

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Terhadap Kinerja Pedagang dan Kepuasan Konsumen: Tinjauan pada Pasar Senggol Panam Pekanbaru

ANDI IRFAN *

DEVI HANDAYANI

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

Abstract: *This study aims to determine the traditional market managers have done a Corporate Social Responsibility, particularly while this study aims to determine how the impact of the application of the system of Corporate Social Responsibility, on the performance of the seller and consumer satisfaction. Corporate Social Responsibility systems measured in accordance with ISO 14001 and Environmental Management Accounting while the performance of the seller and customer satisfaction is measured in terms of the level of satisfaction.*

Informants were used in this study is the market manager, 3 traders and consumers who are considered third person knows (key informant) and can be trusted to be the source of the data and figure out the problem in depth.

Results from this study indicate that the practice of corporate social responsibility are conducted by Giant MTC management on the performance of the seller and consumer satisfaction especially traditional markets (market nudge) a positive impact among sellers and consumers. The market is very neatly arranged, clean and well organized it stalls where traders sell or parking area.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Performance seller and Customer Satisfaction.*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian Indonesia tidak bisa lepas dari perkembangan ekonomi dunia seiring dengan kemajuan teknologi dan informasi, dewasa ini menimbulkan perubahan-perubahan dalam tatanan kehidupan, kondisi lingkungan dipengaruhi oleh perubahan perilaku yang diakibatkan oleh persepsi terhadap lingkungan tersebut sehingga mempengaruhi tindakan-tindakan individu dan organisasi dalam mencapai tujuan.

Kota Pekanbaru merupakan bagian Ibukota Provinsi Riau, tentunya perkembangan daerahnya lebih pesat bila dibandingkan dengan daerah-daerah lain yang ada di Riau, dan tentu saja permasalahan yang dihadapi oleh Pemerintah Kota Pekanbaru akan lebih kompleks dibandingkan dengan daerah kabupaten lain yang ada di Riau. Pekanbaru menjadi sasaran utama bagi para masyarakat untuk mencari mata pencarian guna menutupi kebutuhan ekonomi baik mencari lapangan pekerjaan maupun mencipta lapangan pekerjaan

* Alamat korespondensi: andi_irfan198318@yahoo.co.id

seperti membuka usaha sendiri. Kota Pekanbaru sebagai pusat perdagangan dan jasa, Sudah tentu membutuhkan pelaksanaan dan penegakan peraturan-peraturan daerah dalam rangka menciptakan keamanan, ketentraman dan ketertiban masyarakat yang sangat rawan dengan berbagai permasalahan keamanan dan ketertiban. Ketertiban umum menjadi langkah penting dalam mensukseskan pembangunan yang sedang berjalan. Untuk itu pemerintah Kota Pekanbaru perlu mengeluarkan kebijakan yang dapat menegaskan masalah ketertiban umum sesuai dengan kondisi Kota Pekanbaru saat ini.

Menurut Hadiwiyono (2011), pasar merupakan pusat kegiatan ekonomi, Pasar menjadi tempat bertemunya penjual berbagai kebutuhan masyarakat dan pembeli yang ingin memenuhi kebutuhannya. Interaksi penjual dan pembeli seperti ini sudah berlangsung sejak zaman dahulu, yang kemudian penjual dan pembeli tersebut berkumpul dan memusat di suatu daerah yang dijadikan pusat perekonomian yang disebut pasar. Pasar tradisional identik dengan sistem tawar menawar, interaksi sosial antara pedagang dan pembeli merupakan suatu kultur sosial dalam masyarakat indonesia yang kemudian menjadi motivasi untuk berbelanja ditempat tersebut. Pada pasar tradisional di indonesia, umumnya masalah kenyamanan adalah masalah utama yang semakin disorot. Kesan tidak teratur, kotor, bau dan lainnya membuat ketidak nyamanan dalam berbelanja.

Maka untuk mengatasi hal tersebut dibuatlah kebijakan berupa Peraturan Daerah yang diharapkan mampu menjadi aturan sah dalam mengatasi masalah ketertiban umum, serta dibuatlah lembaga atau aparaturnya yang dapat membantu Kepala Daerah dalam menegakkan peraturan daerah dan Keputusan Kepala Daerah, serta menyelenggarakan ketentraman dan ketertiban umum di Kota Pekanbaru.

Kondisi Pasar Wisata Bertuah Purwodadi, Kelurahan Sidomulyo Barat, Kecamatan Tampan sangat memprihatinkan, hal ini terlihat dari hampir semua kios dagangan rusak parah. Maka menyebabkan kurangnya daya minat konsumen untuk berkunjung atau membeli barang dagangan yang dijual oleh para pedagang di pasar tersebut. Hal ini menyebabkan banyaknya pedagang kaki lima (PKL) dengan diam-diam kembali menggelar dagangan di jalur lambat Jalan HR.Soebrantas yang disebut sebagai pasar jongkok (PJ), Pedagang kaki lima (PKL) tersebut berjualan tanpa izin dan tidak pada tempat yang telah ditentukan.

Berdasarkan kondisi tersebut maka Pemerintah Kota Pekanbaru menata ulang pasar tradisional Pekanbaru yaitu pasar senggol. Sebelumnya pasar ini bernama pasar jongkok (PJ), keadaan pasar ini sangat memprihatinkan. lingkungan tempat berjualan terlihat sangat kotor dan becek apabila sudah memasuki lorong-lorong. Tidak hanya itu tempat/kios para pedagang berjualan pun tidak tersusun dengan rapi. masyarakat juga suka mengendarai

motor disekitar lorong-lorong/jalan tempat pedagang berjualan, sehingga sangat mengganggu kenyamanan dan keamanan bagi para pedagang dan pembeli lainnya. Bahkan para pedagang kaki lima (PKL) juga suka menggelar barang dagangannya disembarang tempat seperti dipinggir jalan yang seharusnya dilewati oleh para pejalan kaki maupun kendaraan umum sehingga sangat mengganggu ketertiban umum.

Pemerintah Kota (PEMKO) Pekanbaru melihat hal ini sangat mengganggu ketertiban, dan memastikan bakal melakukan penertiban pedagang kaki lima (PKL) di pasar jongkok (PJ). Penertiban ini dilakukan guna menata ulang keberadaan PKL dan mengawal penerapan Peraturan Daerah (PERDA) nomor 5 tahun 2010 tentang ketertiban umum. Karena tumbuhnya Pedagang kaki lima biasanya dipahami sebagai permasalahan tersendiri yang harus dicarikan solusi pemecahannya. Kehadirannya diperkotaan seringkali dituduh sebagai biang kemacetan, dan kekumuhan, serta merusak keindahan.

Terkait Peraturan Daerah (PERDA) ini, sudah di sosialisasikan ke PKL melalui Yayasan Pekanbaru Metro Madani atau MTC Giant yang di percaya sebagai pihak pengelola pasar tradisional tersebut. Dalam sosialisasi ini juga telah meminta para pedagang kaki lima (PKL) agar menempati lokasi-lokasi yang telah disediakan oleh Pemerintah Kota (PEMKO) pekanbaru seperti pasar senggol dijalan HR. Soebrantas, Balam sakti tepatnya dibelakang Giant Panam Pekanbaru, untuk menertibkan para pedagang kaki lima (PKL) yang berjualan tanpa izin dan tidak pada tempat yang telah ditentukan oleh pihak pengelola pasar tradisional (pasar senggol). sehingga tercipta nya kenyamanan, keamanan, ketertiban, dan kebersihan bagi para pedagang dan pembeli/konsumen.

Dalam penelitian Suranto (2010), Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Band, 1991). Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut (Mowen, 1995).

Penelitian Andayani dan Akhmad Riduwan (2010) mengungkapkan beberapa bentuk *Tanggung Jawab Lingkungan* yang telah dilakukan di beberapa PT. adapun beberapa PT yang melakukan *Tanggung Jawab Lingkungan* diantaranya PT REIS (Persero), PT MDSA Laboratorie, PT RSMH Tbk. Penelitian tersebut juga menjelaskan Secara spesifik, akuntansi lingkungan memasukkan pengaruh isu-isu lingkungan terhadap akuntansi konvensional. Penelitian Febrina (2011) mampu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah pengungkapan sosial dan lingkungan.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana kondisi pedagang kaki lima (PKL) saat ini, setelah diterapkannya sistem *tanggung jawab sosial dan lingkungan* oleh pihak manajemen dan pihak pengelola yang berkaitan terhadap kinerja Pedagang (Pasar Senggol) dan bagaimana dampak penerapan *Sistem Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan terhadap Kinerja Pedagang dan Kepuasan Konsumen*.

