

**IMPLEMENTASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERGURUAN TINGGI
DAN DAMPAKNYA TERHADAP CITRA KAMPUS
DI UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

Subagyo

e-mail; ybnbagyo@yahoo.co.id

Amat Pintu Batu Silalahi

e-mail: donsilahi@yahoo.com

Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Abstrak

Konsep *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) selama ini diterapkan pada perusahaan, meskipun sebenarnya setiap organisasi, tidak terkecuali perguruan tinggi harus mempunyai tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan lingkungan. Bagi perguruan tinggi, bentuk tanggung jawab sosial secara formal tersirat dalam Tridharma Perguruan Tinggi yang ke tiga, yaitu Pengabdian pada Masyarakat. Implementasi tanggung jawab sosial Universitas Nusantara PGRI Kediri tidak hanya terbatas pada pihak internal (dosen, karyawan, mahasiswa), tetapi juga kepada pihak eksternal (lingkungan, masyarakat, dunia usaha/industri, pemerintah daerah). Di samping itu, Universitas Nusantara PGRI Kediri juga bermitra dengan pemerintah daerah maupun perusahaan-perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya.

Implementasikan Tanggung Jawab Sosial yang dilaksanakan oleh Universitas Nusantara PGRI Kediri berdampak pada meningkatnya citra Universitas di mata *stake holder*. Hal ini tercermin dalam meningkatnya jumlah mahasiswa, rendahnya tingkat drop out mahasiswa, rendahnya perputaran tenaga kerja, meningkatnya permintaan Praktik Kerja Lapangan oleh dunia usaha, dan meningkatnya daya serap kerja alumni. Di samping itu, keberadaan perguruan tinggi berdampak pada tumbuhnya usaha sektor non formal di sekitar kampus, yang akibatnya sektor ekonomi daerah meningkat.

Kata Kunci: *Tanggung Jawab Sosial Perguruan Tinggi, Citra Kampus.*

1. Pendahuluan

Dalam dekade terakhir ini frekwensi diskusi tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) semakin meningkat baik pada tingkat regional, nasional, maupun internasional. Hal ini tidak bisa terelakkan, mengingat di setiap negara pasti terdapat perusahaan yang beroperasi sebagai bagian dari kekuatan ekonomi negara dan selanjutnya berinteraksi dengan lapisan masyarakat, khususnya dengan masyarakat yang berdiam di sekitar perusahaan. Di Indonesia diskusi tentang TJSP semakin intens

sejak diundangkannya Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Tanggal 16 Agustus 2007. Dalam Bab V pasal 74 disebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”

Banyak versi definisi TJSP yang dikemukakan khususnya oleh para akademisi. Kotler dan Lee (2005) mendefinisikan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai “*a commitment well-being through discretionary business practices and contribution of corporate resources*”. *The World Business Council for Sustainable Development* (WBSD) dalam Rudito & Faniola (2013) mendefinisikan TJSP sebagai “*the continuing commitment by business to contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the community and society at large*”. Sementara Undang-undang Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007 dalam penjelasan umum mengatakan, TJSP adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya. Definisi TJS menurut pasal 74 Undang-undang Perseroan terbatas pada hakikatnya sama dengan definisi yang dikemukakan oleh WBSD. Menurut Kalangit (2009) definisi TJS yang diterima secara luas oleh para praktisi dan aktivis adalah definisi yang dikemukakan oleh WBSD, sehingga juga yang dikemukakan oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007.

Judul paper secara eksplisit mengedepankan tanggung jawab sosial sebuah unit organisasi yang disebut kampus. Timbul pertanyaan, adakah keterkaitan antara tanggung jawab sosial sebuah perusahaan yang *profit oriented* dengan kampus yang nota bene bukan semata-mata mencari keuntungan? Menurut Rowe dan Mason (1992), sebuah organisasi, mempunyai tanggung jawab terhadap lingkungan sosial dan lingkungan alam. Lebih lanjut disebutkan bahwa organisasi mempunyai tanggung jawab terhadap lingkungan sosial dan alam karena organisasi (baik *profit oriented*, *semi profit oriented* dan *social oriented*) merupakan sebuah *legal entity*. Sebagai sebuah *legal entity*, maka ia dapat mengotorisasikan kelompok manusia yang berkumpul di dalamnya untuk bertindak ke dalam dan keluar. Pendapat yang hampir sama dikemukakan oleh Hadiwijaya (2012) yang mengatakan bahwa pada hakekatnya setiap orang, kelompok orang dan organisasi mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Lebih lanjut dikatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah etika dan kemampuan berbuat baik pada lingkungan sosial berdasarkan aturan nilai dan kebutuhan masyarakat. Dua pendapat di atas secara implisit mengatakan bahwa kampus sebagai sebuah *legal entity* mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan, dan oleh karenanya menjadi syah melakukan tindakan-tindakan tertentu yang memasalahkan lingkungan sosial masyarakat bahkan lingkungan alam.

