# BAB III

# PROGRAM CSR DANONE AQUA DAN PERANNYA TERHADAP PENINGKATAN EKONOMI DI KECAMATAN POLANHARJO DAN KECAMATAN TULUNG

Perusahaan multinasional merupakan salah satu aktor dalam hubungan internasional yang mempunyai posisi tawar tinggi dalam percaturan internasional.Kehadiran perusahaan multinasional di berbagai negara di belahan dunia tentunya memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar.Didalam bab ini akan dibagi menjadi tiga bagian yang pertama akan membahas kehadiran MNC sebagai salah satu aktor internasional. Dibagian kedua akan menjelaskan ISO sebagai standarisasi program CSR sebuah perusahaan. Sedangkan di bagian terakhir akan memuat program CSR yang telah dilakukan PT. Tirta Investama.

## A. Multinational Corporation sebagai Aktor Internasional

Di dalam dunia politik ekonomi internasional, kehadiran MNC memiliki peranan penting terhadap fenomena perdagangan global, dan dalam dunia internasional, MNC sering juga mengajak masyarakat untuk merubah pola pikirnya menjadi lebih modern dan efisien. Mekipun terkadang hal ini menjadi perdebatan di kalangannasionalis karena dapat menggeser nilai-nilai budaya negara asal dan akan menghilangkan identitas negara tersebut.

Kehadiran MNC di suatu negara berkembang banyak menimbulkan perdebatan antara pihak yang menerima dan pihak yang menolak pasalnya tidak hanya dampak positifnya saja, kehadiran MNC juga dapat menimbulkan dampak negative yang harus ditanggung oleh *host country*. Seperti halnya di Indonesia, dengan kekayaan alam yang melimpah menjadi daya tarik sendiri untuk investor asing menanamkan modalnya di Indonesia. Dalam hal ini,

Indonesia juga membuka diri untuk melakukan kerjasama dengan perusahaan asing(Fauzi, 2016).

Di Indonesia sendiri kehadiran MNC juga tidak lepas dari pro dan kontra.Sisi pro menganggap bahwa keberadaan MNC dapat menunjang perkembangan ekonomi dan sebagai pembuka lapangan kerja baru.Sementara dari sisi kontra menganggap bahwa MNC merupakan bentuk penjajahan ekonomi secara halus karena dapat menimbulkan ketergantungan masyarakat Indonesia terhadap produk perusahaan luar yang mengakibatkan masyarakat melupakan produk dalam negeri dan juga dapat menurunkan pendapatan produk dalam negeri dikarenakan tidak mampu lagi bersaing dengan produk luar negeri.Hal lainnya yang sering kali dipermasalahkan adalah masalah lingkungan.MNC dianggap kapitalisme yang memonopoli sumber daya alam serta memiliki sumbangsih terbesar dalam kerusakan lingkungan. Hal tersebut tentu saja mempengaruhi hubungan antara perusahaan dengan pemerintah dan juga hubungan dengan masyarakat lokal (Hajuda, 2013)

Pelestarian lingkungan menjadi syarat utama dalam masuknya MNC ke suatu negara khususnya Indonesia karena dengan masuknya MNC ke Indonesia diharapkan tidak merusak lingkungan dan tetap dapat menjaga keseimbangan ekologi agar tidak terjadi hal-hal yang buruk jika MNC merusaknya.

Salah satu bentuk upaya untuk menghindari anggapan bahwa MNC hanya bertujuan mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya, dewasa ini MNC sangat giat dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya atau yang biasa kita kenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR yang pada awalnya hanya sebagai bentuk dari tanggung jawab perusahaan semakin lama semakin bersifat dermawan dan berkembang dengan kesadaran yang juga semakin meningkat akan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat di sekitarnya.

Hal ini dikarenakan adanya ketimpangan ekonomi antara perusahaan dengan masyarakat di sekitar wilayah operasi perusahaan.Dengan ditetapkannya *Corporate Social*

*Responsibility* (CSR) di setiap perusahaan diharapkan dapat mendekatkan diri dengan masyarakat sehingga dapat terjalin hubungan yang baik antara keduanya.CSR dapat dilakukan dengan cara memelihara lingkungan, melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memberikan beasiswa untuk anak yang tidak mampu di daerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas yang berguna untuk masyarakat yang berada disekitar lingkungan perusahaan. CSR dimulai sejak kesadaran akan ketahanan perusahaan dalam jangka panjang lebih penting daripada sekedar keuntungan perusahaan

Selanjutnya, korporasi juga harus mampu membatasi kekuatan guna menghindari terjadinya monopoli.Hal ini dikarenakan munculnya anggapan bahwa kebesaran dari sebuah perusahaan dipengaruhi oleh seberapa besar kekuatan ekonominya.Selain itu, birokrasi sebuah perusahaan harus ditingkatkan sehingga tidak hanya memuaskan para pemilik saham tetapi termasuk masyarakat dan pegawai perusahaan.

Hal wajib yang harus dilakukan kemudian adalah pembentukan peraturan global yang dilengkapi dengan pembentukan kerangka kerja legal secara internasional guna menghindari penyelewengan perusahaan. Lalu yang terakhir adalah memerangi korupsi, salah satunya dengan cara transparansi kinerja dan pendapatan perusahaan. Dengan demikian program CSR dapat menjadi jembatan antara kepentingan perusahaan dengan masyarakat.

Konsep CSR sendiri berangkat dari pemikiran filsuf Skotlandia, Adam Smith mengenai *invisible hands*.Pandangan tersebut memperlihatkan bahwa yang dapat menentukan kebutuhan masyarakat adalah pasar (Hermawan, 2007).

Apabila pelaku bisnis dapat merespon permintaan pasar, maka kebutuhan masyarakat akan terpenuhi. Hal tersebut merupakan bentuk *self interest* dari perusahaan, sehingga secara tidak langsung *invisible hands* telah terjadi.Artinya perusahaan atau pelaku bisnis telah menjaga agar seluruh aktivitasnya tetap berorientasi pada kebutuhan masyarakat, dari yang semula *self interest* menjadi *society interest*.Kewajiban dari perusahaan

multinasional adalah melindungi masyarakat disekitar lingkungan perusahaan terhadap hal-hal negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan. MNC's juga harus mampu memberikan karakter CSR yang dibentuk oleh beberapa karakteristik struktural termasuk sektor, ukuran perusahaan, kebangsaan dan aspek-aspek utama dari fungsi SDM serta kontribusi positif dengan memanfaatkan masyarakat sekitar untuk hidup yang lebih baik (Edwards, Marginson, Edwards, Ferner, & Tregarkis, 2006).