C. TINJAUAN PUSTAKA

Teori Tanggung Jawab Sosial

Secara normatif, sejak disahkannya undang-undang No.40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas (UUPT), maka CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang pada awalnya bersifat suka rela (*Vountary*) telah menjadi kewajiban (*Mandatory*) bagi setiap perusahaan yang bergerak dan atau berkaitan dengan sumber daya alam. Bahkan secara konstitusional, setiap perusahaan yang melakukan aktivitas harus mampu memberikan dampak positif terhadap masyarakat, terutama berkaitan dengan upaya peningkatan kesejahteraan, penurunan angka pengangguran, dan pengurangan kemiskinan. Kewajiban sosial adalah keterlibatan perusahaan dalam aksi sosial dikarenakan kewajibannya untuk memenuhi tanggung jawab ekonomi dan hukum. Organisasi melakukan apa yang wajib dilakukan dan tidak lebih. Ide ini merefleksikan pandangan klasik dari *Tanggung Jawab Sosial*, yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial manajemen hanyalah maksimalisasi keuntungan (P. Robbins dan Coulter, 2010 :172).

Corporate Social Responsibility merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*Shareholder*), tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*Stakeholder*). *Corporate Social Responsibility* (CSR) itu sendiri merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara perusahaan dengan pelanggan (*Costumers*), karyawan (*Employers*), komunitas masyarakat, investor, pemerintah dan pemasok (*Supplier*), serta kompetitor dirinya, (Azheri, 2011) .

Teori tanggung jawab lebih menekankan pada makna tanggung jawab yang lahir dari ketentuan peraturan perundang-undangan, sehingga teori tanggung jawab lebih dimaknai dalam arti *liability*. Sedangkan teori tanggung jawab sosial (*Social Responsibility Theory*) sendiri lahir dari kebebasan positif yang menekankan tanggungjawab dalam makna *responsibility* yaitu keadaan yang dapat di pertanggung jawabkan.

Menurut Azheri berdasarkan sumber dari Hardiansyah dan Muhammad Iqbal kegiatan *Corporate Social Responsibility* meliputi dari segi aspek sosial (Pendidikan, pelatihan, kesehatan, perumahan, penguatan, kelembagaan, secara internal, termasuk kesejahteraan karyawan, kesejahteraan sosial, olah raga, pemuda, wanita, agama, kebudayaan dan sebagainya), ekonomi (Kewirausahaan, kelompok usaha bersama/unit mikro kecil dan menengah (KUB/UMKM), agrobisnis, pembukaan lapangan kerja, infrastruktur ekonomi dan usaha produktif lain) dan lingkungan (Penghijauan, reklame lahan, pengelolaan air, pelestarian alam, pengendalian polusi, serta penggunaan produksi dan energi secara efisien)

Peraturan Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan

Berdasarkan penjelasan pasal 15 huruf b Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang penanaman modal (UUPM) yang menegaskan bahwa “tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk menciptakan hubungan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai norma dan budaya masyarakat setempat”, (Azheri,2011).

Azheri juga mengemukakan Undang-Undang Nomor 32 tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup (UUPPLH) sebagai pengganti Undang-Undang Nomor 23 tahun 1997 tentang pengelolaan lingkungan hidup (UUPPLH). Melalui pasal 74 ayat (1) UU No. 40 tahun 2007 Undang –Undang perseroan tersebut menyatakan menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib dilaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Inilah yang dimaksud dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), (Untung, 2008 : 15). Keputusan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor : 127 Tahun 2002 tentang program penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor : 18 Tahun 2008 mengatur tentang pengelolaan sampah, (Ikhsan, 2009).

Akuntansi Lingkungan

Konsep akuntansi lingkungan sebenarnya sudah mulai berkembang sejak tahun 1970-an di Eropa. Pesatnya perkembangan konsep ini didasarkan pada banyaknya tekanan dari lembaga-lembaga bukan pemerintah (*Non Government*), serta meningkatnya kesadaran lingkungan dikalangan masyarakat luas yang mendesak agar perusahaan-perusahaan menerapkan pengelolaan lingkungan bukan hanya kegiatan industri demi bisnis saja, (Ikhsan, 2009).

Akuntansi lingkungan merupakan suatu bidang yang terus berkembang dalam mengidentifikasi pengukuran-pengukuran dan pengkomunikasian biaya-biaya aktual perusahaan atau dampak potensial lingkungannya. Biaya ini meliputi biaya-biaya pembersihan atau perbaikan tempat-tempat yang terkontaminasi, biaya pelestarian lingkungan, biaya hukuman dan pajak, biaya pencegahan polusi teknologi dan biaya manajemen pemborosan, (Ikhsan, 2009). Didalam Akuntansi Lingkungan ada beberapa komponen pembiayaan yang harus dihitung, misalnya: [A]. Biaya operasionalisasi bisnis yang terdiri dari biaya depresiasi fasilitas lingkungan, biaya memperbaiki fasilitas lingkungan, jasa atau pembayaran (*fee*) kontrak untuk menjalankan fasilitas pengelolaan lingkungan, biaya tenaga kerja untuk menjalankan operasionalisasi fasilitas pengelolaan lingkungan serta biaya kontrak untuk pengelolaan limbah (*recycling*). [B]. Biaya daur ulang yang dijual atau biasa juga disebut dengan “*Cost incurred by upstream and down-stream business operations*”. [C]. Biaya penelitian dan biaya pengembangan (Litbang) yang terdiri dari biaya total untuk material dan tenaga ahli, tenaga kerja lain untuk pengembangan material yang ramah lingkungan, produk dan fasilitas pabrik.

Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan

Tanggung jawab sosial dan lingkungan atau lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan, (Untung, 2008). Maka untuk itu MTC Giant Pekanbaru berkontribusi dalam pengembangan ekonomi berupa memberikan lahan sebagai tempat/lokasi para pedagang kaki lima (PKL) untuk berjualan dan menjadikan tempat tersebut sebagai pusat perekonomian pasar tradisional yang disebut sebagai pasar senggol.

Dalam Andayani dan Akhmad Riduwan, 2010 (Harahap, 2001:360-361) mengutip Bradshaw yang mengemukakan tiga bentuk tanggungjawab sosial perusahaan, yaitu: (a) *Corporate Philanthropy* – tanggungjawab sosial perusahaan berada sebatas kedermawanan yang bersifat sukarela belum sampai pada kewajiban; (b) *Corporate Responsibility* – kegiatan pertanggungjawaban sosial sudah merupakan bagian dari kewajiban perusahaan, baik karena ketentuan UU atau kesadaran perusahaan; dan (c) *Corporate Policy* – tanggungjawab sosial perusahaan itu sudah merupakan bagian dari kebijakannya. MTC Giant termasuk pada bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, *Corporate Philanthropy* yaitu tanggung jawab sosial

perusahaan berada sebatas kedermawanan yang bersifat sukarela belum sampai pada kewajiban.

Menurut Solihin (2008), dalam program *Corporate Philanthropy* ini, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, paket bantuan, atau pelayanan secara cuma-cuma. *Corporate Philanthropy* biasanya berkaitan dengan berbagai kegiatan sosial yang menjadi prioritas perhatian perusahaan. Beberapa benefit yang dapat diperoleh perusahaan dari pelaksanaan program *Corporate Philanthropy*, antara lain sebagai berikut: [a]. Meningkatkan reputasi perusahaan. [b]. Memperkuat masa depan perusahaan melalui penciptaan citra yang baik dimata publik. [c]. Memberi dampak bagi penyelesaian masalah sosial dalam komunitas lokal.

Selain itu kegiatan sektor ekonomi ini merupakan ciri ekonomi kerakyatan yang bersifat mandiri dan menyangkut hajat hidup orang banyak. yaitu penampung dan menyelamatkan jutaan rakyat miskin yang sebagian besar menjadi Pedagang kaki lima. Beberapa permasalahan lingkungan yang timbul akibat kegiatan perdagangan Pedagang kaki lima (PKL) antara lain masalah kebersihan, keindahan, ketertiban, pencemaran, dan kemacetan lalu lintas. Keadaan ini pada satu sisi dianggap sebagai hal yang sangat mengganggu tetapi di sisi lain, kegiatan perdagangan Pedagang kaki lima (PKL) memberikan kontribusi yang besar dalam aktifitas ekonomi dan kesejahteraan masyarakat terutama golongan ekonomi lemah.

Terkait masalah tersebut pihak pengelola Pasar Senggol khususnya manajemen MTC Giant melakukan sistem *Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kinerja pedagang dan kepuasan konsumen* dengan menitik beratkan berdasarkan dari pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)* yaitu berdasarkan terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan, berupa pembenahan lapak/lokasi, terdapatnya kios-kios baru yang sangat rapi supaya layak digunakan oleh para pedagang kaki lima (PKL) untuk berjualan, memberikan pelayanan kebersihan guna menata ulang kebersihan lingkungan pada Pasar Senggol serta membuat irigasi atau saluran air hujan guna mengantisipasi banjir pada lingkungan, dan memberikan tenaga keamanan berupa penjagaan dalam kawasan Pasar senggol baik dalam pengawasan barang-barang yang ada dalam kios-kios pedagang maupun tempat parkir kendaraan konsumen bagi yang berbelanja di Pasar Senggol tersebut sehingga terciptanya keamanan bagi para pedagang dan konsumen.

