

Implementasi Nilai Humanisme Dalam Penerapan *Corporate Social Responsibility*

Ismail R. Noy [✉], Siti Mariani², Entar Sutisman³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi, Jurusan Akuntansi, Universitas Yapisi Papua

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan nilai humanisme di PT. Bosowa Corporation. CSR merupakan salah satu bentuk tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan yang terdiri dari konsep 3P (profit, people, planet). PT. Bosowa Corporation menerapkan nilai humanisme dalam aktivitasnya untuk memberikan manfaat bagi perusahaan seperti memberikan citra positif dan keberlanjutan usaha bagi perusahaan. Penelitian ini memberikan tiga saran untuk perusahaan, yaitu: (1) membuat pedoman tentang prosedur pelaksanaan kegiatan CSR agar divisi yang menjalankan kegiatan CSR dapat terstruktur dengan baik dan tidak menyalahi aturan perusahaan, serta meningkatkan komitmen jajaran manajemen perusahaan dalam mengembangkan dan terus menjalankan kegiatan CSR; (2) meningkatkan nilai humanis agar hubungan dengan masyarakat terus berjalan harmonis dan memberi citra positif bagi perusahaan yang peduli terhadap masyarakat serta lingkungan; dan (3) memperhatikan kondisi lingkungan sekitar dalam menjalankan kegiatan CSR dan lebih bijaksana dalam memilih kegiatan CSR yang akan dilaksanakan..

Kata Kunci: *Prinsip Akuntansi Islam, Prinsip Khusus Akuntansi Syariah, Laporan Keuangan, Akuntansi Zakat.*

Abstract

his research discusses the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) and the value of humanism at PT Bosowa Corporation. CSR is a form of corporate social responsibility towards society and the environment which consists of the 3P concept (profit, people, planet). PT Bosowa Corporation applies the value of humanism in its activities to provide benefits for the company such as providing a positive image and business sustainability for the company. This research provides three suggestions for the company, namely: (1) create guidelines on the procedures for implementing CSR activities so that divisions that carry out CSR activities can be well structured and do not violate company rules, and increase the commitment of the company's management in developing and continuing to carry out CSR activities; (2) increase humanist values so that relations with the community continue to run harmoniously and provide a positive image for companies that care about the community and the environment; and (3) pay attention to environmental conditions in carrying out CSR activities and be wiser in choosing CSR activities to be implemented.

Keywords: *Principles of Islamic Accounting, Special Principles of Islamic Accounting, Financial Statements, Zakat Accounting.*

Copyright (c) 2023 Ismail R. Noy, Siti Mariani, Entar Sutisman

✉ Corresponding author :

Email Address : noiismail@gmail.com

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility merupakan sebuah komitmen dari suatu perusahaan untuk memberikan kontribusi yang lebih pada masyarakat, baik melalui tindakan sosial maupun tanggung jawab lingkungan (Wasiaturrahma et al., 2020). Suatu perusahaan mempunyai tanggung jawab bukan hanya kepada pemegang saham atau pihak-pihak yang mempunyai kepentingan finansial tetapi juga kepada masyarakat luas dan lingkungan sekitarnya, karena itu perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasional tidak hanya mempertimbangkan aspek keuangan dan keuntungan belaka, tetapi juga mempertimbangkan aspek tanggung jawab sosial pada lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Tanggung jawab sosial perusahaan tersebut dapat dikatakan sebagai timbal balik perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya karena perusahaan telah mengambil keuntungan atas masyarakat dan lingkungan sekitarnya (Wasiaturrahma et al., 2020).

Salah satu aturan dasar dari pemerintah Indonesia yang membuat konsep CSR harus direalisasikan dan diimplementasikan oleh setiap perusahaan di Indonesia karena diberlakukannya Undang-Undang No.40 tentang Perseroan Terbatas (UU-PT). Salah satu pasal dalam UU-PT 2007 tersebut, yakni dalam pasal 74 ayat 1 disebutkan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usaha yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan kegiatan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Berdasarkan undang-undang tersebut, setiap perusahaan kini wajib mengeluarkan dana perusahaannya untuk membuat program CSR yang ditujukan bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Lebih lanjut UU No. 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal: Pasal 15 (b) menyatakan bahwa "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan." Undang-undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2009 Tentang Kesejahteraan Sosial, pasal 36 ayat 1 huruf d: dana yang disisihkan dari badan usaha sebagai kewajiban dan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam pasal tersebut mengatur salah satu sumber pendanaan untuk kesejahteraan sosial bersumber dari badan usaha.

Sebagai Perusahaan yang besar Bosowa Corporation menyadari akan pentingnya tanggung jawab sosialnya, hal ini sejalan dengan misi perusahaan yakni "Menjadi Berkah Bagi Masyarakat Dengan Membangun Kepoloporan Ekonomi Nasional". Bosowa mendirikan suatu lembaga berkekuatan hukum yakni Bosowa Foundation, yang mana melalui lembaga inilah segala kegiatan sosial dalam hal ini corporate social responsibility (CSR) dilaksanakan. Segala kegiatan CSR ini diharapkan mampu mewujudkan misi perusahaan. Sejalan dengan itu CSR mampu membuat masyarakat mempunyai pandangan yang positif terhadap kegiatan-kegiatan perusahaan sehingga dapat membentuk citra yang positif pula. Pembentukan citra positif perusahaan itu sendiri merupakan bagian strategi jangka panjang Bosowa Corporation.

Bosowa Corporation memegang teguh prinsip "doing well" dimana Perusahaan dengan slogannya "memberi kembali" kepada masyarakat. Bosowa Corporation telah lama menjalankan program bantuan pendidikan, kesehatan, bantuan bencana alam, pemberdayaan usaha kecil dan pembangunan infrastruktur di daerah dimana unit-unit usahanya beroperasi. Dengan adanya upaya-upaya yang dilakukan oleh bosowa foundation, dalam rangka meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan Corporate Social Responsibility (Bosowa Foundation), maka dianggap perlu untuk melakukan proses penyebaran informasi

dan mengkomunikasikan program dan kegiatan Bosowa Foundation. Penyebaran informasi dan komunikasi ini ditujukan kepada stakeholder. Tujuan utamanya ialah agar stakeholder mengetahui bahwa perusahaan dalam hal ini bosowa telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya sesuai apa yang diamanatkan undang-undang.

