

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR) PT. ANTAM, TBK.
(Studi Literatur Aspek Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan)

Ginanjari Indra Kusuma Nugraha,
Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Merdeka Malang
email: gim_revalin@unmer.ac.id

Abstract

Corporate social responsibility (CSR) It is important to be done by companies primarily by companies whose activities its operations have a negative impact on society and the environment around. CSR is considered important because in reality there are companies that have a relationship that is not harmonious with the community (conflict) because the community or local community is disturbed by it company activity. However, in addition there are companies that have relationships are not harmonious, there are also companies that have relationships which is quite harmonious with the community because the company has applying CSR well. The implementation of CSR is done as proof of the phenomenon of social responsibility undertaken by company. This study provides an overview of the implementation of responsibility corporate social responsibility PT. Antam, Tbk. reviewed in literature from the aspect economic, social, and environmental issues. Realization of social responsibility in the field the economy is realized PT. Antam, Tbk. by making a real contribution for communities and governments aimed at improving self-reliance economic and social welfare, in addition to contributing to the government through tax payments, royalties, and non-tax state revenues (PNBP) other, in accordance with applicable regulations. Attempts to fight poverty in the Company's operational areas is realized in the Program Partnership (PK). The program focuses on economic empowerment communities with the provision of capital assistance business and/or investment capital. PT. Antam, Tbk. holding the view that CSR is important because of in addition to building a positive image for the company, also done for prospering the community so that there is a harmonious relationship between companies with society because society is part of Antam stakeholders.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Program Partnership, Local Community, Empowerment, Stakeholders*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis di era modern menuntut perusahaan untuk meningkatkan perhatian dan tanggung jawabnya kepada lingkungan sosial. Perusahaan-perusahaan telah banyak mengubah paradigma sempit mereka, dimana orientasi seluruh kegiatan dan aktivitas apapun harus ditakar dari sudut menambah keuntungan finansial secara langsung atau tidak (*profit oriented business*). Pengambilan kebijakan yang hanya melandaskan pada kinerja ekonomi dan keuangan perusahaan, sudah dianggap tidak relevan lagi untuk saat ini. Kegiatan produksi suatu perusahaan secara tidak langsung telah menimbulkan banyak dampak negatif terhadap lingkungan sosial maupun lingkungan fisik disekitar tempat kegiatan produksi perusahaan, hal inilah yang menjadikan perusahaan merasa penting dan bertanggung jawab untuk melakukan kegiatan yang bersifat sosial. Bisnis yang bertanggung jawab secara sosial tidak hanya mempertimbangkan apa yang terbaik bagi perusahaannya saja, tetapi juga bagi masyarakat umum. Perusahaan-perusahaan berusaha untuk mencermati dan menyadari agar memastikan bahwa produk dan proses produksi yang mereka lakukan ramah terhadap lingkungan. Eipsten dan Freedman (1994) mengungkapkan bahwa investor juga menaruh perhatian yang besar terhadap informasi sosial yang dilaporkan suatu perusahaan dalam laporan tahunannya, dengan demikian perusahaan harus menyediakan informasi menyeluruh mengenai aspek sosial, lingkungan dan keuangan secara sekaligus (*sustainability reporting*).

Strategi dalam penerapan CSR penting untuk memantapkan tujuan dan mencapai program yang bermanfaat. Strategi perusahaan yang telah terbentuk, dilakukan berdasarkan kebijakan perusahaan terhadap program yang diselenggarakan. Pelaksanaan dari strategi perusahaan, kemudian dapat dijalankan secara terstruktur ataupun disesuaikan dengan keadaan apabila terjadi perubahan pada saat program berjalan, agar dapat terstruktur dengan baik, maka dalam strategi dapat dilibatkan tahap-tahap CSR, dimana pada tahap tersebut terdiri dari tahap perencanaan, implementasi, evaluasi dan

pelaporan. Terkait dengan hal tersebut, setiap perusahaan tentu memiliki kebijakan yang tidak sama karena tergantung pada kesepakatan yang dibuat oleh masing-masing perusahaan

Dalam melakukan tanggung jawab sosialnya, perusahaan tentu menginginkan agar programnya dapat berjalan sesuai dengan apa yang direncanakannya. Setiap program yang dijalankan memiliki tujuan-tujuan tertentu. Tujuan tersebut dapat berupa manfaat yang diperoleh komunitas lokal, misalnya peningkatan pengetahuan melalui pelatihan, seminar ataupun iklan (reklame) yang dibuat perusahaan sebagai wujud program CSR-nya. Selain itu, dari sisi internal perusahaan juga memungkinkan untuk menginginkan terjadinya penambahan keuntungan maupun perolehan citra positif dari program CSR. Masyarakat sebagai penerima program CSR tentu harus dapat merasakan manfaat dari program CSR yang dijalankan perusahaan agar program tersebut mampu mengusung hal-hal positif. Di pihak perusahaan, program CSR dapat bermanfaat untuk mempertahankan usaha perusahaan dengan membangun citra positif kepada masyarakat secara umum dan komunitas lokal pada khususnya.

Kegiatan CSR dilakukan oleh PT. Antam, Tbk. sejak tahun 2005. Penerapan CSR yang dilakukan memiliki manfaat bagi PT. Antam, Tbk. maupun bagi penerima program. Manfaat yang diperoleh PT. Antam, Tbk. yaitu keberlanjutan dalam menjalankan aktivitas perusahaan, perolehan *social license*, perolehan penghargaan melalui CSR Award tahun 2006, serta terwujudnya hubungan yang baik antara perusahaan dengan Pemerintah maupun masyarakat yang menerima program.

Penelitian ini secara garis besar bertujuan untuk mengungkap fenomena tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan strategi yang digunakan adalah studi literatur berupa tinjauan literatur dari aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Studi literatur dipilih karena peneliti ingin memperoleh wawasan atas suatu isu atau sebagai pendukung yang membantu peneliti dalam memahami konsep tanggung jawab sosial PT. Antam, Tbk.

Hal inilah yang menarik dan mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut, dengan demikian penelitian ini mengambil judul, “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) PT. Antam, Tbk. (Studi Literatur Aspek Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan)”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

a. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) atau lazim disebut tanggung jawab sosial perusahaan sudah tidak lagi dianggap sebagai beban/biaya (*cost*) melainkan sebagai bentuk investasi perusahaan. Brabeck (2009) mengungkapkan bahwa CSR merupakan bagian yang terintegrasi dengan bisnis perusahaan dan dibentuk dari strategi investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Idealnya, CSR harus menjadi bagian yang terintegrasi dalam kebijakan perusahaan sebagai investasi masa depan suatu perusahaan (*social investment*).

Eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali yang dilakukan oleh perusahaan, mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Bertitik tolak dari hal tersebut, tanggung jawab sosial perusahaan mendapat perhatian amat serius dikalangan dunia usaha, masyarakat pun semakin kritis dan melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Menurut Utama (2007) perkembangan CSR terkait juga dengan semakin parahnyanya kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim.

