

Analisis Penerapan Serta Pelaporan CSR Strategik dan Non-Strategik Dalam Perusahaan Ekspor Berkelanjutan

Habibatul Izzah¹

¹ Akuntansi, Universitas Jember, Indonesia
Surat-e: habibatulizzah6@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to describe and analyze the implementation and reporting of Corporate Social Responsibility (CSR) implementation and reporting on strategic and non-strategic basis in sustainable product exporting companies. The study was conducted at PT Mitratani Dua Tujuh, using a qualitative method with a descriptive approach. Data was collected through observation, interviews, and documentation. Research results showed that the company implemented 19 CSR activities, consisting of 63% strategic activities that focus on economic, environmental, and social aspects, as well as 37% non-strategic activities that only cover economic and social aspects without involving environmental aspects. Since 2023, the CSR report is presented in the form of a standalone Sustainability Report based on GRI standards, covering economic aspects (e.g. GRI standards, covering economic (GRI 200), environmental (GRI 300), and social (GRI 400) aspects. However, the report does not identify strategic and non-strategic CSR activities explicitly. Previously, CSR reports were prepared as part of the confidential monthly management report. This research provides insight into the implementation of CSR as part of the company's sustainability strategy.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan dan menganalisis penerapan serta pelaporan Corporate Social Responsibility (CSR) berbasis strategik dan non-strategik pada perusahaan eksportir produk berkelanjutan. Studi dilakukan pada PT. Mitratani Dua Tujuh, menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan menerapkan 19 kegiatan CSR, terdiri dari 63% kegiatan strategik yang berfokus pada aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial, serta 37% kegiatan non-strategik yang hanya mencakup aspek ekonomi dan sosial tanpa melibatkan aspek lingkungan. Sejak tahun 2023, laporan CSR disajikan dalam bentuk laporan keberlanjutan (Sustainability Report) mandiri berdasarkan standar GRI, mencakup aspek ekonomi (GRI 200), lingkungan (GRI 300), dan sosial (GRI 400). Namun, laporan tersebut belum mengidentifikasi kegiatan CSR strategik dan non-strategik secara eksplisit. Sebelumnya, laporan CSR disusun sebagai bagian dari laporan manajemen bulanan yang bersifat rahasia. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pelaksanaan CSR sebagai bagian dari strategi keberlanjutan perusahaan.

KEYWORDS:

CSR, Strategic, Non-Strategic, Sustainability.

KATA KUNCI:

CSR, Strategik, Non-Strategik, Keberlanjutan.

How to Cite:

“Izzah, H. (2025). Analisis Penerapan Serta Pelaporan CSR Strategik dan Non-Strategik Dalam Perusahaan Ekspor Berkelanjutan. NAAFI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, (2)1, 141-149.”

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi elemen integral dalam strategi pengelolaan perusahaan yang bertujuan tidak hanya untuk mencapai keuntungan finansial, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan (Nopriyanto, 2024). CSR tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban moral bagi perusahaan, tetapi juga sebagai strategi jangka panjang untuk membangun hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan pemangku kepentingannya (Adrai & Perkasa, 2024). Penerapan CSR yang berbasis strategik dan non-strategik dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap keberlanjutan perusahaan, baik dari sisi ekonomi, sosial, maupun lingkungan (Pratiwi, n.d.).

Perusahaan eksportir yang berfokus pada produk berkelanjutan, seperti PT. Mitratani Dua Tujuh, memiliki peran penting dalam penerapan CSR. Sebagai perusahaan yang bergerak di sektor ekspor, PT. Mitratani Dua Tujuh tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga berkomitmen untuk menjaga keberlanjutan lingkungan dan memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar. CSR strategik yang diterapkan oleh perusahaan ini lebih berorientasi pada tujuan jangka panjang yang berhubungan langsung dengan operasi bisnis utama, seperti pengelolaan lingkungan dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Sementara itu, CSR non-strategik lebih berfokus pada kegiatan filantropi dan kontribusi sosial yang tidak langsung berhubungan dengan strategi bisnis, namun tetap memberikan manfaat bagi masyarakat.