Perguruan tinggi tidak bisa lepas dari Tridharma, yaitu Pendidikan dan Pengajaran, Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat. Sesungguhnya secara formal, Perguruan Tinggi telah melaksanakan

TJS organisasi, yaitu melaksanakan dharma ketiga “Pengabdian pada Masyarakat”, termasuk Universitas Nusantara PGRI Kediri. Oleh sebab itu, paper ini ingin mengungkap (1) Bagaimanakah kebijakan dan implementasi *Campus Social Responsibility* di Universitas Nusantara PGRI Kediri dan (2) Bagaimanakah dampak implementasi *Campus Social Responsibility* di Universitas Nusantara PGRI Kediri

2. Kajian Teori

Sejarah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)

TJSP mempunyai sejarah panjang, dimulai dari hal yang sederhana dalam arti bersifat implisit (diakui bertanggung jawab namun menduga-duga bagaimana mengimplementasikannya) hingga yang eksplisit (definisi telah dibangun dan ada rambu-rambu implementasinya). Baron (2006) mengungkapkan sejarah panjang tersebut meliputi empat tahap perkembangan, pertama secara internal bertanggung jawab dengan berorientasi kepada pemegang saham dan para manajer, kedua juga masih secara internal berorientasi kepada karyawan dengan tetap mengikutkan pemegang saham dan manajer, ketiga kepada masyarakat setempat (*promptatau task environment*) dan keempat kepada masyarakat luas (*remote environment*). Dengan demikian secara implisit perkembangan TJSP dimulai dari internal perusahaan kemudian menyusul meluas ke eksternal. Perkembangan tersebut berjalan secara evolutif. Stoner dan Wankel (1988) mengatakan bahwa adanya prioritas perhatian pada stakeholder internal karena perusahaan secara legal entity langsung berinteraksi dengan pemegang saham, manajer dan karyawan dalam operasional sehari-hari, sedangkan perhatian kepada stakeholder eksternal sangat minim bahkan tidak ada karena perubahannya amat lambat mengikuti garis linear, sehingga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberlangsungan usaha.

Tanggung jawab kepada pemegang saham diwujudkan dengan meningkatkan laba perusahaan, sedangkan kepada manajer adalah balas jasa yang kompetitif. Sementara tanggung jawab kepada karyawan adalah memberlakukan penggajian/pengupahan yang kompetitif, dan terakhir tapi juga amat penting adalah menciptakan lingkungan kerja yang menjamin keselamatan dan kesehatan kerja.

Perkembangan versi lain disampaikan oleh Siswoyo (2012) yang membagi sejarah CSR di dunia dalam empat periode, yaitu tahun 60-an, tahun 70-an, 80-an dan 90 hingga sekarang. Secara ringkas, periode 60-an, adalah upaya untuk formalisasi definisi TJSP, tahun 70-an, yang merupakan kelanjutan dari perkembangan tahun 60-an yang dipicu oleh banyaknya penggiat lingkungan untuk melakukan advokasi-advokasi. Tahun 80-an munculnya Peter F Drucker yang mempertegas pentingnya TJSP untuk dikelola agar menjadi peluang bisnis. Pada periode ini pula kelompok pebisnis AS, *Committe for Economic Development* (CED) menerbitkan sebuah pamflet berjudul *Social responsibilities of Business Corporations* yang mendesak para pebisnis agar secara aktif melibatkan diri dalam

kegiatan-kegiatan sosial antara lain, bantuan pada dunia pendidikan, peremajaan kota, pembukaan pembukaan peluang kerja, pelatihan bagi para penyandang cacat dan pengendalian terhadap pencemaran lingkungan (Subagyo & Silalahi). Periode 90-an ditandai dengan keprihatinan dari negara-negara di dunia atas pembangunan berkelanjutan. Atas prakarsa banyak pihak pada tahun 1992 diselenggarakan Konferensi Tingkat Tinggi Bumi yang terkenal dengan nama Earth Summit di Rio de Janeiro Brazilia, dihadiri oleh 172 negara. Earth Summit ini menghasilkan deklarasi yang menegaskan bahwa konsep pembangunan yang berkelanjutan bukan lagi hanya tanggung jawab negara tapi juga menjadi tanggung jawab perusahaan yang melakukan praktik-praktik bisnis yang tidak etis.

