Penelitian ini tidak dapat di generalisasi pada UKM yang lain dan pada daerah yang lain karena hal itu perlu penelitian lagi.

KESIMPULAN DAN SARAN

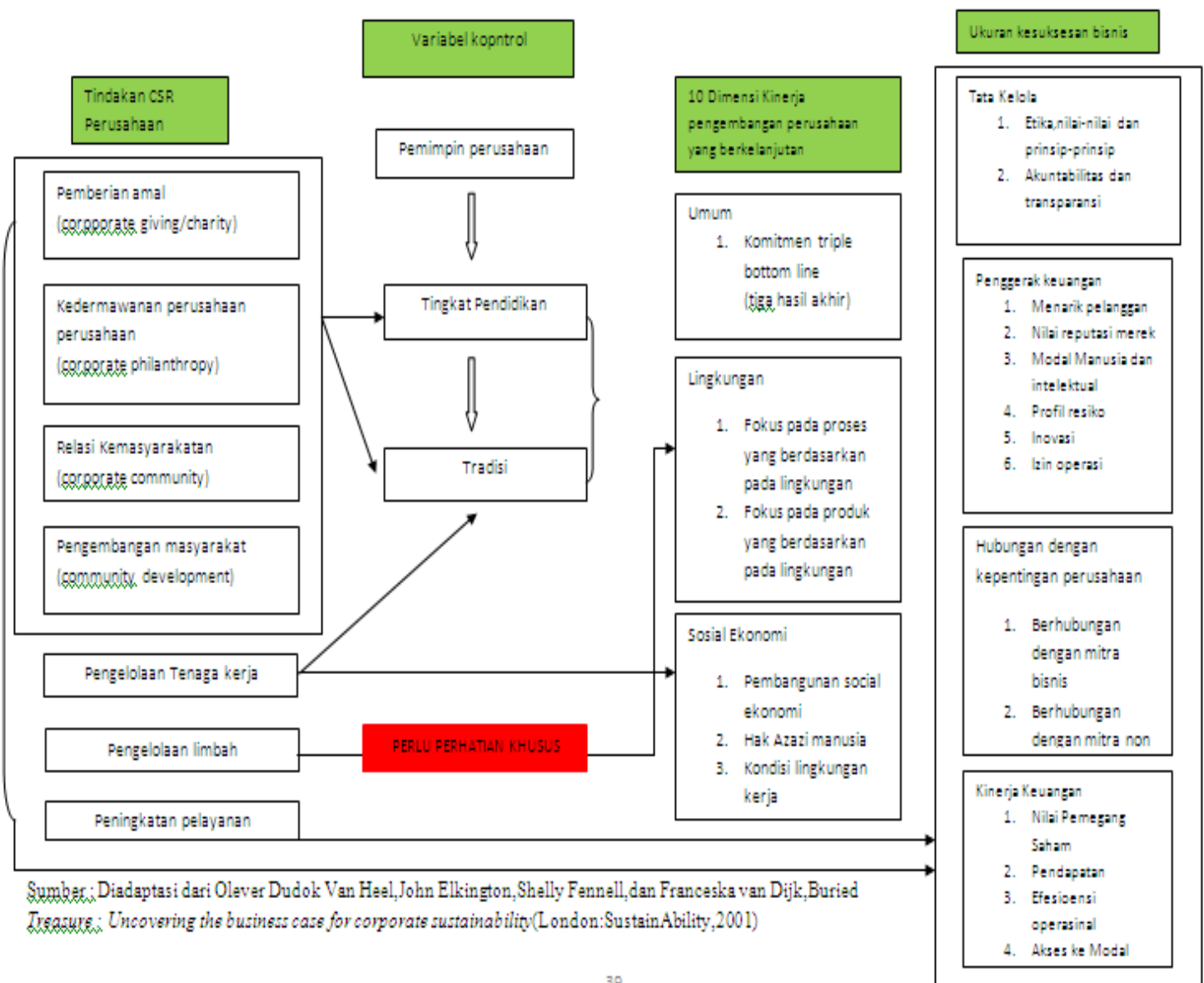
1. Kesimpulan

Memberikan pemahaman tentang tanggung jawab sosial perusahaan terutama untuk UKM batik di Pekalongan mendapatkan *entrepreneur* yang unggul. Faktor yang mempengaruhi UKM batik pekalongan dalam melaksanakan kegiatan CSR agar *sustainable* bagi usahanya adalah hubungan antara tindakan perusahaan (pemberian amal, kederawanan perusahaan, relasi kemasyarakatan pengembangan masyarakat berhubungan dengan kesuksesan bisnis (tata kelola, penggerak keuangan, hubungan dengan kepentingan perusahaan dan kinerja keuangan). Pengelolaan Tenaga kerja berhubungan dengan tradisi dan social ekonomi masyarakat setempat, pengelolaan limbah harus mendapatkan perhatian yang lebih karena masih kurang diperhatikan dan peningkat pelayanan kepada konsumen berpengaruh pada kesuksesan bisnis pada UKM batik di Pekalongan.

2. Saran

Dari kontribusi praktis dan manajerial, penelitian ini bermanfaat, terutama bisnis UKM batik di Pekalongan. Bisnis dapat mencapai tujuannya dengan pemahaman tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja bisnis, dukungan kegiatan sosial sehubungan dengan manfaat pemangku kepentingan, dengan lebih banyak pelatihan tenaga kerja dan komunikasi sosial yang memiliki efek pada kinerja bisnis. Untuk bisnis UKM batik Pekalongan, mereka harus berusaha untuk mencari pendekatan atau strategi untuk mengembangkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan untuk membangun citra diferensial atau menghargai ceruk pasar. Pemimpin usaha harus menyadari pentingnya kegiatan sosial perusahaan yang strateginya akan disesuaikan dengan pengalaman

