

***Corporate Social Responsibility* Sebagai Perwujudan Dari Budaya Perusahaan PT. Intraco Penta, TBK**

Faiz Alkornen^{1*}, Guntur Haludin², Muhammad Patih Al-Bantani³, Wiltasar Daniel Christover⁴, Ragiel Putra Hertianto⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

Email : ^{1*} faiz.alkornen@student.upj.ac.id, ² guntur.haludin@upj.ac.id,

³ muhammad.patihalbantani@student.upj.ac.id, ⁴ wiltasar.danielchristover@student.upj.ac.id,

⁵ ragiel.putrahertianto@student.upj.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk mengobservasi dan mengetahui lebih lanjut mengenai implementasi *Corporate Social Responsibility* dan Budaya Perusahaan dalam perusahaan PT Intraco Penta, TBK. Kemudian metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka dengan mengumpulkan dan menganalisa artikel-artikel jurnal, website, dan sumber ilmiah yang relevan dengan topik bahasan. Temuan ini didukung juga oleh sejumlah referensi yang membahas hal yang serupa tentang ruang lingkup atau latar belakang kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang direalisasikan oleh PT Intraco Penta, TBK.

Kata Kunci: PT Intraco Penta, TBK, *Corporate Social Responsibility*, Budaya Perusahaan

Abstract - *This research aims to observe and find out more about the implementation of Corporate Social Responsibility and Corporate Culture in the company PT Intraco Penta, TBK. Then the method used in this research is a literature study by collecting and analyzing journal articles, websites and scientific sources that are relevant to the topic of discussion. This finding is also supported by a number of references which discuss similar matters regarding the scope or background of Corporate Social Responsibility (CSR) activities realized by PT Intraco Penta, TBK.*

Keywords: PT Intraco Penta, TBK, *Corporate Social Responsibility*, Company Culture

1. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah model bisnis yang mengarahkan perusahaan untuk tetap bertanggung jawab secara sosial. Hal ini meliputi tanggung jawab terhadap dirinya sendiri, masyarakat, dan juga pemangku kepentingan (*stakeholders*). CSR berkembang dari inisiatif sukarela perusahaan, yang akhirnya menjadi regulasi wajib di tingkat regional, nasional, dan internasional. Namun, banyak perusahaan memilih untuk melampaui persyaratan ini dengan menyatukan gagasan ini ke dalam model bisnisnya.

CSR memiliki tujuan untuk membuat perusahaan bertanggung jawab atas tindakannya yang mempengaruhi dunia dan masyarakat secara keseluruhan. Sebuah perusahaan dapat secara aktif mencari perubahan positif atau mengubah praktik bisnis untuk mengurangi dampak negatif, yang mungkin dialami organisasi tersebut sebelumnya. Dengan demikian, CSR membantu perusahaan untuk meningkatkan keuntungan dan membantu perekonomian, serta meningkatkan reputasi perusahaan di mata publik.

Disamping hal itu, Budaya perusahaan adalah seperangkat nilai, kepercayaan, dan sikap yang mencirikan suatu perusahaan dan mempengaruhi perilaku karyawan. Budaya perusahaan dapat membantu meningkatkan keterlibatan karyawan, produktivitas, hingga retensi bakat yang mana hal tersebut berdampak positif untuk pertumbuhan perusahaan. Budaya perusahaan mencakup kualitas yang membedakan mereka dari perusahaan lain. Bagaimana karyawan berfungsi di tempat kerja dan bagaimana publik memandang perusahaan adalah dua komponen kunci dari budaya

Budaya perusahaan juga memainkan peran pendukung dalam hubungan dengan publik atau

masyarakat. Nilai dan prinsip perusahaan juga merupakan faktor kunci dalam membentuk reputasinya. Kesan pertama yang baik tentang perusahaan terbentuk ketika karyawannya memperlakukan klien dengan sikap hormat dan sopan. Budaya dan pola pikir organisasi harus diarahkan untuk memberikan layanan yang luar biasa dan menyelesaikan masalah pelanggan.

