

**ANALISIS FAIRTRADE DALAM PENERAPAN CSR PADA
CV.PASIFIC HARVEST DI BANYUWANGI**

Melina Cahyo

Jurusan Akuntansi / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

melina.cahyo@gmail.com

Dianne Frisko Koan

Jurusan Akuntansi / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

difrisko@accountingubaya.com

Abstrak

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu tindakan atau konsep yang dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar, serta merupakan bagian dari pembangunan citra perusahaan. CSR dapat menciptakan keadilan harga, dan adanya *fairtrade* dapat menciptakan ekonomi yang berkelanjutan dan menjaga nilai-nilai perusahaan. Program CSR yang diterapkan juga dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder*. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis lebih dalam mengenai bagaimanakah penerapan *fairtrade* yang tepat dalam pengimplementasian CSR pada CV.Pasific Harvest yang bergerak di bidang pengolahan dan pengalangan produk hasil ikan laut yang terletak di Muncar, Banyuwangi. Hasil penelitian menyatakan CV.Pasific Harvest belum dapat menerapkan program CSR yang efektif. Hal ini tampak melalui evaluasi *fairtrade* yang dilakukan terhadap nelayan terkait dengan ketersediaan bahan baku yang berkualitas.

Kata kunci: Program CSR, Keadilan Harga, Kepercayaan *Stakeholder*, *Fairtrade*.

Abstrack

Corporate Social Responsibility (CSR) is an act or concept of the company as a form of responsibility and the company's concern about the welfare of society and the environment and is part of the development of the company's image. CSR can create equity prices, and the fairtrade can create a sustainable economy and maintain the company's values. CSR programs

implemented may also increase the confidence of stakeholders. The purpose of this study was to analyze more deeply about how the application of appropriate fairtrade in implementing CSR in CV.Pasific Harvest engaged in processing and marine fish canning products located in Muncar, Banyuwangi.

The study states CV.Pasific Harvest can not implement effective CSR programs. This is evident through fairtrade evaluation conducted on the fishermen associated with the availability of quality raw materials.

Keywords: *CSR Program, Justice Price, Stakeholder Confidence, Fairtrade.*

PENDAHULUAN

Perusahaan diwajibkan untuk menerapkan CSR sebagai persyaratan memberikan kontribusi tambahan untuk kesejahteraan masyarakat (*Carrol & Shabana,2010*). Banyak perusahaan menerapkan CSR tidak memperhatikan dengan baik kesinambungan antara CSR dan visi dan misi perusahaan, sehingga manfaat yang seharusnya dirasakan oleh *stakeholder* terutama manfaat fungsional langsung kepada diri mereka sendiri (*McDonald dan Lai, 2011*), kurang dirasakan olehnya. Maka, dalam menjalankan kegiatan CSR, harus didasari akan kesadaran perusahaan, serta manajemen perusahaan harus memperhitungkan *stakeholder* atau fokus pada *stakeholder* untuk kelangsungan hidup perusahaan (*Mitchell et al., 1997*).

Program CSR bukan hanya untuk mengelola dan meningkatkan citra perusahaan (*Chatterton dan Maxey, 2009*), tetapi juga menjalankan komitmen perusahaan melalui hubungan yang kuat antara perusahaan dan *stakeholders*, sehingga perusahaan dapat menghadapi persaingan berdasarkan kepercayaan konsumen. Untuk mendapatkan kepercayaan tersebut, perusahaan harus bertindak secara bertanggung jawab, dimana terdapat empat jenis tanggung jawab dalam menerapkan CSR yaitu tanggung jawab ekonomi, hukum, etis dan filantropis. Salah satu perusahaan untuk memenuhi

tanggung jawab etisnya dengan cara menggunakan *Fairtrade* dalam menjalankan program CSR (Voth, 2013).

Peneliti akan membahas mengenai CV.Pasific Harvest yang merupakan sebuah industri yang memfokuskan bergerak di bidang pengolahan hasil ikan laut yang telah menerapkan beberapa program CSR. Salah satunya program CSR CV.Pasific Harvest adalah program kerjasama dengan nelayan terkait penyediaan bahan baku yang berkualitas. Disini peneliti akan mengevaluasi penerapan *fairtrade* terhadap implementasi program CSR yang telah dilakukan CV.Pasific Harvest.