Pada tahun 2022, PT. Mitratani Dua Tujuh mendapatkan penghargaan dalam kategori perusahaan eksportir produk berkelanjutan. Hal ini dibuktikan pada Gambar 1.1. Dari penghargaan tersebut, terbukti bahwa PT. Mitratani Dua Tujuh memperhatikan prinsip berkelanjutan dalam mengekspor barang hasil produksi. Prinsip berkelanjutan tersebut mencakup aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial dengan tujuan untuk memastikan bahwa proses produksi dan distribusi produk tidak merugikan lingkungan menghormati hak-hak pekerja, serta bermanfaat jangka panjang untuk perusahaan dan juga masyarakat.



Gambar 1.1

Penghargaan Kategori Eksportir Produk Berkelanjutan PT. Mitratani Dua Tujuh

Penelitian ini bertujuan untuk mengulas dan menjelaskan penerapan serta pelaporan CSR yang bersifat strategik dan non-strategik pada PT. Mitratani Dua Tujuh, sebuah perusahaan eksportir produk berkelanjutan. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana perusahaan mengimplementasikan berbagai kegiatan CSR serta cara perusahaan menyusun laporan keberlanjutan berdasarkan standar Global Reporting Initiative (GRI). Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan mendalam mengenai penerapan CSR dalam sektor perusahaan eksportir dan memberikan kontribusi pada pengembangan konsep CSR yang berbasis keberlanjutan, yang bisa diadopsi oleh perusahaan-perusahaan lain di industri yang serupa.

Kajian tentang Analisis Penerapan Serta Pelaporan Csr Strategik Dan Non-Strategik Dalam Perusahaan Ekspor Berkelanjutan mengacu pada perspektif pada penelitian sebelum nya. Penelitian (Agustini, 2024) dalam "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi" menunjukkan bahwa CSR yang diterapkan secara strategik dapat meningkatkan nilai perusahaan, terutama ketika dipadukan dengan profitabilitas yang sehat. Temuan ini relevan dengan implementasi CSR di PT. Mitratani Dua Tujuh, di mana strategi CSR tidak hanya memperkuat reputasi

perusahaan, tetapi juga berkontribusi pada kinerja finansial dan peningkatan nilai perusahaan. Penelitian (Sjioen et al., 2023) dalam "Bisnis Berkelanjutan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi tentang Dampak dan Strategi Implementasi" mengungkapkan bahwa implementasi CSR berbasis keberlanjutan berperan penting dalam meningkatkan hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan. Hal ini relevan dengan penerapan CSR di PT. Mitratani Dua Tujuh, yang memfokuskan pada kegiatan sosial dan lingkungan yang mendukung keberlanjutan, serta memperkuat citra perusahaan di mata publik. Penelitian (Udayana et al., 2023) dalam "Pengaruh Strategi Pemasaran dan Corporate Social Responsibility Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan PT Unilever Indonesia Tbk" menunjukkan bahwa CSR yang diterapkan oleh perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya berkontribusi pada loyalitas pelanggan. Hasil ini relevan dengan penerapan CSR di PT. Mitratani Dua Tujuh, di mana fokus pada kegiatan CSR dapat memperkuat hubungan perusahaan dengan pelanggan dan meningkatkan citra perusahaan, serta berdampak pada keberlanjutan bisnis.

Penelitian ini mengisi gap penelitian terkait penerapan CSR berbasis strategik dan non-strategik pada perusahaan eksportir produk berkelanjutan, yang masih terbatas dalam literatur. Sebagian besar studi fokus pada CSR di sektor umum, tanpa membedakan dampak dan pelaporan CSR strategik dan non-strategik. Penelitian ini menawarkan inovasi dengan menganalisis penerapan CSR pada PT. Mitratani Dua Tujuh serta pelaporan keberlanjutan berbasis GRI, yang mencakup kedua jenis CSR tersebut. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam mengembangkan konsep CSR yang lebih komprehensif bagi perusahaan eksportir berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengeksplorasi penerapan dan pelaporan Corporate Social Responsibility (CSR) berbasis strategik dan non-strategik pada PT. Mitratani Dua Tujuh, perusahaan eksportir produk berkelanjutan. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan manajer CSR, staf terkait, serta pemangku kepentingan lain yang terlibat dalam implementasi CSR. Selain itu, observasi langsung terhadap aktivitas CSR perusahaan dan analisis dokumentasi laporan keberlanjutan yang mengacu pada standar Global Reporting Initiative (GRI) juga dilakukan. Metode ini memberikan peneliti wawasan menyeluruh tentang pelaksanaan CSR, baik yang bersifat strategik maupun non-strategik (Creswell & Creswell, 2018).