Sejak Earth Summit banyak para pemerhati melakukan penelaahan terhadap TJSP sehubungan dengan hadirnya perusahaan di tengah masyarakat, termasuk para pemimpin dunia yang mengadakan pertemuan di Johannesburg pada tahun 2002. Pertemuan Johannesburg mempertegas lagi konsep TJSP mengikuti konsep tanggung jawab ekonomi dan lingkungan alam yang telah ada sebelumnya. Blowfield dan Googins(2006) melakukan riset terhadap 48 CEO dari 27 perusahaan multinasional. Riset tersebut menunjukkan bahwa paling tidak ada tiga kecenderungan yang dihadapi para pebisnis pada abad 21, yaitu adanya perubahan persepsi publik terhadap peran perusahaan, adanya daya tolak terhadap kehadiran perusahaan baru dan adanya model bisnis yang sensitif terhadap masalah lingkungan. Lebih lanjut penelitian tersebut menjelaskan bahwa kecenderungan dimaksud telah membuat para pengusaha bersetuju akan pentingnya TJSLP, namun agak ragu untuk bertindak terlalu jauh karena khawatir akan reaksi para investor, analis bisnis dan rekan-rekan sesama CEO. Selanjutnya Amato, *et al* (2009) menyatakan bahwa kecenderungan yang muncul akhir-akhir ini mengisyaratkan agar para pemimpin bisnis di dunia selalau bersiap-siap untuk memahami kebutuhan, permintaan, minat dan nilai-nilai para stakeholder yang sebelumnya bisa diidamkan. Para stakeholder ini adalah karyawan, customer, supplier, kelompok masyarakat, pemegang saham, NGO, lingkungan dan masyarakat luas. Mereka adalah *the silenced majority*, yang kalau tetap diidamkan akan sangat mempengaruhi keberlanjutan dan kesuksesan bisnis.

Ruang lingkup TJSP

Sejak tahun 90-an, yaitu sejak negara-negara di dunia termasuk juga pengusahanya menyadari perlunya semua pihak memikirkan dan berbuat sesuatu yang bermanfaat terhadap lingkungan, banyak kegiatan yang telah dimunculkan oleh para pemerhati lingkungan. Di Indonesia, dengan merujuk definisi TJSP oleh WBSD dan undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, maka yang menjadi ruang lingkup TJS perusahaan adalah internal dan eksternal perusahaan. Merujuk kepada Kotler (2005) yang membuat rincian ruang lingkup eksternal maka para pelaku bisnis dapat melakukan *cause promotion, cause related marketing, corporate social marketing, corporate philanthropy,*

community volunteering dan socially responsible business practises. Contoh kegiatan kongkret untuk *cause promotion* adalah penyuluhan bahaya narkoba, suatu kegiatan yang bermanfaat bagi masyarakat, untuk *corporate philanthropy* adalah semata-mata sumbangan dana kepada yang membutuhkan, untuk *community volunteering* adalah keikutsertaan karyawan untuk membangun taman kota. Masih tentang ruang lingkup TJSP, Burke (2005) mengungkapkan bahwa interaksi perusahaan dengan lingkungan sosial akan menciptakan ruang lingkup kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan alam, hak azasi, masalah mempekerjakan anak di bawah umur, pelanggan, karyawan, pemerintah, pengelolaan perbedaan etnis dan nilai di tempat kerja, bantuan kepada masyarakat untuk mengatasi masalah mereka.

Tujuan dan Manfaat TJSP

Jika merujuk kepada latar belakang Deklarasi Rio de Janeiro dimana para pebisnis menengah dan raksasa dunia telah melakukan praktik-praktik bisnis yang tidak etis, maka tujuan TJSP adalah membangun citra perusahaan sekaligus membangun kehidupan masyarakat pada umumnya. Sutisna (2001) berpendapat bahwa citra adalah total persepsi terhadap suatu obyek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. Menurut Gronross dalam Sutisna (2001), tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi citra perusahaan, selain orientasi terhadap manfaat sesuai keinginan kelompok. Tujuan tersebut tentu dilatarbelakangi oleh adanya pengaruh negatif atas kehadiran perusahaan di tengah masyarakat.

Namun jika ditinjau dari segi keberadaan perusahaan semata, yang secara filosofis sering disebut "*to exist is to co-exist*", keberadaan merupakan ada bersama, maka tujuan melakukan TJSP adalah melakukan sesuatu yang bermanfaat kepada orang lain tanpa ada sebab dan pamrih. Tujuan ini sesuai dengan pendapat Hadiwijaya (2012) yang disebutkan sebelum ini yaitu bahwa pada hakekatnya setiap orang, kelompok orang dan organisasi mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan yaitu berbuat baik pada lingkungan sosial berdasarkan aturan nilai dan kebutuhan masyarakat. Atau seperti yang disampaikan Gillis dan Spring dalam Amato (2007) "*doing good is good for business*" dan Handy yang mengatakan bahwa "tujuan berbisnis bukanlah mendapatkan laba,.....lalu titik, melainkan mendapatkan laba sehingga perusahaan dapat melakukan sesuatu yang baik bagi lingkungan. Tujuan ini tentu saja tidak dilatarbelakangi oleh tindakan perusahaan yang berdampak negatif terhadap lingkungan.