Dalam Chandra Maruli Panjaitan (2010), akuntansi pertanggung jawaban sosial (*social responsibility accounting*) didefinisikan sebagai proses seleksi variabel-variabel kinerja

sosial tingkat perusahaan, ukuran dan prosedur pengukuran yang secara sistematis mengembangkan informasi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kinerja sosial perusahaan dan mengkomunikasikan informasi tersebut kepada kelompok sosial yang tertarik, baik diluar maupun didalam perusahaan.

Konsep Dasar CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Perusahaan punya tanggungjawab terhadap lingkungan sosial di mana perusahaan berada. Inilah konsep dasar dari CSR (*Corporate Social Responsibility*). Adapun pelaksanaannya sesuai kemampuan perusahaan tersebut. Bentuk kegiatan dari tanggungjawab itu boleh bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada, dan sebagainya. Menurut Andayani dan Riduwan (2011), konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat di klasifikasikan melalui Kebijakan Lingkungan, Perencanaan, Implementasi dan operasi, dan Pengecekan dan Koreksi Prosedur.

Manajemen MTC Giant

Tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh pihak manajemen MTC Giant dapat dilihat melalui dua kebijakan yaitu kebijakan sosial dan kebijakan lingkungan. Kebijakan sosial adalah salah satu bentuk dari kebijakan publik yang merupakan ketetapan pemerintah yang dibuat untuk merespon isu-isu yang bersifat publik, yakni mengatasi masalah sosial atau memenuhi kebutuhan masyarakat banyak. Kebijakan sosial juga ketetapan yang dirancang secara kolektif untuk mencegah terjadinya masalah sosial (fungsi preventif), mengatasi masalah sosial (fungsi kuratif) dan mempromosikan kesejahteraan (fungsi pengembangan) sebagai wujud kewajiban negara (*state obligation*) dalam memenuhi hak warga negaranya.

Dalam hal lainnya, kebijakan sosial dapat dikatakan sebagai sebuah aspek sosial, yaitu sesuatu yang berkaitan dengan bidang kesejahteraan sosial. Kebijakan sosial berupa prinsip-prinsip, prosedur dan tata cara dari undang-undang yang telah ada, sebagai panduan administrasi dan regulasi pada lembaga yang mempengaruhi kesejahteraan masyarakat, Bentuk-bentuk Tanggung Jawab Sosial dalam suatu perusahaan berupa penjabaran dari kepedulian sosial dari suatu bisnis berbentuk pelaksanaan tanggung

jawab sosial bisnis. Itu dapat dilihat bahwa semakin tinggi tingkat kepedulian sosial suatu bisnis maka semakin meningkat pula pelaksanaan praktek bisnis etik dalam masyarakat.

Kebijakan lingkungan adalah sebuah tindakan yang sengaja dilakukan oleh perusahaan untuk mengelola prosedur kegiatan perusahaan dengan maksud untuk mencegah, atau mengurangi efek yang merugikan pada sumber daya alam dan memastikan lingkungan perusahaan tetap bersih supaya perubahan lingkungan tidak memiliki efek berbahaya pada manusia, (Satria Mandiri 2011). Maka perusahaan perlu melakukan beberapa instrumen kebijakan lingkungan, instrumen kebijakan lingkungan adalah alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengimplementasikan kebijakan lingkungan.

Kinerja Pedagang

Kinerja berasal dari *performance* ada pula yang memberikan pengertian *performance* sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Namun, sebenarnya kinerja mempunyai makna yang luas, bukan hanya hasil kerja, tetapi termasuk bagaimana proses pekerjaan berlangsung. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi pada ekonomi (Amstrong dan Baron, 1998 : 15). Dengan demikian, kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan tersebut. Kinerja adalah tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya (Wibisono, 2011 : 07)

Menurut Moeheriono (2012), kinerja atau *performance* merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi baik secara kuantitatif maupun kualitatif, sesuai dengan kewenangan dan tugas tanggung jawab masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika. Moeheriono menyimpulkan beberapa aspek yang mendasar dan yang paling pokok dari pengukuran kinerja sebagai berikut: [1]. Menetapkan tujuan, sasaran dan strategi organisasi, dengan menetapkan secara umum apa yang diinginkan oleh organisasi sesuai dengan tujuan. [2]. Merumuskan indikator kinerja dan ukuran kinerja, yang mengacu pada penilaian kinerja secara tidak langsung, sedangkan indikator kinerja mengacu pada pengukuran kinerja secara langsung yang berbentuk keberhasilan utama dan indikator kinerja kunci. [3]. Mengukur tingkat pencapaian tujuan dan sasaran organisasi, menganalisis hasil pengukuran kinerja yang dapat diimplementasikan dengan membandingkan tingkat capaian tujuan, dan sasaran organisasi. [4]. Mengevaluasi kinerja dengan menilai kemajuan organisasi dan pengambilan keputusan yang berkualitas,

memberikan gambaran atau hasil kepada organisasi seberapa besar tingkat keberhasilan tersebut dan mengevaluasi langkah apa yang diambil organisasi selanjutnya. [5]. Penerapan *Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Terhadap Kinerja pedagang* sangat bermanfaat bagi para pedagang, selain nyaman dalam melakukan aktivitas berjualan para pedagang juga meraih omset yang cukup menguntungkan karena lokasi/tempat yang telah disediakan oleh upaya pemerintah dalam bekerjasama melalui MTC Giant sangat strategis dikalangan mahasiswa dan masyarakat.

Pedagang

Menurut Geertz (1963) Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjualbelikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Sosiologi ekonomi membedakan pedagang berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari perdagangan dan hubungannya dengan ekonomi keluarga, (Eprints.Uny.ac.id).

Kepuasan Pelanggan/Konsumen

Dalam Hadiwiyono (2011), Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Sedangkan pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan.

Konsekuensi kepuasan/tidak kepuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah dan juga konsumen. Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Bagi pemerintah, konsep kepuasan/ketidakpuasan pelanggan dapat membantu mereka dalam mengidentifikasi dan mengisolasi produk dan industri yang membutuhkan tindakan pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan konsumen sedangkan bagi konsumen, konsep kepuasan pelanggan bermanfaat dalam memberikan informasi lebih jelas tentang seberapa puas atau tidak puas konsumen lain terhadap produk atau jasa tertentu, (Tjiptono dkk, 2008, 37).

Teori *cognitive dissonance* merupakan fondasi bagi *expectancy disconfirmation model* yang hingga saat ini mendominasi literatur kepuasan pelanggan/konsumen. Dalam model ini, kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai “evaluasi yang memberikan hasil di mana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya (sesuai) dengan yang

diharapkan“. Ekspektasi terhadap kinerja produk/jasa berlaku sebagai standar perbandingan terhadap kinerja aktual produk/jasa (Tjiptono dkk, 2008, 47).

Beberapa pakar mengidentifikasi empat macam standar kinerja dalam mengonseptualisasikan harapan prapembelian atas kinerja produk/jasa: [1]. *Equitable Performance (normative performance; effort versus outcome; should expectation; deserved expectation)*, yakni penilaian normatif yang mencerminkan kinerja yang seharusnya diterima seseorang atas biaya dan usaha yang telah dicurahkan untuk membeli dan mengonsumsi barang atau jasa tertentu. [2]. *Ideal Performance (optimum versus actual performance; ideal expectation; desired expectation)*, yaitu tingkat kinerja optimum atau ideal yang diharapkan oleh seorang konsumen. [3]. *Expected Performance (realistic versus actual performance; will expectation; predictive expectation)*, yaitu tingkat kinerja yang diperkirakan/diantisipasi atau yang paling diharapkan/disukai konsumen (*what the performance probably will be*). Tipe ini yang paling banyak digunakan dalam riset kepuasan/ketidakpuasan pelanggan, terutama yang didasarkan pada *expectancy disconfirmation model*. [4]. *Adequate (minimum tolerable) expectation*, yakni tingkat kinerja produk/jasa terendah yang dapat ditoleansi pelanggan.

Kepuasan konsumen dalam berbelanja sangat perlu diperhatikan untuk meningkatkan kemajuan diarea perekonomian/pangsa pasar. Maka untuk meningkatkan kepuasan konsumen pihak manajemen tentunya perlu memperhatikan kebutuhan konsumen dalam berbelanja tidak hanya dari segi produk/jasa namun lingkungan dalam melakukan aktivitas jual beli para pedagang dan konsumen juga perlu mendapatkan perhatian, karena kebersihan, ketertiban dan keamanan sangat dibutuhkan dalam menarik minat konsumen untuk berbelanja.

D. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis metode kualitatif yang mana dalam Andayani dan Akhmad Riduwan (2011), Penelitian kualitatif tidak bermaksud untuk menarik generalisasi atas kesimpulan bagi suatu populasi, tetapi lebih terfokus kepada representasi suatu fenomena sosial (Bungin 2003, 53). Pendekatan ini diterapkan dengan pertimbangan agar diperoleh informasi yang teliti, langsung dari objek penelitian dan diperoleh suatu hasil yang lebih mendekati kenyataan, serta pertimbangan lain bahwa peneliti memiliki akses masuk ke dalam objek penelitian dan mendekati para informan.

Penelitian ini mencakup pihak manajemen dan pihak pengelola (MTC Giant) yang melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan terhadap kinerja pedagang dan kepuasan

konsumen. Pemilihan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* yaitu suatu penetapan sampel yang pengambilan sekelompok anggota memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik populasi (Bachtiar, 2000). Informan pada penelitian kualitatif ini dipilih dan ditentukan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Informan tersebut adalah Manager selaku pihak pengelola pasar dalam menerapkan sistem tanggungjawab sosial dan lingkungan pasar tradisional, pedagang dan konsumen yang mana pedagang dan konsumen merupakan pihak yang merasakan hasil dari penerapan sistem tanggungjawab sosial dan lingkungan.

Peneliti memilih informan yang dianggap tahu (*key informant*) dan dapat dipercaya untuk menjadi sumber data yaitu Manager, Pedagang dan Konsumen yang mantap dan mengetahui masalahnya secara mendalam (Sutopo, 1988). Pemilihan Informan pedagang berdasarkan klasifikasi jenis usahanya, yaitu pedagang baju, sepatu dan jilbab. Maka informan pedagang dalam penelitian ini berjumlah 3 orang yaitu pedagang baju, sepatu dan jilbab, karena jenis usaha yang paling banyak yang berjualan di pasar tersebut adalah pedagang baju, sepatu dan jilbab.

Sebelum wawancara dilakukan terhadap pedagang maka terlebih dahulu sudah dilakukan wawancara pendahulu terhadap beberapa pedagang untuk memastikan bahwa informan sudah pernah/berpengalaman menjadi pedagang kaki lima yang berjualan dipasar jongkok dan dikategorikan dari segi jenis usaha, banyaknya/besarnya kios dan besarnya omset yang diperoleh oleh pedagang kaki lima. Sedangkan informan konsumen peneliti memilih informan yang sudah pernah/berpengalaman berbelanja dipasar jongkok dan seberapa sering mereka berbelanja dipasar tradisional (Pasar Senggol). Penelitian ini dilakukan di Pasar Senggol yang beralamat JL. H.R.Soebrantas Balam Sakti Pekanbaru.

Jenis Data Dan Sumber Data

Sumber data utama (primer) adalah data yang diperoleh langsung dari pihak pengelola (MTC Giant) pasar senggol, Wawancara terstruktur dengan pihak pengelola (MTC Giant) secara garis besar menganalisa sistem *tanggung jawab sosial dan lingkungan* terhadap kinerja. Wawancara terstruktur dilakukan secara langsung kepada responden yaitu pihak pengelola (MTC Giant) dengan format pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya, Wawancara tersebut berisikan informasi yang berkaitan dengan sistem *tanggung jawab sosial dan lingkungan* terhadap kinerja pasar berupa data-data yang relevan. Wawancara mendalam juga dilakukan kepada pihak-pihak yang turut merasakan dampak dari praktik sistem *Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan* yaitu pedagang dan konsumen, Untuk melengkapi bahan

pertimbangan dalam menganalisa sistem *Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan* terhadap kinerja pedagang dan kepuasan konsumen.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun pengumpulan data harus relevan dengan obyek penelitian. Maka diperlukan adanya metode pengumpulan data. Sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: [a]. Metode Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan (bungin, 2007). Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan langsung dengan mengamati dan mencatat situasi yang terjadi dilapangan yang berkaitan langsung dengan tujuan penelitian. [b]. Metode wawancara bertujuan untuk memperoleh keterangan langsung dari informan dengan cara bertanya langsung kepada informan. Adapun jenis wawancara yang digunakan adalah dengan pendekatan petunjuk umum wawancara. Peneliti membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang ditanyakan dalam proses wawancara (Moleong, 1996).

Fokus Kajian

Fokus kajian dalam penelitian ini adalah: [a]. *Tanggung jawab sosial dan lingkungan* yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan serta pihak pengelola yang berkaitan terhadap kinerja pedagang, pada pasar tradisional khususnya Pasar Senggol Panam Pekanbaru. Kewajiban sosial adalah keterlibatan perusahaan dalam aksi sosial dikarenakan kewajibannya untuk memenuhi tanggung jawab ekonomi dan hukum. Organisasi melakukan apa yang wajib dilakukan dan tidak lebih. Ide ini merefleksikan pandangan klasik dari *Tanggung Jawab Sosial*, yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial manajemen hanyalah maksimalisasi keuntungan (P. Robbins dan Coulter, 2010 :172).

[b]. Praktik penerapan *Tanggung jawab sosial dan lingkungan* dilakukan oleh pihak-pihak pengelola yang berkaitan telah sesuai dengan sistem *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Dalam penelitian Andayani dan Akhmad Riduwan, (2010) Sistem *Corporate Social Responsibility (CSR)* menurut Harahap, 2001:360-361) mengutip Bradshaw yang mengemukakan tiga bentuk tanggungjawab sosial perusahaan, yaitu: (a) *Corporate Philanthropy* – tanggungjawab sosial perusahaan berada sebatas kedermawanan yang bersifat sukarela belum sampai pada kewajiban; (b) *Corporate Responsibility* – kegiatan pertanggungjawaban sosial sudah merupakan bagian dari kewajiban perusahaan, baik karena ketentuan UU atau kesadaran perusahaan; dan (c) *Corporate Policy* – tanggungjawab sosial perusahaan itu sudah merupakan bagian dari kebijakannya.

Validitas Data

Dalam penelitian ini validitas atau keabsahan data diperiksa dengan metode triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk kepentingan pengecekan data atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong: 2004). *Triangulation* menurut Patton dalam Moleong (2004) dibagi menjadi empat yaitu: Triangulasi Sumber adalah membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Data yang diperoleh berupa wawancara yang dilakukan lebih dari satu kali dalam periode waktu tertentu, Triangulasi Metode adalah metode dengan menggunakan dua strategi yaitu: (1) Pengecekan terhadap derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian dengan beberapa teknik pengumpulan data. (2) Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama, Triangulasi Peneliti adalah metode dengan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan. Pengambilan data dilakukan oleh beberapa orang dan Triangulasi Teori adalah metode ini dengan melakukan penelitian tentang topik yang sama dan datanya dianalisa dengan menggunakan beberapa perspektif teori yang berbeda.

E. HASIL PEMBAHASAN

Pembahasan Praktik Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Terhadap Kinerja Pedagang Dan Kepuasan Konsumen

Pengelolaan Pasar Tradisional (Pasar Senggol) dilakukan oleh Yayasan Pekanbaru Metro Madani (YPMM), MTC Giant dan para pedagang yang melakukan praktik *corporate social responsibility* (CSR), yang berjualan dipasar tradisional (Pasar Senggol) merupakan objek dalam penelitian ini. Objek penelitian ini merupakan MTC Giant, pedagang dan konsumen. Fenomena yang terjadi pada pasar Tradisional (Pasar Senggol) adalah perpindahan para pedagang kaki lima yang berjualan disembarang tempat seperti pasar jongkok yang mengakibatkan terjadinya masalah sosial yaitu ketidak tertiban lalu lintas serta menyebabkan kemacetan tidak hanya itu pasar tersebut juga sangat merusak lingkungan alam akibat sampah yang dibuang sembarang tempat. Dampak dan manfaat pengelolaan tersebut sangat dirasakan oleh masyarakat khususnya pedagang dan konsumen untuk mendapatkan tempat yang layak bagi para pedagang dan tempat yang aman dan nyaman untuk para konsumen.

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba menggali informasi dari beberapa informan yang berbeda di antaranya (informan manajemen) yang melakukan praktik *corporate social responsibility* (CSR), (informan pedagang 1,2, dan 3) dan (informan konsumen 1,2 dan 3), adalah informan yang merasakan dampak dari sistem kinerja yang dilakukan oleh Manajemen MTC Giant. Dalam menganalisis, penelitian menggunakan teknik triangulasi sumber yang mana teknik ini selain menggunakan teknik wawancara dan observasi peneliti juga menggunakan observasi terlibat dengan melakukan catatan atau tulisan pribadi yang diperoleh langsung dari lapangan, Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal.