LANDASAN TEORI

CSR dilaksanakan secara sadar sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawab perusahaan dan merupakan bagian pembangunan citra perusahaan (Charteron & Maxey, 2009). Perusahaan yang ingin berkelanjutan harus menjalankan tanggung jawab sosialnya dengan memfokuskan perhatiannya kepada *triple bottom line* yang dijabarkan melalui tiga hal, yaitu: *Profit, People, dan Planet (3P)* (Elkington, 1997).

Program CSR dapat meningkatkan keadilan harga, yang berarti ketika perusahaan memiliki komitmen yang kuat untuk program CSR, maka persepsi atas keadilan harga akan signifikan terhadap emosi dan mempengaruhi minat beli konsumen. Dalam persaingan, konsumen berharap perusahaan untuk menawarkan kepada mereka lebih dari harga, mereka menginginkan harga yang adil dan *fairtrade*.

Penting bagi perusahaan untuk bertindak bertanggung jawab dan berkomunikasi untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan memuaskan konsumen melalui *fairtrade*. Namun, tanggung jawab bukan hanya penting dari perspektif pemasaran saja, tetapi juga sebagai etika suatu perusahaan

dalam melakukan tanggung jawabnya. Terdapat empat jenis tanggung jawab yaitu tanggung jawab ekonomi, hukum, etis, dan filantropis. Tanggung jawab ekonomi sebagai dasar untuk tanggung jawab yang lain, pada saat yang sama perusahaan diharapkan untuk mematuhi hukum. Selain itu, perusahaan harus bertanggung jawab secara etis atas kinerja operasional perusahaan dan diharapkan menjadi warga perusahaan yang baik (*good corporate citizen*).

Fairtrade menawarkan satu cara untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan terutama tanggung jawab etis dan filantropis. Dengan *fairtrade*, kita dapat melihat indikasi-indikasi dan komunikasi perusahaan dalam menjalankan tanggung jawabnya terkait dengan komitmen perusahaan, seperti penjualan produk *fairtrade* yang dikomunikasikan melalui program keberlanjutan perusahaan. Serta, dapat membantu mengurangi kemiskinan melalui perdagangan yang adil, meningkatkan modal sosial para produsen kecil, dan adanya hal tersebut dapat meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan produsen kecil dan berdampak pada kenaikan penjualan produk *fairtrade* dan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan *qualitative-explanatory research* dengan pembahasan studi kasus pada obyek penelitian adalah CV.Pasific Harvest di bidang pengolahan hasil ikan laut dan terletak di Muncar, Banyuwangi. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi pabrik, serta analisis dokumen terkait dengan prinsip-prinsip yang telah ditanamkan pada perusahaan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti terkait dengan penerapan CSR dan kinerja penjualan perusahaan selama 2010-2014.

Pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi pabrik dilakukan untuk mengetahui informasi terkait penerapan CSR, masalah-masalah inti yang dihadapi oleh CV.Pasific Harvest, dan upaya CV.Pasific Harvest.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebijakan dan Komitmen Perusahaan, serta Penerapan CSR pada CV.Pasific Harvest

Dalam penerapan program CSR, CV.Pasific Harvest lebih memfokuskan pada masyarakat di sekitar perusahaan dan beranggapan: “Ketika kita membangun perusahaan di lingkungan seseorang, maka kita harus memberikan kontribusi yang positif untuk lingkungan dan masyarakat sekitar”. Program CSR pada CV.Pasific Harvest terdiri dari empat pilar yaitu: pilar pembangunan sumber daya manusia, pilar partisipasi aktif dalam kegiatan komunitas, pilar peningkatan nilai ekonomi, dan pilar perlindungan kelestarian lingkungan.

Pilar pembangunan sumber daya manusia diterapkan dalam 4 program CSR yaitu program pembentukan karakter karyawan dan masyarakat, dan program pengolahan karyawan potensial dan kepemimpinan untuk meningkatkan kemampuan dan potensial, serta *ethical behaviour* karyawan dan masyarakat sekitar perusahaan. Kemudian, pemberian beasiswa pada masyarakat di sekitar perusahaan untuk meningkatkan pendidikan dan mencerdaskan bangsa Indonesia, dan program kerjasama dengan nelayan untuk meningkatkan pengetahuan dan *skill* nelayan dalam memelihara dan menangkap ikan, serta meningkatkan kesejahteraan nelayan tersebut. Pilar yang kedua adalah pilar partisipasi aktif dalam kegiatan komunitas yang diterapkan dalam program acara bedah rumah yang diikuti

oleh CV.Pasific Harvest dengan melakukan pembangunan 5 rumah secara sukarela untuk masyarakat sekitar Muncar, Banyuwangi.