Manfaat yang diperoleh dari mengimplementasikan TJSP baik secara konsep maupun melalui penelitian telah banyak dikemukakan. Amato et al (2007) mengemukakan banyak penelitian mengungkapkan bahwa menjalankan TJSLP berdampak positif terhadap keuangan meskipun signifikansinya rendah. Dolan dalam Amato (2007) seorang pengusaha kebon anggur yang sukses menyampaikan dengan amat bagus manfaat melaksanakan TJSP. Dia mengatakan bahwa tindakan baik perusahaan terhadap lingkungannya akan berdampak positif secara jangka panjang karena baik

pengusaha dan lingkungan yang dia perhatikan sama-sama berbagi dunia yang sama dan bahkan sama-sama berbagi masa depan yang sama. Dolan menambahkan bahwa nafas dari perusahaan berada di dalam hati terdalam masyarakat sekeliling yang telah mengakui kontribusi perusahaan. Manfaat ganda (*multiple benefit*) bahkan disebutkan oleh Kurucz & Wheeler (2008) telah diterima banyak perusahaan karena menginvestasikan sebagian labake kegiatan sosial yaitu kinerja keuangan, keunggulan bersaing, reputasi perusahaan dan legitimasi keberadaan dari masyarakat, sikap karyawan yang mendukung perusahaan dan penciptaan nilai sinergik. Manfaat non keuangan ini tentu saja akan terrefleksi dalam laba perusahaan yang semakin meningkat (Kaplan & Norton, 2001). Sementara Aliami (2014) berpendapat bahwa terbentuknya citra perusahaan yang baik akan memberikan manfaat yang positif bagi perusahaan. Sutejo (2014) mengemukakan bahwa dengan terbentuknya citra perusahaan yang baik dan kuat mempunyai manfaat sebagai antara lain daya saing jangka menengah dan panjang yang unggul, menjadi perisai selama krisis, meningkatkan daya tarik secara eksklusif, meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan penghematan biaya operasional

Tanggung Jawab Sosial Perguruan Tinggi

Sebagaimana telah disebutkan sebelum ini bahwa kampus sebagai legal entity, memiliki tanggung jawab sosial baik ke dalam maupun ke luar. Bahkan dipertegas lagi, bahwa pada hakekatnya setiap orang, kelompok orang dan organisasi mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan dan oleh karenanya menjadi syah melakukan tindakan-tindakan tertentu yang memasalahkan lingkungan sosial masyarakat bahkan lingkungan alam.

Atas dasar pemikiran ini maka apa yang dikatakan oleh Suhayati (2012) menjadi lebih legitimate yaitu bahwa perguruan tinggi sebagai mitra dalam pelaksanaan TJSP di perusahaan dapat memposisikan diri untuk membantu korporat dalam menyusun dan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* sesuai dengan *core businessnya*, membantu pemerintah untuk menyusun draft audit *Corporate Social Responsibility*, bahkan dalam hal merumuskan draft kebijakan insentif pajak, sertifikasi atau labeling bagi korporat yang telah melaksanakan *Corporate Social Responsibility*, memberikan pelatihan bagi auditor *Corporate Social Responsibility*, memasukkan *Corporate Social Responsibility* dalam kurikulum program studi, mencari beasiswa dari korporat bagi mahasiswa yang kurang mampu tetapi berprestasi, mengadakan seminar-seminar tentang *Corporate Social Responsibility* dan sumber data atau informasi bagi mahasiswa S1, S2, S3 yang akan melakukan penelitian tentang *Corporate Social Responsibility*. Konsep yang digunakan dalam hal ini adalah membantu perusahaan untuk merencanakan TJS perusahaan, sekaligus dalam waktu yang sama kampus sedang *inaction* melakukan tanggung jawab sosialnya.

Selain bermitra dengan perusahaan, Perguruan Tinggi dapat melaksanakan tanggung jawab sosialnya secara khusus melalui Tri Dharmanya dengan membina pengusaha kecil/UKM melalui

pelatihan-pelatihan (penyusunan laporan keuangan, konsultasi perpajakan, manajemen keuangan), membantu desa binaan melalui bantuan manajemen untuk pengelolaan koperasi, berpartisipasi dalam menjaga kelestarian lingkungan antara lain melalui penghijauan kampus, kebersihan kali/sungai sekitar kampus, larangan merokok di sekitar kampus, pengolahan sampah, pengurangan penggunaan kantong plastik, secara berkala mengadakan pengobatan dan pengecekan kesehatan gratis, memberikan konsultasi hukum dan membantu masyarakat miskin dalam membuat MCK, pompa air, dan lain-lain.

Citra Perguruan Tinggi

Merujuk pendapat Sutisna (2001) dalam konteks perusahaan, maka citra kampus sesungguhnya juga dapat dibangun melalui berbagai macam kegiatan yang bermanfaat. Berbagai kegiatan itulah yang pada gilirannya akan dipersepsikan oleh khalayak, bersamaan dengan berjalannya waktu yang oleh Sutisna sebut sebagai “dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu”.