Proses analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang mencakup tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, informasi yang diperoleh disaring untuk fokus pada aspek-aspek yang relevan dengan tujuan penelitian. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk naratif dan matriks untuk mempermudah pemahaman. Pada akhirnya, kesimpulan ditarik untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana PT. Mitratani Dua Tujuh melaksanakan CSR dalam konteks keberlanjutan dan dampaknya terhadap perusahaan serta masyarakat. Diharapkan, penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan konsep CSR berbasis keberlanjutan di sektor perusahaan eksportir (Thalib, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan CSR Dalam Teori Stakeholder dan Teori Legitimasi Teori Stakeholder

Menurut Wati (2019) teori stakeholder merupakan kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan (Loekito & Setiawati, 2021). Sehingga, teori ini mendasari adanya kegiatan CSR strategik perusahaan, dimana perusahaan tidak

hanya peduli pada kepentingannya sendiri, tetapi juga memberikan manfaat dan informasi mengenai keberlanjutan bagi stakeholders. Berikut beberapa kegiatan CSR strategik yang diterapkan oleh PT. Mitratani Dua Tujuh dengan berlandaskan atau berkaitan dengan teori stakeholders:

- a. Penggunaan Lampu LED Pada Pabrik Perusahaan
- b. Memberikan Tunjangan Kesehatan serta Tunjangan Ketanagakerjaan Kepada Karyawan Perusahaan.
- c. Memberikan Hak Cuti dan Apresiasi Kerja kepada Karyawan Perusahaan
- d. Menyerahkan Bantuan kepada Karyawan Perusahaan
- e. Kegiatan Bakti Sosial dengan Membagikan Bibit Pohon Aren
- f. Pengelolaan Limbah B3 sebagai Bahan Bakar Alternatif Mesin Boiler
- g. Pengelolaan Limbah Cair melalui Instalasi Pengelolaan Air Limbah (IPAL)
- h. Pemanfaatan Limbah Padat Kulit Kering dan Kulit Basah Edamame serta Okra
- i. Daur Ulang Uap Panas Mesin Boiler untuk Memanaskan Mesin Boiler
- j. Perkuat Sinergi dengan Universitas Islam Jember di Bidang Tri Dharma Perguruan Tinggi
- k. Melakukan Pelatihan Kerja (Training) kepada Karyawan
- l. Membentuk Tim P23K dan Tim Budaya Keamanan Pangan

Teori Legitimasi

Menurut Manisa & Defung (2021) teori legitimasi menekankan bahwa perusahaan harus terus berusaha untuk beroperasi dalam batas-batas dan norma-norma yang berlaku di masyarakat atau lingkungan tempat perusahaan beroperasi, sehingga dapat berjalan dengan baik tanpa adanya konflik. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan CSR diharapkan akan memberikan kontribusi yang positif bagi masyarakat dan lingkungan. Teori legitimasi menjadi dasar adanya CSR non strategik perusahaan. Berikut beberapa kegiatan CSR non strategik yang diterapkan oleh PT. Mitratani Dua Tujuh dengan berlandaskan atau berkaitan dengan teori legitimasi:

- a. Program Kegiatan Khitan Massal yang Bekerja Sama dengan Rumah Sakit Umum Kaliwates Jember
- b. Menyerahkan Bantuan kepada Masyarakat Sekitar Perusahaan
- c. Mengadakan Buka Puasa Bersama dan Santunan Anak Yatim dari Karyawan dan Lingkungan Perusahaan setiap Tahun
- d. Menyerahkan bingkisan Hari Raya Idul Fitri kepada masyarakat sekitar PT. Mitratani Dua Tujuh
- e. Gelar donor darah bersama Palang Merah Indonesia Kabupaten Jember
- f. Menyelenggarakan Istighosah bersama sekaligus Santunan Anak Yatim
- g. Bantuan Perbaikan Jalan, Tempat Ibadah, dan Fasilitas Umum