Secara umum pengertian dari *Corporate Social Responsibility* adalah peningkatan kualitas kehidupan dengan kemampuan manusia dam sebagai anggota masyarakat menanggapi keadaan sosial di sekitar dan dapat memanfaatkan, menikmati, juga memelihara lingkungan. Hal ini juga merupakan proses yang penting dalam pengaturan biaya baik keuntungan maupun yang dikeluarkan dari kegiatan bisnis baik secara internal (*shareholders*, pekerja, dan penanaman modal) maupun eksternal (anggota-anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil dan perusahaan lain

maupun kelembagaan pengaturan umum). *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk komitmen dan usaha untuk bertindak secara etis, legal dan juga berkontribusi untuk peningkatan ekonomi serta peningkatan kualitas lingkungan dan kualitas hidup masyarakat dan karyawan perusahaan secara lebih luas.(Trevino & Nelson, 1995)

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) juga mengemukakan bahwa para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, komunitas-komunitas setempat (lokal) serta seluruh masyarakat untuk meningkatkan kualitas kehidupan juga berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan dalam setiap komitmen bisnis(Ernawan, 2014). Konsep *Corporate Social Responsibility* melibatkan tanggung jawab semua pihak, seperti kemitraan antara pemerintah juga lembaga masyarakat serta masyarakat setempat. Menurut Bank Dunia, tanggung jawab sosial perusahaan terdiri dari jaminan kerja, interaksi ketertiban perusahaan dengan masyarakat, perlindungan lingkungan, hak azasi manusia, pasar, standar usaha, pengembangan ekonomi serta badan usaha, perlindungan kesehatan, bantuan bencana, perlindungan kesehatan dan kepemimpinan serta pendidikan.

Kotler dan Nancy (2005) juga menyebutkan setidaknya ada enam cara untuk "melakukan kebaikan" (*Six Options for Doing Good*) sebagai inisiatif gerakan sosialperusahaan yang dapat dilakukan dalam pengimplementasian CSR dari perusahaan:

1. *Cause Promotions*, yaitu suatu perusahaan dapat memberikan sumber dana ataupun berbagai macam kontribusi sumber daya perusahaan lainnya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat atas isu sosial tertentu, selain itu dapat juga dengan cara mendukung pengumpulan dana, partisipasi juga para sukarelawan untuk aksi sosial tertentu.
2. *Cause-Related Marketing*, dalam hal ini suatu perusahaan harus berkomitmen untuk berkontribusi atau menyumbang beberapa persen dari pendapatannya/penjualan suatu produk tertentu miliknya untuk isu-isu sosial tertentu.
3. *Corporate Social Marketing*, yakni suatu perusahaan mendukung perkembangan atau pengimplementasian suatu *campaign* untuk merubah cara pandang maupaun tindakan publik, guna meningkatkan kesehatan, keamanan, lingkungan, maupun kesejahteraan masyarakat.

4. *Corporate Philanthropy*, adalah suatu perusahaan dapat memberikan sumbangan secara langsung, bisa dalam bentuk uang tunai. Pendekatan ini merupakan bentuk dari implementasi tanggung jawab sosial yang paling tradisional.
5. *Community Volunteering*, perusahaan dalam hal ini dapat memberikan serta dorongan kepada pegawainya, mitra bisnis maupun para mitra waralabanya untuk menjadi sukarelawan di organisasi-organisasi kemasyarakatan lokal (NGO).
6. *Socially Responsible Business Practices*, misalnya dalam hal ini perusahaan mengadopsi dan melakukan praktek bisnis dan investasi yang dapat mendukung isu-isu sosial guna meningkatkan kelayakan masyarakat (*community well-being*) dan juga dapat melindungi lingkungan.

Dalam perkembangan etika bisnis yang lebih modern, muncul gagasan yang lebih konfrehensif mengenai tanggung jawab sosial perusahaan ini. Menurut Sonny A Keraf (2002) hingga saat inisetidaknya ada empat bidang yang diterima dan dianggap sebagai bagian yang tidak lagi terpisahkan dari CSR:

1. Keikutsertaan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial yang berguna bagi kepentingan masyarakat. Hal ini sebagai wujud salah satu bentuk dan wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan diharapkan untuk ikut dalam berbagai kegiatan yang dimaksudkan untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Jadi, tanggung jawab sosial dan moral perusahaan di sini tterwujud dalam bentuk ikut melakukan kegiatan-kegiatan soaial tertentu yang berguna bagi masyarakat.
2. Perusahaan telah diuntungkan dengan mendapatkan hak untuk mengelola sumber daya alam yang ada dalam lingkungan masyarakat dengan memperoleh keuntungan bagi perusahaan tersebut. Demikian pula, sampai dengan tingkat tertentu, masyarakat juga telah menyediakan tenaga-tenaga profesional bagi perusahaan yang sangat berjasa mengembangkan perusahaan tersebut. Maka dari itu, keterlibatan sosial merupakan sebagai bentuk balas jasa terhadap masyarakat.
3. Tanggung jawab sosial melalui berbagai kegiatan sosial, perusahaan dinilai telah memperlihatkan komitmen moralnya untuk tidak melakukan kegiatan-kegiatan bisnis

tertentu yang dapat merugikan lingkungan maupun kepentingan masyarakat luas. Dengan ikut dalam berbagai kegiatan sosial, perusahaan dinilai punya kepedulian, dan tanggung jawab terhadap masyarakat, agar mencegahnya untuk tidak sampai merugikan lingkungan dan masyarakat melalui kegiatan bisnis perusahaan.