Praktik Tanggungjawab Sosial Dan Lingkungan

Untuk mengetahui masalah praktik sistem kinerja Tanggungjawab Sosial dan lingkungan Wawancara telah dilakukan bersama informan yang dianggap tahu tentang pokok permasalahan tersebut yakni informan manajemen selaku narasumber, Jawaban mereka adalah (telah diterjemahkan dari bahasa melayu pekanbaru ke dalam bahasa Indonesia):

Dari segi praktik yang dilakukan oleh Manajemen MTC Giant mempunyai kebijakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam mengelola lingkungan pasar tradisional (Pasar Senggol) hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara berikut ini:

Menurut informan *“Tentunya ada untuk menjaga lingkungan pasar agar tetap bersih, manajemen : bentuk kebijakannya berupa perbaikan, memberikan tenaga kebersihan yang dilakukan setiap harinya dan membuat saluran air hujan”*

Dari pernyataan informan manajemen diatas maka pihak manajemen telah mengelola lingkungan pasar Tradisional (Pasar Senggol) berdasarkan kebijakan yang telah dibuat oleh pihak manajemen dan sesuai dengan ISO 14001 dengan menetapkan suatu manajemen lingkungan pada penetapan kebijakan lingkungan yang tepat hal tersebut sesuai dengan kenyataan lingkungan pasar agar tetap bersih, dan pernyataan tersebut juga sesuai dengan Undang-undang Republik Indonesia Nomor : 18 tahun 2008 mengatur tentang pengelolaan sampah. Pernyataan informan pedagang 1, 2 dan 3 sebagai berikut :

Menurut informan *“Pihak pengelola sudah memberitahu untuk membuang sampah pada pedagang 1 : tempat yang telah disediakan atau mengumpulkan sampah didepan kios”*

Menurut informan *“Pihak pengelola hanya berfokus pada kewajiban sewa didalamnya pedagang 2 : sudah termasuk uang kebersihan”*

Menurut informan “Selain hanya berfokus pada kewajiban sewa, pihak pengelola juga pedagang 3 : memberitahu untuk menjaga lingkungan agar tetap bersih untuk kenyamanan dalam beraktivitas disekitar pasar”

Dari pernyataan informan 1, 2 dan 3 maka para pedagang mengetahui bentuk kebijakan yang dilakukan oleh manajemen/pihak pengelola pasar, dan telah melakukan kebijakannya dengan baik. Kebijakan tersebut juga telah diberitahukan kepada para pedagang yang berjualan untuk tetap menjaga kebersihan, dan pernyataan tersebut juga sesuai dengan Undang-undang Republik Indonesia Nomor : 18 tahun 2008 mengatur tentang pengelolaan sampah. Maka semakin baik berjalannya bentuk kebijakan tersebut maka lingkungan pasar akan tetap terjaga dan bersih.

Dari wawancara sebelumnya bahwa pelaksanaan kebijakan-kebijakan tersebut dilakukan dengan baik, maka peneliti ingin mengetahui bentuk kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan terhadap kinerja pedagang baik itu kebijakan sosial maupun lingkungan. Berikut hasil wawancaranya:

Menurut informan manajemen : “Kami hanya memungut uang sewa sebesar Rp.450.000,00/bulan saja dan uang tersebut juga kami kelola untuk uang perbaikan, kebersihan, listrik, keamanan serta jasa parkir agar tetap terjaga sesuai kebijakan yang ada yakni untuk menjaga lingkungan pasar agar tetap bersih, nyaman, aman dan teratur. Jika untuk kebijakan sosial lebih untuk pihak karyawan saja misalnya memberikan bantuan biaya pendidikan untuk karyawan maupun anak karyawan berupa beasiswa”

Dari informasi yang yang diberikan informan manajemen menyatakan bahwa secara keseluruhan bentuk kegiatan dari kebijakan yang sudah direncanakan telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan sistem *Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan* yang mana pelaksanaan kebijakan tersebut terbagi dua (a) kebijakan sosial diantaranya mencegah terjadinya masalah sosial, pemberian sumbangan tunai/beasiswa dan kesejahteraan sosial sedangkan (b) kebijakan lingkungan merupakan memperhatikan isu-isu lingkungan, perbaikan dan membuat irigasi/saluran air hujan.

Hal tersebut juga telah sesuai dengan komponen pembiayaan dalam Akuntansi Lingkungan yaitu Biaya operasionalisasi bisnis yang terdiri dari biaya depresiasi fasilitas lingkungan, biaya memperbaiki fasilitas lingkungan, jasa atau pembayaran (*Fee*) kontrak untuk menjalankan fasilitas pengelolaan lingkungan, biaya tenaga kerja untuk menjalankan operasionalisasi fasilitas pengelolaan lingkungan serta biaya kontrak untuk pengelolaan limbah (*Recycling*). Selain itu peneliti juga ingin mengetahui proses kinerja karyawan yang

beranggung jawab dalam mengoperasikan bentuk kegiatan dari kebijakan *tanggung jawab sosial dan lingkungan*. Berikut hasil wawancaranya:

Menurut informan manajemen : *“Selain mengimplementasikan perencanaan sesuai dengan prosedur, kami juga melakukan pengecekan kelapangan setiap kali pasar beroperasi. karyawan kami juga sering melakukan pengecekan keadaan pasar secara berkala guna mengetahui bagaimana perkembangan pasar”*

Dari pernyataan informan manajemen maka segala bentuk kegiatan telah beroperasi setiap harinya dan dipantau secara berkala oleh karyawan yang bertanggungjawab untuk memastikan agar pihak petugas melakukan pekerjaannya dengan baik seperti petugas kebersihan dan petugas keamanan. pernyataan tersebut menunjukkan bahwa prosedur/kegiatan tertentu yang dilakukan perusahaan telah memiliki kesesuaian dengan sistem manajemen lingkungan seperti digambarkan dalam ISO 14001 yaitu melakukan pengecekan dan koreksi prosedur; dan pengkajian manajemen secara berkala atas keseluruhan EMS.

Kinerja karyawan yang bertugas dalam mengoperasikan segala sistem tanggungjawab sosial dan lingkungan sangat berperan penting dalam melaksanakan segala tugas dengan baik karena kinerja merupakan hasil kerja atau prestasi kerja dalam mencapai tujuan yang strategis. Hal tersebut sesuai dengan fakta menurut Amstrong dan Baron (1998), yang mana Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Kenyataan tersebut didukung oleh Pernyataan yang diberikan informan pedagang 1, 2 dan 3, Berikut hasil wawancaranya:

Menurut informan pedagang 1 : *“Pihak pengelola telah memantau setiap harinya”*

Menurut informan pedagang 2 : *“Pihak pengelola telah berkeliling dan memantau setiap harinya”*

Menurut informan pedagang 3 : *“Saya mengetahui jika setiap harinya para petugas memantau keadaan kami setiap hari/setiap kali pasar beroperasi”*

Dari pernyataan ketiga informan dapat disimpulkan bahwa proses kinerja karyawan yang ditugaskan untuk menjaga dan memantau keadaan pasar dilakukan setiap harinya, pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pendekatan-pendekatan maupun prosedur tertentu yang dilakukan perusahaan telah memiliki kesesuaian dengan sistem manajemen lingkungan seperti digambarkan dalam ISO 14001.

Menurut Ikhsan (2009), ISO (*The International Organization For Standardization*) / DIS (*The Draft International Standard*) 14001 adalah suatu seri dari munculnya standar manajemen lingkungan internasional yang bertujuan memasyarakatkan perbaikan yang berkelanjutan dalam *enviromental perfomance* perusahaan melalui adopsi dan implementasi *enviromental management system* (EMS) (GEMI, 1996). ISO/DIS 14001 menetapkan suatu manajemen lingkungan (*Enviromental Management System/ EMS*) secara menyeluruh, dan mencakup elemen-elemen kunci berikut: (a) penetapan kebijakan lingkungan yang tepat; (b) perencanaan, implementasi dan operasi EMS; (c) pengecekan dan koreksi prosedur; dan (d) pengkajian manajemen secara berkala atas keseluruhan EMS. Perusahaan yang mampu mengelola isu-isu lingkungan akan membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen, kalangan regulator, vendor, dan pemain industri lain yang secara substansi meningkatkan prospek keberhasilan mereka (David, 2009).

Maka semakin berkembangnya praktik CSR dikalangan perusahaan salah satu nya seperti yang telah di kelola oleh MTC Giant pekanbaru dalam membantu pemerintah untuk menyelesaikan masalah sosial yang terjadi dampak dari praktik tersebut sangat dirasakan oleh masyarakat seperti pedagang dan konsumen. Hal tersebut didukung oleh pernyataan (Daft, 2006) yang mana Tanggung jawab sosial (*social responsibility*) adalah kewajiban manajemen untuk membuat pilihan dan mengambil tindakan yang akan memberi kontribusi terhadap kesejahteraan dan kepentingan masyarakat serta organisasi itu sendiri.

Kondisi Pedagang Kaki Lima Setelah Diterapkannya Praktik Tanggungjawab Sosial Dan Lingkungan.