Budaya perusahaan dapat membantu mencapai tujuan bisnis yang penting. Karyawan, misalnya, mungkin tertarik pada perusahaan yang budayanya mereka identifikasi, yang pada gilirannya dapat mendorong retensi karyawan dan perolehan bakat baru. Budaya perusahaan juga dapat berperan dalam memasarkan perusahaan kepada pelanggan dan masyarakat luas, sehingga berfungsi ganda sebagai bentuk hubungan masyarakat.

Pentingnya budaya perusahaan adalah bahwa budaya yang kuat dapat membantu menciptakan keterikatan yang kuat di antara departemen, divisi, dan unit-unit berbeda dalam perusahaan. Budaya yang kuat mampu meningkatkan performa dan produktivitas karyawan. Karyawan akan lebih termotivasi saat mereka bekerja pada perusahaan yang cukup teratur dan memegang prinsip, nilai, serta keyakinan yang sama.

Budaya perusahaan ini tentu harus ditanamkan pada semua anggota perusahaan. CSR juga memiliki dampak pada budaya perusahaan, meningkatkan kesadaran karyawan tentang pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan demikian, budaya perusahaan yang berfokus pada kepedulian lingkungan, masyarakat, dan karyawan telah terbentuk. CSR penting dilakukan karena dapat memberikan dampak positif yang akan didapat oleh perusahaan, seperti meningkatkan keberlanjutan, akuntabilitas, dan reputasi.

Berdasarkan penjelasan diatas, PT Intraco Penta adalah perusahaan Indonesia yang bergerak di bidang penyediaan dan distribusi alat berat, terutama untuk sektor pertambangan, konstruksi, dan perkebunan. Didirikan pada tahun 1970, perusahaan ini telah berkembang menjadi salah satu pemain utama di industri alat berat di Indonesia.

PT Intraco Penta juga, dinilai selalu terlibat dalam berbagai kegiatan berkelanjutan seperti halnya Aktif dalam program CSR yang mencakup pendidikan, kesehatan, lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat. Serta Berkomitmen untuk mengurangi dampak lingkungan dari operasinya melalui berbagai inisiatif keberlanjutan.

2. METODE

Metode penelitian yang dilakukan dalam penyusunan makalah ini ialah menggunakan metode studi kepustakaan. Sumber data yang dikumpulkan menggunakan metode pengumpulan data sekunder, yang didapatkan melalui penelaahan jurnal, *e-book* dan beragam berita yang dijumpai dalam media internet.

Data – data yang ditemui kemudian dikumpulkan untuk dijadikan bahan referensi dalam penulisan makalah, lalu data yang dianggap paling relevan dengan tema, akan diambil kemudian diinterpretasikan dan dimasukkan dalam makalah untuk menjadi acuan dalam memulai penulisan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Mohammad Hamim CSR merupakan suatu komitmen yang dibangun dalam sebuah bisnis maupun perusahaan yang tujuannya untuk dapat berperilaku secara etis dan berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi yang berkelanjutan.

Kotler dan nancy juga berpendapat bahwa CSR ialah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya melalui praktik bisnis yang baik dan memberikan sebagian dari sumber

daya perusahaan kepada masyarakat sekitar.

Selain itu, CSR juga disebutkan sebagai sebuah proses bisnis yang tidak saja meningkatkan perusahaan secara finansial, akan tetapi juga membangun tingkat sosial- ekonomi daerah tersebut secara berkesinambungan.

Dengan demikian, definisi CSR menurut para ahli adalah suatu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, yang berupa kegiatan yang membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan.