Pemerintah RI melalui Undang-undang No.40 Tahun 2007 mewajibkan Perseroan yang usahanya terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Semua Perseroan diwajibkan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam Laporan Tahunan. Pelaporan tersebut merupakan cerminan dari perlunya akuntabilitas Perseroan atas pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga para *stakeholders* dapat menilai pelaksanaan kegiatan tersebut. Tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diartikan sebagai

komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Pasal 1 ayat 3).

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mendefinisikan CSR sebagai komitmen dunia usaha untuk terus-menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas. *World Bank* juga memberikan definisi mengenai CSR, yang memandang sebagai komitmen dunia usaha yang mengkontribusikan keberlanjutan usaha pembangunan ekonomi melalui peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas untuk meningkatkan kualitas hidup demi kemajuan bisnis maupun kemajuan pembangunan.

Adapun tahap-tahap dalam penerapan CSR yang dilakukan oleh Perusahaan (Wibisono, 2007) yaitu:

1) Tahap Perencanaan

Tahap ini terdiri dari tiga langkah utama yaitu *Awareness Building*, *CSR Assesment*, dan *CSR Manual Building*. *Awareness building* merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran Perusahaan mengenai arti penting CSR dan komitmen manajemen. *CSR Assesment* merupakan upaya untuk memetakan kondisi Perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur Perusahaan yang kondusif bagi penerapan CSR secara efektif. Pada tahap membangun *CSR manual*, perencanaan merupakan inti dalam memberikan petunjuk pelaksanaan CSR bagi konsumen Perusahaan. Pedoman ini diharapkan mampu memberikan kejelasan dan keseragaman pola pikir dan pola tindak seluruh elemen Perusahaan guna tercapainya pelaksanaan program yang terpadu, efektif, dan efisien.

2) Tahap Implementasi

Pada tahap ini terdapat beberapa poin yang harus diperhatikan seperti

pengorganisasian, penyusunan untuk menempatkan orang sesuai dengan jenis tugas, pengarahan, pengawasan, pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan rencana, serta penilaian untuk mengetahui tingkat pencapaian tujuan. Tahap implementasi terdiri dari tiga langkah utama yaitu sosialisasi, pelaksanaan, dan internalisasi. Sosialisasi dilakukan untuk memperkenalkan kepada komponen Perusahaan mengenai berbagai aspek yang terkait dengan implementasi CSR khususnya mengenai pedoman penerapan CSR. Tujuan utama sosialisasi adalah agar program CSR yang akan diimplementasikan mendapat dukungan penuh dari seluruh komponen Perusahaan, sehingga dalam perjalanannya tidak ada kendala serius yang dialami oleh unit penyelenggara. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada dasarnya harus sejalan dengan *roadmap* yang telah disusun. Internalisasi mencakup upaya-upaya untuk memperkenalkan CSR di dalam seluruh proses bisnis Perusahaan, misalnya melalui sistem manajemen kinerja, proses produksi, pemasaran dan proses bisnis lainnya. Melalui upaya ini dapat dinyatakan bahwa penerapan CSR bukan sekedar kosmetik namun telah menjadi strategi Perusahaan, bukan lagi sebagai upaya untuk *compliance*, tapi sudah *beyond compliance*.

3) Tahap Evaluasi

Tahap ini perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauh mana efektivitas penerapan CSR. Evaluasi dapat berguna untuk mengetahui kegagalan dan keberhasilan suatu program dan dapat pula dilakukan untuk pengambilan keputusan. Evaluasi dapat dilakukan dengan meminta pihak independen untuk melakukan audit implementasi atas praktik CSR yang dilakukan.

4) Pelaporan

Pelaporan perlu dilakukan untuk membangun sistem informasi, baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai Perusahaan.

Berdasarkan program yang diselenggarakan oleh perusahaan dalam mewujudkan tanggung jawab sosialnya, maka terdapat tiga kategori bentuk tanggung

jawab sosial Perusahaan (Rudito dkk, 2007), yaitu:

a) *Public Relations*

Usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh Perusahaan. Usaha ini lebih mengarah pada menjalin hubungan baik antara Perusahaan dengan komunitas, khususnya menanamkan sebuah persepsi yang baik tentang Perusahaan (*brand image*) kepada komunitas. Kegiatan yang dilakukan biasanya berbentuk kampanye yang tidak terkait sama sekali dengan produk yang dihasilkan oleh Perusahaan yang bersangkutan.

b) Strategi Defensif

Usaha yang dilakukan Perusahaan guna menangkis anggapan negatif komunitas luas yang sudah tertanam terhadap kegiatan Perusahaan terhadap karyawannya, dan biasanya untuk melawan serangan negatif dari anggapan komunitas atau komunitas yang sudah telanjur berkembang. Kegiatan ini biasanya dilakukan dengan sasaran yang berbeda dengan anggapan yang telah berkembang atau bertolakbelakang dengan persepsi-persepsi yang ada di komunitas pada umumnya.

c) Keinginan Tulus

Keinginan tulus untuk melakukan kegiatan yang baik yang benar-benar berasal dari visi Perusahaan, melakukan program untuk kebutuhan komunitas atau komunitas sekitar Perusahaan atau kegiatan Perusahaan yang berbeda dari hasil Perusahaan itu sendiri. Kegiatan perusahaan dalam konteks ini adalah sama sekali tidak mengambil suatu keuntungan secara materil tetapi berusaha untuk menanamkan kesan baik terhadap komunitas berkaitan dengan kegiatan Perusahaan.

Adapun *benefits* dan *drivers* dari penerapan CSR oleh perusahaan (Wibisono, 2007), yaitu:

a) Mempengaruhi dan mendongkrak reputasi dan *brand image* Perusahaan. Dengan kontribusi yang positif, maka reputasi dan *image* positif Perusahaan akan meningkat

- b) Layak mendapat *social license to operate*. Program CSR diharapkan akan menjadi bagian dari asuransi sosial yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan
- c) Mereduksi risiko bisnis perusahaan dengan melakukan langkah antisipatif dan preventif
- d) Melebarkan akses sumber daya. *Track record* yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing bagi Perusahaan yang dapat membantu untuk melancarkan jalan menuju sumber daya yang diperlukan Perusahaan
- e) Membentangkan akses menuju *market*. Investasi yang ditanamkan untuk program CSR dapat menjadi tiket bagi Perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar, termasuk di dalamnya akan memupuk loyalitas konsumen dan membentuk pangsa pasar baru
- f) Mereduksi biaya. Terdapat beberapa contoh yang dapat menggambarkan keuntungan Perusahaan yang didapat dari penghematan biaya yang merupakan buah dari implementasi dari penerapan program tanggung jawab sosialnya. Salah satu contohnya yaitu upaya untuk mereduksi limbah dengan proses daur ulang kedalam siklus produksi
- g) Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*
- h) Memperbaiki hubungan dengan *regulator*. Perusahaan yang menerapkan program CSR pada dasarnya merupakan upaya untuk meringankan beban Pemerintah sebagai *regulator*
- i) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. Kesejahteraan yang diberikan pelaku CSR umumnya sudah jauh melebihi standar normatif kewajiban yang dibebankan kepada Perusahaan, sehingga wajar apabila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya
- j) Peluang mendapatkan penghargaan

b. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam BUMN

Terkait dengan tanggung jawab sosialnya, maka peran sosial BUMN antara

lain dituangkan melalui keputusan Menteri BUMN Nomor: Kep236/MBU/2003. Dalam keputusan tersebut dinyatakan bahwa dalam rangka mendorong kegiatan dan pertumbuhan ekonomi kerakyatan serta terciptanya pemerataan pembangunan melalui perluasan lapangan kerja, kesempatan berusaha, dan pemberdayaan masyarakat, perlu ditingkatkan partisipasi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk memberdayakan dan mengembangkan kondisi ekonomi, kondisi sosial masyarakat, dan sekitarnya, melalui Program Kemitraan BUMN dengan usaha kecil dan Program Bina Lingkungan. Keputusan tersebut pada prinsipnya mengikat BUMN untuk menyelenggarakan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (PKBL). Program kemitraan merupakan program yang bertujuan untuk meningkatkan usaha kecil dalam bentuk pinjaman dana yang digunakan baik sebagai modal ataupun pembelian peralatan penunjang bagi kegiatan produksi agar usaha kecil menjadi usaha yang mandiri. Program Bina Lingkungan adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat untuk tujuan yang memberikan manfaat kepada masyarakat di wilayah BUMN yang bersangkutan. Sebagai petunjuk dari Kep-236/MBU/2003, terdapat Surat Edaran Menteri BUMN No SE-433/MBU/2003 yang berisi bahwa setiap BUMN disyaratkan membentuk unit tersendiri yang bertugas secara khusus menangani PKBL.

3. METODE PENELITIAN

a. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam upaya menggambarkan fenomena tanggung jawab sosial Perusahaan melalui metode studi literatur aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan pada PT. Aneka Tambang (Antam), Tbk. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengembangkan pemahaman yang mendalam dan rinci tentang tahap-tahap penerapan tanggung jawab sosial Perusahaan yang terdapat di Antam, strategi yang digunakan Perusahaan dalam penerapan tanggung jawab sosialnya, dan manfaatnya bagi Perusahaan dan masyarakat. Studi literatur dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh tentang apa yang sudah dikerjakan oleh orang lain, dan bagaimana

orang tersebut mengerjakannya, kemudian seberapa berbeda penelitian yang akan penulis lakukan.

Jenis penelitian ini sangat tepat karena menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis dan sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh pemberian kompensasi langsung dan kompensasi tidak langsung terhadap produktivitas kerja karyawan pada Perusahaan Rokok Gandum Malang.

b. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada PT. Antam, Tbk. yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2014. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan berdasarkan penelusuran kepustakaan surat kabar, buku, hasil penelitian dari beberapa peneliti, internet, serta beberapa narasumber yang memberikan informasi mengenai perusahaan yang telah melakukan tanggung jawab sosialnya.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2015 sampai bulan Februari 2016. Penelitian yang dimaksud mencakup waktu semenjak peneliti intensif mengumpulkan data hingga pengolahan dan analisis data.

c. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan studi pustaka atau kajian literatur melalui buku teks, artikel dalam jurnal dan majalah, hasil penelitian terdahulu, serta sumber data tertulis lainnya yang berhubungan dengan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data yang digunakan diperoleh dari pusat referensi pasar modal BEI yang diakses dari www.idx.co.id dan *website* resmi PT. Antam, Tbk. yang beralamatkan di www.antam.com.

Peneliti juga melakukan penelusuran dokumen untuk memperoleh informasi mengenai konsep tanggung jawab sosial menurut Perusahaan, kebijakan-kebijakan Perusahaan yang terkait dengan tanggung jawab sosial Perusahaan (CSR), serta sejauh mana Perusahaan telah menerapkan

tanggung jawab sosial Perusahaannya. Selain itu, penelusuran dokumen juga dilakukan untuk memahami strategi yang digunakan Perusahaan dalam mewujudkan program tanggung jawab sosialnya.

d. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan dan analisis data dimaksudkan untuk mendapatkan informasi mengenai implementasi tanggung jawab sosial Perusahaan PT. Antam, Tbk. ditinjau dari aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Teknik pengolahan dan analisis data dilakukan melalui tiga jalur analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1) Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan dan berlangsung selama penelitian berlangsung. Reduksi data dilakukan dengan menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu serta mengorganisasi data sedemikian rupa hingga dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan akhir.

2) Penyajian Data

Penyajian data dalam hal ini digambarkan dengan sekumpulan informasi tersusun yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk teks naratif berupa catatan lapangan.

3) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan mencakup verifikasi atas kesimpulan terhadap data yang dianalisis agar menjadi lebih rinci dan menggambarkan informasi yang akurat mengenai kebijakan yang telah dilakukan oleh Perusahaan.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Gambaran Umum Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Tambang di Indonesia

Investasi dibidang eksplorasi dan penambangan pada Negara-negara berkembang mengalami peningkatan dalam

beberapa tahun terakhir, oleh karena itu apabila tidak diregulasi dan diawasi secara ketat dan konsisten dikhawatirkan akan menciptakan kerusakan ekosistem dan eksploitasi yang tidak bertanggung jawab. Tanggung jawab sosial perusahaan/*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan isu penting yang dihadapi oleh industri pertambangan. Terlebih lagi industri pertambangan (batubara dan mineral) diwajibkan melaksanakan CSR sebagaimana yang diamanatkan dalam Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT) tepatnya pada pasal 74. Pasal tersebut menegaskan bahwa, “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam (SDA) wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yang mana kewajiban tersebut dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajiban, apabila kewajiban tersebut tidak dijalankan maka akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Selanjutnya dalam penjelasan pasal tersebut ditegaskan pula mengenai tujuan diberlakukannya kewajiban CSR, yaitu untuk tetap menciptakan hubungan Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat.

Undang-undang Nomor 4 tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara (UU Minerba) juga mewajibkan para pemegang IUP dan IUPK menyusun program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat dan dikonsultasikan dengan Pemerintah, Pemerintah Daerah serta masyarakat. Kebijakan program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat yang terdapat dalam UU Minerba secara tegas memang tidak menyebut kebijakan itu adalah CSR, namun kebijakan tersebut identik dengan kebijakan CSR.

Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 (PP CSR) mengatur lebih lanjut tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Pasal 6 PP CSR mengatur tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang harus dimuat dalam laporan tahunan

Perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut dimaksudkan untuk:

- 1) Meningkatkan kesadaran Perseroan terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia
- 2) Memenuhi perkembangan kebutuhan hukum dalam masyarakat mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan
- 3) Menguatkan pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan sesuai dengan bidang kegiatan usaha Perseroan yang bersangkutan

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen dunia usaha untuk terus-menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, sekaligus komunitas lokal dan masyarakat secara luas (*The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* dalam Wibisono, 2007).

b. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Antam, Tbk. merupakan perusahaan pertambangan dan logam Indonesia sebagai hasil dari penggabungan beberapa Perusahaan Negara yang bergerak dibidang pertambangan. PT. Antam, Tbk. memiliki operasi dan lokasi deposit bijih tambang di seluruh Indonesia dan bergerak dibidang eksplorasi, eksploitasi, proses manufaktur dan pemasaran bijih nikel, feronikel, emas, perak, bauksit dan pasir besi. Kegiatan usaha Perseroan telah dimulai sejak tahun 1968 ketika Perseroan didirikan sebagai Badan Usaha Milik Negara melalui merger dari beberapa Perusahaan tambang dan proyek tambang milik pemerintah, yaitu Badan Pimpinan Umum Perusahaan-perusahaan Tambang Umum Negara, Perusahaan Negara Tambang Bauksit Indonesia, Perusahaan Negara Tambang Emas Tjikotok, Perusahaan Negara Logam Mulia, PT Nickel Indonesia, Proyek Intan dan Proyek-proyek Bapetamb. Perseroan didirikan dengan nama “Perusahaan Negara (PN) Aneka Tambang” di Republik Indonesia pada tanggal 5 Juli 1968

berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 22 tahun 1968. Pendirian tersebut diumumkan dalam Tambahan No. 36, BNRI No. 56, tanggal 5 Juli 1968. Pada tanggal 14 September 1974, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 26 tahun 1974, status Perusahaan diubah dari Perusahaan Negara menjadi Perusahaan Negara Perseroan Terbatas (Perusahaan Perseroan) dan sejak itu dikenal sebagai Perusahaan Perseroan (Persero) Aneka Tambang.

Pada tanggal 30 Desember 1974, PT. Antam, Tbk. berubah nama menjadi Perseroan Terbatas dengan Akta Pendirian Perseroan No. 320 tanggal 30 Desember 1974 dibuat dihadapan Warda Sungkar Alurmei, S.H., pada waktu itu sebagai pengganti dari Abdul Latief, dahulu notaris di Jakarta jo. Akta Perubahan No. 55 tanggal 14 Maret 1975 dibuat dihadapan Abdul Latief mengenai perubahan status Perseroan dalam rangka melaksanakan ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam Undang-undang No. 9 tahun 1969 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang No. 1 tahun 1969 (Lembaran Negara tahun 1969 No. 16. Tambahan Lembaran Negara No. 2890) tentang bentuk-bentuk Usaha Negara menjadi Undang-undang (Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1969 No. 40), Peraturan Pemerintah No. 12 tahun 1969 tentang Perusahaan Perseroan (Persero). Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1969 No. 21 dan Peraturan Pemerintah No. 26 tahun 1974 tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Negara Aneka Tambang menjadi Perusahaan Perseroan (Persero), Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1974 nomor 33 jo. Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. Kep. 1768/MK/IV/12/1974, tentang Penetapan Modal Perusahaan Perseroan (Persero) PT Aneka Tambang menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Aneka Tambang, yang telah memperoleh pengesahan dari Menkumham dalam Surat Keputusannya No. Y.A. 5/170/4 tanggal 21 Mei 1975 dan kedua Akta tersebut di atas telah didaftarkan dalam buku register yang berada di Kantor Pengadilan Negeri Jakarta berturut-turut di bawah No. 1736 dan No. 1737 tanggal 27 Mei 1975 serta telah diumumkan dalam Tambahan No. 312 BNRI No. 52 tanggal 1 Juli 1975.

PT. Antam, Tbk. pertama kali menjadi perusahaan terbuka dan tercatat di Bursa Efek Jakarta ketika Pemerintah Indonesia menjual 35 persen sahamnya kepada publik di tahun 1997, sekaligus untuk mendukung pendanaan proyek ekspansi feronikel. Pada tahun 1999, PT. Antam, Tbk. mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Australia sebagai "*foreign exempt listing*" dan kemudian menjadi anggota penuh Bursa Efek Australia pada tahun 2002. Saham publik perusahaan sebesar 35 persen yang secara aktif diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta dan sebagian besar dimiliki oleh lebih dari 100 investor institusi dari Inggris dan Amerika Serikat. Dalam kepemilikannya, PT. Antam, Tbk. Tbk dimiliki oleh pemerintah Republik Indonesia sebesar 65 persen dan sisanya dimiliki oleh publik sebesar 35 persen.

c. Visi PT. Antam, Tbk. 2030

"Menjadi korporasi global terkemuka melalui diversifikasi dan integrasi usaha berbasis Sumber Daya Alam". Unsur-unsur dalam visi tersebut diuraikan lebih mendalam sebagai berikut:

- 1) Korporasi
Badan usaha *holding* yang memberi nilai tambah kepada *stakeholder*
- 2) Global Terkemuka
 - a) Jangkauan pemasaran di seluruh dunia
 - b) Operasional berstandar kelas dunia
 - c) Perusahaan pengolah mineral terbesar di Indonesia
- 3) Terdiversifikasi dan Terintegrasi
 - a) Terdiversifikasi, bisnis yang pruden melalui pengembangan usaha secara horizontal
 - b) Terintegrasi, bisnis yang saling terkait dari hulu ke hilir
- 4) Berbasis Sumber Daya Alam
 - a) Pengelolaan sumber daya alam yang memberikan nilai tambah pada komoditas inti dan bisnis pendukungnya
 - b) Komoditas inti: produk berbasis nikel, bauksit, dan emas
 - c) Bisnis pendukung: energi, batubara, jasa eksplorasi, jasa pemurnian, *trading, engineering, O&M, transshipment, training centre*, dan perkebunan

d. Misi PT. Antam, Tbk. 2030

- 1) Menghasilkan produk-produk berkualitas dengan memaksimalkan nilai tambah melalui praktek-praktek industri terbaik dan operasional yang unggul
- 2) Mengoptimalkan sumber daya dengan mengutamakan keberlanjutan, keselamatan kerja, dan kelestarian lingkungan
- 3) Memaksimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan
- 4) Meningkatkan kompetensi dan kesejahteraan karyawan serta kemandirian masyarakat di sekitar wilayah operasi

e. Strategi Perusahaan

Pada dasarnya tujuan PT. Antam, Tbk. adalah meningkatkan nilai Perusahaan melalui penurunan biaya seiring dengan usaha bertumbuh guna menciptakan keuntungan yang berkelanjutan. Strategi Perusahaan adalah tetap berfokus pada bisnis inti Perusahaan. Pembangunan kekuatan Perusahaan menjadi dasar untuk menjamin profitabilitas yang bersifat jangka panjang. Melalui maksimalisasi output produksi, Perusahaan dapat meningkatkan pendapatan serta menurunkan tingkat biaya.

PT. Antam, Tbk. berusaha untuk mempertahankan pertumbuhan melalui proyek-proyek pengembangan yang solid, aliansi strategis, akuisisi, serta peningkatan kualitas dan nilai cadangan dari sekedar menjual bahan mentah dan beralih untuk lebih meningkatkan kegiatan pemrosesan. PT. Antam, Tbk. berusaha untuk mempertahankan kekuatan keuangan perusahaan. Melalui peningkatan perolehan pendapatan, dapat dipastikan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban, mendanai pertumbuhan masa depan, serta memberikan imbal hasil bagi pemegang saham melalui pembayaran dividen.

f. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan PT. Antam, Tbk.