Pilar peningkatan nilai ekonomi merupakan pilar ketiga yang terdiri dari 9 program CSR dengan tujuan untuk meningkatkan nilai ekonomi dan kesejahteraan karyawan dan masyarakat sekitar. 9 program CSR pada pilar ini adalah melakukan sumbangan dana kepada masyarakat yang kurang mampu, pemberian sarden kepada Pangkalan TNI AL, Kodim, Polsek, dan Koramil Muncar, Banyuwangi, pemberian sarden kepada gereja dan yayasan, pembangunan tempat ibadah di sekitar Muncar, program pembagian sembako kepada masyarakat yang kurang mampu, program pembangunan fasilitas umum seperti pembangunan jalan di sekitar perusahaan dan perbaikan jembatan, program bencana alam bagi korban bencana alam, dan program Idul Adha. Dan yang terakhir adalah pilar perlindungan kelestarian lingkungan melalui 3 program CSR yaitu program pengelolaan limbah (IPAL) untuk mengelola limbah cair hasil proses produksi, program *blue economy* untuk mengelola limbah padat dan udara. Limbah padat dikelola dengan melakukan daur ulang atas sisa hasil produksi seperti kepala ikan, perut ikan, dan ekor ikan menjadi tepung ikan. Sedangkan, limbah udara yang berasal dari penggunaan *broiler* akan mengeluarkan *bottom ash* dan *fly ash* dan disaring agar tidak mencemari lingkungan, dan program *go green* dilakukan dengan penanaman pohon dan konservasi mangrove.

Penerapan CSR pada CV.Pasific Harvest didasarkan pada kebijakan perusahaan yaitu mengutamakan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk, menghasilkan produk berkualitas dan aman sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia, melakukan perbaikan yang berkesinambungan terhadap kinerja perusahaan, mematuhi peraturan yang berlaku di Indonesia, dan mengembangkan, serta meningkatkan kompetensi sumber

daya manusia yang akan diterapkan selaras dengan komitmen perusahaan yaitu mengutamakan pada kepuasan pelanggan, memproduksi dengan kualitas yang bagus, memberikan harga yang kompetitif dan pengiriman tepat waktu.

Permasalahan yang terjadi dalam CV.Pasific Harvest terkait dengan kinerja penjualan.

Masalah-masalah yang dihadapi CV.Pasific Harvest selama 2010 - 2014 terdiri dari lima masalah inti yaitu masalah ketersediaan bahan baku, masalah kualitas produk, masalah kualitas layanan, masalah tipe buruh dan masalah kinerja karyawan. Masalah ketersediaan bahan baku berhubungan dengan program CSR CV.Pasific Harvest yaitu program kerjasama dengan para nelayan. Semakin berkurangnya kerjasama dengan para nelayan, CV.Pasific Harvest mengalami keterbatasan bahan baku meskipun pada 2014, perusahaan ini telah berusaha untuk menjalin kerjasama dengan CV.Sumber Utama, tetapi tidak dapat mengatasi keseluruhan masalah terkait bahan baku. Meskipun bahan baku ada, tetapi kualitas dari bahan baku itu sendiri kurang bagus, dan menyebabkan kualitas hasil produksi juga tidak bagus. Sehingga kinerja program kerjasama dengan para nelayan semakin menurun dari 2010 - 2014. Pada tahun 2010, CV.Pasific Harvest memiliki 10 kerjasama, kemudian pada 2012, kinerja program tersebut mengalami penurunan drastis sebesar 50% menjadi 5 kerjasama, dan pada 2014, kinerja program tersebut sampai pada titik minimal yaitu 1 kerjasama. Hal ini disebabkan karena ketidakjujuran para nelayan dalam melakukan kerjasama dengan CV.Pasific Harvest. Para nelayan telah melakukan penjualan hasil tangkapan ikan laut kepada orang lain di tengah laut agar tidak ketahuan. Hal ini menyebabkan kuantitas hasil setoran tangkapan ikan laut menjadi berkurang hari demi hari.

