

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Milton Friedman, ekonom pemenang hadiah Nobel, bersikap pesimis atas segala upaya menjadikan perusahaan sebagai alat tujuan sosial. Tujuan korporasi, menurutnya, hanyalah menghasilkan keuntungan ekonomi bagi pemegang sahamnya. Jika korporasi memberikan sebagian keuntungannya bagi masyarakat dan lingkungan, maka korporasi telah menyalahi kodratnya, apapun cara akan dipakai korporasi untuk mencari laba setinggi-tingginya.<sup>1</sup>

Friedman menyimpulkan bahwa doktrin tanggung jawab sosial dari bisnis merusak sistem ekonomi pasar bebas. Doktrin ini juga bersifat ancaman terhadap masyarakat yang bebas dan demokratis. Kemudian Friedman menyatakan bahwa dalam masyarakat bebas terdapat hanya satu tanggung jawab sosial untuk bisnis, yakni memanfaatkan sumber daya alam dan melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan yang bertujuan meningkatkan keuntungannya, selama hal itu sebatas aturan-aturan main, artinya, melibatkan diri dalam kompetisi yang terbuka dan bebas tanpa penipuan dan kecurangan.<sup>2</sup>

Bahkan Milton Friedman mengungkapkan bisnis dari bisnis hanyalah bisnis (*The business of business is business*). Tanggung jawab sosial hanya ada pada individu dan tidak melekat pada perusahaan sebab tanggung jawab perusahaan adalah menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya bagi pemegang saham.<sup>3</sup>

Jika dipandang dari segi moral hakikat manusia maupun hakikat kegiatan bisnis itu sendiri, diyakini bahwa tidak benar kalau para manajer perusahaan hanya memiliki tanggung jawab dan kewajiban moral kepada pemegang saham. Para manajer perusahaan sebagai manusia dan sebagai manajer sekaligus mempunyai tanggung jawab dan kewajiban moral kepada banyak orang dan pihak lain yang berkaitan dengan kegiatan dan operasi bisnis perusahaan yang

---

<sup>1</sup> Siti Maemunah, 2007. *Negara Lemah, CSR Menguat*. Forum Keadilan No.22, tanggal 23 September 2007. Jakarta. hlm. 46.

<sup>2</sup> K. Bertens. 2000. *Pengantar Etika Bisnis (Seri Filsafat)*. Kanisius. Yogyakarta. hlm.294.

<sup>3</sup> Sri Hartati Samhadi. 2007. *Etika Sosial Perusahaan Multinasional*. Harian Kompas, tanggal 4 Agustus 2007.

dipimpinnya. Para manajer perusahaan mempunyai tanggung jawab dan kewajiban moral untuk memperhatikan hak dan kepentingan karyawan, konsumen, pemasok, penyalur, masyarakat setempat, dan seterusnya. Singkatnya, tanggung jawab dan kewajiban moral para manajer perusahaan tidak hanya tertuju kepada *shareholders* (pemegang saham) tetapi juga kepada *stakeholders* pada umumnya.<sup>4</sup>

Perusahaan itu sesungguhnya tidak hanya memiliki sisi tanggung jawab ekonomis kepada para *shareholders* seperti bagaimana memperoleh *profit* dan menaikkan harga saham atau tanggung jawab legal kepada pemerintah, seperti membayar pajak, memenuhi persyaratan AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan), dan ketentuan lainnya. Namun, jika perusahaan ingin eksis dan akseptabel, harus disertakan pula tanggung jawab yang bersifat sosial.<sup>5</sup>

Perkembangan komunitas dengan aktivitasnya pada masa sekarang ini semakin mengglobal, dan ini dijumpai oleh adanya arus informasi dan komunikasi yang telah mencapai keadaan tanpa batas. Pada saat banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi. Karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Banyak perusahaan swasta kini mengembangkan apa yang disebut Tanggung Jawab Sosial Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (selanjutnya disingkat CSR). Wacana CSR ini sudah menjadi tren global. Banyak perusahaan telah menggeser paradigma sempit yang menyatakan bahwa orientasi seluruh kegiatan perusahaan hanyalah *profit*, dimana aktivitas apapun harus ditakar dari sudut menambah keuntungan finansial secara langsung atau tidak.

Pergeseran CSR telah mengalami perkembangan yang lebih luas. CSR mengalami evolusi dan metamorfosis dalam rentang waktu yang cukup panjang. Seiring dengan berjalan waktu, masyarakat tak sekadar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukannya, melainkan juga menuntut untuk bertanggung jawab secara sosial. Karena, selain terdapat ketimpangan ekonomi antara pelaku usaha dengan masyarakat di sekitarnya,

---

<sup>4</sup> Erni R. Ernawan. 2007. *Business Ethics: Etika Bisnis*. Alfabeta. Bandung. hlm. 28.