Secara umum corporate social responsibility (CSR) merupakan peningkatan kualitas kehidupan dan kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat dinikmati, memanfaatkan, serta memelihara lingkungan. Corporate social responsibility (CSR) meliputi tanggung jawab di bidang ekonomi dalam upaya menciptakan standar hidup yang baik dengan tetap memelihara profitabilitas perusahaan (Kim et al., 2021). Tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan dimana untuk menumbuhkan rasa percaya masyarakat dan pihak-pihak yang berkepentingan. Kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan pasti akan berdampak positif bagi perusahaan baik sekarang maupun pada masa yang akan datang. Kegiatan sosial juga akan membawa nama perusahaan menjadi terkenal dan diingat oleh masyarakat luas nantinya. (Firmansyah et al., 2022) penerapan program Corporate social responsibility (CSR) diarahkan pada tercapainya peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat di sekitar perusahaan, hal ini karena perusahaan dan masyarakat pada dasarnya merupakan kesatuan elemen yang dapat menjaga keberlangsungan perusahaan itu sendiri.

Setiap manusia mendambakan untuk dapat hidup berdampingan selaras dan seimbang dengan manusia di sekitarnya, tidak ada satu orang pun yang ingin selalu hidupnya diwarnai dengan berbagai masalah. Hal itu dapat terwujud apabila manusia saling berperilaku baik, menghargai, dan menghormati orang lain atau manusia mampu bersikap seperti layaknya manusia dan memanusiakan manusia. Pada kenyataannya, sekarang ini sikap untuk memanusiakan manusia semakin tipis, rasa perikemanusiaan semakin berkurang. Manusia lebih banyak mementingkan kepentingan pribadi dibandingkan kepentingan bersama. Kini banyak sekali persoalan muncul di masyarakat yang menjurus kepada tindakan kriminalitas akibat kurangnya rasa kemanusiaan yang dimiliki seseorang. Mereka yang mempunyai kedudukan tinggi di negara ini pun tidak mau mendengarkan suara rakyat yang sedang kesusahan dan kelaparan. Mereka seolah tidak ingat lagi akan janji-janji orasinya.

Harta dan kedudukan yang membuat manusia semakin rakus dan tidak lagi mempunyai rasa kemanusiaan yang tinggi. Padahal sebagai manusia jika mampu hidup saling menghormati dan tolong menolong maka akan tercipta suasana kehidupan yang indah, rukun, damai, persatuan, dan kesatuan bangsa semakin kokoh. Keadaan seperti inilah yang harus disadari bahwa perlu adanya humanisme di tengah-tengah masyarakat. Humanisme sebagai suatu aliran dalam filsafat, memandang manusia itu bermartabat luhur, mampu menentukan nasib sendiri, dan dengan kekuatan sendiri mampu mengembangkan diri. Pandangan ini disebut pandangan humanistik atau humanisme. Humanisme adalah aliran yang bertujuan menghidupkan rasa perikemanusiaan dan mencita-citakan pergaulan hidup yang baik (Bézire, 2013)

Nilai humanisme dalam kegiatan operasional perusahaan merupakan salah satu bentuk inovasi terhadap pengendalian internal. Nilai humanisme yang pada umumnya memberikan pengaruh positif terhadap kehidupan manusia, hal ini dikarenakan besarnya pengaruh humanisme terhadap kelangsungan hidup manusia.

Sejak awal abad 20 konsep humanisme merupakan konsep kemanusiaan yang paling berharga karena konsep ini sepenuhnya memihak pada manusia, menjunjung tinggi harkat dan martabat manusia, hak asasi manusia, dan semua potensi manusia yang melebihi dari makhluk lain.

Humanisme yang syarat dengan nilai-nilai positif, sekiranya dapat ditanamkan oleh manusia dalam hal ini sebagai manusia yang berbudaya, khususnya dalam melaksanakan praktek akuntansi agar tidak hanya semata-mata memperhatikan unsur materi (profit) saja. Dimana nilai-nilai yang terkandung didalamnya juga terdapat dalam penerapan Corporate Social Responsibility yang berdasarkan prinsip triple bottom lines yakni berorientasi pada profit, people, dan planet.

Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi unsur penting bagi perusahaan dalam menjamin keberlanjutan bisnisnya dan merupakan wujud tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungannya atas dampak operasional yang telah dilakukan. Industri yang sangat menggantungkan kegiatan operasionalnya kepada sumber daya alam ini telah memiliki kesadaran akan dampak operasionalnya terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana implementasi nilai humanisme dalam penerapan Corporate Social Responsibility pada PT. Bosowa Corporation?

METODOLOGI

Dalam penelitian ini, lokasi dan tempat penelitian dilaksanakan di PT. Bosowa Corporation Makassar Propinsi Sulawesi Selatan. Adapun waktu pelaksanaan akan dilaksanakan selama kurang lebih 2 bulan. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei (survey methods). Adapun spesifikasi pengumpulan datanya yaitu wawancara, observasi, dokumentasi, dan penelusuran referensi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif, tidak ada pendekatan tunggal dalam analisis data, pemilihan metode sangat tergantung pada research questions, research strategies, dan theoretical framework. Langkah analisis data yang akan dilakukan pada penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, kajian teori dan metodologi penelitian yang telah diuraikan terdahulu, maka pada sub bab ini akan disajikan hasil penelitian melalui wawancara langsung dengan informan yang telah dipilih mengenai Bagaimana implementasi nilai humanisme dalam penerapan Corporate Social Responsibility pada PT. Bosowa Corporation.

Perusahaan merupakan bagian dari bentuk komunitas sosial, sebagai suatu institusi dimana keputusan-keputusan yang dibuat berpengaruh terhadap banyak pihak daripada hanya sekedar pemegang saham. Banyak pihak yang dimaksud adalah karyawan, masyarakat, pemerintah, dan lingkungan sekitar. Jadi, dalam melaksanakan kegiatannya perusahaan telah memberikan manfaat bagi pihak-pihak tersebut. Namun, banyak pihak menyadari bahwa perusahaan dalam menjalankan proses operasinya (produksi) menimbulkan dampak-dampak sosial dalam mencapai laba yang maksimal, bahkan semakin tak terkendali.