Selain itu, para nelayan merasa bahwa CV.Pasific Harvest tidak memiliki kepedulian lagi kepada para nelayan yang telah loyal kepada perusahaannya, dengan tidak adanya program secara khusus dan rutin yang diadakan untuk para nelayan, serta ketidakterimaan karyawan terkait dengan harga ikan yang lebih murah, karena mereka merasa mereka tertekan “memang diberikan fasilitas kapal dan *cold storage*, tetapi perusahaan tidak memberikan perawatan dari fasilitas tersebut sehingga biaya perawatan ditanggung oleh karyawan”. Hal ini menyebabkan para nelayan berpikir bahwa ia lebih baik bekerja dengan orang lain daripada CV.Pasific Harvest karena keuntungan yang didapatkan sangat sedikit bahkan terkadang malah tidak ada. Maka dari itu, kerjasama CV.Pasific Harvest dengan para nelayan perlahan-lahan mengalami penurunan.

Masalah yang kedua adalah masalah kualitas produk yang berhubungan dengan program CSR yaitu program pembentukan karakter karyawan dan masyarakat, terutama yang berfokus pada para buruh. Para buruh tidak memiliki semangat dan motivasi kerja sehingga kinerjanya buruk. Disini para buruh bertugas untuk melakukan pengeleman terhadap label kemasan produk, pengelapan produk kalengan agar tidak kotor dan berkarat, dan pengepakan produk kalengan tersebut. Masalah kualitas layanan perusahaan merupakan masalah yang ketiga yang dihadapi oleh CV.Pasific Harvest akibat dampak dari masalah ketersediaan bahan baku. Dengan tidak ada atau kurangnya ketersediaan bahan baku yang berkualitas membuat proses produksi terhambat. Selain itu, karena keterbatasan bahan baku membuat CV.Pasific Harvest tidak dapat *manage* waktu dengan baik, sehingga sering terjadi keterlambatan dalam pengiriman produk ke konsumen dan terkadang menyebabkan pembatalan order oleh pihak konsumen.

Kemudian, masalah yang keempat adalah masalah tipe buruh. Para buruh di desa, khususnya Muncar memiliki persepsi berbeda dengan karyawan di kota besar. Mereka lebih menomorduakan bekerja di perusahaan, karena rata-rata para buruh memiliki sawah. Dan ketika musim-musim panen, maka buruh tidak akan masuk kerja sehingga CV.Pasific Harvest kekurangan tenaga kerja. Dan yang terakhir adalah masalah kinerja karyawan. Menurut *www.kabarbanyuwangi.info* dikatakan bahwa pada 2012, bagian kepala gudang perusahaan melakukan pencurian terhadap 10 buah sarden yang tidak berlabel. Adanya masalah-masalah diatas dapat disimpulkan bahwa masalah utama disini adalah ketersediaan bahan baku yang berkualitas yang secara tidak langsung menyebabkan kerugian baik dari pihak perusahaan maupun konsumen.

Upaya Yang Dilakukan CV.Pasific Harvest Terkait Dengan Pempementasian Program CSR

Dalam menghadapi masalah-masalah yang ada, CV.Pasific Harvest telah berupaya untuk menerapkan sistem penerapan jaminan keamanan mutu yang lebih baik. Hal ini ditunjukkan melalui sertifikasi HACCP terhadap perusahaan sendiri dari 2010 - 2014, yaitu analisa bahaya dan kritikal kontrol poin, yang dikenal sebagai beberapa macam bahaya yang dikenal di berbagai produk makanan, berupa fisik, mikrobiologi dan kimia yang nantinya bagaimana dapat dikendalikan supaya tidak jadi bahaya yang sesungguhnya (*Quality and Food Safety*). Untuk mendapatkan sertifikat HACCP ini CV.Pasific Harvest diharuskan untuk menerapkan GMP (*Good Manufacturing Practicer*) dan SSOP (*Sanitation Standar Operating Procedure*). Kemudian sertifikat HACCP ini direalisasikan ke SPP (Sertifikat Pelayanan Pengolahan). Dan untuk menjalankan perusahaan yang

bersertifikat HACCP diperlukan personal yang juga memiliki sertifikat GMP dan HACCP guna menghasilkan produk yang bermutu dan berkualitas. CV.Pasific Harvest telah berupaya untuk mengendalikan mutu atau kualitas produk dan layanan perusahaan melalui kebijakan “Penerapan Sistem Manajemen Keamanan Mutu” dengan ruang lingkup penerapan mencakup proses produksi di seluruh organisasi CV.Pasific Harvest untuk meningkatkan daya saing perusahaan.