1) Aspek Ekonomi

Realisasi dari tanggung jawab sosial dibidang ekonomi diwujudkan PT. Antam, Tbk. dengan memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat dan Pemerintah, serta menciptakan dampak positif pembangunan

ekonomi secara keseluruhan. Bentuk kontribusi dan pembangunan ekonomi kepada masyarakat bertujuan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi dan kesejahteraan sosial, selain berkontribusi ke Pemerintah dilakukan melalui pembayaran pajak, *royalty*, dan penerimaan negara bukan pajak (PNBP) lainnya, sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Instrumen penting PT. Antam, Tbk. dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memerangi kemiskinan di wilayah operasional Perusahaan diwujudkan dalam Program Kemitraan (PK). Program kegiatan difokuskan pada pemberdayaan ekonomi masyarakat dengan pemberian bantuan modal usaha dan/atau modal investasi. PT. Antam, Tbk. menyediakan maksimal 2% bagian dari laba bersih untuk bantuan ini. Dana bantuan bersifat bergulir (*revolving*) yang diperuntukkan bagi perputaran usaha yang berkesinambungan dengan mitra yang berbeda dalam rangka mewujudkan kemandirian ekonomi bagi masyarakat, sesuai dengan Peraturan Menteri (PERMEN) BUMN nomor 05/MBU/2007. Dalam skala prioritas, pelaksanaan bantuan pinjaman dana ini diperuntukkan bagi pengusaha mikro, kecil, dan menengah, termasuk koperasi yang berada dalam wilayah operasi PT. Antam, Tbk. Bantuan pinjaman dana ini tidak hanya kepada perorangan, tetapi juga kepada kelompok usaha yang memiliki jenis usaha yang sama. Untuk tahun buku 2013, PT. Antam, Tbk. menyisihkan Rp 20,3 miliar untuk dana Program Kemitraan.

Selain memberikan bantuan pinjaman modal, PT. Antam, Tbk. juga melakukan pembinaan bagi semua mitra binaan yang disebut dengan *capacity building*. Melalui pembinaan ini, PT. Antam, Tbk. berusaha meningkatkan kualitas mitra binaan sehingga mereka diharapkan tidak hanya bersandar pada bantuan Perusahaan terus-menerus, namun mampu berkegiatan menuju kemandirian usaha. Sejak tahun 2008 sampai dengan bulan Juni 2013, jumlah mitra binaan PT. Antam, Tbk. mencapai 4.924 mitra binaan. Sejak bulan Januari sampai Juni 2013, dana program kemitraan yang telah dikeluarkan mencapai Rp 3,3 miliar.

Pada semester pertama tahun 2013, laba yang dapat diatribusikan kepada pemilik

entitas induk PT. Antam, Tbk. turun 21,5% dibandingkan periode yang sama tahun 2012 menjadi Rp 373,6 miliar. Laba bersih per saham (*Earning Per Share, EPS*) tercatat sebesar Rp 39,18 pada semester pertama tahun 2013 dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2012 sebesar Rp 49,97. Penurunan ini terutama disebabkan oleh kenaikan harga pokok penjualan dan beban usaha. Laporan keuangan PT. Antam, Tbk. semester I 2013 dilakukan limited review oleh PWC sesuai peraturan ASX. Pada semester I 2013, kontribusi kepada negara oleh PT. Antam, Tbk. tercatat sebesar Rp1,13 triliun dengan komposisi Rp 388,3 miliar dalam bentuk pajak dan Rp 746,6 miliar dalam bentuk kontribusi Penerimaan Negara Bukan Pajak.

Kehadiran PT. Antam, Tbk., baik secara langsung maupun tidak langsung, diharapkan dapat terus mendatangkan manfaat bagi masyarakat, terutama komunitas lokal yang berada disekitar wilayah operasi Perseroan. Salah satu bentuk kontribusi langsung PT. Antam, Tbk. terhadap perekonomian lokal adalah utilisasi tenaga kerja lokal yang berkompentensi, sedangkan manifestasi kontribusi PT. Antam, Tbk. secara tidak langsung adalah, salah satunya, pemanfaatan Perusahaan lokal sebagai mitra kerja pemasok sebagian kebutuhan Perseroan, yang diharapkan dapat menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat. Di tahun 2012, mitra kerja lokal merepresentasikan 34% dari total mitra kerja PT. Antam, Tbk. sejumlah 822 perusahaan, turun 3% dibandingkan persentase tahun 2011 sebesar 37% terhadap jumlah total mitra kerja Perseroan di tahun 2011 sebesar 729 perusahaan.

Upaya pengembangan perekonomian lokal juga diwujudkan oleh PT. Antam, Tbk. melalui partisipasi Perseroan dalam Program Kemitraan yang dicanangkan Pemerintah melalui Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor: PER-05/MBU/2007. Program ini ditujukan untuk membangun perekonomian lokal melalui pembinaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Program ini menyalurkan pinjaman modal kepada pelaku UMKM lokal yang dananya disisihkan sebesar 2% dari Laba Tahun Berjalan yang dapat diatribusikan kepada

Pemilk Entitas Induk Perseroan, sesuai dengan peraturan tersebut.

2) Aspek Sosial

a) Hak Asasi Manusia (HAM)

PT. Antam, Tbk. menempatkan hak asasi manusia (HAM) sebagai nilai *universal* yang sepatutnya dihormati, diakui dan ditegakkan oleh segenap pemangku kepentingan. Oleh karena itu, PT. Antam, Tbk. memiliki komitmen kuat untuk memastikan setiap operasional Perusahaan tidak melanggar prinsip-prinsip HAM, baik dalam hubungannya dengan masyarakat, pemasok, maupun pegawai. Penjelasan mengenai HAM dinyatakan dalam kebijakan terkait pengembangan sumber daya manusia (SDM) dan perjanjian kerja bersama (PKB) beserta semua mekanisme pelaporan apabila terjadi pelanggaran.

PT. Antam, Tbk. juga menjaga hubungan yang harmonis dengan semua pihak agar tercipta kehidupan yang serasi, iklim yang bebas mengeluarkan pendapat, berserikat, berkumpul, maupun bekerja. Dalam hal ini, tidak terdapat Satuan Kerja yang melarang kebebasan dalam berserikat. Dengan implementasi yang baik, tidak terdapat kasus pelanggaran HAM bagi pekerja, maupun masyarakat di sekitar Perusahaan.

b) Ketenagakerjaan

Pengembangan sumber daya manusia PT. Antam, Tbk. ditujukan pada pembentukan Insan PT. Antam, Tbk. yang memiliki komitmen, kompetensi dan unjuk kerja terbaik guna mendukung pencapaian visi Perusahaan di tahun 2020. Guna mendukung pencapaian tersebut, maka Perusahaan menetapkan sasaran strategis *Human Capital (HC) Excellence* sebagai dasar pengelolaan sumber daya manusia (SDM), dengan atribut BEST. BEST meliputi beberapa aspek yaitu *Beyond expectations, Environment awareness*, dan *Synergized partnership* yang dibangun dari nilai-nilai yang dianut Insan PT. Antam, Tbk., serta atribut kepemimpinan yang efektif. Nilai-nilai tersebut tercakup dalam PIONEER (*professionalism, integrity, global mentality, harmony, excellence, reputation*) sebagai nilai-nilai Perusahaan dan SENSE (*speed, energize, respect, courage*) sebagai atribut kepemimpinan

yang menjiwai perilaku Insan PT. Antam, Tbk. sehari-hari.