Kegiatan-kegiatan ini, merujuk Gronross yang dikutip Sutisna (2001) haruslah berorientasi terhadap manfaat yang telah diberikan atau diterima, dan sebagaimana diinginkan oleh kelompok khalayak sarannya, manfaat yang ditampilkan melalui kualitas pelayanan cukup realistis dan mengesankan. Citra yang baik tersebut telah dipresentasikan berdasarkan kemampuan perusahaan, kebanggaan, nilai-nilai kepercayaan, kejujuran dan mudah dimengerti oleh publik sebagai khalayak sasaran. Citra yang baik muncul dari akibat penilaian atau tanggapan publik terhadap berbagai aktivitas, empati, prestasi dan reputasi perusahaan selama melakukan berbagai kegiatan.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *single case study*. Metode ini digunakan karena dapat menjelaskan permasalahan secara menyeluruh, luas dan mendalam. Data dikumpulkan dengan terlebih dahulu melakukan observasi, dilanjutkan dengan wawancara dengan berbagai nara sumber terpilih (fungsionaris, dosen, dan mahasiswa), dengan maksud untuk memverifikasi data. Selain itu data dikumpulkan dengan *study literature* dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan .

4. Pembahasan

Kebijakan dan Implementasi CSR di Universitas Nusantara PGRI Kediri

Formalisasi dan legitimasi kegiatan dalam sebuah organisasi haruslah dinyatakan dalam sebuah kebijakan dari pemimpin puncak. Kebijakan adalah pedoman untuk melaksanakan kegiatan. Kebijakan Universitas Nusantara PGRI Kediri berkaitan dengan CSR dapat digolongkan menjadi dua, yaitu CSR

untuk internal kampus dan eksternal kampus. Implementasi Tanggung Jawab Sosial Universitas Nusantara PGRI Kediri dapat didiskripsikan sebagai-berikut:

Tanggung Jawab Sosial Internal Kampus

Tanggung Jawab Sosial terhadap internal kampus diimplementasikan dalam kegiatan-kegiatan berikut:

- a. Sarana Hotspot area 24 jam free. Dunia pendidikan tidak lagi terpisahkan dengan internet. Melalui internet para mahasiswa dan dosen memiliki berbagai informasi tentang iptek dan semakin memperkaya referensi keilmuan. Oleh sebab itu sarana hotspot area adalah jawabannya.
- b. Food center. Kantin pada hakekatnya adalah lokasi bertemunya penjual makanan dan minuman dengan pembeli, dalam hal ini mahasiswa, karyawan dan dosen. Tapi karena sifat kampus yang *Centre of Excellence*, maka kantin tidak saja digunakan untuk makan dan minum tapi juga menjadi ajang diskusi sesama mahasiswa, mahasiswa dan dosen, sesama dosen bahkan antara dosen dengan dekan.
- c. Rest area (Gazebo). Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri berasal dari berbagai suku dan etnis, ada yang tinggal dekat kampus, tapi ada yang jauh. Sambil menunggu untuk perkuliahan selanjutnya, mahasiswa bisa istirahat, berdiskusi di Gazebo yang di berada di setiap sudut kampus.
- d. Tempat parkir dilengkapi CCTV. Kenyamanan mengikuti perkuliahan dan memberi kuliah oleh dosen salah satunya ditentukan oleh keselamatan kendaraan yang mereka gunakan. Oleh sebab itu parkir didesain sedemikian rupa sehingga kendaraan yang ditinggal parkir aman selama perkuliahan berlangsung.
- e. Foto copy. Pengadaan foto copy yang cukup jumlahnya sehingga dosen dan mahasiswa tidak perlu keluar kampus untuk kebutuhan foto copy, bahkan dosen yang memfoto kopi untuk keperluan perkuliahan dibebaskan dari biaya.
- f. Asrama mahasiswa. Jarak tempuh antara kampus dan tempat tinggal mahasiswa yang jauh, sedikit akan mengusik ketenangan dan kenyamanan mahasiswa untuk mengikuti kuliah. Oleh sebab itu asrama mahasiswa merupakan jawabannya guna mengurangi ketidaktenangan tersebut.
- g. Sarana olah raga dan kesenian (antara lain badminton, bola voly, sepak bola, tenis meja, tenis lapangan, fitness center, panjat tebing, boxing, band dan gamelan) Salah satu program studi di FKIP UNP adalah olah raga. Meskipun sarana olah raga tersebut lebih sering dimanfaatkan oleh para mahasiswa prodi olahraga, namun pada prinsipnya diperuntukkan bagi seluruh stakeholder internal.
- h. Beasiswa bagi dosen dan mahasiswa berprestasi. Universitas memberikan beasiswa bagi mahasiswa yang memiliki prestasi baik di bidang akademik, olah raga maupun seni. Beasiswa juga diberikan kepada dosen maupun karyawan yang studi lanjut.

i. Poliklinik.

Pepatah mengatakan *“mens sana in corpora sano”* (dalam tubuh yang sehat terdapat jiwa yang sehat). Untuk itulah UNP Kediri memiliki klinik Husada, sehingga dosen, karyawan dan mahasiswa dapat memeriksakan diri dengan gratis ke Klinik Husada.