3.2 Indikator *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan pernyataan diatas, *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki empat indikator yang diantaranya ialah, sebagai berikut:

1. Economic

Indikator ini meliputi aspek keuangan dan bisnis, seperti pengelolaan keuangan yang efektif, pengembangan produk dan jasa yang berkelanjutan, serta meningkatkan nilai perusahaan

2. Legal

Indikator ini meliputi aspek hukum dan kebijakan pemerintah, seperti memenuhi ekspektasi hukum dan kebijakan pemerintah, serta meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan masyarakat

3. Ethical

Indikator ini meliputi aspek etika dan moral, seperti meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan masyarakat, serta meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan masyarakat

4. Philanthropic

Indikator ini meliputi aspek bantuan sosial dan kegiatan yang membantu masyarakat, seperti meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan masyarakat, serta meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan Masyarakat.

3.3 Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Prinsip-Prinsip tanggung jawab social yang dikutip dalam penelitian Chrowther David, ialah dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Sustainability*

Sustainability berkaitan dengan upaya perusahaan dalam melakukan aktivitas (action) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan.

2. *Accountability*

Accountability adalah upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Tingkat akuntabilitas dan tanggungjawab perusahaan menentukan legitimasi stakeholders eksternal, serta meningkatkan perusahaan transaksi dalam perusahaan.

3. *Transparancy*

Transparancy merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transaksi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan termasuk dampak terhadap pihak eksternal.

3.4 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Global Compact Initiative, pemahaman CSR mencakup 3P yaitu profit, people, planet. Konsep ini memuat pengertian bahwa bisnis tidak hanya sekedar mencari keuntungan (profit) melainkan juga kesejahteraan orang (people) dan menjamin keberlangsungan hidup (planet).

Dengan begitu perusahaan yang menggunakan praktik CSR dengan benar, pasti akan peduli dengan lingkungan sekitar.

Dengan cara itu pula suatu perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga diakui keberadaannya. Menurut Untung (2008:6), manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
4. Melebarkan akses sumberdaya bagi operasional perusahaan.
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
7. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders.
8. Memperbaiki hubungan dengan reguler.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
10. Peluang mendapatkan penghargaan

3.5 Kategori Perusahaan Berdasarkan Implementasi CSR

Peringkat	Keterangan
Hijau	<ul style="list-style-type: none">➤ Perusahaan yang sudah menempatkan CSR pada strategi jantung dan inti bisnisnya.➤ CSR tidak hanya dianggap sebagai keharusan, tetapi kebutuhan yang merupakan modal sosial
Biru	<ul style="list-style-type: none">➤ Perusahaan yang menilai praktik CSR akan memberi dampak positif terhadap usahanya karena merupakan investasi bukan biaya.
Merah	<ul style="list-style-type: none">➤ Perusahaan peringkat hitam yang memulai menerapkan CSR, karena CSR masih dipandang sebagai komponen biaya yang mengurangi keuntungan perusahaan.
Hitam	<ul style="list-style-type: none">➤ Kegiatannya degeneratif.➤ Mengutamakan kepentingan bisnis.➤ Tidak peduli aspek sosial disekelilingnya.

3.6 Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan adalah seperangkat keyakinan dan kebiasaan dasar, yang berfungsi untuk mendefinisikan organisasi secara internal bagi karyawannya dan di luar untuk membentuk persepsi publik perusahaan. Semakin jelas budaya perusahaan didefinisikan, semakin besar kemungkinan bisnis tersebut akan menarik personel terbaik yang menghormati prinsip-prinsip serupa (Sabrina et al, 2023).

Armstrong mendefinisikan budaya perusahaan sebagai nilai-nilai, konvensi, kepercayaan, sikap, dan anggapan yang mempengaruhi bagaimana individu bertindak dan melaksanakan tugas di dalam sebuah organisasi. Apa yang dihargai menentukan bagaimana individu berperilaku di dalam organisasi.

"Budaya perusahaan adalah campuran dari nilai-nilai keyakinan dan norma-norma yang ditetapkan sebagai pola perilaku dalam suatu organisasi," menurut Triguno (2000:184).