Analisis CSR Strategik dan Non Strategik

No.	Keterangan	CSR Strategik	CSR Non Strategik
1.	Manfaat sosial	<ul style="list-style-type: none"> Jangka Panjang 	<ul style="list-style-type: none"> Jangka pendek
2.	Keuntungan	<ul style="list-style-type: none"> Memaksimalkan 	<ul style="list-style-type: none"> Sedikit Tidak ada
3.	Subjektivitas	<ul style="list-style-type: none"> Direktur perusahaan Karyawan Vendor Konsumen Pemerintah Pemasok lokal 	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat Pemegang saham dengan jumlah sedikit Keluarga karyawan

		<ul style="list-style-type: none"> • Anggota tenaga kerja • Pabrik sesaudara 	<ul style="list-style-type: none"> • Perangkat desa
4.	Kegiatan operasional perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Sejalan • Searah • Sesuai 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak sejalan • Berlawanan • Tidak sesuai
5.	Tujuan perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Terencana 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak terencana

Tabel 1.1

Kata Kunci Klasifikasi CSR Strategik dan Non Strategik

Analisis CSR Strategik

Berdasarkan hasil matriks CSR pada PT. Mitratani Dua Tujuh menunjukkan bahwa telah melakukan kegiatan CSR Strategik pada aspek ekonomi, aspek lingkungan hidup, dan aspek sosial. berdasarkan GRI standar, PT. Mitratani Dua Tujuh telah melakukan sebanyak 12 item CSR strategik yang terdiri dari dua kegiatan CSR pada aspek ekonomi, lima kegiatan CSR pada aspek lingkungan hidup, serta lima kegiatan CSR pada aspek sosial. Kegiatan CSR PT. Mitratani Dua Tujuh yang telah dilakukan, di dukung teori *stakeholders* yang menyatakan bahwa dalam mencapai tujuan, perusahaan melakukan kegiatan yang dapat memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan.

a. Aspek Ekonomi

PT. Mitratani Dua Tujuh melakukan CSR strategik dalam aspek ekonomi pada sub kategori nilai ekonomi dan perubahan iklim. Sub kategori nilai ekonomi, yaitu nomor 201-1 tentang nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan. PT. Mitratani Dua Tujuh menyalurkan bantuan kepada karyawan perusahaan yang terdampak musibah, seperti: terdampak banjir, kebakaran, dan musibah lainnya. Bantuan yang diberikan berupa distribusi nilai ekonomi langsung, yaitu: donasi. Sedangkan, sub kategori perubahan iklim pada nomor 201-2 tentang implikasi finansial serta risiko dan peluang lain akibat dari perubahan, dimana perusahaan mengadakan kegiatan bakti sosial dengan membagikan bibit pohon aren kepada petani. Tindakan tersebut merupakan langkah perusahaan dalam menangani perubahan iklim melalui kegiatan reboisasi yang mendukung kelestarian lingkungan.

Terkait dengan produk jadi yang cacat atau tidak sesuai telah sampai di tangan konsumen, perusahaan melakukan upaya dengan memberikan garansi kepada konsumen, dimana konsumen dapat mengembalikan produk serta perusahaan akan memberikan ganti dengan produk yang baru.

b. Aspek Lingkungan

Kegiatan CSR strategik yang dilakukan PT. Mitratani Dua Tujuh dalam aspek lingkungan hidup berada pada sub kategori energi, air, dan limbah. Pada sub kategori energi, yaitu nomor 302-4 tentang pengurangan konsumsi energi dan 302-5 tentang pengurangan pada energi yang dibutuhkan untuk produk dan jasa, dimana PT. Mitratani Dua Tujuh menggunakan lampu LED pada pabrik perusahaan dan melakukan daur ulang uap air mesin boiler untuk memanaskan mesin boiler, sehingga mengurangi konsumsi energi listrik dan mengurangi pengeluaran kas perusahaan serta perusahaan akan memperoleh laba semakin tinggi. Dengan demikian, ketentuan perolehan laba dari para *stakeholder* perusahaan akan terpenuhi.