Tanggung Jawab Sosial Eksternal Kampus

Tanggung jawab sosial Universitas Nusantara PGRI Kediri terhadap eksternal kampus diimplementasikan sebagai-berikut:

a. Lingkungan Dekat:

- Bakti sosial. Sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat sekitar kampus yang kurang mampu, secara rutin civitas Universitas Nusantara PGRI Kediri melakukan bakti sosial berupa bantuan sembako pada saat PTMB dan Dies Natalis). Bakti sosial juga dilakukan yang sifatnya insidental, misalnya pada saat meletusnya Gunung Merapi dan Gunung Kelud.
- Khurban. Setiap hari raya Idul Adha, Universitas Nusantara PGRI Kediri melaksanakan kurban dengan menyembelih sapi dan kambing untuk dibagi-bagikan kepada masyarakat sekitar kampus.
- Zakat. Setiap tahun sekali lembaga membagikan zakat berupa beras kepada masyarakat sekitar kampus yang berhak menerima.
- Khitan masal. Kegiatan khitan masal dilaksanakan dalam rangka mewujudkan kepedulian sosial terhadap fakir miskin dan anak-anak terlantar dan kurang mampu yang ada di sekitar kampus, sekaligus menggalakkan kesehatan dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya kesehatan, serta membantu terhadap saudara-saudara kita yang kurang mampu.
- Penataan dan pembinaan PK-Lima sekitar kampus. Dimana ada permintaan, di sana ada penawaran. Mahasiswa yang ribuan jumlahnya merupakan pembeli potensial untuk kebutuhan mereka dan adalah rasional jika di sekitar kampus bertumbuh pedagang kaki lima untuk memenuhi permintaan tersebut. UNP memberikan ruang kepada mereka sekaligus memberi pembinaan agar lingkungan kampus tetap asri, nyaman dan bersih.
- Ekspo Basar murah. Meskipun pelaksanaan ekspo bertujuan untuk melatih mahasiswa agar mampu merencanakan dan mengorganisasikan sebuah event namun tujuan yang tidak kalah penting adalah menyiapkan barang-barang kebutuhan masyarakat dengan harga murah.
- Senam lansia. Instruktur disiapkan oleh kampus dengan kualitas mumpuni sehingga sungguh-sungguh bermanfaat bagi masyarakat yang mau bergabung dengan kelompok senam lansia.
- Deteksi dini kembang anak. Melalui Fakultas Kesehatan, Universitas Nusantar PGRI Kediri secara rutin melakukan kegiatan/pemeriksaan untuk menemukan secara dini adanya

penyimpangan tumbuh kembang pada balita dan anak pra sekolah, terhadap masyarakat sekitar kampus.

b. Lingkungan Jauh

- Kuliah Kerja Nyata (KKN)

KKN merupakan program wajib bagi mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. Dengan KKN mahasiswa dapat mengimplementasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah untuk diaplikasikan pada masyarakat. Program KKN di satu sisi mahasiswa dapat pengetahuan lapangan dari masyarakat dan sisi lain mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh kepada masyarakat.

- Desa Binaan

Sebagai wujud kepedulian lain terhadap pemerintah daerah, UNP Kediri memiliki desa binaan dengan tujuan membantu masyarakat di dalam upaya mempercepat proses pembangunan di desa yang bersangkutan dan sekaligus dapat dijadikan sebagai laboratorium bagi civitas akademika UNP Kediri untuk melakukan KKN

- Penghijauan

Bentuk kepedulian terhadap lingkungan, tiap tahun sekali bersamaan dengan pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata Universitas Nusantara PGRI Kediri melakukan penghijauan di wilayah desa-desa dimana KKN dilaksanakan

- Pelatihan Manajemen KUMK

Fakultas Ekonomi Universitas Nusantar PGRI Kediri baik secara mandiri maupun bekerjasama dengan Dinas Koperasi dan UMKM secara rutin memberikan pelatihan manajemen usaha kecil kepada pelaku UMKM di Kota Kediri. Tujuan pelatihan adalah meningkatkan manajemen pengelolaan UMKM di Kota Kediri, sehingga UMKM dapat tumbuh, berkembang dan berdaya saing.

- Konsultasi bisnis

Perkembangan UMKM di Kota Kediri cukup pesat, namun demikian tidak dibarengi dengan kemampuan SDM yang memadai. Untuk itu melalui laboratorium kewirausahaan, dosen-dosen memberikan konsultasi bisnis secara gratis kepada pelaku UMKM di Kota Kediri dan sekitarnya.

- Praktik Kerja Lapangan (PKL)

PKL merupakan program wajib bagi seluruh mahasiswa Universitas Nusantar PGRI Kediri. Dalam kegiatan PKL, mahasiswa membantu melaksanakan kegiatan-kegiatan di instansi atau perusahaan dimana mahasiswa melaksanakan PKL.