Kesimpulan yang dapat diambil dari berbagai definisi budaya organisasi yang telah dikemukakan adalah bahwa budaya perusahaan merupakan suatu sistem nilai yang dianut bersama oleh seluruh karyawan, terus menerus dipelajari, diterapkan, dan dikembangkan, berperan sebagai sistem perekat, serta dapat dijadikan pedoman perilaku dalam perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.

3.7 Indikator Budaya Perusahaan

Dibawah ini adalah indikator budaya organisasi yang dikemukakan oleh Emron dan Yohny (2018:129) yaitu sebagai berikut:

1. Kesadaran diri

Anggota organisasi dengan kesadarannya bekerja untuk mendapatkan kepuasan dari pekerjaan mereka, mengembangkan diri, menaati aturan, serta menawarkan produk-produk berkualitas dan layanan tinggi.

2. Keagresifan

Anggota organisasi menetapkan tujuan yang menantang tapi realistis. Mereka menetapkan rencana kerja dan strategi untuk mencapai tujuan tersebut serta mengejarnya dengan antusias.

3. Kepribadian

Anggota bersikap saling mengormati, ramah, terbuka, dan peka terhadap kepuasan kelompok serta sangat memperhatikan aspek-aspek kepuasan pelanggan, baik pelanggan internal maupun eksternal (dalam perspektif Ishikawa, pakar mutu dari Jepang, setiap bagian internal harus melayani bukan dilayani).

4. Performa

Anggota organisasi memiliki tingkat kreativitas, memenuhi kuantitas, mutu, dan efisien.

5. Orientasi Team

Anggota organisasi melakukan kerja sama yang baik serta melakukan komunikasi dan koordinasi yang efektif dengan keterlibatan aktif para anggota, yang pada gilirannya mendapatkan hasil kepuasan tinggi serta komitmen bersama.

3.8 Komponen Budaya Perusahaan

Meskipun budaya perusahaan unik untuk setiap perusahaan, berikut ini beberapa elemen membentuk setiap budaya perusahaan :

- Misi dan Nilai

- Hubungan antara pemimpin dan karyawan
- Pengakuan karyawan (*Employee acknowledgment*)
- Pengembangan profesional
- Estetika dan budaya

3.9 Fungsi Budaya Perusahaan

Menurut Robbins (dalam Sulaksono Hari, 2015: 29) dibagi menjadi beberapa yaitu :

1. Budaya menciptakan perbedaan yang jelas antara suatu organisasi dengan organisasi lainnya.
2. Budaya membawa suatu rasa identitas bagi para anggota organisasi.
3. Budaya mempermudah timbulnya komitmen yang lebih luas dari pada kepentingan diri individual seseorang.
4. Budaya membantu mempersatukan organisasi dengan memberikan standar-standar yang tepat untuk dilakukan oleh karyawan.
5. Budaya sebagai kendali yang memadai dan membentuk sikap perilaku karyawan.

3.10 Implementasi CSR di PT. Intraco Penta, TBK.

Keberadaan INTA (Intraco Penta) tak dapat dipisahkan dari masyarakat sekitar di mana INTA melakukan kegiatan operasional. karena itu, Perseroan berkomitmen untuk membangun dan mengembangkan berbagai program yang menunjang pembangunan berkelanjutan.

Program ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat setempat demi mewujudkan visi Perseroan untuk menjadi perusahaan yang turut serta mengembangkan ekonomi lokal.

Kontribusi terhadap masyarakat ini dituangkan dalam program Corporate social responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial. Melalui kegiatan CSR, Perseroan dapat memberikan manfaat ekonomi berkelanjutan bagi masyarakat sekitar serta berkontribusi dalam pemberdayaan sosial. Perseroan meyakini bahwa dengan aktivitas CSR yang tepat guna dan tepat sasaran, maka Perseroan dapat menjaga keberlangsungan usaha dan sama-sama berkembang Bersama Masyarakat.