Praktik penambangan yang baik (*good mining practices*) yang menjadi syarat utama operasional PT. Antam, Tbk., baik di semua unit bisnis penambangan, mengharuskan terselenggaranya keselamatan dan kesehatan kerja (K3). Semua peraturan tentang K3 ini tercantum dalam Perjanjian Kerja Bersama (PKB). Untuk mewujudkannya, Perusahaan menerapkan Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (SMK3) secara konsisten serta berkesinambungan. Dalam pelaksanaan tugas dan kewenangannya, implementasi dan program K3 didukung oleh unit teknis Kesehatan Kerja dan unit teknis Keselamatan Kerja.

c) Kinerja Sosial

Tantangan membangun keberlanjutan dalam mengelola bisnis pertambangan, diwujudkan PT. Antam, Tbk. dengan Rencana Induk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Master Plan CSR*). Rencana ini difokuskan pada kinerja pembangunan sosial yang langsung dipantau oleh Direktorat Umum dan CSR. Dalam rencana induk ini, ada dua strategi yang membagi seluruh kegiatan CSR, layaknya dua sisi mata uang. Disatu sisi, strategi dilakukan untuk memenuhi kewajiban hukum terhadap pemangku kepentingan. Hal ini mendorong Perseroan, sebagai BUMN, untuk melakukan pengelolaan dampak positif maupun negatif dari kegiatan operasi usaha, sesuai dengan peraturan Pemerintah, yakni PERMEN BUMN No 05/MBU/2007. Selain itu, kegiatan CSR PT. Antam, Tbk. juga merujuk pada prinsip ISO 26000. Disisi lainnya, strategi kegiatan CSR direalisasikan melalui prinsip keterlibatan semua pemangku kepentingan (*stakeholders inclusivity*) dan pembangunan masyarakat. Dalam hal ini kegiatan CSR dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan yang disesuaikan dengan kemampuan Perseroan, termasuk menghormati hak komunitas, mengetahui karakteristik komunitas dalam berinteraksi, mengakui “nilai kerja” dalam bermitra dan berinvestasi sosial untuk menghasilkan nilai tambah bagi masyarakat. Kesemuanya ini terangkum dalam Rencana Induk CSR PT. Antam, Tbk. untuk merespon dampak dari setiap tahapan kegiatan Perseroan, mulai

dari tahap eksplorasi, konstruksi dan operasi, hingga penutupan tambang serta pasca tambang.

Realisasi dari kinerja sosial ini adalah melalui kegiatan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), sesuai dengan Peraturan Menteri BUMN No.PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Selain itu juga ada program pengembangan masyarakat (*community development atau Comdev*), yang pelaksanaannya sesuai dengan arah kebijakan Perseroan.

Program Kemitraan dijalankan dengan basis penguatan ekonomi lokal melalui pemberian bantuan dana pinjaman bergulir untuk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Pemberian dana ini dibarengi dengan pembinaan, termasuk pelatihan manajemen usaha dan promosi. Penyaluran dana Program Kemitraan dilakukan langsung atau bekerjasama dengan pihak lain. Realisasi penyaluran pinjaman tahun 2012 mencapai total Rp 90 miliar.

Pelaksanaan program Bina Lingkungan dan Comdev meliputi beberapa bidang utama, antara lain bantuan dibidang penyediaan sarana/prasarana umum, pendidikan dan pelatihan, kesehatan, sarana ibadah dan kegiatan keagamaan, pelestarian alam, bencana alam, pelestarian budaya, serta bantuan dibidang sosial budaya lainnya. Realisasi penggunaan dana program Bina Lingkungan ditetapkan mengacu pada Peraturan Menteri BUMN PERMEN No. 05/ MBU/2007, yakni penyisihan 2 persen dari laba Perseroan. Total realisasi Bina Lingkungan di tahun 2012 adalah sebesar Rp 45 miliar. Adapun realisasi penggunaan dana Comdev sebesar Rp 152 miliar dianggarkan Perseroan sesuai dengan kebijakan program Perusahaan. Pada tahun 2013, PT. Antam, Tbk. menganggarkan Rp 152 miliar untuk program Comdev, Rp 20,3 miliar untuk Program Kemitraan dan Rp 29,9 miliar untuk Program Bina Lingkungan.

e) Masyarakat

PT. Antam, Tbk. secara aktif melakukan program pengembangan masyarakat (*community development-comdev*) sesuai dengan situasi wilayah. Program ini telah direncanakan secara terperinci dalam setiap tahun

anggaran dan secara garis besar tercantum dalam Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan di setiap awal tahun. Semua aktivitas pengembangan masyarakat ditujukan untuk memandirikan masyarakat dalam jangka panjang, melalui pengembangan ekonomi lokal, program kesehatan, dan pendidikan.

Disamping itu, PT. Antam, Tbk. juga membina hubungan baik dengan beberapa Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang berperan sebagai fungsi kontrol serta penghubung antara Perusahaan, Pemerintah dan masyarakat dengan melihat kondisi masyarakat secara langsung. PT. Antam, Tbk. juga bekerjasama dengan para akademisi sebagai tenaga ahli yang dapat memberikan pendapat dan saran untuk program tanggung jawab sosial yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Untuk mengetahui tingkat penerimaan masyarakat atas program CSR, pada tahun 2012 PT. Antam, Tbk. melaksanakan survei Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM). Agregat nilai IKM yang diperoleh adalah 77,83% dan masuk dalam rentang 66-80 (“puas”). Pencapaian ini menandakan bahwa masyarakat penerima program CSR merasa “puas” dengan pelaksanaan program CSR Perusahaan.

e) **Tanggung Jawab Produk**

PT. Antam, Tbk. menerapkan sistem gugus kendali mutu dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk hasil tambangnya. Sistem gugus kendali mutu ini berfungsi untuk mengurangi biaya operasi, dan pada saat yang bersamaan meningkatkan kualitas produksi. Sebagai perusahaan nasional yang bertaraf Internasional, PT. Antam, Tbk. telah memiliki sertifikasi Komite Akreditasi Nasional (KAN) dan London Bullion Market Association (LBMA), yakni kelayakan produk untuk dijual pada tingkat nasional dan Internasional. Dengan ketaatan pada aturan kelayakan produk yang dijual ini, PT. Antam, Tbk. tidak pernah menghadapi adanya tuntutan pelanggaran peraturan ataupun kode etik penjualan produk. Untuk menjaga kualitas dan mengukur kepuasan konsumen, setiap tahun PT. Antam, Tbk. mengadakan penilaian kepuasan pelanggan melalui *customer satisfaction index* (CSI).