Analisis Penerapan *Fairtrade* Dalam Mengimplementasikan Program CSR.

Upaya CSR bukan hanya mempengaruhi keadilan harga, tetapi upaya CSR yang sesuai dengan komitmen perusahaan juga akan mempengaruhi loyalitas dan kepuasan konsumen. Evaluasi atas kinerja penjualan yang menurun dari 2010 - 2014 dan masalah yang dihadapi oleh CV.Pasific Harvest, yang menjadi permasalahan utamanya adalah ketersediaan bahan baku yang berkualitas. Ketersediaan bahan baku yang berkualitas di dapat dari program kerjasama dengan para nelayan, yang menunjukkan bahwa program kerjasama dengan nelayan yang diimplementasikan belum cukup efektif dan ditunjukkan melalui penurunan kerjasama yang terjadi pada 2010 -2014 yaitu pada 2010, terdapat 10 kerjasama, kemudian pada tahun 2012, kinerja program CSR CV.Pasific Harvest mengalami penurunan drastis sebesar 50% menjadi 5 kerjasama, dan pada 2014, kinerja program tersebut menurun hingga titik minimal yaitu 1 kerjasama dengan nelayan. Sehingga *stakeholders*, terutama CV.Pasific Harvest tidak menerima manfaat atas program CSR tersebut.

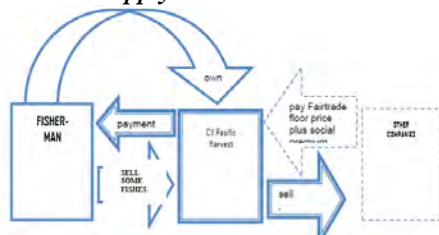
Peneliti akan melakukan analisa lebih dalam terkait program kerjasama dengan para nelayan terkait dengan kesejahteraan para nelayan,

kesesuaian surat perjanjian dan komitmen perusahaan dengan nelayan dalam rangka membentuk program CSR yang lebih efektif bagi CV.Pasific Harvest. Analisa pertama adalah apakah program kerjasama dengan nelayan dilakukan dengan tujuan untuk mensejahterahkan para nelayan. Pada mulanya, pengimplementasian program tersebut dapat mensejahterahkan para nelayan, karena para nelayan diberikan kapal dan *cold storage*, serta pengetahuan secara gratis terkait dengan cara menangkap dengan waktu yang efisien, menjaga dan memelihara hasil tangkapan yang berkualitas. Tetapi sejalan waktu, para nelayan merasa tidak diuntungkan dengan adanya program ini, karena tidak adanya perkembangan atas program tersebut. Analisa kedua adalah apakah program kerjasama dengan nelayan dilakukan sesuai dengan surat perjanjian yang ditandatangani oleh kedua belah pihak. Pada awalnya, kedua belah pihak telah menerapkan program ini sesuai dengan perjanjian yang ada, sejalan waktu dan adanya perasaan nelayan yang dirugikan, maka keduanya mulai saling menjalankan program kerjasama yang tidak lagi sesuai dengan surat perjanjian yang telah ditandatangani oleh kedua pihak. Analisa yang terakhir adalah apakah program kerjasama dengan nelayan yang diterapkan sesuai dengan komitmen yang telah ditanamkan oleh CV.Pasific Harvest. Penerapan program CSR CV.Pasific Harvest tidak efektif. Karena pada dasarnya *fairtrade* dalam pengimplementasian CSR yang lebih berfokus pada tanggung jawab etis dan filantropis dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan para nelayan. Akan tetapi, CV.Pasific Harvest sudah tidak lagi dapat mensejahterahkan para nelayannya sehingga menyebabkan ketidakpatuhan para nelayan terkait surat kontrak yang ada dan berdampak pada ketersediaan kualitas bahan baku perusahaan yang mempengaruhi kualitas layanan dan produk tersebut.