4. Dengan terlibatnya kegiatan sosial, perusahaan tersebut akanmenjalin hubungan sosial yang lebih baik dengan masyarakat dan dengan demikian perusahaan tersebut lebih dapat diterima kehadirannya dalam masyarakat tersebut. Hal ini nantinya akan membuat masyarakat merasa memiliki perusahaan tersebut, dan dapat menciptakan iklim sosial dan politik yang lebih aman, kondusif, dan menguntungkan bagi keduanya, baik dalam kegiatan bisnis perusahaan maupun masyarakat sekitar perusahaan. Dengan kata lain, keikutsertaan perusahaan dalam berbagai kegiatan sosial akhirnya memiliki dampak yang positif dan menguntungkan bagi kelangsungan jangka panjang bisnis perusahaan tersebut di tengah masyarakat luas.Keraf juga menyebutkan beberapa alasan pentingnya keterlibatan sosial perusahaan:

1. Harapan dan kebutuhan masyarakat semakin berubah, masyarakat harus semakin kritis dan peka terhadap produk yang nantinya akan dibeli. Perusahaan tidak bisa hanya memfokuskan perhatiannya untuk mendatangkan keuntungan.
2. Terbatasnya sumber daya alam, diharapkan perusahaan tidak hanya mengeksploitasi sumber daya alam namun perusahaan juga harus memelihara dan menggunakan sumber daya secara bijak.
3. Lingkungan sosial yang lebih baik akan mendukung keberhasilan perusahaan untuk jangka waktu yang panjang, misalnya menurunnya tingkat pengangguran dan meningkatnya kesejahteraan penduduk sekitar perusahaan.
4. Keseimbangan tanggung jawab dan kekuasaan, jika kekuasaan terlalu besar dan tidak diimbangi dengan tanggung jawab sosial, maka akan menyebabkan kekuatan bisnis itu akan merusak rakyat.
5. Keuntungan berjangka panjang dengan tanggung jawab sosial akan tercipta suatu citra yang positif di mata masyarakat, karena terciptanya iklim sosial politik yang

kondusif bagi kelangsungan bisnis perusahaan. Hal terkait dengan tanggung jawab dari perusahaan yaitu:

1. Boardof Director mempunyai komitmen dan mendorong kegiatan CSR
2. Undang-Undang dan peraturan perpajakan serta pendapat dari *stakeholder* harus dipertimbangkan.
3. Kegiatan ekonomi sosial dan kinerja perusahaan serta akibatknya terhadap lingkungan akan diawasi dab akan dilaporkan ke publik/masyarakat.

Jika kita pandang dari segi etika, tanggung jawab sosial perusahaan memang tidak hanya sekedar menyangkut perihal pengembangan komunitas atapupun hanya sekedar sosial *(charity)*. Pengertian CSR sebenarnya jauh lebih luas, seperti memperlakukan karyawan dengan baik dan juga tidak diskriminatif dan tidak melanggar HAM. Pelaksaan *community development* dapat dimaknai sebagai bentuk pengimpelentasian dari CSR terhadap masyarakat sekitar. Menurut (1994) tanggung jawab sosial perusahaan dapat berupa:

1. Pemeliharaan sumber daya masyarakat

2. System kerja terbuka dua arah antara perusahaan dengan pemenerimaan masukan terbuka dari masyarakat dan memaparkan operasi kerjanya kepada public.
3. Perusahaan juga harus mengkalkulasikan biaya sosial maupun manfaat aktivitas, jasa, produk ke dalam harga sehingga konsumen membayar atas dampak konsumsinya terhadap masyarakat.
4. Melibatkan diri dalam kegiatan sosial sesuai dengan kompetensi perusahaan akan kebutuhan sosial masyarakat.

Tolak ukur dari sebuah keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan CSR adalah dengan dilihatnya dari prinsip moral dan etis perusahaan dengan mencapai hasil yang maksimal tanpa merugikan lingkungan dan juga kelompok masyarakat lainnya.*Golden Rules* merupakan salah satu prinsip moral yang sering digunakan. Prinsip ini mengajarkan suatu pihak atau seseorang untuk memperlakukan pihak lainnya sama seperti apa yang mereka ingin diperlakukan. Perusahaan yang mengedepankan prinsip moral dan etis ini akan

memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat (Agustina, 2017)

## B. ISO (International Organization for Standardization) sebagai standarisasi CSR perusahaan

Pada September 2004, ISO (*International Organization for Standardization*) adalah organisasi standarisasi internasional yang berinisiatif membantu lahirnya panduan dan standarisasi untuk tanggung jawab sosial yang diberi nama dengan ISO 26000 :*Guidance standard on social responsibility*. ISO 26000 ini merupakan sebuah panduan standarisasiuntuk tanggung jawab sosialperusahaan.Kewajiban ini telah menjadi wacana global di setiap perusahaan. CSR merupakan komitmen perusahaan untuk membangun suatu kualitas kehidupan yang lebih baik bersama *stakeholders* terkait.Konsep ISO 26000 secara konsisten mencakup tujuh isu pokok yaitu:

1. Pengembangan Masyarakat
2. Konsumen

3. Praktek Kegiatan Institusi yang Sehat
4. Lingkungan
5. Ketenagakerjaan
6. Hak asasi manusia
7. *Organizational Governance* (governance organisasi)

ISO 26000 juga menjelaskan arti tanggung jawab sosial sebagai tanggung jawab organisasi terhadap dampak dari aktivitas dan keputusannya terhadap lingkungan dan masyarakat melalui aktivitas yang etis dan transparan, yaitu:

1. Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat;
2. Memperhatikan kepentingan dari para stakeholder;
3. Sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional;
4. Kesatuan dari seluruh kegiatan organisasi dalam hal ini meliputi baik kegiatan produk dan jasa

Prinsip-prinsip dasar tanggung jawab sosial menurut ISO 26000 meliputi:

1. Kepatuhan kepada hukum

   Terkait dengan kesadaran kepatuhan kepada hukum, setiap manusia pasti memiliki kesadaran tehadap hukum. Masalahnya, tidak semua taraf kesadaran hukum setiap manusia sama yakni ada pada tingkat tinggi, sedang, dan juga rendah. Tolak ukur taraf-taraf kesadaran hokum dapat dibagi menjadi empat jenis yaitu:

   (1) Pengetahuan mengenai hukum.

   (2) Pemahaman terhadap hukum.

   (3) Sikap terhadap hukum.

   (4) Perilaku hukum.