Pada sub kategori air, yaitu nomor 303-3 tentang pengambilan air dan nomor 303-5 tentang konsumsi air. PT. Mitratani Dua Tujuh melakukan daur ulang uap panas dari mesin boiler yang digunakan kembali untuk memanaskan mesin boiler. Penggunaan kembali air merupakan salah satu upaya berkelanjutan dalam menghemat air, dikarenakan kelangkaan air merupakan tantangan besar perusahaan.

Sedangkan, pada sub kategori limbah, yaitu nomor 306-2 tentang limbah berdasarkan jenis dan nomor 306-4 tentang pengangkutan limbah berbahaya, dimana perusahaan telah melakukan pengelolaan limbah dengan baik, yaitu: mengelola limbah cair melalui Instalasi Pengelolaan Air Limbah (IPAL) sebelum dibuang,

mengelola limbah B3 sebagai bahan bakar alternatif mesin boiler, dan memanfaatkan limbah padat kulit kering dan kulit basah edamame serta okra. Sehingga, PT. Mitratani Dua Tujuh mendapatkan keunggulan kompetitif dan semakin memperkuat hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan, serta citra perusahaan akan semakin kuat.

c. Aspek Sosial

Pada aspek sosial, PT. Mitratani Dua Tujuh telah melakukan kegiatan CSR strategik pada empat sub kategori. Pertama, PT. Mitratani Dua Tujuh memberikan tunjangan kesehatan serta tunjangan ketenagakerjaan kepada karyawan perusahaan, berupa BPJS. Pemberian tunjangan merupakan salah satu bentuk kegiatan CSR strategik perusahaan, dikarenakan mampu mendorong karyawan dalam mengoptimalkan kinerja, sehingga dapat mencapai tujuan atas tuntutan *stakeholder*. Kegiatan tersebut sesuai dengan sub kategori tunjangan yang diberikan kepada karyawan purna waktu yang tidak diberikan kepada karyawan pada kurun waktu tertentu atau paruh, dengan nomor 401-2.

Kedua, perusahaan juga telah memberikan apresiasi kerja dan hak cuti kepada karyawan perusahaan, salah satunya dalam bentuk cuti melahirkan. Kebijakan tersebut merupakan upaya perusahaan dalam memberdayakan karyawan perempuan. Sesuai dengan standar GRI, kebijakan tersebut sesuai dengan sub kategori cuti melahirkan dengan nomor 401-3.

Ketiga, pada sub kategori Kesehatan dan Keselamatan Kerja, yaitu nomor 403-1 tentang sistem manajemen Kesehatan dan Keselamatan Kerja. Dalam menerapkan nilai-nilai yang ada dalam masalah keselamatan kerja PT. Mitratani Dua Tujuh membentuk tim P23K serta tim Budaya Keamanan Pangan yang bertugas untuk menyelenggarakan peningkatan terhadap kesehatan karyawan. Pembentukan tim tersebut merupakan wujud kepedulian perusahaan yang mendukung keberlanjutan bisnis perusahaan, karena tercipta lingkungan kerja yang sehat dan aman yang dapat mengurangi kecelakaan kerja karyawan. Selain itu, sesuai dengan nomor 403-5 tentang pelatihan pekerja mengenai Kesehatan dan Keselamatan Kerja, perusahaan melakukan pelatihan kerja (*training*) kepada karyawan terkait Kesehatan dan Keselamatan Kerja. Sehingga, karyawan perusahaan menjadi SDM yang semakin berkualitas dan mengupayakan produksi perusahaan dengan baik.