- Pelatihan KWU bagi guru-guru SMK

Dengan didukung oleh dosen yang kompeten di bidang kewirausahaan, secara rutin memberikan pelatihan kepada guru-guru SMK tentang pembelajaran kewirausahaan.

- Penyuluhan kesehatan pada siswa SLTA. Gaya hidup yang terlampau bebas dan kurangnya pengetahuan mengenai kesehatan reproduksi menyebabkan sex bebas semakin merajalela. Generasi penerus perlu dibekali dengan pengetahuan kesehatan reproduksi. Hal ini bertujuan agar para siswa memiliki pengetahuan yang benar tentang sistem, fungsi dan proses reproduksi manusia. Dengan demikian kelak mereka dapat mengembangkan keturunan yang sehat, cerdas dan produktif secara bertanggung jawab.
- Pelatihan yang berhubungan dengan IT antara lain Internet, Bisnis online, membuat blog, pembuatan , *Promo e commerce*, membuat sistem informasi dan pelatihan jaringan. Seperi yang disebutkan bahwa kehidupan masyarakat sekarang tidak lagi terpisahkan dengan IT, sehingga kampus menyiapkan tutor-tutor yang profesional sesuai jenis pelatihan.
- Nara sumber berbagai seminar dan workshop yang diselenggarakan oleh instansi pemerintah dan swasta).

Dampak Tanggung Jawab Sosial Terhadap Citra Kampus

Aliami (2014) dan Sutejo (2014) berpendapat bahwa terbentuknya citra perusahaan yang baik akan memberikan manfaat yang positif bagi perusahaan, yaitu daya saing yang unggul untuk jangka menengah dan panjang , menjadi perisai selama krisis, meningkatkan daya tarik secara eksklusif, meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan penghematan biaya operasional. Maka sesuai judul paper ini "*Implementasi Tanggung Jawab Sosial Universitas Nusantara PGRI Kediri dan Dampaknya Terhadap Citra Kampus*" berikut adalah dampak nyata yang bisa disaksikan sekarang ini.

- a. Kenaikan jumlah mahasiswa. Jumlah mahasiswa mendaftar di Universitas Nusantara PGRI Kediri selama lima tahun terakhir mengalami peningkatan yang signifikan di 23 program studi yang dimiliki. Ribuan jumlah mahasiswa menjadi petugas sukarela menceritakan hal yang positif tentang Universitas Nusantara PGRI Kediri (*mouth to mouth telling*) kepada orang lain, seperi yang dikatakan Tjiptono (2008) bahwa manfaat kepuasan pelanggan adalah loyalitas pelanggan, potensi menjadi sumber pendapatan masa depan, menekan biaya transaksi pelanggan dimasa depan dan menjadi petugas rekomendasi *gethok tular* positif.
- b. Permintaan untuk magang di dunia usaha / pemerintahan meningkat. Salah satu tugas dosen pembimbing PKL adalah memberikan pembekalan kepada calon peserta magang dan meminta *feedback* atas kinerja mahasiswa selama PKL. Sesuai data yang berhasil dihimpun oleh setiap fakultas yang menyelenggarakan kegiatan PKL, kinerja mereka di tempat magang yang dinyatakan dalam indikator *Knowledge, Skill dan Behaviour*, berada di atas rata-rata. Inilah yang memotivasi pihak eksternal untuk meminta lagi tenaga-tenaga mahasiswa untuk magang.
- c. Daya serap alumni ke dunia kerja meningkat. Kenyataan ini terjadi melalui dua jalur, pertama para alumni melamar dengan inisiatif sendiri dan kedua lembaga eksternal khususnya yang pernah

menerima para mahasiswa PKL meminta ke fakultas agar para alumni memasukkan lamaran kerja, termasuk yang meminta ini adalah perusahaan yang pernah dikunjungi saat fakultas melakukan *Company Visit*

- d. Perputaran tenaga kerja rendah. Bohlander (2010) mengatakan bahwa salah satu indikator sehatnya manajemen sebuah organisasi adalah labour turn over (LTO) yaitu perputaran tenaga kerja. Semakin rendah persentase LTO maka semakin sehat sebuah organisasi dan sebaliknya semakin tinggi LTO maka semakin tidak sehat dan ada sesuatu yang salah dalam pengelolaannya
- e. Jumlah pelamar untuk menjadi dosen/karyawan tinggi. Kembali merujuk Tjiptono bahwa salah satu “media” yang membuat seseorang tertarik untuk bergabung dengan organisasi tertentu adalah *mouth – to mouth telling*. Tidak dipungkiri, dua tahun terakhir ini frekwensi UNP masuk ke dalam pemberitaan media meningkat dari tahun-tahun sebelumnya, khususnya pemberitaan di media lokal, yang mungkin juga berkontribusi terhadap peningkatan jumlah pelamar.
- f. Tingkat *Drop Out* (DO) mahasiswa rendah. Kelengkapan fasilitas perkuliahan dan etos kerja dosen yang tinggi menjadikan para mahasiswa nyaman dan termotivasi mengikuti kuliah yang pada gilirannya mempengaruhi DO yang rendah
- g. Bertumbuhnya usaha sektor informal di sekitar kampus antara lain kos-kosan, PK-5, laundry, catering, foto copy. Usaha sektor informal ini telah meningkatkan geliat ekonomi di masyarakat.