Pihak manajemen menyadari bahwa eksistensi perusahaan haruslah membawa manfaat bagi semua stakeholder, tidak semata untuk pihak-pihak tertentu saja. Perusahaan sebagai entitas ekonomi, bertujuan untuk mencetak laba yang optimal guna meningkatkan kekayaan para pemilik saham. PT. Bosowa Corporation menjalankan bisnisnya bukan semata-mata hanya memiliki orientasi profit, akan tetapi perusahaan telah memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (people) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet) dan berusaha untuk bisa mewadahi semua kepentingan-kepentingan yang ada dalam perusahaan, maupun diluar perusahaan yang memiliki keterkaitan secara langsung maupun tidak langsung oleh semua aktivitas yang dijalankan perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara dengan salah satu karyawan PT. Bosowa Corporation Ibu Marini Mallagennie selaku Pimpinan lembaga Bosowa Peduli. Dalam wawancara beliau mengungkapkan:

“CSR adalah Kepedulian perusahaan dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat. Dalam penerapannya CSR sudah diatur dalam Undang-Undang No.40 tentang Perseroan Terbatas (UU-PT). Salah satu pasal dalam UU-PT 2007 tersebut, yakni dalam pasal 74 ayat 1 disebutkan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usaha yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan kegiatan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Dalam pelaksanaannya Bosowa sudah mengikuti aturan-aturan yang di tetapkan pemerintah, tetapi kami melaksanakan CSR bukan hanya atas dasar tuntutan dari pemerintah saja, melainkan sudah menjadi wujud kepedulian terhadap masyarakat yang membutuhkan. Peduli terhadap masyarakat dan lingkungan sudah menjadi tujuan dari pendiri Bosowa itu sendiri yaitu Bapak H.M Aksan Mahmud, Sehingga dalam setiap kegiatan usaha yang dilakukan oleh Bosowa bukan hanya profit yang dicari melainkan juga mengharap pahala dari Allah SWT. Bosowa memegang teguh prinsip dimana Perusahaan dengan slogannya “memberi kembali” kepada masyarakat. Bosowa peduli telah lama menjalankan program bantuan seperti, pendidikan, kesehatan, bantuan bencana alam, pemberdayaan usaha kecil dan pembangunan infrastruktur di daerah dimana unit-unit usahanya beroperasi”

(Wawancara pada tgl: 1 Desember 2019)

Hasil wawancara dengan Ibu Marini Mallagennie selaku Pimpinan Bosowa Peduli diatas menunjukkan bahwa Perusahaan sudah mengacu pada Undang-Undang Perseroan Terbatas, yaitu UU No.40 Tahun 2007 dalam pasal 74 yang mengatur tentang kewajiban pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Bosowa melakukan tanggung jawab sosialnya juga selaras dengan misi perusahaan yaitu “Memberikan berkah bagi masyarakat dengan membangun kepeloporan ekonomi nasional”. Bosowa tidak hanya berfokus pada operasional perusahaan dalam mendapatkan Lab, tetapi Bosowa selalu bertanggungjawab dalam memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan.

Kegiatan usaha tidak hanya sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan keuntungan semata, melainkan juga melaksanakan tanggungjawab terhadap sosial dan lingkungan. Menggantungkan perusahaan hanya semata-mata pada kesehatan finansial tidak akan menjamin perusahaan bisa tumbuh secara berkelanjutan.

Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi terkait lainnya, termasuk dimensi sosial dan lingkungan.

“Bosowa melakukan kegiatan CSR sudah lama yaitu sejak tahun 1983, dengan dengan nama Yayasan Haji Mahmud, dan pada tahun 2005 didirikan Bosowa Foundation agar kegiatan sosial kemasyarakatan dapat dijalankan dengan lebih baik dan professional. Bosowa Fondation semakin intensif melaksanakan kegiatan di bidang pendidikan, diantaranya seminar dan pemberian beasiswa. Selain itu, manajemen Bosowa Foundation juga semakin berkembang melalui program; pendidikan, kesehatan, lingkungan, ekonomi, keagamaan, kebudayaan, serta tanggap darurat.”

(Wawancara pada tgl: 1 Desember 2019)

Dari hasil wawancara dengan Ibu Marini Mallagennie diatas dapat disimpulkan bahwas bosowa memang merupakan perusahaan yang peduli terhadap kehidupan sosial masyarakat. Bahkan jauh sebelum diberlakukannya UU No.40 Tahun 2007 yang mengatur tentang kewajiban perusahaan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial, bosowa sudah menjalankan tanggungjawab sosialnya. Bentuk kepedulian sosial dari Bapak Aksan Mahmud sudah tertanam dalam dirinya, hal demikian dijadikan sebagai nilai dalam menjalankan usaha, serta memotivasi karyawannya untuk selalu berbuat kebaikan seperti tolong menolong, solidaritas, cinta kasih, empati, kesetaraan dan keadilan.

“Dulu yang saya ketahui bosowa melaksanakan kegiatan CSR dijalankan oleh satu lembaga saja yaitu bosowa foundation, yang dimana dari semua unit usaha bosowa yang punya CSR nya di pegang oleh satu lembaga. Tetapi untuk belakangan ini sejumlah unit perusahaan menjalankan CSR sesuai dengan segmen mereka masing-masing. Masing-masing perusahaan mengadakan kegiatan CSR nya sekitar perusahaan itu sendiri. kegiatannya bersifat dinamis dan memiliki siklus lima tahunan, artinya disitu ada target jangka panjang yang ingin dicapai. Dalam kegiatan yang bosowa lakukan terus berkelanjutan dengan melibatkan komunitas-komunitas seperti kegiatan yang kami lakukan di Kota Makassar saat ini yaitu mengenai pengelolaan sampah organik dan non organik. Yang kami lakukan itu Sebagai upaya dalam menjaga lingkungan dan sebagai tanggungjawab kami terhadap pemerintah dalam mengurangi sampah plastik. Oleh karena itu kami terus berupaya memberikan edukasi kepada masyarakat bagaimana pentingnya kesehatan dan menjaga lingkungan”.

(Wawancara pada tgl: 1 Desember 2019)

Dari hasil wawancara dengan Ibu Marini Mallagennie diatas membuktikan bahwa perusahaan telah banyak membantu masyarakat khususnya masyarakat yang berdomisili di sekitar perusahaan. Tidak hanya untuk masyarakat, perusahaan juga turut aktif dalam melestarikan lingkungan. Meskipun diketahui bahwa belum sepuhnya upaya yang dilakukan bosowa sukses karena masih banyak masyarakat yang belum tersadarkan akan pentingnya menjaga lingkungan. Dalam menjalankan kewajibannya bosowa sudah berupaya terlibat dalam program-program pemerintah seperti mengurangi sampah plastik.

Pembangunan yang berkelanjutan dengan CSR memiliki keterkaitan dalam hal tujuan perusahaan yang bukan semata-mata mencari keuntungan. Perusahaan harus mengakui keberadaan dan pertumbuhannya berkonsekuensi penting sebagai bagian dari sistem lingkungan dan sistem sosial, oleh karena itu Bosowa mengakui adanya keterbatasan sumber daya alam dan mengasumsikan tanggungjawab bersama atas penggunaan dan pengembangan sumber daya alam dan manusia.