Terakhir, nomor 413-1 tentang operasi dengan keterlibatan masyarakat setempat, penilaian dampak, dan program pengembangan. PT. Mitratani Dua Tujuh memperkuat sinergi dengan Universitas Islam Jember di Bidang Tri Dharma Perguruan Tinggi. Perusahaan berharap mahasiswa magang memiliki projek yang dapat berkontribusi dengan perusahaan, sehingga selain memberikan keuntungan untuk mahasiswa sebagai salah satu pemangku kepentingan, juga memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Analisis CSR Non Strategik

Berdasarkan hasil matriks PT. Mitratani Dua Tujuh menunjukkan bahwa telah melakukan kegiatan CSR Non Strategik pada aspek ekonomi dan aspek sosial. Berdasarkan GRI standar, PT. Mitratani Dua Tujuh telah melakukan sebanyak 7 item CSR non strategik yang terdiri dari satu kegiatan CSR pada aspek ekonomi serta enam kegiatan CSR pada aspek sosial. Kegiatan CSR PT. Mitratani Dua Tujuh yang telah dilakukan, di dukung teori legitimasi yang menyatakan bahwa dalam menjaga citra perusahaan, serta meminimalisir terjadinya konflik antara perusahaan dengan masyarakat sekitar, perusahaan melakukan kegiatan interaksi sosial dengan masyarakat sekitar.

1. Aspek Ekonomi

Pada aspek ekonomi, PT. Mitratani Dua Tujuh telah melakukan kegiatan CSR non strategik yang fokus terhadap interaksi sosial antara perusahaan dengan masyarakat hanya pada sub kategori nomor 201-1 tentang nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan. Sesuai dengan sub kategori tersebut, perusahaan melakukan kegiatan penyerahan bantuan kepada masyarakat sekitar perusahaan. Bantuan yang diberikan perusahaan berupa distribusi nilai ekonomi langsung, yaitu: donasi. Sehingga, kegiatan tersebut dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar perusahaan.

2. Aspek Sosial

PT. Mitratani Dua Tujuh telah melakukan kegiatan CSR non strategik sesuai dengan sub kategori Kesehatan dan Keselamatan serta keterlibatan masyarakat. Pertama, sesuai dengan sub kategori Kesehatan dan Keselamatan Kerja, yaitu nomor 403-3 tentang layanan Kesehatan kerja, perusahaan melakukan kegiatan donor darah bersama Palang Merah Indonesia (PMI) Kabupaten Jember. Kegiatan rutin yang diselenggarakan setiap 3 bulan sekali tersebut merupakan salah satu bentuk kepedulian perusahaan terhadap sesama, dimana perusahaan menyediakan stok persediaan darah bagi masyarakat yang membutuhkan. Selain itu, pada nomor 416-1 tentang penilaian dampak Kesehatan dan Keselamatan dari berbagai kategori produk dan jasa, perusahaan mengadakan program khitan massal yang bekerja sama dengan Rumah Sakit Umum Kaliwates Jember. Kegiatan tersebut merupakan salah satu bentuk kontribusi perusahaan terhadap masyarakat sekitar perusahaan. Jasa yang diberikan perusahaan memberikan dampak secara langsung terhadap kesehatan masyarakat.

Kedua, pada sub kategori keterlibatan masyarakat nomor 413-1 tentang operasi dengan keterlibatan masyarakat setempat, penilaian dampak, dan program pengembangan, program yang dilakukan PT. Mitratani Dua Tujuh, terdiri dari: menyelenggarakan istighosah bersama sekaligus santunan anak yatim, menyerahkan bingkisan Hari Raya Idul Fitri kepada masyarakat sekitar PT. Mitratani Dua Tujuh, mengadakan buka puasa bersama dan santunan anak yatim dari karyawan dan lingkungan perusahaan yang diadakan setiap tahun, serta menyalurkan bantuan perbaikan jalan, tempat ibadah, dan fasilitas umum. Program tersebut merupakan kegiatan perusahaan dengan melibatkan komunitas lokal dalam kegiatan operasinya yang mendukung pengembangan sosial dan kesejahteraan masyarakat.

Bentuk dan Analisis Pelaporan CSR PT.Mitratani Dua Tujuh

hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa dalam menyampaikan informasi kegiatan CSR yang telah diterapkan PT. Mitratani Dua Tujuh melaporkan dalam bentuk laporan manajemen setiap bulan dan dalam bentuk laporan berkelanjutan (*Sustainability Report*) setiap tahun yang dibentuk mulai tahun 2024. Laporan tahunan pertama ini merupakan pelaporan khusus tentang kegiatan CSR PT. Mitratani Dua Tujuh yang dilakukan pada tahun 2023. Sedangkan untuk pelaporan kegiatan CSR perusahaan pada tahun-tahun sebelumnya PT. Mitratani Dua Tujuh melaporkan melalui laporan manajemen setiap bulan yang bersifat *confidential*. Hal ini dikarenakan isi laporan masih tergabung dengan laporan perusahaan yang lain.