   Seseorang yang dianggap memiliki tingkat kesadaran hukum yang tinggi apabila perilakunya sudah sesuai dengan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku. Maka dari itu, taraf kesadaran hukum yang tinggi didasarkan pada kepatuhan

hukum, akan tetapi tidak setiap yang mematuhi hukum mempunyai kesadaran hukum (A. Aco Agus, 2016)

2. Menghormati instrumen/badan-badan internasional

   Hubungan internasional dapat dilakukan oleh actor (negara) maupun non actor (lembaga).Subjek hukum internasional adalah orang atau badan/Lembaga yang dianggap mampu dalam melakukan tindakan/perbuatan hukum yang diatur dalam hukum internasional dan dapat pula dipertanggung jawabkan secara hukum internasional. Subjek hukum internasional mencakup sebagai berikut(Putri, 2013):

   1. Negara sebagai subjek utama
   2. Organisasi Internasional; PBB, ASEAN, OPEC

3. Pihak yang bersengketa dianggap mewakili pihak; Gerakan pembebasan seperti PLO
4. Perusahaan Internasional yang bersifat transnasional ataupun multinasional; Danone, McDonald, Unilever
5. Takhta Suci; Negara Vatikan di Roma, Italia
6. Individu; Lahirnya Deklarasi Universal tentang Hak Asasi Manusia (*Universal Declaration of Human Rights)* pada tanggal 10 Desember 1948 yang menyatakan individu adalah subyek hukum internasional yang mandiri.

3. Menghormati stakeholders dan kepentingannya

   Menurut ISO 26000 SR *stakeholders* adalah kelompok ataupun individu yang memiliki kepentingan terhadap suatu keputusan maupun aktivitas dari organisasi. Paradigm stakeholder

melihat orientasi manajemen selalu tertuju kepada pemegang saham.Karena manajemen haruslah bertanggung jawab terhadap mandat yang diberikan untuk mengelola suatu perusahaan saham.Maka dari itu, dalam paradigmas*takeholder*, pemegang saham adalah segalanya bagi manajemen.Manajemen pun dihadapkan dengan banyak pihak, biasanya dikelompokkan menjadi dua yaitu, *stakeholder primer* (pemegang saham, kreditor, pemasok, pekerja, penyalur, pelanggan maupun pesaing) dan *stakeholder sekunder* (pemerintah, masyarakat, pendukung bisnis, media massa dan juga aktivis sosial) (ID, 2016)

4. Akuntabilitas

Akuntabilitas berasal dari istilah dalam bahasa Inggris *accountability* yang memiliki arti pertanggunganjawaban atau keadaan untuk dipertanggungjawabkan.

Akuntabilitas (*accountability*) yaitu berfungsinya seluruh komponen penggerak jalannya kegiatan perusahaan, sesuai tugas dan kewenangannya masing-masing. Akuntabilitas dapat juga diartikan sebagai berbagai kewajiban dari individu-individu atau penguasa yang telah dipercayakan untuk mengelola sumber-sumber daya publik dan yang bersangkutan untuk dapat menjawab hal-hal yang menyangkut pertanggungjawabannya.Akuntabilitas berkaitan erat dengan instrumen untuk mengontrol kegiatan terutama dalam hal pencapaian hasil pada pelayanan publik dan menyampaikannya secara transparan kepada masyarakat.(Makplus, 2015)

5. Transparansi

Menurut Mustopa Didjaja (2003 :261) transparansi merupakan sebuah keterbukaan pemerintah dalam membuat kebijakan sehingga dapat diketahui oleh masyarakat. Transparansi

akan menciptakan akuntabilitas antara pembuat kebijakan dengan rakyat. Ada enam prinsip transparansi yang dikemukakan oleh Humanitarian Forum Indonesia (HFI) yaitu:

1) Adanya informasi yang mudah diakses dan dipahami (cara pelaksanaan, bentuk bantuan atau program dan dana).
2) Terbukanya publikasi dan media mengenai alur proses kegiatan dan detail keuangan.
3) Aktifnya laporan berkala mengenai pemanfaatan sumber daya dalam mengembangkan proyek yang dapat diakses oleh umum.
4) Adanya laporan tahunan.
5) Website atau media publikasi organisasi.
6) Pedoman dalam penyebaran informasi.

(NN, 2014)

6. Perilaku yang beretika

Etika merupakan prinsip moral yang menjadi pedoman perilaku seseorang.Moral dibentuk oleh, praktek-praktek budaya, pengaruh agama dan norma-norma sosial. Etika juga sebagai keyakinan tentang apa yang benar, apa yang salah, apa yang adil, apa yang tidak adil dalam hal perilaku manusia. Mereka berfungsi untuk mengarahkan bagaimana seseorang harus bersikap terhadap makhluk hidup, memahami dan memenuhi kewajiban terhadap masyarakat, serta menjalani kehidupan mereka.Sebagai contoh konsep tanggung jawab sosial perusahaan menekankan perilaku etis dalam kehidupan, maka dari itu memerlukan organisasi untuk mengidentifikasi, memahami dan menghilangkan perilaku ekonomi, lingkungan, dan sosial yang tidak etis.Perilaku etis didasarkan pada ketentuan yang tertulis dan tidak tertulis kode prinsip dan nilai-nilai yang diadakan

di masyarakat.Prinsip-prinsip etika dan nilai-nilai berfungsi sebagai panduan untuk perilaku pada tingkat pribadi, dalam profesi, dan pada tingkat organisasi.(Sotani, 2018)

7. Melakukan tindakan pencegahan

   Tindakan pencegahan merupakan unsur yang penting dilakukan untuk menjamin manajemen dan system mutu bebas dari potensi yang dapat merugikan perusahaan. Tindakan pencegahan dapat dilakukan dengan cara seperti mengidentifikasi masalah, menganalisis penyebab masalah, mencari cara bagaimana mencegah serta memperbaiki dan melaporkannya pada pihak manajemen (ISO, 2013)

8. Menghormati dasar-dasar hak asasi manusia

   Hak adalah unsur normatif yang dimiliki setiap manusia.Hak diterapkan pada ruang lingkup hak persamaan dan hak kebebasan yang diaplikasikn antara individu ataupun dengan instansi.Hak

merupakan sesuatu yang harus dimiliki manusia.Hak Asasi Manusia atau yang biasa kita kenal dengan HAM merupakan hak-hak dasar yang melekat pada setiap manusia. Pentingnya HAM pada setiap manusia juga telah membentuk negara-negara berjanji untuk mencapai kemajuan dalam penghormatan serta penghargaan umum kepada hak-hak asasi manusia dan kebebasan asasi dengan bekerjasama dengan PBB (United Nations)

Di Indonesia, istilah CSR sudah populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan di Indonesia sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) atau "aktivitas sosial perusahaan" yang mirip dengan CSR, namun secara faktual aksinya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk peran serta kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan juga lingkungan. Melalui konsep investasi sosial perusahaan *"seat belt"*, sejak tahun 2003 tercatat Departemen Sosial sebagai lembaga

pemerintah yang aktif dalam mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi terhadap berbagai perusahaan nasional (Suharto, 2008)