Penerapan *fairtrade* dalam mengimplementasikan program CSR.

Berdasarkan penjelasan poin diatas menunjukkan bahwa pokok permasalahan utama CV.Pasific Harvest adalah ketersediaan bahan baku yang berkualitas. Berbicara mengenai ketersediaan bahan baku yang berkualitas akan terkait dengan program CSR CV.Pasific Harvest yaitu program kerjasama dengan nelayan. *Fairtrade* dalam program CSR menunjukkan bahwa program kerjasama dengan nelayan menggunakan model CSR *fairtrade supply chain* yang pertama dengan penjelasan pada gambar sebagai berikut.

Gambar 1
Fairtrade Supply Chain CV.Pasific Harvest



(Sumber: Nicholls and Opal dalam Voth, 2013, p.18 yang diolah ke dalam supply chain CV.Pasific Harvest)

Pada gambar 1 menjelaskan bahwa para nelayan akan memberikan hasil pasokannya kepada CV.Pasific Harvest dan perusahaan akan melakukan proses evaluasi terhadap hasil tangkapan ikan yang diserahkan. Langkah berikutnya, perusahaan melakukan pembayaran atas pembelian hasil tangkapan ikan kepada para nelayan berdasarkan harga wajar *fairtrade*. Selanjutnya perusahaan (bagian produksi) akan melakukan perencanaan atas produksi dan produk perusahaan akan dijual kepada perusahaan lain dengan harga yang telah ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

Adanya *fairtrade* antara CV.Pasific Harvest dan para nelayan dilakukan karena ketidaksempurnaan pasar, yang meliputi: *imperfect information, lack of access to financial markets, lack of access to credit,*

inability to switch to other sources of income generation. *Imperfect Information* merupakan ketidaksempurnaan pasar yang pertama, dimana para nelayan tidak memiliki akses yang pasti untuk mengetahui informasi mengenai harga pasar terkait dengan hasil tangkapan ikan laut, sehingga para nelayan bekerja sama dengan CV.Pasific Harvest. Sedangkan, *lack of access to financial markets* yaitu kondisi yang menunjukkan bahwa para nelayan tidak dapat melakukan akses terhadap pasar di masa yang akan datang karena para nelayan tidak memiliki perangkat komunikasi dan volume hasil tangkapan ikan yang cukup memadai untuk melakukan perdagangan yang luas. Kemudian, *lack of access to credit* merupakan kondisi ketidaksempurnaan pasar dimana para nelayan tidak memiliki akses untuk melakukan kredit untuk membeli mesin, peralatan yang dibutuhkan, dan alat-alat yang lain yang digunakan untuk memperbaiki atau mengembangkan usahanya. Selain kondisi diatas, kondisi *inability to switch to other sources of income generation* menunjukkan bahwa para nelayan tidak dapat dengan mudah beralih dari mata pencahariannya ke mata pencaharian yang lain dikarenakan keterbatasan jaminan untuk melakukan pinjaman atau modal yang ada, keterbatasan pengetahuan dan *skill*, serta adanya resiko yang cukup tinggi.

Adanya evaluasi program CSR yang dilakukan CV.Pasific Harvest terkait program kerjasama dengan nelayan menunjukkan bahwa para nelayan tidak dapat mengembangkan usahanya dikarenakan ketidaksempurnaan pasar seperti yang dijelaskan diatas. Untuk meningkatkan kinerja program CSR, CV.Pasific Harvest harus melakukan perbaikan program CSR sesuai standar dan 10 prinsip *fairtrade* yaitu menggunakan *key practices fairtrade* dari adanya empat masalah ketidaksempurnaan pasar yang masih dihadapi oleh nelayan pada CV.Pasific Harvest. Masalah yang pertama adalah *imperfect*