Pembangunan berkelanjutan suatu perusahaan hanya akan dapat dipertahankan kalau ada keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial dan lingkungan hidup yang menguntungkan. Dengan begitu, kehadiran perusahaan terasa memberi manfaat bagi masyarakat disekitarnya dan menjadi bagian dalam kehidupan mereka. Dalam segi pemberdayaan ekonomi, perusahaan melalui program CSR-nya dapat membantu mengurangi kemiskinan. Kinerja ekonomi perusahaan berkaitan dengan sejauh mana perusahaan mampu memberikan dampak ekonomi (langsung/tidak langsung) kepada masyarakat. Menjaga keberlangsungan berarti memelihara dan memproduksi lagi sumberdaya yang telah dipergunakan. Keyakinan konsumen yang dibangun melalui CSR dapat mendukung pertumbuhan ekonomi. CSR merupakan fungsi yang sangat penting dalam mengembangkan lingkungan sosial perusahaan sehingga pengembangan masyarakat akan seiring dengan pengembangan perusahaan.

“kalau kami menggunakan dua metode yaitu pertama respons dari masyarakat yaitu berdasarkan tuntutan mereka sendiri, Biasanya hal ini dilakukan oleh masyarakat yang berdekatan dengan lokasi perusahaan bosowa beroperasi. Jadi ada perwakilan dari mereka yang datang ke perusahaan Bosowa untuk mengajukan permohonan pelaksanaan CSR di lingkungan mereka. Setelah itu baru kami akan turun berkunjung ke lokasi untuk meninjau secara langsung tempat dimana CSR akan diadakan, nah biasanya setelah kami turun ke lokasi maka kami akan berdialog dengan tokoh-tokoh atau komunitas yang ada di tempat tersebut untuk mencari tahu hal apa yang mereka butuhkan. Yang kedua adalah program Pemerintah seperti kemiskinan, education, pengurangan sampah, perlindungan perempuan, melestarikan lingkungan. Ada juga program tanggap darurat misalnya jika terjadi kebakaran, gempa bumi, tsunami dan lain sebagainya. Oleh karena itu biasanya kami akan pro aktif bersama masyarakat ataupun komunitas untuk bekerja sama dalam membantu masyarakat yang membutuhkan”.

(Wawancara pada tgl: 1 Desember 2019)

Dari hasil wawancara dengan Ibu Marini Mallagennie diatas di sebutkan bahwa Perusahaan Bosowa dalam menjalankan program CSR nya yaitu dengan bertahap, dalam artian perusahaan akan merencanakan terlebih dahulu program yang akan di jalankannya. Pada proses perencanaan inilah Bosowa akan melakukan survey terlebih dahulu ke lokasi sasaran. Seluruh kegiatan dilakukan secara sistematis, karna pada akhirnya segala bentuk kegiatan akan di evaluasi dan di laporkan.

“Jadi dalam penginformasian program yang akan kami lakukan itu biasanya disampaikan kepada publik, stakeholder, masyarakat yang bersangkutan, lewat media, kunjungan secara langsung, menginformasikan kepada pemangku jabatan terkait misalnya seperti RT, RW, Lurah, Camat. Kalau misalnya ada bencana alam yang terjadi

kami biasanya akan menyediakan wadah penyaluran bantuan, banyak masyarakat yang ingin membantu tetapi tidak tahu mau disalurkan dimana maka dari itu kami menyediakan posko penerimaan sumbangan contoh seperti kemarin bencana Palu, Lombok. Kami sebenarnya tidak kerja sendiri melainkan banyak pihak-pihak yang terlibat dalam upaya memabatu orang-orang yang membutuhkan”.

(Wawancara pada tgl: 1 Desember 2019)

Dari wawancara dengan Ibu Marini Mallagennie diatas disebutkan aksi kepedulian yang dilakukan oleh PT. Bosowa selalu menginformasikan seluruh kegiatan yang dilakukannya, Bosowa juga bekerjasama dengan pihak lain dalam programnya. Bosowa tidak menutup diri dalam segala aktifitas CSR nya, ini membuktikan bahwa Bosowa sangat aktif dalam menangani permasalahan sosial yang ada.

“Masyarakat sanyak aktif, mereka selalu berpartisipasi disetiap aksi yang kami lakukan, mereka sangat mendukung apa program-program yang kami jalani. Masyarakat memiliki kepedulian yang tinggi dalam usaha meningkatkan taraf hidup yang lebih baik, menciptakan suasana kehidupan sosial yang harmonis. Nah kalau untuk karyawan sendiri sangat bersyukur berada dalam perusahaan yang memiliki kepedulian yang tinggi seperti Bosowa, mereka selalu mendukung karena jiwa humanisma mereka sanagat tinggi. Karena di Bosowa itu menanamkan nilai-nilai humanis”.

(Wawancara pada tgl: 1 Desember 2022)

Dalam wawancara dengan Ibu Marini Mallagennie dapat disimpulkan bahwa masyarakat, karyawan dan perusahaan memiliki tujuan yang sama yaitu untuk menciptakan kesejahteraan bersama. Mereka antusias karena terdapat hal positif yang mendorong timbulnya kemauan mereka untuk menyambut dan terlibat dalam kegiatan CSR tersebut. Bila ditinjau dari segi proses kegiatan maka lingkup partisipasi masyarakat dan karyawan dapat dijumpai seperti, partisipasi dalam memberikan buah pikiran atau gagasan, partisipasi dalam memberikan tenaga, partisipasi dalam bentuk benda, partisipasi dalam bentuk keterampilan, partisipasi dalam bentuk dukungan social.

Dalam bentuk partisipasi yang disebutkan diatas satu sama lain berbeda dan perbedaan itu diakibatkan oleh situasi dan kondisi yang dialami oleh masyarakat dan karyawan yang akan ikutserta ambil bagian dalam program CSR. 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 masyarakat. Dengan keikutsertaan masyarakat dan karyawan dalam setiap tahapan proses pembangunan diharapkan akan menimbulkan perasaan kepedulian, sehingga timbul rasa tanggungjawab untuk memanfaatkan, merawat dan mengembangkannya.

“Dalam hal pelaporan dan evaluasi CSR, berhubung Bosowa memiliki banyak unit usaha yang berbeda, oleh karena itu maka dalam pelaporan dan evaluasi CSR setiap unit usaha itu sendirilah yang melakukannya. Sebenarnya kami ingin membuat satu pelaporan saja dibawah naungan Bosowa Foundation cuman karena bosowa memiliki banyak unit usaha maka belum kesampain sampai hari ini. Kalau tujuan dilakukan evaluasi

ini adalah agar kami tahu program yang kami lakukan itu sukses atau tidak dan juga supaya program-program yang akan kami lakukan kedepannya lebih baik dari sebelumnya”.