Dalam pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UU PT), yakni UU Nomer 40 Tahun 2007 pemerintah Indonesia secara tegas mengatur pelaku industri atau perusahaan korporasi wajib untuk melaksanakan CSR. Namun kewajiban ini bukan suatu hal yang memberatkan, di mana pelaksanaan CSR ini sendiri di beberapa negara dilakukan dengan secara sukarela.Pemerintah maupun masyarakat pun juga ikut mengawasi secara ketat. Pendekatan yang banyak diterapkan oleh perusahaan dalam penerapan CSR adalah dengan cara pendekatan *community development* (pengembangan masyarakat) karena lebih dekat dengan konsep *empowerment* (pemberdayaan) dan *suistainable development* (pembangunan berkelanjutan) (Suharto, 2008).

CSR muncul ketika kesadaran akan*sustainability* perusahaan jangka panjang lebih penting daripada sekedar *profitability*. CSR sangat bermanfaat bagi perusahaan maupun

masyarakat karena di dalam konsep CSR ini terdapat nilai-nilai seperti:

1. Pengembangan ekonomi misalnya: kegiatan di bidang pertanian, peternakan, koperasi dan usaha kecil menengah (UKM).
2. Kesehatan dan gizi masyarakat misalnya: penyuluhan, pengobatan, pemberian gizi bagi balita, program sanitasi masyarakat dan sebagainya.
3. Pengelolaan lingkungan misalnya, penanganan limbah, pengelolaan sampah rumah tangga, reklamasi dan penanganan dampak lingkungan lainnya.
4. Pada bidang pendidikan, keterampilan dan pelatihan misalnya: pemberian beasiswa bagi siswa yang berprestasi dan siswa tidak mampu, magang atau job training, studi banding, peningkatan ketrampilan (Agustina, 2017)

Berbicara mengenai perusahaan atau organisasi yang memiliki tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR, Seluruh perusahaan yang berada di Indonesia yang perusahaannya mempengaruhi lingkungan di sekitarnya wajib menjalankan program CSR. Implementasi program CSR di lapangan pun beragam, karena setiap perusahaan memiliki interprestasi yang berbeda, sesuai dari standar CSRpada entitas bisnis yang baru. Menurut pendapat Howard Rothmann Bowen dalam bukunya yang berjudul *"Social Responsibility of The Businessman"* (1953) kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan harus disesuaikan dengan apa-apa saja kebutuhan masyarakat serta disesuaikan juga dengan nilai-nilai masyarakat setempat. Pemikiran Howard ini tentunya sejalan dengan program-program CSR yang akan dilakukan oleh PT. Tirta Investama Klaten atau yang akrab kita kenal dengan Aqua.

Kondisi Kabupaten Klaten yang begitu berpotensu menjadi daya tarik tersendiri bagi perusahaan ini untuk menanamkan investasinya dengan mendirikan perusahaan berbasis air minum dalam kemasan (AMDK). Menurut Dinas

Pekerjaan Umum Kabupaten Klaten (2011). Klaten memiliki 174 buah *Umbul* (dalam bahasa Jawa yang berarti sumber mata air) yang tersebar 20 Kecamatan atau 85 desa, namun 31 diantaranya telah mati. Sejak berdirinya perusahaan ini di Kabupaten Klaten tepatnya di Desa Wangen, Kecamatan Polanharjo, menimbulkan berbagai respon pro dan kontra dari masyarakat setempat. Kehadiran perusahaan ini dinilai masyarakat akan mengeksploitasi ketersediaan air mereka. Aksi protes dilakukan pada tahun 2004 atau dua tahun setelah berdirinya pabrik. Perwakilan petani dari 15 kecamatan sepakat menolak privatisasi dan eksploitasi ketersediaan air mereka (Tempo, 2004)

Mayarakat-masyarakat desa membentuk sebuah organisasi yakni organisasi Koalisi Rakyat Klaten Untuk Keadilan (KRAKED).KRAKED dibentuk untuk menampung aspirasi masyarakat untuk peninjauan ulang terkait izin eksplorasi sumber air oleh Aqua. Para petani dan masyarakat yang tergabung dalam KRAKED melakukan aksi *long march* dari alun-alun kota menuju gedung DPRD dengan tujuan

mereka yaitu menyuarakan keinginannya untuk menutup pabrik Aqua karena dinilai telah merenggut hak air dan mengakibatkan kekeringan. Keberadaan Aqua juga dinilai mengakibatkan kesenjangan daerah sekitar karena berebut hak air hingga terjadi adu fisik antar kelompok petani. Aksi yang terjadi tahun 2008 tersebut Bupati Klaten pada saat itu, Haryanto Wibowo merespon protes masyarakat lewat KRAKED meskipun belum ada kejelasan hingga saat ini. Beliau hanya mengatakan bahwa akan mengancam menutup pabrik Aqua jika Aqua terbukti melanggar aturan dengan mengeksploitasi sumber air yang merugikan masyarakat.

Tahun 2012 aksi protes ini kembali muncul dengan berisikan beberapa tuntutan. Tuntutan-tuntutan tersebut berupa pemerataan program CSR, dampak lingkungan, tenaga kerja, debit air yang semakin menurun serta keterbukaan pihak perusahaan dan pemerintah Kabupaten Klaten mengenai retribusi yang dikembalikan (Solo Pos 2012). Kepala desa Polanharjo juga mendesak agar perusahaan turun langsung ke lapangan untuk menghadapi aksi protes petani yang menuntut

hak akan sumber daya airnya.Antara tahun 2013 dan 2014 terjadi perselisihan antar kelompok yang mengatas-namakan Aliansi Masyarakat Gugat Aqua (AMGA) dengan Aliansi Masyarakat Pendukung Aqua (AMPAQ). Masyarakat yang mengaku dirinya sebagai AMGA bersama lembaga lainnya seperti Lembaga Pengkajian dan Pengawasan Kinerja Aparatur Pemerintah (LPPKAP) mengadakan aksi menggugat Aqua dan menolak keberadaan perusahaan tersebut. Dipihak lain, AMPAQ berdiri untuk mendukung keberadaan perusahaan Aqua-Danone (Zain, 2015)

Pro kontra di atas menunjukkan bahwa setiap korporasi yang hadir di negara tujuan tidak serta merta berjalan mulus tanpa kendala tetapi berbagai rintangan termasuk aksi protes pun kian berdatangan seperti yang dialami Aqua Danone. Di tengah protes tersebut Aqua Danone mampu bertahan dalam menjalankan usahanya di Polanharjo, Klaten dengan dihadapkan berbagai solusi strategi perusahaan.