Untuk memastikan kegiatan CSR selaras dengan visi dan misi Perseroan, maka INTA telah membentuk komite CSR untuk melakukan interaksi secara terbuka dengan para pemangku kepentingan dan juga demi mewujudkan kegiatan CSR, baik di level induk usaha maupun di level anak usaha. komite CSR juga bertugas untuk mengevaluasi kerjasama kemitraan dengan pemerintah setempat dalam mengembangkan kegiatan-kegiatan CSR di wilayah tersebut agar lebih terintegrasi dan selaras dengan pengembangan usaha Perseroan serta masyarakat sekitar.

Program CSR yang digagas oleh INTA berkaitan dengan aspek ekonomi, kesehatan, pendidikan, dan pengelolaan lingkungan. setiap aktivitas ini melibatkan kepedulian pekerja, komunitas setempat dan masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas kehidupan.

INTA melakukan CSR yang berlandaskan pada etika kerja, prinsip tata kelola perusahaan, ketaatan pada hukum dan aturan yang berlaku, kesadaran karyawan, serta kesadaran masyarakat di sekitar wilayah operasional INTA secara garis besar, program CSR INTA dilandaskan pada empat pilar yakni:

1. Peduli sosial komunitas (*Care social Community*)

Care social Community merupakan program yang berkaitan dengan kegiatan komunitas sosial yang berada di wilayah operasional Perseroan. Tahun 2018-2022 lalu, kegiatan CSR yang terkait dengan Care social Community antara lain:

- Bank Sampah
- Posyandu
- Pos Lansia
- Melakukan kegiatan “Ramadhan Berkah dengan Bersedekah” memberikan santunan kepada anak-anak yatim di Yayasan Bachrul ilmi Al Amin
- Membagikan hewan kurban kepada Masyarakat yang berada di sekitar PT INTA (Masjid Hidayaturrahman & Masjid Jami Nurul Hidayah)
- Melakukan kegiatan “Berbagi Kasih Natal” dengan memberi santunan berupa uang, sembako dan makanan kepada anak-anak di Panti Asuhan Krena Kasih.

2. Peduli kesehatan (*Care Health*)

Care Health merupakan program yang berkaitan dengan kesehatan masyarakat yang bermukim di sekitar daerah operasional INTA. Lalu, kegiatan CSR yang terkait dengan Care social Community antara lain:

- Pembangunan Rumah Indonesia Sehat
- Pemberian Pengobatan Gratis
- Penyemprotan Demam Berdarah
- Penyelenggaraan Donor Darah dengan PMI
- Khitanan Massal

3. Peduli lingkungan (*Care Green*)

Care Green merupakan kegiatan yang berkaitan dengan misi menjaga lingkungan sekitar wilayah operasional agar tetap asri dan hijau, sehingga masyarakat yang tinggal di sekitar wilayah operasional INTA memiliki kualitas hidup yang baik. Beberapa kegiatan Care Green antara lain pengolahan limbah, gotong-royong membersihkan lingkungan warga, dan sebagainya.

3.11 Implementasi Rencana Kegiatan CSR yang dirumuskan oleh Komite CSR INTA

PT Intraco Penta, TBK selalu melakukan pertimbangan dengan komite CSR nya, untuk melakukan perumusan kegiatan mengenai isu social yang terdapat dilingkungan sekitarnya. Perusahaan mengamati dan mendengarkan masukan dari Masyarakat sekitar kemudian yang menjadi poin utama dalam perumusan ini ialah :

1. Kebutuhan / permintaan dari Masyarakat untuk penerimaan kerja
2. Keselamatan lingkungan
3. Pencemaran lingkungan
4. Permintaan untuk donasi

Berdasarkan aspirasi hal tersebut, kemudian komite CSR INTA mulai melakukan aktivitasnya untuk kemudian dijadikan sebagai kegiatan social yang dijalankan Perseroan dalam tahun 2022.

3.12 Program & Kegiatan yang direalisasikan dengan Masyarakat sekitar

1. Penggunaan Tenaga Kerja Lokal

Hubungan emosional antara Perseroan dengan masyarakat sekitar harus dapat terjaga dengan

baik dan berkesinambungan. Untuk itu, INTA beserta anak-anak usahanya, kerap memberikan kesempatan pada masyarakat sekitar untuk melakukan kerja praktek guna meningkatkan hubungan emosional maupun meningkatkan pengetahuan masyarakat sekitar.