Laporan berkelanjutan (*Sustainability Report*) yang disusun PT. Mitratani Dua Tujuh merupakan salah satu laporan yang bersifat *stand-alone*, dikarenakan dibentuk oleh perusahaan secara terpisah dari laporan keuangan yang hanya menyampaikan informasi kegiatan CSR perusahaan. Laporan berkelanjutan PT. Mitratani Dua Tujuh disusun berdasarkan salah satu standar Internasional, yaitu: Standar *Global Reporting Initiative* (GRI) tahun 2021. Dimana, PT. Mitratani Dua Tujuh melaporkan penerapan kegiatan CSR perusahaan dalam laporan berkelanjutan yang mencakup kinerja pada aspek ekonomi (GRI 200), aspek lingkungan (GRI 300), dan aspek sosial (GRI 400). Akan tetapi, pada laporan berkelanjutan tersebut, PT. Mitratani Dua Tujuh belum menjelaskan manakah yang termasuk penerapan kegiatan CSR strategik dan CSR non strategik perusahaan. Laporan berkelanjutan (*Sustainability Report*) PT. Mitratani Dua Tujuh bersifat terbuka yang dapat di akses melalui website dan media sosial perusahaan, sehingga dapat dijangkau oleh seluruh *stakeholders*.

Dampak CSR terhadap Kinerja Perusahaan dan Kinerja Keuangan

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa kegiatan CSR PT. Mitratani Dua Tujuh berdampak terhadap kinerja perusahaan, yaitu: meningkatkan citra positif perusahaan, hal ini dikarenakan perusahaan mencakup aspek ekonomi, sosial masyarakat, serta pelestarian lingkungan. Dengan kegiatan CSR keunggulan kompetitif perusahaan juga semakin meningkat, sehingga perusahaan dapat mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Selain itu, kegiatan CSR PT. Mitratani Dua Tujuh juga berdampak terhadap kinerja

keuangan perusahaan, dimana dengan kegiatan CSR yang diterapkan mempermudah akses perusahaan terhadap sumber pendanaan baik dari investor, maupun kreditur.

Untuk mendalami perbedaan dampak antara CSR strategik dan non-strategik dan juga memperkuat hasil dari penelitian, penelitian yang senada juga dilakukan oleh Pratiwi (n.d.) pada PTPN XI–PG Semboro memberikan wawasan yang relevan. Dalam penelitiannya, Pratiwi menemukan bahwa CSR strategik di PTPN XI, seperti pengelolaan sumber daya alam yang lebih efisien dan penerapan teknologi ramah lingkungan, memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan efisiensi operasional dan daya saing perusahaan. Sebaliknya, CSR non-strategik, meskipun tidak langsung mendukung tujuan bisnis, memiliki peran penting dalam membangun citra perusahaan dan mempererat hubungan dengan masyarakat sekitar.