3) **Aspek Lingkungan**

Risiko terbesar yang dihadapi pelaku bisnis pertambangan, tak terkecuali PT. Antam, Tbk. adalah potensi ancaman kerusakan lingkungan yang bisa mengganggu ekosistem disekitar lokasi penambangan. Kenyataan ini sangat disadari Perusahaan sehingga berupaya agar operasional penambangan di seluruh unit bisnis PT. Antam, Tbk. dijalankan sesuai praktik penambangan yang baik dan sejalan peraturan yang berlaku, baik sejak perencanaan maupun setelah selesai (pasca tambang).

Kebijakan lingkungan PT. Antam, Tbk. mencakup:

- a) Mengembangkan dan menerapkan suatu sistem manajemen lingkungan yang mengacu kepada peraturan perundangan dan standar yang berlaku
- b) Mengupayakan penggunaan sistem, metode, peralatan, bahan yang memiliki dampak negatif minimal bagi lingkungan dalam setiap kegiatan pertambangan
- c) Menggunakan sumber daya alam secara optimal dalam rangka konservasi dan minimasi limbah
- d) Memiliki, melaksanakan dan memenuhi ketentuan dokumen lingkungan dalam setiap kegiatan operasional
- e) Melakukan upaya pencegahan dan meminimalkan terjadinya pencemaran terhadap lingkungan
- f) Meminimasi lahan terganggu dan merehabilitasi sesuai dengan peruntukannya termasuk menjaga dan memelihara flora dan fauna didalamnya
- g) Memiliki prosedur tanggap darurat bagi kegiatan yang berpotensi menimbulkan kecelakaan lingkungan
- h) Memiliki rencana penutupan tambang (*mine closure*) pada setiap kegiatan pertambangan tahap operasi/produksi
- i) Melakukan evaluasi untuk meningkatkan kinerja lingkungan secara berkelanjutan

Selama tahun 2012, PT. Antam, Tbk. melengkapi kebijakan manajemen tentang pengelolaan lingkungan dan penutupan tambang. Capaian kinerja atas kepedulian lingkungan diantaranya tercapainya pemenuhan terhadap ketentuan baku mutu limbah pada semua unit operasi/pasca tambang, telah dilengkapi perizinan bidang

lingkungan terkait dengan limbah proses pada unit operasi/pasca tambang, PROPER HIJAU untuk UBPP Logam Mulia, PROPER BIRU untuk UBPN Sulawesi Tenggara, UBPN Maluku Utara dan UBP Emas. UBPN Sulawesi Tenggara juga memperoleh Predikat Aditama (Emas) Kinerja Lingkungan Terbaik 2012 Kategori IUP Mineral. Selain itu juga pelaksanaan reklamasi lahan terganggu dan program penanaman pohon PT. Antam, Tbk. tercatat sebesar 1,44 juta pohon, melebihi target sebanyak 1,25 juta pohon.

Pada tahun 2013, PT. Antam, Tbk. meraih tiga (3) penghargaan pada Indonesia *Green Awards* 2013. Tiga penghargaan yang diraih PT. Antam, Tbk. adalah penghargaan pada kategori Pelestari Hutan, Pelestari Keanekaragaman Hayati, dan Pelopor Pengembangan Pangan. Indonesia *Green Awards* merupakan acara tahunan yang diselenggarakan oleh Majalah Bisnis & CSR dan *The La Tofi School of CSR* yang diberikan kepada para pihak yang mengupayakan pelestarian lingkungan termasuk perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial dengan menerapkan ekonomi hijau. PT. Antam, Tbk. juga kembali meraih penghargaan dalam ajang SRI KEHATI Award 2013. *Sustainable and Responsible Investment Index* (SRI) KEHATI adalah suatu indeks yang mengacu pada tata cara *Sustainable and Responsible Investment (SRI)*. Sejak tahun 2009, Yayasan KEHATI bekerjasama dengan PT Bursa Efek Indonesia untuk menentukan emiten yang terdaftar dalam SRI KEHATI. PT. Antam, Tbk. secara berkelanjutan terus masuk dalam SRI KEHATI sejak awal dikeluarkannya Indeks tersebut.

Sebagai entitas bisnis yang ingin mencapai keberlanjutan, maka PT. Antam, Tbk. menyadari bahwa energi adalah aspek yang harus mendapat perhatian dan penggunaannya harus dihemat, baik dengan melakukan konservasi energi maupun pemanfaatan alternatif energi terbarukan. Kebijakan efisiensi penggunaan energi terus diupayakan dan dilaksanakan dengan berbagai langkah, diantaranya memasang himbuan hemat energi melalui stiker, membuat Proyek Kendali Mutu (PKM), mengendalikan penggunaan tenaga listrik, dan membuat rencana tindakan (*action plan*) atas rekomendasi audit. Keefektifan

penghematan penggunaan energi diketahui dari audit energi yang dilaksanakan setiap tahun. Salah satu upaya PT. Antam, Tbk. dalam melakukan penghematan energi tidak langsung adalah dengan melakukan rapat produksi secara video *conference* setiap bulan. Hasil audit secara rutin dikirimkan ke Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM), sesuai ketentuan Pemerintah.

Selama tahun 2012, PT. Antam, Tbk. melanjutkan pembangunan dan pengembangan Pusat Konservasi Keanekaragaman Hayati (PKKH) di Taman Nasional Gunung Halimun Salak (TNGHS). Kawasan TNGHS dipilih sebagai daerah PKKH karena di tempat ini terdapat lokasi UBP Emas, yang secara administratif termasuk wilayah Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Pelaksanaan program pembangunan dan pengembangan PKKH dilaksanakan PT. Antam, Tbk. bekerjasama dengan *Sustainable Management Group (SMG)* dan TNGHS. Program ini ditujukan untuk meminimalisasi dampak operasi pertambangan terhadap habitat lokal dan keanekaragaman hayati, sekaligus inisiatif PT. Antam, Tbk. untuk ikut membangun ketahanan *bioregion* di Indonesia.

Program PKKH pada tahun 2012 berhasil melepas burung Elang Ular Bido (*Spilornis cheela*). Elang Ular Bido termasuk satwa dilindungi berdasarkan Undang Undang (UU) No.5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumber Daya Hayati dan Ekosistemnya dan Peraturan Pemerintah (PP) No.7 dan No. 8 Tahun 1999. Selain itu, PT. Antam, Tbk. juga membangun fasilitas pusat persemaian dengan kapasitas 500.000 bibit serta menyelesaikan survei udara, tanah dan sungai untuk menentukan demplot maupun perkembangan ekoturisme dalam taman nasional di masa depan.