Kasus aksi protes yang dilakukan oleh sejumlah aliansi masyarakat ini dikarenakan menurunnya debit air

secara drastis ketika perusahaan PT. Tirta Investama Klaten beroperasi.Padahal air ini merupakan satu-satunya andalanpetani untuk mencukupi sarana irigasi.Sebelumnya, meskipun musim kemarau para petani masih menanam padi dengan baik dikarenakan sarana irigasinya yang memadai.Akan tetapi, pada saat musim kemarau tiba, para petani tidak lagi bisa menanam padi.Jika dalam dua minggu tidak sekalipun turun hujan, maka petani beramai-ramai mengandalkan pompa air tanah (Zain, 2015).Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari pun, warga harus membeli air dengan harga yang mahal. Hal ini terjadi dikarenakan penurunan jumlah debit sumur masyarakat yang jaraknya dekat dengan perusahaan mengalami kekeringan. Hal inilah yang membuat masyarakat protes, karena dulu mereka bisa mendapatkan air dengan melimpah dan cuma-cuma melimpah namun kini mulai kesulitan dalam mengakses air.

Secara umum, hubungan masyarakat sekitar dengan perusahaan tidaklah harmonis.Masyarakat bersikap tidak percaya bahkan menuduh PT. Tirta Investama Klaten

memonopoli sumber air di wilayah mereka. Demonstrasi yang dilakukan masyarakat Desa Karanglo menuntut perusahaan ini memberikan sejumlah uang sebagai bentuk kompensasi atas apa yang sudah dilakukan perusahaan (Triyanto, 2012).

Harapan perusahaan ini sebagai penggerak perubahan agar masyarakat di sekitar perusahaan jadi jauh lebih baik justru mengakibatkan kesenjangan di beberapa daerah yang dekat dengan perusahaan.terbukti dengan dibukanya lowongan pekerjaan hingga bantuan-bantuan yang diberikan untuk pembangunan desa (Zain, 2015) berbeda halnya dengan desa-desa yang berjarak jauh dari lokasi perusahaan, masyarakatnya masih banyak yang bergantung pada sector pertanian dan juga tingkat pengangguran yang masih terhitung tinggi..

Pembangunan yang berbeda di lingkungan sekitar perusahaan di Kecamatan Polanharjo mengakibatkan perbedaan yang sangat mencolok.Kemiskinan dan kesenjangan yang terjadi tentunya karena beragam faktor, salah satunya adalah tidak meratanya tanggung jawab sosial yang diberikan oleh PT. Tirta Investama Klaten terhadap

lingkungan sekitar.Melihat dari masalah baru yang ditimbulkan oleh PT. Tirta Investama Klaten, perusahaan ini akhirnya melebarkan program CSR nya ke berbagai wilayah di Kabupaten Klaten dan juga menjalin kerja sama ke berbagai pihak ketiga seperti (Yayasan Insan Sembada) YIS dan berbagai pihak lainnya, yang nantinya akan penulis jabarkan dalam tulisan ini.

## C. Program CSR PT. Tirta Investama

Aqua Lestari merupakan nama program tanggung jawab sosial perusahaan PT. Tirta Investama Klaten yang berkonsep dasar berkelanjutan *(sustainability)* yang telah diterapkan sejak tahun 2006. Seulurh program CSR perusahaan ini telah dirancang sesuai kebutuhan masyarakat serta sejalannya dengan ISO 26000 tentang tanggung jawab sosial sebuah perusahaan. Fokus program CSR yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama meliputi:

a. Akses air bersih dan kesehatan lingkungan
b. Konservasi dan pendidikan lingkungan

c. Pertanian organic dan pengelolaan sumber daya air berkelanjutan

d. Pemanfaatan dan pengurangan emisi karbon($CO_2$ *footprint*) (Triyanto, 2012)\

Wilayah program juga difokuskan menjadi tiga daerah aliran sungai (DAS).Yakni, daerah hulu atau tangkapan aliran air tengah di mana perusahaan berdiri.Lalu, hilir dan pusur. Aktivitas program CSR di wilayah hulu meliputi konservasi dan pendidikan lingkungan  di lereng gunung merapi serta gunung merbabu. Aktivitas yang dilakukan di wilayah tengah dan hilit adalah pertanian organic dan manajemen sumber daya air.Aktivitas yang dilakukan di wilayah tengah adalah membuka akses sanitasi air bersih. Program CSR dilakukan melaui kerja sama dengan para pihak ketiga yang memangku kepentingan dan dengan model yang beragam.Salah satu bentuk dari program tanggung jawab sosial Aqua terkait keterlibatannya dalam pemanfaatan sumber daya air sendiri adalah dengan melakukan program CSRyang melibatkan beberapa rekan kerja seperti Yayasan Insan Sembada (YIS).

## D. Lembaga-Lembaga yang Menjalin Kerja Sama

1. PT. Tirta Investama Klaten bekerja sama dengan CIRAD

   CIRAD merupakan singkatan dari *Centre de cooperation Internationale en Recherche Agronomique pur le Development* sebuah lembaga pusat penelitian yang berasal dari Perancis yang bekerja di negara-negara berkembang untuk mengangkat isu pertanian dan pembangunan internasional bersama dengan Pusat Studi Ekonomi Kerakyatan Universitas Gajah Mada melakukan penelitian tentang geohidrologi.Hasil penelitian nantinya menjadi penentu di mana perusahaan harus membuat sumur resapan yang aman serta daerah tangkapan air untuk konservasi air.Tak hanya itu saja program lainnya yang dilakukan adalah membangunb dan memperbaiki saluran irigasi air guna mengurangi kebocoran dan

membuat tata kelola air serta menanam pohon.Tidak ada pendampingan khusus secara berkelanjutan dalam program ini. Setelah semua kebutuhan fisik terpenuhi, program ini seluruhnya akandiserahkan kepada masyarakat.