Wawancara secara terstruktur telah dilakukan terhadap beberapa pedagang untuk mengetahui bagaimana kondisi para pedagang setelah ditertibkan oleh Pemerintah melalui MTC Giant, berikut hasil dari wawancara dan Jawaban mereka adalah (telah diterjemahkan dari bahasa Melayu Pekanbaru ke dalam bahasa Indonesia):

- Menurut Informan pedagang 1 : *“Setelah dilakukannya penertiban bagi para pedagag kaki lima seperti kami disini, Alhamdulillah lancar tempatnya pun bersih dan nyaman, karena disini kami telah dilengkapi fasilitas yang memadai seperti tempat yang layak, tenaga keamanan, kebersihan dan listrik”*
- Menurut Informan pedagang 2 : *“Pihak penglola telah melakukan tugasnya dengan sangat baik dan saya pun merasa senang dipindahkan disini (pasar senggol) karena tempatnya aman dan terang apalagi lingkungan pasarnya teratur dan bersih,”*
- Menurut Informan pedagang 3 : *“Saya sangat senang berjualan disini (pasar senggol) karena tempatnya telah di kelola dengan sanagt baik dan aman, sehingga saya tidak perlu bersusah payah untuk menyusun/membawa pulang barang dagangan saya*

karena telah disediakan tenaga keamanan dari pihak pengelola, sudah hampir dua tahun saya berjualan disini belum ada terjadi masalah kecurian”

Beberapa Informasi yang didapat dari ketiga Informan maka dapat disimpulkan bahwa kondisi pedagang kaki lima saat ini lebih baik jika dibandingkan dengan kondisi ketika mereka berjualan dipasar jongkok, karena setelah penertiban dilakukan mereka juga dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang memadai seperti tempat/kios yang layak huni untuk mereka berjualan, tenaga kebersihan, tenaga keamanan dan juga saluran irigasi guna pencegahan dari terjadinya banjir ketika hujan. Hal tersebut juga didukung berdasarkan pernyataan yang diberikan oleh informan konsumen tentang penilaian mereka terhadap pasar tradisional (pasar senggol).

Menurut informan konsumen 1 : *“Pasarnya luas, tempatnya bagus dan teratur selain itu tempatnya juga bersih, saya suka dan senang belanja disini karena tempatnya aman”*

Menurut informan konsumen 2 : *s “Saya lebih suka berbelanja disini (pasar senggol), karena tempatnya terang dan tidak becek selain itu pasarnya juga lebih teratur sehingga sangat memudahkan saya ketika ingin berbelanja”*

Menurut informan konsumen 3 : *“Tempatnya lebih teratur, bersih, nyaman dan aman”*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pihak manajemen telah melakukan kenerja/praktik tanggungjawab sosial lingkungan dengan baik memberikan kesejahteraan sosial sebagai suatu bentuk dari kebijakan sosial yang mana kebijakan sosial dapat dikatakan sebagai sebuah aspek sosial, yaitu sesuatu yang berkaitan dengan bidang kesejahteraan sosial untuk masyarakat khususnya bagi para pedagang kaki lima hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Amstrong dan Baron (1998), bahwa Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi pada ekonomi.

Dampak Pedagang Kaki Lima dan Kepuasan Konsumen Setelah Diterapkannya Praktik Tanggungjawab Sosial Dan Lingkungan.

Wawancara secara terstruktur telah dilakukan terhadap beberapa pedagang dan konsumen untuk mengetahui bagaimana dampak kinerja yang dilakukan terhadap para pedagang dan konsumen setelah dilakukan oleh Manajemen MTC Giant, berikut hasil dari

wawancara dan Jawaban mereka adalah (telah diterjemahkan dari bahasa Melayu Pekanbaru ke dalam bahasa Indonesia):

Sebelum wawancara dilakukan untuk mengetahui bagaimana respon bagi para pedagang dan konsumen terlebih dahulu peneliti ingin mengetahui tentang masalah sosial yang terjadi sehingga mereka di pindahkan di pasar tradisional (Pasar Senggol), Jawaban mereka adalah (telah diterjemahkan dari bahasa melayu pekanbaru ke dalam bahasa Indonesia):

Menurut informan manajemen : *“Para pedagang kaki lima telah berjualan disembarangan tempat seperti menggelar barang dagangannya di trotoar/pinggir jalan sehingga mengakibatkan kemacetan dan ketidak tertiban dan menyebabkan lingkungan yang kumuh, dan perusahaan kami bersedia untuk menyediakan tempat dan penampung para pedagang tersebut untuk berjualan dilapak kami”*

Dari pernyataan informan manajemen bahwa adanya konflik yang terjadi diantara pedagang kaki lima dan pihak pemerintah, bahwasanya para pedagang kaki lima yang berjualan disembarangan tempat pemicu terjadinya isu-isu lingkungan seperti ketidak tertiban lalu lintas, kemacetan, menyebabkan terjadinya lingkungan yang kumuh dan merusak keindahan kota pekanbaru, maka perusahaan MTC Giant telah dipercaya oleh pemerintah untuk mengelola pasar tersebut dan membantu pemerintah untuk menyelesaikan masalah sosial yang terjadi dimasyarakat dalam menertibkan para pedagang kaki lima dengan menyediakan lapak/tempat mereka berjualan.

Kebijakan tersebut merupakan kewajiban sosial, hal tersebut telah sesuai menurut P. Robbins dan Coulter, (2010 :172) Bahwa Kewajiban sosial adalah keterlibatan perusahaan dalam aksi sosial dikarenakan kewajibannya untuk memenuhi tanggung jawab ekonomi dan hukum. Organisasi melakukan apa yang wajib dilakukan dan tidak lebih. Ide ini merefleksikan pandangan klasik dari *Tanggung Jawab Sosial*, yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial manajemen hanyalah maksimalisasi keuntungan. Berikut pernyataan dari informan pedagang 1 , 2 dan 3 :

Menurut informan pedagang 1 : *“Kata pihak pemerintah kegiatan kami mengakibatkan kemacetan “*

Menurut informan pedagang 2 : *“Karena kami berjualan disembarangn tempat seperti dipinggir jalan mengakibatkan kemacetan dan merusak keindahan kota pekanbaru”*

Menurut informan pedagang 3 : *“Kami yang berjualan disembarangan tempat seperti ini di sebut sebagai pemicu dari kemacetan, dan penyebab terjadinya kekumuhan pada lingkungan kota pekanbaru maka pihak pemerintah menertibkan kami di pasar tradisional seperti ini (Pasar Senggol)”*

Dari pernyataan informan pedagang 1, 2 dan 3 pasar tradisional (Pasar Senggol) telah ada karena masalah sosial yang terjadi di pasar jongkok, yang mana kegiatan mereka dianggap sebagai pemicu kemacetan dan merusak lingkungan setempat. Maka pihak pemerintah mentertibkan para pedagang kaki lima, hal ini sesuai dengan peraturan daerah (PERDA) nomor 5 tahun 2010 tentang ketertiban umum. Praktik tanggung jawab sosial dan lingkungan terhadap kinerja pedagang sangat membantu dalam menyelesaikan masalah sosial yang terjadi dimasyarakat. Selain itu peneliti juga ingin mengetahui biaya yang di keluarkan untuk mengelola lingkungan pasar, Berikut hasil wawancaranya:

Menurut informan : *“Untuk mengelola lingkungan pasar kami hanya memungut kewajiban sewa sebesar Rp.450.000,00/bulan dan uang tersebut dikelola dalam kategori uang kebersihan, listrik dan keamanan”*

Dari informasi yang diperoleh diatas ternyata terjadi pemungutan kewajiban sewa sebesar Rp.450.000,00/bulan untuk biaya-biaya aktual dan dampak potensial lingkungannya. uang tersebut dibebankan kedalam pembayaran petugas kebersihan, perbaikan, untuk membayar petugas keamanan untuk 24 jam, dan membayar listrik . Pernyataan yang diberikan oleh informan pedagang 1, 2 dan 3 adalah sebagai berikut :

Menurut informan pedagang 1 : *“Disini (pasar senggol) kami hanya dipungut biaya sebesar Rp.450.000,00/bulan saja, katanya sich uang tersebut digunakan untuk tenaga kebersihan, perbaikan, keamanan dan listrik”*

Menurut informan pedagang 2 : *“Iya, kami dipungut biaya sebesar Rp.450.000,00/bulan sebagai uang administrasi dalam pembiayaan petugas kebersihan,keamanan, perbaikan dan listrik”*

Menurut informan pedagang 3 : *“Iya, memang harus membayar uang administrasi sebesar Rp.450.000,00/bulan katanya untuk membayar uang kebersihan, perbaikan keamanan dan listrik agar lingkungannya tetap terjaga dan bersih”*