5. Kesimpulan dan Saran

Kebijakan *Campus Social Responsibility* di Universitas Nusantara PGRI Kediri terdiri dari Internal dan eksternal, sedangkan implementasi *Campus Social Responsibility* di Universitas Nusantara PGRI Kediri sebagian besar merupakan wujud Tri Dharma Perguruan Tinggi. Implementasi *Campus Social Responsibility* di Universitas Nusantara PGRI Kediri telah meningkatkan citra kampus dan perekonomian masyarakat, khususnya di sekitar kampus dan di kota Kediri pada umumnya.

Mendasarkan pada kesimpulan tersebut, Universitas Nusantara PGRI Kediri perlu meningkatkan apa yang sudah ada baik dari segi kualitas pelayanan maupun dari kuantitas kegiatan. Di samping itu sebaiknya Universitas Nusantara PGRI Kediri mendirikan Biro Konsultasi Karir yang melekat dengan struktur universitas untuk menanggapi permintaan tenaga kerja yang semakin meningkat

Referensi

- Alessia D' Amato., Sybil Henderson., Sue Florence, 2009. Corporate Social Responsibility and Sustainable Business : A Guide to Leadership Task and Functions. North Caroline, CCL.
- Aliami Sri. 2014. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran jasa dan Citra Perguruan Tinggi terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Kota Kediri, Disertasi. Program Pasca Sarjana Universitas Merdeka Malang.
- Baried Alfi Baroro dan Septarini Nisa, 2012, Analisis Pengaruh Kebijakan Campus Social Responsibility terhadap kesejahteraan Masyarakat Sekitar (studi Kasus Tiga Perguruan Tinggi Negeri di Surabaya), Proseding Seminar dan Konferensi Nasioal Manajemen Bisnis, 26 Mei 2012.
- Baron, D.p. 2006. Business and its environment, fifth edition, upper saddle river, New Jersey, Pearson, Prentice Hall.
- Blowfield,M & Gogins BK, 2006, Set Up : A Call for Business Leadership in Society, Boston College Center for Corporate Citizenship.
- Bohlander, George, 2010, Principle of Human Resources Management, South Western Cengage Learning
- Burke.E.M. 2005. Managing a company in activist world : The Leadership Challenge of Corporate citizenship, westport, Ct, Praeger Publisher
- Hadwijaya, HY. 2013. Campus Social Responsibility (CSR) Universitas Brawijaya, Diskusi Kampus – CSR dan Kampus, 22 Desember 2013.
- Kalangit, KM.2009.Konsep Corporate Social Responsibility: Pengaturan dan Pelaksanaannya di Indonesia
- Kurucz E.Colbert B and Wheeler D.2008. The Business Case of CSR in the Oxford University- Hand Book CSR, Oxford University Press
- Kaplan Robert S & Norton David P.2001. The Strategy Focused Organization : How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment, Harvard Business School Press.
- Kotler P and Lee.2005. Corporate Social andResponsibility : Doing The most good for yourcompany and your cause. NY: John Wiley & Son.
- Leblance, G. and Nguyen, N. 2001. Corporate Image and Corporate Reputation in Cstomer's Retention Decisions in Service. Journal of Retailing and Consumer Services. Vol. 8, p227-236.
- Rowe Alan J, Richard Omason. Karl E Dickel, Richard B Mann dan Robert J. Mockler. 1992. Strategic Management: A Methodological Approach. USA. Addison Wesley Publishing Company.

- Rudito B. & Melia Famiola. 2007. Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia. Bandung, Rekayasa Sains.
- Rudito B. & Melia Famiola. 2013. CSR (Corporate Social Responsibility). Bandung, Rekayasa Sains.
- Siswoyo, BB. 212. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Urgensi dan Permasalahannya, Pidato Pengukuhan Guru Besar Dalam Bidang Ilmu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang, 7 Nopember 2012.
- Suhayati Elly, Penerapan Corporate Social Responsibility untuk Meningkatkan Citra Universitas, Majalah Ilmiah Unikom Vol. 7 No. 2 Hal. 157-166.
- Sutisna. Prawita Teddy. 2001. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung. PT Rosdakarya.
- Stoner James AF. Wankel Charles. 1988. Manajemen. Jakarta, Intermedia.
- Subagyo & Silalahi Amat Pintu Batu. 2014. Corporate Social Responsibility : Hope and Reality. Proceeding. India, society for Education & Research Development
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : ANDI.
- Undang- Undang Perseroan Terbatas No.40 Tanggal 16 Agustus 2007 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.