Dalam pelaksanaannya, tentu saja Perseroan juga melihat tingkat kebutuhan akan sumber daya manusia (SDM) serta nilai sosial yang terkandung didalamnya.

Program ini diimplementasikan dengan kolaborasi masyarakat sekitar melalui pelatihan-pelatihan yang diberikan Perseroan menjadi salah satu tolak ukur bagi Perseroan, dalam menjaring tenaga kerja lokal, agar dapat dikaryakan

2. Pemberdayaan Masyarakat Sekitar Perusahaan

Untuk mewujudkan keberhasilan program Tanggung Jawab Sosial, INTA berupaya semaksimal mungkin untuk memperbesar partisipasi masyarakat setempat. Dalam pengembangan dan pemberdayaan komunitas, Perseroan meyakini bahwa partisipasi memiliki peran penting karena mampu menciptakan keterlibatan aktif semua pihak.

Dalam hal ini, keterlibatan masyarakat lokal dimulai sejak proses pengambilan keputusan pada saat perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program Tanggung Jawab Sosial. Melalui proses pelibatan masyarakat sejak awal, maka Perseroan akan mampu mengelola berbagai masalah yang muncul sebagai dampak operasional, sekaligus dapat merumuskan program-program yang dibutuhkan masyarakat setempat.

3. Program Pendidikan

Perseroan membuka kesempatan untuk melakukan praktek kerja bagi para pelajar di lokasi sekitar operasional Perseroan. Pihak sekolah dapat mengirimkan siswanya untuk melakukan praktek kerja lapangan guna meningkatkan pengetahuan khususnya terhadap lini usaha yang dilakukan oleh Perseroan.

Praktek kerja ini dapat melingkupi program Pendidikan seperti Magang, maupun PKL. Dengan begitu, para siswa akan diberikan bekal ilmu mengenai ruang lingkup ketenagakerjaan dalam bidang alat / mesin berat.

4. Pengelolaan Efluen dan Limbah

Dalam operasional perusahaan, INTA menghasilkan limbah, baik limbah cair maupun padat. Oleh karena sifatnya yang merusak lingkungan, Perusahaan berkomitmen untuk mengelola limbah tersebut secara baik sehingga tidak mengganggu lingkungan.

Limbah B3 cair yang dihasilkan adalah oli bekas, sedangkan limbah B3 padat berupa filter oli bekas, accu/baterai bekas, bahan terkontaminasi (kertas filter, majun, sarung tangan, dan lain-lain), Hose bekas, cartridge/toner bekas, dan limbah elektronik.

Untuk limbah B3 cair, upaya pengelolaan dilakukan melalui *re-use* serta diserahkan kepada pengumpul/ pemanfaat berizin. Sedangkan limbah B3 padat dikelola dengan cara diserahkan kepada pengumpul/ pemanfaat berizin.

Selama tahun 2022, Pengelolaan limbah Perseroan tidak mengalami masalah dan 100% limbah telah diangkut serta diolah dengan baik oleh pihak ketiga.

5. Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan Sekitar

INTA memberikan wadah bagi pemangku kepentingan yang merasa terpapar secara negatif untuk dapat mengajukan pengaduan permasalahan lingkungan. Saluran pengaduan disediakan sebagai salah satu sarana INTA untuk melibatkan masyarakat.

Terhadap pengaduan yang masuk, INTA berupaya semaksimal mungkin untuk mencari

solusi terbaik sesuai dengan prosedur operasi standar yang berlaku di lingkup INTA kepedulian INTA terhadap lingkungan bukan hanya tertuang dalam program CSR, melainkan komitmen Perseroan untuk menjalankan kegiatan usaha dengan sesuai dengan hukum dan peraturan di bidang lingkungan pada tataran lokal. Hal ini dapat dilihat pada perjalanan INTA di tahun 2018, di mana Perseroan tidak melanggar peraturan; tidak terkena denda atau hukuman yang dijatuhkan akibat ketidakpatuhan di bidang lingkungan, dan tidak ada limbah yang tidak dikelola dengan baik.