(Wawancara pada tgl: 1 Desember 2022)

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Marini Mallagennie diatas maka dapat diketahui bahwa setiap unit usaha Bosowa pelaporan dan evaluasi CSR nya itu berbeda, dikarenakan adanya perbedaan manajemen tiap perusahaan. Manfaat dari kegiatan evaluasi CSR, diantaranya: sebagai dasar perencanaan CSR di tahun berikutnya; menghindari kesalahan yang telah dilakukan; mengulangi kunci keberhasilan pelaksanaan CSR; dan memungkinkan perusahaan menyampaikan kepada para pemangku-kepentingan, tentang manfaat yang telah diciptakan perusahaan.

Kegiatan evaluasi dapat dilakukan untuk tiga hal, yakni 1). Evaluasi keberhasilan pelaksanaan proyek/kegiatan CSR; 2) merumuskan pembelajaran (*lesson-learned*); 3). Evaluasi manfaat yang diciptakan kepada masyarakat dan Evaluasi manfaat yang diciptakan kepada perusahaan. Evaluasi kegiatan ini dapat dipimpin pelaksanaannya oleh Manajer Proyek CSR, dan dapat dibantu oleh konsultan ataupun lembaga riset yang dipilih perusahaan.

“Humanisme merupakan kepedulian antar sesama, kesetaraan dalam kehidupan, saling membantu, rasa persaudaraan, solidaritas, empati. Artinya kita menganggap bahwa semua manusia itu sama tidak ada jarak antara yang kaya dengan yang miskin, antara atasan dengan bawahan, makanya kami kerja disini seakan kerja di perusahaan keluarga sendiri, karena kita semua terlibat dalam upaya mengembangkan perusahaan ini. Nilai humanisme dalam perusahaan ini diwariskan oleh Bapak Aksan Mahmud dan itu dijadikan sebagai sprit dalam melakukan kegiatan perusahaan dan aktivitas karyawan. Nilai humanisme sendiri sudah terinternalisasi di perusahaan Bosowa sudah masuk dalam jiwa karyawannya. Nilai ini sangatlah penting dalam suatu perusahaan karena dengan nilai-nilai humanisme ini maka keberadaan perusahaan menjadi rumah yang nyaman bagi karyawan”.

(Wawancara pada tgl: 1 Desember 2022)

Dari hasil wawancara dengan Ibu Marini Mallagennie diatas dapat disimpulkan Bosowa sudah sejak lama menerapkan nilai humanis dalam pelaksanaan kegiatan perusahaannya, nilai humanis ini ditransfer kepada seluruh karyawannya. Image Setiap manusia tentu ingin diperlakukan sebaik mungkin oleh orang lain. Perasaan ini tentu wajar karena setiap orang mempunyai kewajiban untuk menghargai dan mempunyai hak untuk dihargai. Perlakuan yang baik terhadap orang lain tentu saja dapat memberikan efek yang positif bagi diri sendiri, yaitu berupa perlakuan yang baik pula dari orang lain kepada kita. Kalau kita renungi hubungan sosial seperti seperti hubungan timbal balik. Dan patut kita sadari hubungan timbal balik seperti ini dalam masyarakat tentu mempunyai efek yang bagus untuk pergaulan kita tetapi bisa jadi menjadi efek negatif apa bila kita tidak mampu untuk berbuat baik pada masyarakat ataupun indivisu dalam masyarakat.

Sama halnya dalam lingkungan pekerjaan, prinsip seperti ini akan berlaku sama. Kebijakan-kebijakan perusahaan yang bersifat manusiawi tentu menjadi sebuah

dorongan positif bagi kinerja karyawan dalam menyongsong kesuksesan. Dari hal tersebut, ada pertanyaan mendasar kenapa harus dimulai dengan kebijakan perusahaan yang harus manusiawi, kenapa tidak kinerja karyawan yang harus menyesuaikan dengan tingkat produktifitas yang ditetapkan perusahaan sehingga menimbulkan kebijakan yang manusiawi? Dua logika pertanyaan tersebut tentu sangat berkebalikan, satu sisi dari pihak perusahaan yang harus memahami dan menyadari kondisi karyawan sehingga mampu meningkatkan kinerja dan kesejahteraan karyawannya dengan kebijakan yang manusiawi, sedangkan sisi lainnya adanya “pemaksaan” tingkat produktifitas perusahaan yang harus dijalankan karyawan untuk mendapatkan kebijakan yang manusiawi.

Pasti semua akan memilih option pertama, yaitu semua bermula dari kebijakan yang manusiawi dari perusahaan yang efeknya mampu untuk meningkatkan kinerja dari karyawan. Hal ini sangat jelas dalam logika berpikir siapapun, sehingga tidak ada alasan yang benar apabila sebuah perusahaan menuntut kinerja yang tinggi tanpa diiringi dengan kebijakan yang manusiawi. Tetapi akan sangat mudah kita cermati dengan kebijakan yang manusiawi akan meningkatkan kesadaran karyawan untuk berbuat lebih baik dan produktif karena merasa diperhatikan oleh pihak pimpinan perusahaan.

Dari pembahasan tersebut, sangat layak kita simpulkan peranan pemimpin perusahaan/ manajer perusahaan sangat penting. Karena kebijakan perusahaan muncul dari pemimpin perusahaan maupun manajer perusahaan. Artinya jiwa kepemimpinan manajer perusahaan sangat diperlukan untuk lebih peka terhadap kondisi karyawan agar kebutuhan perusahaan juga terpenuhi secara langsung maupun tidak langsung. Karakter yang dibawa oleh manajer perusahaan mempengaruhi sifat dari kebijakan yang dibuat. Dan ini menjadi sumbu utama bagaimana suatu kebijakan dapat lahir menjadi sebuah peraturan perusahaan yang humanis atau tidak.

Seperti yang dijelaskan oleh pakar manajemen bisnis, Tony Schwartz bahwa kepemimpinan pemilik perusahaan sangat menentukan arah kebijakan perusahaan, seorang pemilik perusahaan yang baik harus mengubah paradigmanya, dari memeras pekerja untuk mendapatkan keuntungan, menjadi lebih memperhatikan dan berupaya memenuhi empat kebutuhan dasar dari pekerjanya, yakni kebutuhan fisik, emosional, mental, dan spiritual. Dengan memenuhi empat kebutuhan dasar tersebut, karyawan akan lebih bersemangat untuk bekerja lebih baik sehingga secara tidak langsung tingkat produktifitas kerja diharapkan akan naik.

Dalam konteks yang lain, seorang manajer perusahaan harus mampu menjadi motivator, inspirator dan menjadi penggerak motor perusahaan yang baik. Keadaan ini akan tercipta manakala setiap manajer perusahaan mampu melihat kondisi komponen perusahaannya. Dan dalam hal ini, karyawan adalah komponen yang paling penting. Karena karyawan mampu menghasilkan suatu daya yang teramat besar untuk memajukan suatu perusahaan.