2. Program CSR PT. Tirta Investama Klaten bekerja sama dengan TNGM

   Kegiatan program CSR PT. Tirta Investama Klaten bekerja sama dengan Taman Nasional Gunung Merbabu (TNGM) adalah penelitian yang dilakukan oleh tim TNGM di daerah hulu. Tujuan mereka adalah untuk mengetahui banyaknya pohon yang hilang, rusak bahkan mati. Penanaman bibit dilakukan oleh tim TNGM dengan mengajukan dana kepada PT. TIV. Penanaman dilakukan tanpa melibatkan untuk masyarakat di sekitar lokasi penanaman. Kegiatan ini tidak melibatkan pihak ketiga, model kerja

sama kedua belah pihak ini menerapkan system relasi atas-bawah.

3. Program CSR PT. TIV bekerja sama dengan YPAM Boyolali

   PT. TIV mengajak Yayasan Pengembangan Akhlak Mulia (YPAM) Boyolali untuk mengembangkan salah satu program CSR mereka di wilayah tengah dan hilir, yaitu daerah Tulung di Klaten dan daerah Musuk di Boyolali dengan melakukan sejumlah kegiatan yaitu pengadaan bibit, penanaman bibit pohon, serta pengorganisasian masyarakat.Penanaman pohon ini dilakukan oleh sejumlah kelompok masyarakat tani yang didampingi oleh YPAM. Kerjasama antara PT. TIV dengan YPAM dalam melaksanakan program CSR juga turut melibatkan pihak ketiga, yakni masyarakat (Triyanto, 2012)

## E. Kegiatan-kegiatan CSR yang dilakukan PT. Tirta Investama Klaten

Selama penulis melakukan penelitian di pabrik PT. Tirta Investama Klaten, penulis mengikuti langsung berbagai kegiatan program CSR yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama Klaten.Kegiatan-kegiatan ini difokuskan oleh PT. Tirta Investama Klaten dalam peningkatan ekonomi masyarakat Klaten.Kegiatan-kegiatan program CSR ini dimulai dengan membangun kesadaran masyarakat-masyarakatnya.Program CSR PT. Tirta Investama juga mengembangkan berbagai kegiatan keseharian masyarakat menjadi lebih baik, efisien serta mempunyai nilai jual yang tinggi. Kegiatan-kegiatan program ini juga menjalin kerjasama dengan mitra-mitra program seperti:

a. Klinik pertanian Kompak

Organisasi KOMPAK mendapatkan legal formal pada tanggal 26 Oktober 2017.KOMPAK juga dikenal di 5 kecamatan (Tulung, Polanharjo, Delanggu, Juwiring dan Ceper).Tujuan umum dari

program ini adalah “Meningkatkan pendapatan petani setara UMR Kab Klaten” dengan tujuan khusus berdasarkan kebutuhan petani. Fokus program dibagi dalam dua tahapan yaitu:

1. Tiga tahun pertama untuk memperbaiki dan menata usaha tani
2. Tiga tahun terakhir untuk memperkuat organisasi tani yang professional dari sisi usaha ekonomi juga memperjuangkan hak petani

b. Pengolahan limbah ternak menjadi Biogas.

Kelompok Ternak Margo Mulyo berdiri tanggal 27 September 2012 di Dusun Dungus, Desa Mundu, Kecamatan Tulung, Kabupaten Klaten.Kelompok ini bergerak di bidang budidaya sapi perah. Agar terciptanya kualitas susu yang dihasilkan, dengan terciptanya kualitas susu yang baik, hal ini juga dapat meningkatkan harga jual tiap liter susu yang dihasilkan. CSR PT. TIV memanfaatkan limbah ternak untuk diolah menjadi

Biogas. Tujuan dibentuknya energy Biogas ini adalah untuk meningkatkan sanitasi kandang sehingga kualitas susu sapi akan semakin baik dan dapat dipertahankan, serta dapat menaikkan nilai jual susu perliternya. Tidak hanya itu, tujuan lainnya yaitu agar terpenuhnya kebutuhan energy untuk memasak sehingga pengeluaran belanja rumah tangga pun dapat diminimalkan.

c. Klinik Pertanian Karanglo.

Klinik pertanian desa karanglo atau sering disebut laboratorium pertanian desa Karanglo ini berdiri sejak 2009.Awal berdiri klinik pertanian ini bernama Joglo tani yang bergerak hanya sebagai komunitas petani. Pada tahun 2013 dari pemikiran Lilik seorang pemuda yang khawatir akan permasalahan pertanian didesa yang mulai bermunculan, permasalahan yang hadir karna pengetahuan petani yang masih sangat kurang akan pertanian, seperti penyakit padi dan pola bercocok

tanam yang masih terikat pada mitos. Perkembangan klinik pertanian ini semakin meningkat, kini klinik bukan hanya mampu memenuhi kebutuhan petani didesa Karanglo melainkan menambah wawasan para petani bagaimana menghadapi bermacam-macam hambatan panen, seperi wabah hama maupun musim kemarau.

Beberapa kegiatan yang pernah dilaksanakan diantaranya pengembangan dan penelitian agensi hayati dan asap cair, penangkaran burung hantu Jawa (*tyto alba*), budidaya kambing, kebun holtikultura, kebun tanaman herbal. Setelah beberapa kurun waktu pendampingan oleh LSM tersebut, pada tahun 2018 ini Klinik Pertanian Desa Karanglo memberanikan diri untuk mandiri secara pengelolaan proyek dengan dimulai dengan fokus dua program, yaitu :

1) Perbaikan managemen pengelolaan Klinik Pertanian,
2) Berkembangnya fungsi dan layanan dari Klinik pertanian, baik itu fungsi penelitian, konsultasi maupun di pengembangan unit-unit usaha.

Secara garis besar kegiatan di tahun 2018 ini berfokus pada perbaikan manajemen secara internal dari pengelola Klinik Pertanian, baik itu pengetahuan mengenai organisasi, manajerial maupun keuangan. Kegiatan peningkatan kapasitas adalah salah satu upaya agar nantinya dapat menciptakan pengelola yang tangguh dan berdaya, sehingga organisasi nantinya dapat mandiri. Kemudian, untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat khususnya petani, Klinik pertanian akan memfasilitasi para petani dengan berbagai lahan-lahan percontohan, penelitian, konsultasi dan mengembangkan unit-unit usaha bersama. Program yang dilakukan

oleh dan untuk petani ini diharapkan dapat menjadi titik pijat membentuk masyarakat yang berdaya.

d. Bank Sampah “ Margo Saras”

Margo Saras merupakan suatu komunitas bank sampah yang berdiri sejak tahun 2014 di Desa Polanharjo. Di latar belakangi dengan permasalahan sampah yang kian menumpuk namun pengelolaan sampah sendiri belum terlalu diperhatikan, dikarenakan minimnya dana desa. Margo Saras resmi didirikan pada tahun 2015 di RW 4 dan RW 5 yang merupakan paguyuban bank sampah generasi kedua di kecamatan Polanharjo.