Dari hasil penelitian tersebut, dapat dilihat bahwa perusahaan yang fokus pada CSR strategik, seperti yang dilakukan PT. Mitratani Dua Tujuh, dapat memperoleh manfaat jangka panjang dalam hal peningkatan operasional dan daya saing. Sementara itu, CSR non-strategik berkontribusi pada pembangunan sosial yang lebih baik, meskipun dampaknya terhadap keberlanjutan bisnis cenderung lebih terbatas.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa PT. Mitratani Dua Tujuh melaksanakan 19 kegiatan CSR, yang terdiri dari 12 kegiatan strategik (63%) dan 7 kegiatan non-strategik (37%). Kegiatan CSR strategik lebih fokus pada aspek lingkungan dan sosial, yang bertujuan mendukung keberlanjutan operasional perusahaan, dengan rincian 2 kegiatan pada aspek ekonomi, 5 pada aspek lingkungan, dan 5 pada aspek sosial. Sedangkan, pada kegiatan CSR non-strategik, perusahaan melaksanakan 1 kegiatan pada aspek ekonomi dan 6 kegiatan pada aspek sosial. Evaluasi dilakukan untuk memastikan keberlanjutan kegiatan CSR yang diterapkan. Sejak 2023, PT. Mitratani Dua Tujuh melaporkan kegiatan CSR dalam laporan keberlanjutan yang mengacu pada standar GRI 2021, yang mencakup aspek ekonomi (GRI 200), lingkungan (GRI 300), dan sosial (GRI 400). Namun, laporan keberlanjutan tersebut belum membedakan secara eksplisit antara kegiatan CSR strategik dan non-strategik. CSR strategik yang diterapkan PT. Mitratani Dua Tujuh memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi operasional dan keberlanjutan perusahaan, sementara CSR non-strategik mendukung hubungan sosial. Implementasi GRI 2021 membantu mengintegrasikan CSR strategik ke dalam strategi bisnis, namun perusahaan perlu mengidentifikasi aktivitas strategik dan non-strategik secara eksplisit dalam laporan keberlanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adrai, R., & Perkasa, D. H. (2024). Penerapan etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam international human resources management. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 6(2), 68–85.
- [2] Agustini, I. (2024). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi di Sektor Consumer Non-Cyclicals*. Politeknik Negeri Bali.
- [3] Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Fifth). SAGE Publications.
- [4] Hidayah, S. L. (2024). *analisis penerapan corporate social responsibility (csr) strategik dan non strategik pada pt sinergi gula nusantara (sgn) pt glenmore*. Universitas Jember.
- [5] Indonesia. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur Nomor 4 Tahun 2011 tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Provinsi Jawa Timur: Pemerintah Daerah.
- [6] Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Jakarta: Presiden Republik Indonesia.
- [7] Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Jakarta: Presiden Republik Indonesia.
- [8] Iqbal, M. (2022). *5 Dasar Hukum CSR dan Peraturan Undang-Undang TJS*. Lindungihutan. <https://lindungihutan.com/blog/macam-macam-dasar-hukum-csr/>

- [9] Ivosights, A. (2022). *Apa Itu CSR dalam Annual Report? Simak Ulasannya Disini!* Ivosights. [https://ivosights.com/read/artikel/apa-itu-csr-dalam-annual-report-simak-ulasannya-disini#:~:text=Corporate Social Responsibility \(CSR\) adalah,dan kepercayaan pemangku kepentingan perusahaan.](https://ivosights.com/read/artikel/apa-itu-csr-dalam-annual-report-simak-ulasannya-disini#:~:text=Corporate Social Responsibility (CSR) adalah,dan kepercayaan pemangku kepentingan perusahaan.)
- [10] Loekito, V., & Setiawati, L. W. (2021). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Kontrol Likuiditas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017–2019. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing Dan Keuangan*, 18(1), 1–26.
- [11] MaF'ulla, A. A., & Rachmawati, I. I. (2024). Literature Review : Analisis Manfaat Penerapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Perusahaan Pertambangan. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 62–75. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.313>
- [12] Nopriyanto, A. (2024). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 1–12.
- [13] Pratiwi, M. W. (n.d.). *Implementasi Pola CSR Strategik dan Non Strategik Perusahaan pada PTPN XI–PG Semboro*. Jurusan S1 Akutansi; Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- [14] Sjioen, A. E., Amaludin, A., Rukmana, A. Y., Syamsulbahri, S., & Wahyudi, I. (2023). Bisnis Berkelanjutan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi tentang Dampak dan Strategi Implementasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 239–248.
- [15] Thalib, M. A. (2022). Pelatihan Analisis Data Model Miles Dan Huberman Untuk Riset Akuntansi Budaya. *Madani: Jurnal Pengabdian Ilmiah*, 5(1), 23–33.
- [16] Udayana, I. B. N., Cahya, A. D., & Dewi, N. S. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran dan Corporate Social Responsibility Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan PT Unilever Indonesia Tbk: Abstrak, Pendahuluan, Landasan Teori, Metode Penelitian, Hasil dan Pembahasan, Simpulan dan Saran, Daftar Pustaka. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 12(01), 263–276