Hingga akhir tahun 2012, PT. Antam, Tbk. telah merealisasikan penanaman pohon hingga 1.442.171 batang dengan cakupan luasan lahan mencapai 1.195,77 hektar. Selain bermanfaat untuk pemulihan lahan, penanaman pohon juga berpotensi menyerap karbondioksida yang termasuk emisi gas rumah kaca. Luas kawasan yang dilindungi oleh PT. Antam, Tbk. dari potensi gangguan terhadap keanekaragaman hayati mencakup seluruh area dalam IUP yakni 30.090 Ha. Sebagian wilayah pertambangan yang

dikelola, termasuk ke dalam kawasan hutan lindung, seperti di Pulau Gebe dan Pulau Pakal yang menjadi daerah kerja UBPN Malut.

Pulau Pakal sedang dalam tahap penambangan dan Pulau Gee sedang dalam tahap proses reklamasi. Beberapa kawasan yang telah direhabilitasi yaitu di Tanjung Buli, Pulau Gee, Pulau Pakal dan Mornopo. Tingkat kesuksesan rehabilitasi di Tanjung Buli yaitu sebesar 20%. Untuk Pulau Gee, Pulau Pakal dan Mornopo belum dihitung tingkat kesuksesan rehabilitasinya. Dalam pelaksanaan kegiatan rehabilitasi, UBPN Malut melibatkan pemangku kepentingan lainnya seperti kelompok masyarakat desa/karang taruna setempat, pihak akademisi dan Universitas. Total bukaan area tambang dan nontambang yang berada di dalam IUP di UBPN Malut sampai dengan tahun 2012 adalah 616,88 Ha. Luas lahan yang direklamasi mencapai 327,33 Ha, sehingga persentase luasan lahan direklamasi terhadap bukaan adalah 53,1%.

Selama tahun 2012 dan sampai dengan pertengahan tahun 2013, tidak terdapat isu signifikan terkait dengan pembinaan hubungan dengan pemangku kepentingan. Dalam mendapatkan ijin KP, PT. Antam, Tbk. selalu mentaati peraturan Pemerintah, baik ditingkat Pusat maupun Daerah setempat, selain mengupayakan izin sosial masyarakat lokal (*social license to operate*). Ketaatan tersebut juga dilakukan selama menjalankan operasi, baik dalam aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan.

Berbagai material digunakan dalam proses produksi di masing-masing unit bisnis PT. Antam, Tbk. sesuai dengan jenis produk yang akan dihasilkan. Material yang digunakan tidak ada yang berasal dari proses daur ulang oleh pihak ketiga, namun demikian terdapat material buangan dari proses produksi yang digunakan kembali oleh PT. Antam, Tbk. setelah diolah sendiri. Dalam kapasitas terbatas, PT. Antam, Tbk. telah melakukan daur ulang sebagian material dalam proses produksi dan bahan daur ulang ini tidak berasal dari konsumen. Material produksi yang didaur ulang untuk dimanfaatkan kembali di UBP Emas Pongkor adalah air dan sebagian sianida (CN) sisa proses sianidasi. Pemanfaatan kembali air dilakukan melalui mekanisme re-sirkulasi, dimana air dari *tailing* dan

kemudian dipompa ke *process water tank* di pabrik agar dapat digunakan kembali. Upaya pemanfaatan kembali material untuk proses produksi juga dilakukan di UBP Nikel Sulawesi Tenggara, dengan cara mendaur ulang limbah yang masih mengandung komponen nikel untuk digunakan sebagai pengganti bijih nikel.

PT. Antam, Tbk. berkomitmen memastikan kualitas limbah cair yang dihasilkan dari proses produksi sesuai dengan baku mutu lingkungan yang ditetapkan. Dari hasil pengukuran yang dilakukan pada sejumlah parameter, kualitas limbah cair yang dihasilkan selalu berada di bawah ambang batas baku mutu lingkungan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

- 1) PT. Antam, Tbk. memiliki kebijakan yang berisi mengenai strategi dalam melaksanakan Program Kemitraan sebagai upaya peningkatan ekonomi lokal. Strategi yang dilakukan PT Antam Tbk terlihat dan tercantum secara jelas dalam Standar Kerja Program Kemitraan yang disusun oleh CSR Group PT. Antam, Tbk. dengan mengacu pada KEPMEN BUMN No.236/MBU/2003. Strategi yang terdapat dalam Standar Kerja Program Kemitraan tersebut terdiri dari tahap-tahap pelaksanaan mulai dari perencanaan, implementasi, evaluasi hingga tahap pelaporan
- 2) CSR yang dilakukan oleh PT. Antam, Tbk. memiliki manfaat yang dapat dirasakan baik oleh Perusahaan maupun oleh masyarakat (komunitas lokal) sebagai penerima program
- 3) Antam juga mendapatkan *Social License* dari masyarakat yang dibuktikan oleh adanya dukungan warga sekitar. Antam dapat menjalankan kegiatan usahanya dengan tenang karena tidak ada gangguan dari masyarakat, bahkan masyarakat sekitar telah menyadari keberadaan Antam sebagai salah satu Perusahaan
- 4) Terdapat komitmen PT. Antam, Tbk. dalam menjalankan aktivitasnya, yaitu komitmen untuk berbagi. Melalui komitmen tersebut, Antam berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan

masyarakat khususnya masyarakat sekitar daerah operasi Antam. Pandangan Antam terhadap CSR itu sendiri yaitu sebagai komitmen perusahaan yang dilakukan dalam rangka membangun citra positif perusahaan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta menjaga hubungan yang harmonis antara pihak Perusahaan dengan masyarakat

b. Saran

Saran dalam penelitian ini adalah:

- 1) Pencapaian yang telah diperoleh Perusahaan dalam penerapan CSR, dapat dijadikan suatu prestasi yang membanggakan dan tentunya dapat dijadikan sebagai motivasi agar pencapaian tersebut dapat bertahan bahkan ditingkatkan
- 2) Keterbatasan dalam penelitian ini dimana penulis hanya meninjau secara literatur aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Besar harapan penulis, ada penelitian lanjutan yang membahas secara lebih mendalam mengenai tanggung jawab sosial Perusahaan dengan meninjau dari aspek yang lebih kompleks

5. DAFTAR PUSTAKA

Abiodun, B.Y. (2012). The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm's Profitability in Nigeria. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, Issue 45.

Chauhan, Swati. (2014). A Relational Study of Firm's Characteristics and CSR Expenditure. *Procedia Economics and Finance* 11.

Choi, J.S., Kwak, Y.M., and Choe, C. (2010). Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance: Evidence from Korea. *Australian Journal of Management*, 35, 291-311.

Mcwilliam, A., and Siegel, D. (2000). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification? *Management Journal*, Vol. 21, No. 5, pp. 603-609.

Mulyadi, M.S., Anwar, Y. (2012). Impact of Corporate Social Responsibility Toward Firm Value and Profitability. *The Business Review*, Cambridge, Vol.2, No. 9.

Rudito, Bambang, dkk. (2007). *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Bandung : Rekayasa Sains.

Toutsoura, M. (2004). *Corporate Social Responsibility and Financial Performance*. University of California, Berkeley.

Utama, Sidharta. (2007). *Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia*. <http://www.ui.edu>. Diakses tanggal 17 Februari 2015.

Wibisono. Yusuf. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Gresik : Fascho Publishing.