Di samping kegiatan-kegiatan yang selaras dengan empat pilar kepedulian INTA di atas, Perseroan juga mengadakan sederet aktivitas tanggung jawab sosial terkait kepedulian terhadap karyawan dan perayaan keagamaan.

3.13 Implementasi CSR Berdasarkan Visi INTA

PT Intraco Penta telah mengimplementasikan program Corporate Social Responsibility (CSR) yang berfokus pada kesejahteraan masyarakat, pengembangan ekonomi lokal, dan penggunaan teknologi yang berkelanjutan. Berikut adalah beberapa contoh dampak program CSR terhadap elemen-elemen budaya perusahaan di PT Intraco Penta:

1. Keterbukaan dan Akuntabilitas: Komite CSR yang dibentuk oleh perusahaan melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap kegiatan CSR untuk memastikan bahwa program-program tersebut efektif dan memberikan manfaat optimal bagi para pemangku kepentingan. Hal ini menunjukkan kesadaran perusahaan akan pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam mengembangkan bisnis yang berkelanjutan
2. Komitmen untuk Masyarakat: PT Intraco Penta memiliki komitmen untuk memberikan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, pemegang saham, masyarakat, dan investor. Hal ini menunjukkan kesadaran perusahaan akan pentingnya meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.
3. Pengembangan Ekonomi Lokal: Perusahaan ini berfokus pada pengembangan ekonomi lokal melalui kolaborasi dengan pelanggan, pemerintah, dan mitra usaha. Dengan demikian, PT Intraco Penta dapat memberikan nilai tambah bagi masyarakat sekitar dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
4. Penggunaan Teknologi Berkelanjutan: PT Intraco Penta juga berfokus pada penggunaan teknologi yang berkelanjutan. Perusahaan ini telah mengembangkan bisnisnya ke sektor non-tambang seperti infrastruktur, transportasi, perkayuan, kehutanan, dan pertanian, serta telah meningkatkan pendapatan dari sektor non-tambang sejak tahun 2014.
5. Keterbukaan dan Akuntabilitas: Komite CSR juga berfokus pada keterbukaan dan akuntabilitas dalam mengelola bisnisnya. Hal ini menunjukkan kesadaran perusahaan akan pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam mengembangkan bisnis yang berkelanjutan.

Dengan demikian, program CSR PT Intraco Penta telah memberikan dampak positif terhadap elemen-elemen budaya perusahaan, termasuk keterbukaan dan akuntabilitas, komitmen untuk masyarakat, pengembangan ekonomi lokal, penggunaan teknologi berkelanjutan, dan keterbukaan serta akuntabilitas. Hal ini menunjukkan komitmen perusahaan untuk menjadi perusahaan yang berkelanjutan dan memiliki semangat untuk maju.

4. KESIMPULAN

PT Intraco Penta, TBK telah mengimplementasikan Corporate Social Responsibility (CSR) yang berfokus pada kesejahteraan masyarakat, pengembangan ekonomi lokal, dan penggunaan teknologi yang berkelanjutan.

Dengan demikian, perusahaan telah memberikan dampak positif terhadap budaya perusahaan, yang secara langsung menerapkan kebiasaan bertanggung jawab kepada seluruh karyawan maupun