“Sebenarnya CSR dan humanisme itu sudah menjadi satu kesatuan makanya kami selalu ingin membantu orang-orang yang membutuhkan, ikut terlibat dalam menangani masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Konsep CSR yang dilakukan Bosowa antara lain: kemanusiaan, mitra binaan, pendidikan, kesehatan, lingkungan dan infrastruktur. Dari segi kemanusiaan misalnya mengenai bantuan bala bencana seperti di Palu

dan Lombok kemarin tahun 2018. Maka keberadaan Bosowa tidak di anggap sebagai ancaman atau masalah bagi masyarakat melainkan keberadaannya sungguh sangat dibutuhkan dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat”.

(Wawancara pada tgl: 1 Desember 2022)

Dari hasil wawancara dengan Ibu Marini Mallagennie diatas dapat disimpulkan bahwa wujud manusia sebagai makhluk sosial yang dituntut untuk hidup bersama (zoon politicon) karena kebutuhan mereka akan tercapai apabila bisa menyelaraskan peranannya sebagai makhluk sosial dan ekonomi. Hal ini ditekankan oleh Aristoteles bahwa manusia yang tidak bisa hidup dalam masyarakat dikatakan sebagai seorang malaikat atau seekor hewan.

Bagaimana dengan kehidupan di suatu perusahaan? Perusahaan adalah suatu bentuk kegiatan yang bergerak di suatu bidang yang di dalamnya terdapat organisasi yang terdiri atas kumpulan orang-orang. Tidak hanya berkomunikasi dengan orang secara internal tetapi juga berkomunikasi secara eksternal, misalnya dengan masyarakat sekitar. Corporate Social Responsibility (CSR) sering kita ketahui adalah sebuah istilah tanggungjawab sosial yang diarahkan baik ke dalam maupun ke luar perusahaan. Perusahaan yang melakukan tanggungjawab sosialnya akan mendapatkan dukungan yang baik dari lingkungan. Mereka gencar melakukan CSR untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Commission Of The European Communities bahwa tanggungjawab sosial perusahaan pada dasarnya adalah sebuah konsep dimana perusahaan memutuskan secara sukarela untuk memberikan kontribusi demi mewujudkan masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih. CSR dalam sebuah aliran humanisme berhubungan dengan kebaikan hati yang berkaitan dengan manusia. Menjunjung tinggi keutamaan manusia yang luhur seperti kebaikan hati, kebebasan hati, wawasan yang luas berkaitan dengan seni, merasa dekat dengan alam.

Penerapan CSR pada perusahaan Bosowa menurut saya sudah kompleks karena disetiap bidang Bosowa sudah terlibat dalam mensejahterakan masyarakat. Aktifitas Bosowa Bukan semata-mata karena mendongkrak popularitas melainkan ini adalah sebagai salah satu wujud syukur kepada Tuhan YME. Sebagai salah satu pandangan diri dan konsep diri yang terdapat pada sebuah organisasi dimana di dalamnya terdapat perasaan dan sikap untuk peduli kepada sesama.

“Saya lumayan lama mendengar istilah CSR, itu kan kegiatan amal ataupun bantuan dari perusahaan kepada masyarakat dan setau saya itu dikeluarkan 2% dari keuntungan perusahaan. Tapi tidak semua masyarakat tahu bahkan mungkin RT dan RW kurang paham mengenai CSR ini jadi perlu lagi di sosialisasikan mengenai CSR ini”

(Wawancara pada tgl: 25 Januari 2023)

Ternyata benar apa yang disampaikan oleh bapak Abdullah Rerang bahwa masih banyak masyarakat yang belum paham tentang CSR, seperti yang disebutkan oleh Bapak Mansyur:

“Saya secara pribadi belum tahu apa itu CSR dan ini saya baru mendengarnya dan ternyata perusahaan wajib membantu masyarakat yang kurang mampu”

(Wawancara pada tgl: 25 Januari 2023)

Dari hasil wawancara dengan Bapak Abdullah Rerang dan Bapak Mansyur diatas dapat disimpulkan bahwa tidak semua masyarakat mengerti tentang CSR dan tanggung jawab perusahaan. Jadi dalam upaya pencerdasan kepada masyarakat seharusnya pihak pemerintah harus melakukan sosialisasi mengenai CSR kepada masyarakat.

“Saya melihat belum disentuh CSR di dekat perumahan Bosowa indah permai ini, mungkin karna tidak ada permintaan ketiatan CSR yang akan dilaksanakan dan saya melihat di sini masyarakatnya menengah tidak seperti yang ada di Jawa yang rumahnya masih beralaskan tanah dan mungkin kegiatan CSR itu dilaksanakan didekat perusahaan bosowa itu sendiri seperti mungkin di semen bosowa”

(Wawancara pada tgl: 25 Januari 2023)

Dari hasil wawancara dengan Bapak Abdullah Rerang diatas dapat disimpulkan bahwa di Kecamatan Rappocini Kelurahan Minasa Upa dekatnya perumahan Bosowa permai belum disentuh oleh kegiatan CSR dan Menurut Bapak Abdullah mungkin karena tidak adanya permintaan dan masyarakatnya menengah jadi belum tersentuh oleh kegiatan CSR.

“Belum ada kegiatan yang dilakukan oleh Bosowa sehingga kami belum menjalin tali silaturahmi, mungkin bosowa melihat kehidupan kami yang disini cukup baik padahal masih ada orang-orang yang belum mampu coba diperhatikan tiap lorong pasti ada”

(Wawancara pada tgl: 25 Januari 2023)

Dari hasil wawancara dengan Bapak Mansyur diatas dapat disimpulkan bahwa di Kecamatan Rappocini Kelurahan Minasa Upa dekatnya perumahan Bosowa permai belum ada kegiatan yang dapat menjalin hubungan silaturahmi antara perusahaan dengan warga sekitar.

“Karna mungkin disini jauh dari perusahaan induknya Bosowa mungkin tidak sampai disini kegiatan CSR nya. Perumahan inikan adalah anak perusahaan jadi mungkin yang lebih dekat dengan perusahaan induk tahu manfaat keberadaan perusahaan. Jadi bagi masyarakat yang jauh dari perusahaan induk jarang yang akan merasakan keberadaab perusahaan”

(Wawancara pada tgl: 25 Januari 2023)

Dari hasil wawancara dengan Bapak Abdullah Rerang diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan CSR tidaklah merata pelaksanaannya dalam artian hanya sebagian masyarakatlah yang akan merasakan dampak keberadaan perusahaan. Sebenarnya dalam menjalankan CSR perusahaan harus lebih menyeluruh pelaksanaan kegiatannya karena masyarakat yang jauh dari perusahaan juga banyak yang tidak mampu.