information dapat diselesaikan dengan menggunakan *key practices fairtrade* yaitu *provision of market information to producers* dengan memberikan harga yang wajar dan benar-benar cukup untuk memenuhi kebutuhan para nelayan. Yang kedua adalah *lack of access to financial markets*, CV.Pasific Harvest dapat menyelesaikan masalah tersebut dengan menggunakan *key practices agreed minimum price* dan *provision of credit when requested*, dimana CV.Pasific Harvest sebaiknya tetap mengembangkan program CSR yang telah dijalankan guna keberlanjutan program tersebut dengan tetap memberikan fasilitas-fasilitas yang memadai sebagai tujuan atas adanya program tersebut. Kemudian, *lack of access to credit* menjadi permasalahan yang ketiga, dan dapat diatasi menggunakan *key practices provision of credit when requested*, dimana CV.Pasific Harvest harus lebih mempertimbangkan atas fasilitas yang telah diberikan, dan harga wajar yang telah ditetapkan atas program *fairtrade* tersebut dan disesuaikan dengan kesanggupan para nelayan dalam memenuhi kebutuhannya bukan hanya kebutuhan atas pemenuhan kehidupan kesehariannya tetapi juga kebutuhan atas bertahan untuk melakukan usahanya. Masalah yang keempat adalah *inability to swith to other source of income generation* yang diselesaikan melalui *key practices sustainable production* dan *payment of a social premium to suppliers* dengan lebih mempertimbangkan harga wajar yang telah ditetapkan atas program *fairtrade* tersebut dan disesuaikan dengan kesanggupan para nelayan dalam memenuhi kebutuhannya bukan hanya kebutuhan atas pemenuhan kehidupan kesehariannya tetapi juga kebutuhan atas bertahan untuk melakukan usahanya.

Hendaknya CV.Pasific Harvest menerapkan *fairtrade* dalam melaksanakan program CSR yang sesuai standar dan 10 prinsip *fairtrade*. Sebaiknya, CV.Pasific Harvest berfokus pada bagaimana mensejahterahkan

dan memudahkan para nelayan untuk melakukan perdagangan yang menguntungkan sehingga para nelayan tidak merasa dirugikan dengan program tersebut dan para nelayan merasa nyaman dan tingkat pelayanan, serta komitmen perusahaan benar-benar terjaga. Hal ini akan berdampak pada keberlangsungan program CSR *fairtrade supply chain*, tingkat kepercayaan atau kelayakitan para nelayan terhadap CV.Pasific Harvest yang dapat memperbaiki kinerja operasional perusahaan, dan memungkinkan untuk meningkatkan ketersediaan bahan baku yang berkualitas untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan CV.Pasific Harvest yang menyebabkan peningkatan penjualan produk CV.Pasific Harvest.

KESIMPULAN

CV.Pasific Harvest telah menerapkan beberapa program CSR selama tahun 2010 – 2014. Program CSR yang diterapkan perusahaan kurang sesuai dengan komitmen yang ditetapkan, terutama pada program kerjasama nelayan sehingga ketersediaan bahan baku yang berkualitas menjadi permasalahan pada kinerja operasional perusahaan. Untuk memperbaiki hal itu, *fairtrade* yang sesuai standar dan 10 prinsip *fairtrade* dan berdasarkan *key practices* *fairtrade* dalam menghadapi berbagai masalah ketidaksempurnaan pasar bagi para nelayan menjadi salah satu alternatif yang dapat dilakukan. Hal tersebut berdampak pada keberlangsungan program CSR *fairtrade supply chain*, tingkat kepercayaan nelayan pada CV.Pasific Harvest, dan meningkatkan ketersediaan bahan baku yang berkualitas untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan yang menyebabkan peningkatan penjualan produk CV.Pasific Harvest. Menurut ISO 26000, hendaknya CV.Pasific Harvest membuat *Code Of Conduct* sebagai perwujudan sistem tata kelola organisasi yang baik dan mengidentifikasi serta melakukan pemetaan siapakah *stakeholder* yang dimiliki CV.Pasific Harvest

berdasarkan konsep *triple bottom lines* (*people, planet, dan profit*) agar dalam penerapan CSR CV.Pasific Harvest yang efektif lebih mudah dan tertata

DAFTAR PUSTAKA

Arikan, E. And Guner, S, 2013. The Impact of Corporate Social Responsibility, Service Quality, and Customer Company identificatiob on Customers: 304-308.

Bussiness for Social Responsibility. “*Overview of Corporate Social Responsibility*”. diakses pada tanggal 10 Desember 2014 (<http://www.bsr.org/CSRResources/IssuesBriefDetail.cfm?DocumentID=48809>).