Informasi yang diperoleh dari ketiga informan adalah sama, maka Dari pernyataan ketiga informan tersebut dapat disimpulkan bahwa mereka harus membayar kewajiban sewa sebesar Rp.450.000,00/bulan. Uang tersebut dikelola oleh pihak manajemen sebagai biaya-biaya petugas kebersihan, perbaikan, keamanan dan listrik hal ini sesuai menurut (Ikhsan, 2009) bahwa akuntansi lingkungan juga merupakan suatu bidang yang terus berkembang dalam mengidentifikasi pengukuran-pengukuran dan pengkomunikasian biaya-biaya aktual perusahaan atau dampak potensial lingkungannya. Biaya ini meliputi biaya-biaya pembersihan atau perbaikan tempat-tempat yang terkontaminasi, biaya pelestarian lingkungan, biaya hukum dan pajak, biaya pencegahan polusi teknologi dan biaya manajemen

pemborosan. Tiap bulan para pedagang harus membayar uang sewa, peneliti berminat untuk mengetahui jika para pedagang tidak bisa membayar tiap bulannya, berikut pernyataan dari beberapa informan pedagang :

Menurut informan pedagang 1 : *“Memang tiap bulannya saya harus membayar uang sewa namun biaya tersebut tidak memberatkan saya, karena pembayarannya bisa diangsur sesuai dengan keinginan kami, dan apabila ada tunggakan selama 1 atau 2 bulan maka pihak manajemen tidak akan memaksa/mendesak kami untuk membayar. Cuma ketika sudah terjadi tunggakan selama 3 bulan maka pihak manajemen akan mengambil kebijakan untuk menegur sebelum penyegelan dilakukan”*

Menurut informan pedagang 2 : *“Untuk pembayaran uang sewa memang telah ditetapkan satu bulannya sebesar Rp.450.000,00 tetapi pembayarannya tidak dipaksa untuk dibayar setiap bulannya melainkan bisa diangsur sesuai dengan keinginan kita”*

Menurut informan pedagang 3 : *“Disini kami hanya diminta untuk membayar uang sewa sebesar Rp. 450.000/bulan. pembayarannya pun bisa di angsur sesuai keinginan kami dan tidak terlalu memaksa untuk dibayar tiap bulannya, apa bila terjadi tunggakan uang sewa maka pihak pengelola tidak langsung mengusir atau menutup kios tempat kami berjualan, pihak pengelola melakukan kebijakan seperti pemberitahuan sebanyak tiga kali apabila sudah terjadi tunggakan selama tiga bulannya”*

Dari pernyataan ketiga informan, dapat disimpulkan bahwa pembayaran tidak ada pemaksaan untuk membayar tiap bulannya melainkan bisa diangsur sesuai dengan keinginan para pedagang dan apabila terjadi tunggakan maka pihak manajemen akan mengambil suatu kebijakan untuk menegur berupa pemberitahuan sebanyak tiga kali sebelum tindakan untuk menyegel atau menutup kios pedagang yang berjualan dipasar tersebut (pasar senggol). Para pedagang yang berjualan di pasar tradisional (pasar senggol) saat ini adalah para pedagang kaki lima yang pernah berjualan dipasar jongkok sudah tentu mengaut keuntungan atau omset yang berbeda, berikut pernyataan dari beberapa informan pedagang :

Menurut informan pedagang 1 : *“Untuk masalah keuntungan jika dibandingkan ketika saya berjualan disana (pasar jongkok) itu jauh masih menguntungkan di sana (pasar jongkok), karena saya bisa meraih omset sekitar 50 % ketimbang bejualan disini (pasar senggol), karena kebanyakan pelanggan yang membeli barang dagangan kami adalah mahasiswi jadi saya hanya bisa mengambil keuntungan berkisar 15-25 % saja,*

Menurut informan pedagang 2 : *“Bagi saya lumayan lancarlah berjualan dipasar senggol ini yang paling ramai mahasiswi disini, cuma kalau libur kami sedikit sepi. Memang belum bisa dibandingkan, disana (pasar jongkok) lebih ramai, tapi kalau nyaman disini lebih nyama dan aman”*

Menurut *“Alhamdulillah lancar, walaupun keuntungannya lebih sedikit karena rata-*

informan *rata konsumennya adalah mahasiswa jadi saya hanya mengambil*
pedagang 3 : *keuntungan hanya berkisar 10-25 % saja”*

Informasi yang diperoleh dari ketiga informan menyatakan pernyataan yang sama yakni keuntungan yang di peroleh hanya setengah dari biasanya saja namun walaupun begitu mereka tetap merasa senang ketika berjualan di pasar tradisional (pasar senggol) karena mereka mendapatkan tempat yang layak untuk berdagang karena tempatnya nyaman dan aman. Berdasarkan pernyataan tersebut adanya hasil kinerja yang baik yang telah dilakukan oleh pihak manajemen, pernyataan tersebut didukung oleh pernyataan dari definisi kinerja yang mana kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi pada ekonomi (Amstrong dan Baron, 1998).

Didalam perusahaan diperlukan sistem kinerja yang baik karena kinerja merupakan hasil dari tujuan strategis perusahaan, jika kinerja dilakukan sesuai dengan prosedur dan dilakukan dengan baik maka segala tujuan dapat dicapai oleh perusahaan hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Moeheriono (2012), Bahwa kinerja atau *performance* merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi baik secara kuantitatif maupun kualitatif, sesuai dengan kewenangan dan tugas tanggung jawab masing-masing, dalam upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika. Sistem kinerja yang telah dilakukan oleh Manajemen MTC Giant selain berdampak terhadap para pedagang juga berdampak terhadap konsumen hal tersebut dapat meningkatkan minat/kepuasan konsumen ketika berbelanja, berikut hasil dari wawancara:

Menurut *“Saya sering kesini semenjak difungsikannya pasar tradisional seperti*
informan *pasar senggol ini, terutama habis pulang kampung. Pasarnya juga luas*
konsumen 1 : *dan lebih bersih, saya suka dan senang belanja disini karena tempatnya*
 aman”

Menurut *“Jika dibandingkan dengan pasar jongkok Saya lebih suka berbelanja*
informan *disini (pasar senggol), karena tempatnya terang dan tidak becek, semua*
konsumen 2 : *kiosnya pun tersusun dengan sangat rapi sehingga mudah untuk melihat*
 barang-barang yang dijual disekitarnya, tidak perlu merasa was-was
 ketika motor diparkirkan karena sudah ada penjaga yang menjaga tempat
 parkiran”

Menurut *“Saya sangat senang berbelanja disini selain harganya murah barang yang*
informan *diinginkan pun banyak pilihannya, tempatnya juga teratur, bersih, nyaman*
konsumen 3 : *dan aman dan yang paling utama mudah untuk dijangkau karena dekat*
 kampus tidak seperti dipasar sana (pasar jongkok) tempatnya sempit, kotor
 dan becek”

Dari pernyataan informan konsumen 1, 2 dan 3 dapat disimpulkan bahwa kinerja/praktik tersebut sangat membantu untuk menarik minat konsumen dalam berbelanja dan sesuai dengan pernyataan (R.David, 2009), Yaitu Perusahaan yang mampu mengelola isu-isu lingkungan akan membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen, kalangan regulator, vendor, dan pemain industri lain yang secara substansi meningkatkan prospek keberhasilan mereka. Hal tersebut didukung dengan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen ketika berbelanja dipasar tradisional (pasar senggol). Mereka sangat puas dan senang ketika pasar tradisional (pasar senggol) ini dibuka, penertiban yang dilakukan oleh pemerintah melalui kerja sama bersama MTC Giant selaku membantu dalam menyediakan lapak untuk para pedagang kaki lima dalam berjualan.

Pernyataan tersebut sesuai dalam Akuntansi Manajemen Lingkungan akan mampu memuaskan semua pihak terkait. Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan pada usaha/kegiatan, secara simultan dapat meningkatkan performa ekonomi dan kinerja lingkungan. Oleh karena itu akan berimplikasi pada kepuasan pelanggan dan investor, hubungan baik antara Pemerintah Daerah dan masyarakat sekitar serta memenuhi ketentuan regulasi. Usaha/kegiatan berpeluang untuk memenuhi keuntungan usaha, mengurangi resiko dari berbagai pelanggaran hukum dan meningkatkan hubungan baik secara menyeluruh dengan stakeholder lainnya.

Pernyataan tersebut membuktikan bahwa apabila perusahaan memperhatikan kinerja lingkungan maka sangat berdampak bagi perusahaan yakni dapat memperoleh suatu keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan tersebut. Seperti terciptanya hubungan baik secara menyeluruh dengan stakeholder lainnya. Selain itu kepuasan konsumen dalam berbelanja sangat perlu diperhatikan untuk meningkatkan kemajuan diarea perekonomian/pangsa pasar karena menurut Tjiptono dkk, (2008, 37) bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Bagi pemerintah, konsep kepuasan/ketidakpuasan pelanggan dapat membantu mereka dalam mengidentifikasi dan mengisolasi produk dan industri yang membutuhkan tindakan pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan konsumen sedangkan bagi konsumen, konsep kepuasan pelanggan bermanfaat dalam memberikan informasi lebih jelas tentang seberapa puas atau tidak puas konsumen lain terhadap produk atau jasa tertentu.