“Harapan saya ialah kasih makan orang-orang miskin disetiap hari jumat dan beri bantuan seperti pada saat penerimaan siswa baru kan banyak itu keluarga yang kurang mampu jadi di mohon agar dibantu biaya pendaftaran ataupun sekolahnya, juga harus didata masyarakat yang kurang mampu untuk diberi bantuan”

(Wawancara pada tgl: 25 Januari 2023)

Dari hasil wawancara dengan Bapak Mansyur diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan CSR ini bisa disalurkan melalui kegiatan amal, pendataan masyarakat miskin sebagai tempat penyaluran CSR dan bantuan sekolah kepada siswa/siswi yang kurang mampu.

“Harapan saya ialah dari banyaknya perusahaan yang ada di Makassar tolong dibantu masyarak kecil, pembangunan infrastruktur dan pelestarian lingkungan, kan banyak perusahaan seperti Bosowa, HJ. Kalla, Citra land, Kima dan lain sebagainya. Semisal dari 2% pendapatan setiap perusahaan bisakan diperbaiki stadion Mattoanging, kalau ditunggu perbaikan dari pemerintah ndak bakalan jadi itu, serta masih banyak yang harus perusahaan lakukan demi mencapai Makassar yang lebih baik”

(Wawancara pada tgl: 25 januari 2023)

Dari hasil wawancara dengan Bapak Abdullah Rerang diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan CSR ini bukan hanya memberi bantuan kepada masyarakat miskin tetapi juga harus bisa disalurkan pada pembangunan infrastruktur dalam hal ini perusahaan bisa membatu pemerintah dalam upaya pembangunan nasional.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya fakta bahwa PT. Bosowa Corporation sudah menjalankan amanat yang terdapat dalam Undang-Undang No.40 Tahun 2007 Tentang tanggungjawab sosial (CSR). Pengelolaan perusahaan sejak dulu Sadar akan keberadaannya dalam berpartisipasi mewujudkan masyarakat yang sejahtera seperti yang telah diamanatkan dalam Prinsipnya. Bosowa memegang teguh prinsip “doing well” dimana Perusahaan dengan slogannya “memberi kembali” kepada masyarakat. Telah menjadi semboyan bagi para karyawan dan pengelola perusahaan untuk tetap eksis didalam memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat.

Jauh sebelumnya, di tahun 1983 didirikan Yayasan Aksa Mahmud yang kemudian berganti nama menjadi Bosowa Foundation pada tahun 2005. Jika anak perusahaan lain didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan, berbeda dengan Bosowa Foundation yang didirikan selain sebagai lembaga yang bersifat profit, ia juga merupakan lembaga sosial.

Terdapat dua fokus utama Bosowa Foundation. Pertama, pada program pendidikan yang dalam dua tahun terakhir sedang dalam proses perkembangan. Hal tersebut dapat dilihat pada lahirnya beberapa institusi pendidikan milik Bosowa Foundation yang berstandar internasional. Saat ini, Bosowa Foundation telah memiliki empat institusi pendidikan yaitu, Bosowa Bina Insani Bogor, Bosowa International School Makassar, Politeknik Bosowa Makassar, dan Universitas Bosowa. Fokus kedua adalah program sosial kemasyarakatan, yang diusung dengan visi “Pembangunan Berkelanjutan”. Semua kegiatan dalam program ini merupakan bagian dari bentuk CSR Bosowa.

Dari hasil wawancara yang dilakukan pada masyarakat menunjukkan bahwa penerapan CSR oleh PT. Bosowa Corporation belum menyentuh keseluruhan wilayah yang ada didekat perusahaan. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh Bosowa hanya menjangkau beberapa wilayah yang ada, sehingga masih banyak masyarakat yang

belum mendapatkan keuntungan dari adanya perusahaan. Masyarakat di sekitar perusahaan pada dasarnya merupakan pihak yang perlu mendapatkan apresiasi. Apresiasi ini diwujudkan dalam bentuk peningkatan kesejahteraan hidup mereka melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh kegiatan CSR perusahaan. Hal ini karena perusahaan dan masyarakat pada dasarnya merupakan kesatuan elemen yang dapat menjaga keberlangsungan perusahaan. Jadi dengan pelaksanaan CSR oleh Bosowa, maka kesejahteraan masyarakat disekitar wilayah operasional perusahaan terus meningkat. Keserasian hubungan antara perusahaan dan masyarakat akan semakin meningkat, dan angka kemiskinan akan menurun. CSR ini merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Kegiatan CSR, seperti yang dilakukan oleh PT. Bosowa Corporation perusahaan mengacu pada suatu kesadaran dan perasaan peduli terhadap penderitaan yang dirasakan oleh setiap anggota masyarakat. Mengacu pada rasa solidaritas yang tinggi dengan satu tujuan untuk saling menghidupi, memberi dan membantu dengan memikul tanggungjawab bersama untuk kelangsungan hidup dan pengembangan perusahaan. Sebagai wujud dari Prinsip "doing well" PT. Bosowa Corporation menerapkan konsep Tripple Bottom Lines yakni profit, people, dan planet melalui berbagai program Corporate Social Responsibility (CSR). Perusahaan memberikan perhatian terhadap masyarakat sekitar, karena masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu Stakeholders penting bagi perusahaan, dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Konsep CSR pada prinsipnya adalah suatu upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis meminimumkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan.

Penerapan CSR dengan nilai humanisme yang terkandung didalam aktivitas perusahaan akan mengurangi penderitaan masyarakat seperti yang sudah Bosowa peduli lakukan. Dalam menerapkan Corporate Social Responsibility dengan nilai humanism akan senantiasa jujur, Tidak menipu dan memperbodoh sesama manusia, saling tolong menolong, berbagi cinta kasih, saling menghormati, menghargai sesama dan menjaga lingkungannya. Mengacu pada nilai humanisme seperti tolong menolong, solidaritas, dan empati akan menciptakan keseimbangan hubungan yang harmonis anantara pemerintah, perusahaan dan masyarakat. Jika dalam penerapan Corporate Social Responsibility didasari dengan perilaku yang baik, maka akan menghasilkan hasil yang baik pula seperti dari beberapa hasil wawancara pada pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa implementasi nilai humanisme dalam penerapan Corporate Social Responsibility adalah:

1. Segala sesuatu yang ada disekitar adalah tanggungjawab bersama.
2. Segala sesuatu yang berada di sekitar perusahaan adalah tanggungjawab bersama, maka dari itu penderitaan masyarakat adalah penderitaan perusahaan dan kebahagiaan masyarakat adalah kebahagiaan perusahaan juga.
3. Dengan menerapkan CSR maka dapat membantu dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar perusahaan.