stakeholder yang berada dalam perusahaan, untuk selalu *aware* dan memberikan kepedulian yang penuh terhadap sekitar tanpa mengurangi nilai-nilai dari budaya perusahaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Brahmasari, I. A. (2024). Pengaruh Variabel Budaya Perusahaan terhadap Komitmen Karyawan dan Kinerja Perusahaan Kelompok. *Ekuitas*, 49, 145–168.
- Candra Puspita Ningtyas, Makmur Kambolong, & Munawir Makmur. (2022). IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY STUDI PADA PT. ANEKA TAMBANG Tbk. UBPN SULAWESI TENGGARA. *Journal Publicuho*, 5(4), 1091–1112. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v5i4.50>
- Dale, C. (2020). 5 Cara Mencapai CSR Berkelanjutan. Dampak Sosial Indonesia. <https://dampaksosial.id/insight/5-cara-mencapai-csr-berkelanjutan/>
- Doku. (2023). Budaya Perusahaan: Pengertian, Faktor, dan Pentingnya Budaya Perusahaan yang Baik. Doku.Com. <https://www.doku.com/blog/budaya-perusahaan-pengertian-faktor-dan-pentingnya-budaya-perusahaan-yang-baik>
- Drs. H. Miftahuddin, M. (2021). Pengertian CSR Menurut Para Ahli, Manfaat dan Fungsi CSR Serta Contohnya. Miftahuddin. Blog. <https://miftahuddin.blog.uma.ac.id/2021/11/11/pengertian-csr-menurut-para-ahli-manfaat-dan-fungsi-csr-serta-contohnya/>
- Husnatarina, F. (2021). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Pergeseran Budaya Organisasi: Sebuah Tinjauan Analitis. *Jurnal Manajemen*, Vol 11 No.
- Juniyar Sri Tiyanti, V., Wilujeng, S., & Graha, A. N. (2021). Pengaruh Budaya Organisasi, Komitmen Karyawan Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Umum Daerah Tirta Kanjuruhan Kabupaten Malang. *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*, 7, 1. <http://ejournal.unikama.ac.id>
- Muhlis, & Gultom, K. S. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Sektor Pertambangan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(1), 191–197.
- Penta, I. (2020). Corporate Social Responsibility. <http://intracopenta.com/csr/corporate-social-responsibility/>
- Penta, I. Tbk. (2022). Laporan Tahunan Terintegrasi PT INTRACO PENTA Tbk. <http://intracopenta.com/wp-content/uploads/2023/05/FINAL-AR-2022-INTA.pdf>
- Penta, I. Tbk. (2023). Laporan Tahunan Terintegrasi 2023. http://intracopenta.com/wp-content/uploads/2024/04/AR-2023-INTA-300424-OKE-compressed_opt.pdf
- Pramudya, A. (2022). 10+ Pengertian CSR Menurut Para Ahli Beserta Contoh Programnya. *Lindungihutan*. <https://lindungihutan.com/blog/pengertian-an-csr-menurut-para-ahli/>
- Putri, V. M., Endrawati, E., & Santi, E. (2023). Corporate Social Responsibility (CSR) dan Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021. *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.30630/jabei.v2i2.68>
- Qothrunnada, K. (2022). Apa Itu CSR? Ini Fungsi, Jenis, Tujuan, Contoh, dan Manfaatnya. *Detik Finance*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6016983/apa-itu-csr-ini-fungsi-jenis-tujuan-contoh-dan-manfaatnya>
- Rahayu, D. D. (2019). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, ROA, LEVERAGE, SIZE TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*, Volume: 7, 1–16.
- Sabrina, V. A. (2023). Pengaruh Budaya Perusahaan Terhadap Motivasi Kerja dan Dampaknya Pada Kinerja Karyawan. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, Vol. 1, No, Hal 126-139.
- Taslim, Y. F. (2022). 4 Jenis Budaya Perusahaan: Apa Budaya Perusahaan Anda? *Dreamtalent*. <https://dreamtalent.id/blog/4-jenis-budaya-perusahaan-apa-budaya-perusahaan-anda>
- Yusuf, Y. M., Prastyo, D. A., Khaerunnisa, L., & Raharjo, S. T. (2020). Implementasi Program Corporate Social Responsibility Oleh Perusahaan Unicorn Di Indonesia. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 252. <https://doi.org/10.24198/jppm.v6i3.26214>