Carroll, A. B. 1991. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34, 39–48.

CFCD. “*Corporate Social Responsibility*” diakses pada 10 Desember 2014. (<http://www.cfccenter.or.id/2015/02/25/corporate-social-responsibility-csr/>).

CSR Indonesia. “*Pengertian CSR*” diakses pada tanggal 10 Desember 2014. (<http://csrindonesia.com/?s=pengertian+CSR>).

Dimosthenis T. Mousiolis, Apostolos D. Zaridis, 2014. The Effects in the Structure of an Organization through the Implementation of Policies from Corporate Social Respobilities: 634-637.

Elkington, John. 1997. *Cannibal with Forks : The Triple Bottom Line in 21st Century Business*.

Freeman, I., & Hasnaoui, A., 2011. *The meaning of corporate social responsibility: The vision of four nations. Journal of Business Ethics*, 100, 419–443.

Haslinda Yusoff, Siti Salwa Mohamad, Faizah Darus, 2013. The Influence of CSR Disclosurure Structure on Corporate Financial Performance: Evidence from Stakeholder Perpectives: 214-219.

- Hatane Samuel, Sharon Sagita Chandra, 2014. The Analysis of Corporate Social Responsibility Implementation Effects towards Price Fairness, Trustm and Purchase Intention at Oriflame Cosmetics Product in Surabaya: 42-47.
- Irina Frolova, Inga Lapina, 2014. Corporate Social Responsibility in the Framework of Quality Management: 178-181.
- ISO 26000, 2010. *Guidance On Social Responsibility.*(<http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm> yang diakses pada 31 Mei 2015).
- Ki Hoon Lee, Dongyoung Shin, 2009. Consumers' responses to CSR activities: The linkage between increased awareness and purchahse intention: 193-194.
- Kiroyan, Noke. 2006., ”*Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR):Adakah Kaitan di Antara Keduanya?*” (dalam buku *Economics Business Accounting Review*. Ed. September-Desember: 45 – 58).
- Kotler, Philip. 2005., *Manajemen Pemasaran (Terjemahan Bahasa Indonesia)*. Edisi Kesebelas. Jilid 1. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Lin-Hi & Muller, 2013. The CSR Bottom Line: Preventing Corporate Social Irresponsibility.
- Olgun Kitapci, Ceylan Akdogan, Ibrahim Taylan Dortyol, 2014. The Impact of Service Quality Dimensions on Patient Satisfication, Repurchase Intentions and Word of Mouth Communication in the Public Healthcare Industry: 162-164.
- Oliver alck, Stephan Hebllich, 2006. Corporate Social Responsibility: Doing Well by Doing Good: 247-249.
- Pasific Harvest, 2014. *Quality Statement CV.Pasific Harvest* yang diakses pada 14 Mei 2015 (<http://www.pasificharvest.com/home/quality>).
- Suharto, 2006. Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat.

- Tamara Menichini, Francesco Rosati, 2014. A Fuzzy Approach To Improve CSR Reporting: An Application To The Global Reporting Initiative Indicators.
- Tamara Menichini, Francesco Rosati, 2014. The Strategic Impact Of CSR Consumer Company Alignment: 361.
- Undang-Undang, 2007. *Undang-Undang tentang Penanaman Modal, UU No. 25 tahun 2007* (www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU25Tahun2007PenanamanModal.pdf uu no 25 tahun 2007 yang diakses pada 31 Mei 2015).
- Vildan Durmaza, Savas S. Ates, Gurcan Duman, 2011. CSR as A Tool To Cope With Economic Crises: The Case Of TEI: 1419-1421.
- WFTO. *“Our Path To Fairtrade”* diakses pada 29 Juli 2015. (<http://wfto.com/our-path-fair-trade>).
- WFTO. *“10 Principles Of Fairtrade”* diakses pada 29 Juli 2015. (<http://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade>).
- Wibisono, Yusuf., 2007. *Corporate Social Responsibility : Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Gresik Fascho Publishing.
- Wigley, S., 2008. Gauging consumers’ responses to CSR activities: Does increased awareness make cents? *Public Relations Review*, 34(3), 306–308.
- Yusuf, et al., 2015., Customer’s Loyalty Effects Of CSR Initiatives:110-113.