perusahaan , ukuran perusahaan dan lingkungan eksternal.



Sumber: Diadaptasi dari Olever Dudok Van Heel, John Elkington, Shelly Fennell, dan Francesca van Dijk, *Buried Treasures: Uncovering the business case for corporate sustainability* (London: SustainAbility, 2001)

Hartman, D., Ed. (2008). Etika Bisnis. Pengambilan Keputusan untuk Integritas Pribadi&Tanggung jawab sosial. Jakarta, Penerbit Erlangga.

Hurtz, G.M. and Williams, K.J., "Attitudinal and Motivational Antecedents of Participation in Voluntary Employee Development Activities", *Journal of Applied Psychology*, Volume 94, Number 3, Pages 635-653, 2009.

<https://www.google.co.id/#q=produksi+batik+pekalongan&revid=174840895>

DAFTAR PUSTAKA

Aditya Panta Hertanto (2012). Implementasi Kebijakan Penanganan Limbah Batik Di Kota Pekalongan

Anggraini, F.R.R, 2006, Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa efek Jakarta), Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang.

Chuntarung, N., Global Business Citizenship and Export Performance: an Empirical Study of Foreign MNEs in Thailand, Thesis (Ph.D. Management), Mahasarakham University, 2010.

De George, R. T., Ed. (1986). Business Ethics. New York, Mac-Millan Publishing Company.

Genn, H., Partington, M., Wheeler, S., Law in the Real World : Improving Our Understanding of How Law Works, Final Report and Recommendations. Available from: <http://www.ucl.ac.uk/law/inquiry> (accessed 03.03.07.), 2006.

I Made Sudana, P. A. A. W. (2011). "CORPORATE GOVERNANCE DAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN GO-PUBLIC DI BURSA EFEK INDONESIA " *urnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 4, No. 1, April*.