Pengelolaan sampah di bank sampah ini tak hanya pada sampah layak buang tetapi juga pada pengelolaan sampah menjadi pupuk kompos yang nantinya akan digunakan oleh masyarakat setempat.

Margo Saras juga memberikan pelatihan dan menerima kunjungan dari desa-desa lain yang ingin belajar tentang pengelolaan sampah. Paguyuban bank sampah ini senantiasa memberikan ilmu yang sudah mereka dapatkan dengan secara sukarela. Karena hal ini juga sebagai salah satu target mereka dimana targetnya sendiri yaitu Margo Saras dapat menjadi contoh yang baik dan dikenal oleh desa-desa lain. Pengelolaan bank sampah di Margo Saras ini dibagi menjadi tiga unit. Yaitu, unit kompos, unit kreasi dan unit layak buang. Setiap organisasi pastilah memiliki kendala, sama seperti organisasi-organisasi lainnya, Margo Saras juga memiliki kendala. Kendala yang dialami oleh paguyuban ini terdapat pada unit kreasi.Dimana penjualan dan pemasaran hasil kreasi dari sampah yang telah mereka olah masih secara mulut ke mulut dilingkungan sekitar desa dan nasabah.Sulitnya pemasaran hasil kreasi inilah

yang menjadi kendala utama dalam paguyuban ini.Padahal jika dipasarkan dengan benar dan baik dapat meningkatkan eksistensi Margo Saras dan juga dapat meningkatkan pendapatan kas Margo Saras. Tak hanya pemasaran kreasi saja, harapan dari Margo Saras kedepannya sendiri yaitu memiliki kegiatan usaha tambahan lainnya yang modal awalnya diambil dari keuntungan bank sampah.

e. Bank Sampah “ Rukun Santosa”

Sampah Rukun Santosa ini didirikan pada tanggal 16 Maret 2013 oleh Kepala Desa Karanglo yang sedang menjabat saat itu yakni Bapak Yudi Kusnandar yang kemudian juga di resmikan oleh Presiden Direktur PT.Tirta Investama Klaten, Bapak Charlie Capettie.

Bank Sampah Rukun Santoso merupakan bank sampah yang terletak di Desa Polanharjo.Aktivitas yang dilakukan oleh bank sampah ini adalah

membuat kerajinan-kerajinan dari sampah-sampahb yang dihasilkan masyarakat desa.Mekanisme pembuatan kerajinan dari sampah ini warga mempunyai peran masing-masing seperti tukang jahit, tukang membuat pola, tukang gunting bungkus makanan dari alumunium foil yang mana setiap peran tersebut di kerjakan dirumah masing-masing. Para pengrajin sampah tersebut sudah menghasilkan beberapa kerajinan seperti wayang dari kardus, bros, gantungan kunci, tas ransel, tas jinjing, kipas kain, dll.

f. Water Sanitation and Hygiene (WASH)

PT Tirta Investama Klaten bekerjasama dengan LPTP Surakartamelakukan intervensi program dengan memperkuat harmonisasi dalam pengelolaan sumberdaya air di DAS Pusur (Strengthening harmonization of water resources management in Pusur watershed) di tiga desa yaitu Desa Mriyan dan Kembangsari, Kecamatan Musuk, Kabupten Boyolali dan Desa Mundu, Kecamatan Tulung, Kabupaten Klaten.Dengan memfokuskan program konservasi tanah dan air. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan keberlanjutan pengelolaan (perlindungan,

penggunaan, pemeliharaan) sumberdaya air yang harmonis bersama parapihak di DAS Pusur dan menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk menjaga kawasan tangkapan air tersebut, dengan melakukan menjaga dan meningkatkan vegetasi tanaman, mengurangai erosi tanah dengan tindakan-tindakalan sipil teknis yang sudah dilakukan, mengembangkan alternatif ekonomi dengan melakukan budidaya produkstif yang memiliki nilai ekonomi tinggi sepertti tanaman krisan, bunga anggrek, bunga mawar dan pengembangan desa wisata konservasi.Adapun indikator-indikator yang digunakan dalam melihat perkembangan keberhasilan program ini adalah membangun instalasi air bersih untuk memenuhi kebutuhan air bersih yang layak konsumsi dan memenuhi kebutuhan penyiraman budidaya tanaman krisan dan mawar potong.

g. Si_Pat_wa OTJS

Si_Pat_wa OTJS merupakan singkatan dari si cepat tanggap off the job safety.Sebuah kegiatan dibawah program CSR yang bergerak di bidang keselamatan dalam bekerja dan meminimalkan kerugian material yang disebabkan oleh bencana/kecerobohan yang disebabkan oleh manusia.

h. Kunjungan ke ICKK

ICKK adalah singkatan dari Inklusi Center Karangnom Klaten.ICKK merupakan sebuah LSM yang berdiri menangani masalah anak-anak yang berkebutuhan khusus serta para lansia. Kegiatan yang dilakukan salah satunya yaitu dengan mengajak anak-anak yang berkebutuhan khusus untuk belajar dan bermain bersama sekaligus terapi setiap minggunya dan memantau perkembangan sang anak.

Program-program CSR PT. Tirta Investama dalam meningkatkan ekonomi di Klaten sudah menunjukkan keberhasilan dalam setiap tahapnya dari tahun 2013 hingga 2017.Memang Kabupaten Klaten belum sepenuhnya sejahtera, namun setidaknya setiap tahunKabupaten Klaten menunjukkan proses yang signifikan. Hal ini dapat dibuktikan dengan naiknya pendapatan masyarakat di Klaten dari tahun ke tahun dan juga program-program CSR perusahaan ini juga diterima dengan sangat baik oleh masyarakat.Meskipun diawal

kehadiran PT. Tirta Investama Klaten sempat mengalami hambatan-hambatan dari masyarakat, namun PT. Tirta Investama Klaten dapat menanganinya dengan baik.