Menurut pernyataan yang dikemukakan oleh Tjiptono dkk, (2008, 37) bahwa bagi konsumen, konsep kepuasan pelanggan bermanfaat dalam memberikan informasi lebih jelas tentang seberapa puas atau tidak puas konsumen lain terhadap produk atau jasa tertentu maka

peneliti ingin mengetahui kepuasan konsumen dalam berbelanja di pasar tradisional (pasar senggol) ini sudah terpenuhi semua kebutuhan mereka ketika berbelanja dipasar tersebut jika sudah memenuhi apa-apa saja yang menjadi kebutuhan mereka dalam berbelanja. Berikut pernyataannya :

Menurut informan 1 : *“Sudah terpenuhi karena selain dari segi barang yang menjadi incaran saya ketika berbelanja dari segi lingkungan dan tingkat keamanannya juga menjadi kebutuhan saya ketika belanja”*

Menurut informan 2 : *“Iya sudah terpenuhi, karena ketika belanja kenyamanan dan keamanan adalah nomor satu bagi saya”*

Menurut informan 3 : *“Iya sudah saya sangat senang dan puas ketika berbelanja disini karena tempatnya teratur, bersih terang dan aman, pokoknya saya sangat nyamanlah ketika belanja disini”*

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen sudah terpenuhi dalam berbelanja hal ini sesuai dengan empat macam standar kinerja dalam mengonseptualisasikan harapan prapembelian atas kinerja produk/jasa pada poin ketiga yaitu *Expected Performance (realistic versus actual performance; will expectation; predictive expectation)*, yaitu tingkat kinerja yang diperkirakan/diantisipasi atau yang paling diharapkan/disukai konsumen (*what the performance probably will be*). Maka pernyataan tersebut merupakan kenyataan menjadi minat para konsumen untuk berbelanja dipasar tradisional (pasar senggol).

F. SIMPULAN

Secara keseluruhan menunjukkan bahwa pendekatan-pendekatan maupun prosedur tertentu yang di lakukan perusahaan telah memiliki kesesuaian dengan sistem manajemen lingkungan seperti digambarkan dalam ISO 14001, ISO/DIS 14001 menetapkan suatu manajemen lingkungan (*Enviromental Management System/ EMS*) secara menyeluruh, dan mencakup elemen-elemen kunci berikut: (a) penetapan kebijakan lingkungan yang tepat; (b) perencanaan, implementasi dan operasi EMS; (c) pengecekan dan koreksi prosedur; dan (d) pengkajian manajemen secara berkala atas keseluruhan EMS. Dari beberapa temuan terdapat hal-hal yang sesuai dengan pernyataan akuntansi manajemen lingkungan. Yang pertama terdapat biaya-biaya aktual yang dibebankan untuk membiayai biaya kepada biaya pembersihan atau biaya perbaikan.

Kedua praktik tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut sesuai dengan kebijakan sosial dan kebijakan lingkungan yang mana bentuk dari kebijakan tersebut

dilakukan untuk mengatasi isu-isu lingkungan/masalah sosial dan mensejahterakan masyarakat. Ketiga telah sesuai dengan sistem *corporate social responsibility* dengan memberikan kontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Kondisi Pedagang Kaki Lima Setelah Diterapkannya Praktik Tanggungjawab Sosial Dan Lingkungan, kini lebih merasa senang dan aman dalam melakukan aktivitas jual beli karena pihak manajemen telah memberikan fasilitas yang memadai seperti menyediakan lapak, memperbaiki lingkungan pasar, membuat irigasi air hujan, memberikan saluran listrik dan memberikan tenaga kebersihan serta tenaga keamanan. Tanggungjawab Sosial Dan Lingkungan yang dilakukan Manajemen MTC Giant berdampak positif bagi pedagang dan konsumen, karena kondisi tempat mereka berjualan sekarang lebih memadai dengan disediakan berbagai fasilitas yang mereka butuhkan, seperti tempat yang layak, adanya tenaga keamanan, tenaga kebersihan dan juga adanya tenaga listrik. Hal tersebut juga turut dirasakan bagi konsumen, mereka merasa nyaman dan senang ketika berbelanja, karena tempatnya lebih terang, teratur, luas, bersih dan aman.

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, dan Akhmad Riduwan, 2011. *Tanggungjawab Lingkungan Dan Peran Informasi Biaya Lingkungan Dalam Pengambilan Keputusan Manajemen: Studi Kualitatif*. *Journal*. Simposium Nasional Akuntansi XIV Aceh. [Http://Buku-Jurnal.Blogspot.Com](http://Buku-Jurnal.Blogspot.Com)
- Azheri, Busyra, 2011, *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Budi Untung, Hendrik, 2008, *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Sinar Grafika
- Bungin, Burhan, 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana.
- Darwin, Putri, *Pengertian Pengawasan Dan Mengapa Pengawasan Perlu Dilakukan*. [Http://Lluisaraniya.Blogspot.Com](http://Lluisaraniya.Blogspot.Com)
- Febrina, 2011. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia*. *proceeding*. Simposium Nasional Akuntansi XIV Aceh. [Http://Buku-Jurnal.Blogspot.Com](http://Buku-Jurnal.Blogspot.Com)
- Fitriyani, 2012. *Keterkaitan Kinerja Lingkungan, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Kinerja Finansial*. *Skripsi*. Program Sarjana Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Hadiwiyono, 2011. *Analisis Kinerja Pasar Tradisional Di Era Persaingan Pasar Global Di Kota Bogor*. *Skripsi*. Program Studi Manajemen. Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor.

- Harmoni, Ati dan Ade Andriyani, 2008. *Penilaian Konsumen Terhadap Corporate Social Responsibility (Csr) Perusahaan*. *Jurnal Ekonomi Bisnis No. 1 Vol. 13*.
- Ikhsan, Arfan, 2009, *Akuntansi Manajemen Lingkungan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Kasmir dan Jakfar, 2009, *study kelayakan bisnis*, Cetakan Keenam. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Lexi J. Moleong, 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Rosdakarya
- L. Daft Richard, 2006. *Management*. Jakarta : Salemba Empat
- Maruli Panjaitan, Chandra. 2010. *Pengaruh Corporate Responsibility Social Disclosure Terhadap Earning Response Coeffisient Dengan Tipe Industri Sebagai Variabel Moderating*. Tesis. Program Studi Akuntansi. Program Pasca Sarjana Universitas Riau. Pekanbaru.
- Mulkhan, Unang dan Maulana Agung Pratama, 2011. *Peran Pemerintah dalam Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Upaya Mendorong Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development)*. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan*, Vol.2, No.1
- Prima, *Pengertian Implementasi Menurut Narasumber*. 20 October 2012, [Http://Konsulatlaros.Blogspot.Com](http://Konsulatlaros.Blogspot.Com)
- Rasyid, A Dan Yoskar Kadarisman, 2013. *Persepsi Pedagang Kaki Lima Terhadap Tugas Satpol PP Dalam Penertiban Umum (Kasus Pedagang Kaki Lima Jl.Hr. Soebrantas Panam) Pekanbaru*. *proceeding*. Universitas Riau Pekanbaru.
- R.David, Fred, 2009. *Strategic Management Konsep*. Jakarta : Salemba Empat
- Robbins, Stephen, P.; Coulter, Mary, 2010. *Manajemen*. Edisi kesepuluh, jilid satu. Jakarta : Erlangga
- Satria Mandiri, Ardhy Dan Nurcholis Eko Putro, 2010. *Kebijakan Lingkungan*. 25 Oktober 2011/<http://ardhysatrio.blogspot.com>
- Solihin, Ismail, 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : Salemba Empat
- Sudika, Setya Yuwana, 2001. *Metode Penelitian Kebudayaan*. Univ. Surabaya Press
- Suranto, 2010. *Manajemen Dan Tingkat Kepuasan Pedagang Pengguna Pada Subterminal Agribisnis Sewukan Di Kabupaten Magelang*. *Thesis*. Program Magister Agribisnis. Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Tjiptono, Fandy Dkk, 2008. *Pemasaran Statetik*, Yogyakarta : Andi
- Tri Wijayanti, Feb, 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*. *Journal*. Simposium Nasional Akuntansi XIV Aceh. [Http://Buku-Jurnal.Blogspot.Com](http://Buku-Jurnal.Blogspot.Com)
- Undang-Undang R.I Nomor 32 Tahun 2009. *Tentang Perlindungan Dan Pengelolaan Lingkungan Hidup*. Bandung : Citra Umbara.
- Wibisono, 2011. *Manajemen Kinerja*. Edisi Tiga Cetakan Kelima. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Yuliana, Rita, 2008. *Pengaruh Karakteristis Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor*. *Proceeding Akuntansi Dan Keuangan Indonesia Volume 5 - Nomor 2*.