4. Dengan penerapan CSR, perusahaan sudah membantu masyarakat yang membutuhkan.
5. Penerapan CSR selalu mengingatkan kita akan pentingnya berbagi dengan sesama.
6. Dengan tetap menjalankan CSR, maka semakin meningkatkan solidaritas antara perusahaan dan masyarakat.
7. Dengan penerapan CSR, maka perusahaan membantu pemerintah dalam upaya pembangun nasional.
8. Pelaksanaan CSR mengajarkan manusia akan pentingnya hubungan antara sesama dan antara manusia dengan lingkungan.

Orientasi utama kita di Dunia ini tidak hanya terfokus akan kepentingan pribadi yang kebanyakan diukur dari sudut pandang materi, namun juga memperhatikan semua hal disekitar kita. Semuanya memiliki keterkaitan dan hubungan langsung dalam hal ini Allah S.W.T sebagai sang pencipta, lingkungan (alam), dan manusia. Dari paparan tersebut diatas mencerminkan adanya pola keseimbangan dan keharmonisan hubungan antara manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia dan manusia dengan alam.

SIMPULAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu program sebagai bentuk tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. CSR adalah aktifitas mengejar triple bottom line yang terdiri dari konsep 3P (*profit, people, planet*). Perusahaan tidak hanya mengejar profit melainkan juga harus memperhatikan serta terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). PT. Bosowa Corporationn telah menerapkan nilai humanisme dalam aktivitasnya, baik aktivitas operasional perusahaan maupun aktivitas karyawan. Nilai Humanisme yang diterapkan PT. Bosowa Corporation mengandung kebaikan, seperti solidaritas, tolong menolong, kepedulian sosial, dan empati sehingga akan memberikan manfaat bagi PT. Bosowa Corporation seperti memberikan citra positif dan keberlanjutan usaha bagi perusahaan.

Referensi :

- Alim, M. N. (2015). Utilization and Accounting of Zakat for Productive Purposes in Indonesia: A Review. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211, 232-236. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.028>
- Allen, P. (2014). Divergence and Convergence in Alternative Agrifood Movements: Seeking a Path Forward. In *Alternative Agrifood Movements: Patterns of Convergence and Divergence* (Vol. 21, pp. 49-68). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S1057-192220140000021008>
- Amin, M. (2021). The Regression Effect of Capital Structure and Firm Growth on the Firm value. *Golden Ratio of Finance Management*, 1(1), 33-50.
- Baker-Médard, M., Gantt, C., & White, E. R. (2021). Classed conservation: Socio-economic drivers of participation in marine resource management. *Environmental Science & Policy*, 124, 156-162. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.envsci.2021.06.007>
- Bézire, P. (2013). L'humain normal existe-t-il ? *Journal de Réadaptation Médicale : Pratique et Formation En Médecine Physique et de Réadaptation*, 33(1), 1-2. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jrm.2013.01.003>
- Cezarino, L. O., Liboni, L. B., Hunter, T., Pacheco, L. M., & Martins, F. P. (2022). Corporate

- social responsibility in emerging markets: Opportunities and challenges for sustainability integration. *Journal of Cleaner Production*, 362, 132224. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.132224>
- Elkington, J. (1997). The triple bottom line. *Environmental Management: Readings and Cases*, 2, 49–66.
- Firmansyah, A., Arham, A., Qadri, R. A., Wibowo, P., Irawan, F., Kustiani, N. A., Wijaya, S., Andriani, A. F., Arfiansyah, Z., Kurniawati, L., Mabruur, A., Dinarjito, A., Kusumawati, R., & Mahrus, M. L. (2022). Political connections, investment opportunity sets, tax avoidance: does corporate social responsibility disclosure in Indonesia have a role? *Heliyon*, 8(8), e10155. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10155>
- Hilardi, A., Modding, B., & Putra, A. H. P. K. (2022). Pengaruh Penguasaan Teknologi Informasi, Motivasi, Disiplin Kerja, dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Staff Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Persada Nabire. *Tata Kelola*, 9(2), 126-140.
- Kim, J. (Sunny), Milliman, J. F., & Lucas, A. F. (2021). Effects of CSR on affective organizational commitment via organizational justice and organization-based self-esteem. *International Journal of Hospitality Management*, 92(October 2020), 102691. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102691>
- Mulang, H., & Putra, A. H. P. K. (2023). Exploring the Implementation of Ethical and Spiritual Values in High School Education: A Case Study in Makassar, Indonesia. *Golden Ratio of Social Science and Education*, 3(1), 01-13.
- Oriade, A., Osinaike, A., Aduhene, K., & Wang, Y. (2021). Sustainability awareness, management practices and organisational culture in hotels: Evidence from developing countries. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102699. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102699>
- Putra, A. H. P. K. (2021). The Effect of Islamic Service Ethics and Organizational Culture on Service Quality and Taxpayer Satisfaction. *Golden Ratio of Taxation Studies*, 1(2).
- Putra, A. H. P. K., & Elpisah, E. (2021). Analysis of Comparative Advantages and Shifts in Economic Sectors in Wajo Regency. *Golden Ratio of Data in Summary*, 1(2), 56-69.
- Rimadanti, S., Santoso, A., & Sulistyawati, A. I. (2022). The Role of Pentagon Fraud in Detecting Fraudulent Financial Statements. *Golden Ratio of Finance Management*, 2(2), 87-97.
- Rohma, S. (2021). The Effect of Tax Socialization, Ownership of Taxpayer Indication Number and Inspection Tax To Reception Tax Income People Personal on Office Service Tax Primary Makassar West. *Golden Ratio of Taxation Studies*, 1(1).
- Wasiaturrahma, Ajija, S. R., Sukmana, R., Sari, T. N., & Hudaifah, A. (2020). Breadth and depth outreach of Islamic cooperatives: do size, non-performing finance, and grant matter? *Heliyon*, 6(7), e04472. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04472>
- Yunus, Y. A. (2022). The Effect of Tax Services, Tax Examination, and Taxpayer Awareness on The Level of Taxpayer Compliance. *Golden Ratio of Taxation Studies*, 2(2).
- Zhou, F., Zhu, J., Qi, Y., Yang, J., & An, Y. (2021). Multi-dimensional corporate social responsibilities and stock price crash risk: Evidence from China. *International Review of Financial Analysis*, 78, 101928. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.irfa.2021.101928>