Kemp, M. (Number 6 December 2001). "Corporate Social Responsibility in Indonesia Quixotic Dream or Confident Expectation? ." Technology, Business and Society Programme Paper

Kemp, S. and Dwyer, L., "Mission Statements of International Airlines : a Content Analysis", *Tourism Management, Volume 24, Pages 635-653, 2003*

Kodrat, D. S., Ed. (2009). Manajemen Strategi membangun keunggulan Bersaing Era Global di Indonesia Berbasis Kewirausahaan. Yogyakarta, Graha ilmu.

Kotler, P. and Lee N.R., Social Marketing: Influencing Behavior for Good, 3rd Ed., Sage Publication, 2008.

- Kolk, A and Pinkse, J., “Stakeholder Mismatch and Corporate Social Responsibility Crises”, *European Management Journal*, Volume 24, Number 1, Pages59-72, 2006
- Lesmana, T. (2006). Program Corporate Social Responsibility yang Berkelanjutan MAJALAH LENSEA ETF EKA TJIPTA FOUNDATION]. **EDISI 1 NOV**
- Lee, K-H. and Shin, D., “Consumers Responses to CSR activities:The linkage Between Increased Awareness and Purchase Intention”, *Public Relations Review*, Volume 36, Pages 193–195, 2010.
- Laabs, J.J. “Corporate Volunteerism Yields More than Good Feelings”, *Personnel Journal*, Volume 72, Number 11, Pages 20–21, 1993.
- Lozano, J.M., “Towards the Relational Corporation : from Managing Stakeholder Relationships to Building Stakeholder Relationships (waiting for Copernicus)”, *Corporate Governance*, Volume 5, Number 2, Pages 60-77, 2005.
- Malach, S., Robinson, P. and Radcliffe, T., “Differentiating Legal Issues by Business Type”, *Journal of Small Business Management*, Volume 44, Number 4, Pages563-576, (Oct 2006).
- Potter, M., E, Ed. (1991). Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing. Terjemahan. Jakarta, Erlangga.
- Prayogo, D. (2011). "Evaluasi Program *Corporate Social Responsibility* Dan *Community Development* Pada Industri Tambang Dan Migas "
- Makara, Sosial Humaniora* Vol. 15, No. 1: 43-58.
- Puji Harto, S., MSi, Ak (2012). "Tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR) memegang peranan penting sebagai bagian dari proses pembangunan yang berkelanjutan (sustainable development). Kajian Terhadap Hubungan antara Orientasi Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Sosial Perusahaan pada UKM di Jawa Tengah " **Proceeding Seminar Nasional Akuntansi - Bisnis (SNAB) 2012**
- Porter, M.E. (1990, 1998) "*The Competitive Advantage of Nations*", Free Press, New York, 1990.
- Robin, S.P. and M. Coulter., Management, 7th ed. Pearson Education, Inc, 2002.
- Sugiyono, P., Dr, Ed. (2012). Pemahami Penelitian Kualitatif. Bandung, ALFABETA.
- Sumantri, I., Sumarno, A. Nugroho, Istadi, dan L. Buchori. 2006. **Pengolahan Limbah Cair Industri Kecil Batik dengan Bak Anaerobik Bersekat (Anaerobic Baffled Reaktor)**. Undip Semarang. Download www.undip.ac.id. Tanggal 09 Maret 2006.
- Yuliandani, R. (2011). Analisis Struktur nafkah dan Penghidupan Rumah Tangga Pekerja batik tulis Tradisional (Studi Sosio-Ekonomi Dua Tipe Industri Batik di Kota pekalongan Propinsi Jawa Tengah). Bogor, Institut Pertanian Bogor.
- Yanti Triwadiantini Koestoer, 2007, Corporate Social Responsibility in Indonesia (Building internal corporate values to address challenges in CSR

Implementation), Paper presnted
at the seminar on good corporate
and social Governace in promoting
ASEAN's Regional imtegration,17
January 2007,Asian Secretariat,
Jakarta,Indonesia

Olever Dudok Van Heel,John
Elkington,Shelly Fennell,dan
Franceska van Dijk,Buried
Treasure : Uncovering the business
case for corporate
sustainability(London:SustainAbilit
y,2001)