<sup>5</sup> Yusuf Wibisono. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Fascho Publishing, Gresik. hlm. xxiii.

kegiatan operasional perusahaan umumnya juga memberikan dampak negatif, misalnya eksploitasi sumber daya dan rusaknya lingkungan di sekitar operasi perusahaan. Hal ini yang menjadi latar belakang munculnya konsep CSR yang paling primitif: kedermawanan yang bersifat karitatif.<sup>6</sup>

Wacana CSR semakin terasa dengan terbitnya buku “*Silent Spring*” karangan Rachel Carson yang membahas pertama kalinya tentang persoalan lingkungan dalam tataran global. Karyanya menyadarkan bahwa tingkah laku korporasi mesti dicermati sebelum berdampak menuju kehancuran. Sejak itu, perhatian terhadap permasalahan lingkungan semakin berkembang dan mendapat perhatian kian luas. Pemikiran tentang korporasi yang lebih manusiawi juga muncul dalam “*The Future Capitalism*” yang ditulis Lester Thurow tahun 1966. Menurutnya, kapitalisme, yang menjadi *mainstream* saat itu, tidak hanya berkuat pada masalah ekonomi, namun juga memasukkan unsur sosial dan lingkungan yang menjadi basis apa yang nantinya disebut *sustainable society*.<sup>7</sup>

Pada tahun 1970-an, sejalan dengan berkembangnya wacana tentang kepedulian lingkungan, kegiatan kedermawanan perusahaan terus berkembang dalam kemas *philanthropy* serta *Community Development (CD)*. Terjadi perpindahan penekanan dari fasilitasi dan dukungan pada sektor-sektor produktif ke arah sektor-sektor sosial. Latar belakang perpindahan ini adalah kesadaran bahwa peningkatan produktivitas hanya akan terjadi manakala variabel-variabel yang menahan orang miskin tetap miskin, misalnya pendidikan dan kesehatan dapat dibantu dari luar. Berbagai program populis kemudian banyak dilakukan seperti penyediaan sarana dan prasarana pendidikan, kesehatan, air bersih dan banyak lagi kegiatan jenis lainnya. Di era 1980-an makin banyak perusahaan yang menggeser konsep filantropisnya ke arah *Community Development (CD)* yang makin berkembang ke arah pemberdayaan masyarakat misalnya pengembangan kerjasama, memberikan ketrampilan dan sebagainya. Dasawarsa 1990-an diwarnai dengan beragam pendekatan seperti pendekatan integral,

---

<sup>6</sup> *Ibid.*, hlm.4.

Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka. Jakarta. hal 509. Defenisi karitatif adalah bersifat memberi kasih sayang.

<sup>7</sup> *Ibid.*, hlm.5.

pendekatan *stakeholder* maupun pendekatan *civil society* yang mempengaruhi praktek *Community Development (CD)*. Sehingga *Community Development (CD)* menjadi suatu aktivitas yang lintas sektor karena mencakup baik aktivitas produktif maupun sosial dan juga lintas pelaku sebagai konsekuensi berkembangnya keterlibatan berbagai pihak.<sup>8</sup>

Pemikiran yang mendasari CSR yang sering dianggap inti dari Etika Bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*), karena perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi dan memperoleh keuntungan tanpa bantuan pihak lain. CSR merupakan pengambilan keputusan perusahaan yang dikaitkan dengan nilai-nilai etika, dapat memenuhi kaidah-kaidah dan keputusan hukum dan menjunjung tinggi harkat manusia, masyarakat dan lingkungan. Tanggung jawab sosial tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan meliputi bidang sosial, ekonomi dan lingkungan. Etika subjektif seseorang akan terefleksikan dalam aktivitas bisnisnya. Dengan kata lain etika bisnis seseorang merupakan perpanjangan sikap-sikap tingkah lakunya atau tindakan-tindakan konstan, yang membentuk keseluruhan citra diri atau akhlak orang itu.<sup>9</sup>

Perlu disadari banyak manfaat yang akan diperoleh perusahaan yang melakukan CSR, antara lain dapat mempertahankan dan menaikkan reputasi dan *brand image* perusahaan sehingga muncul citra yang positif dari masyarakat. Upaya CSR mampu meningkatkan citra perusahaan dengan mempraktekkan karya ini yang sering disebut *corporate social performance* (kinerja sosial perusahaan). Perusahaan tidak hanya mempunyai kinerja ekonomis, tetapi juga kinerja sosial. Perusahaan menyadari masih ada hal yang perlu diperhatikan daripada memperoleh laba sebesar mungkin yakni mempunyai hubungan baik dengan masyarakat di sekitar perusahaan dan dengan masyarakat umum.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> *Ibid.* hlm. 5-6.

<sup>9</sup> Erni R. Ernawan. 2007. *Op.cit.*, hlm.12

<sup>10</sup> K. Bertens. 2000. *Op.cit.*, hlm. 299-300

Para pelaku usaha juga menyakini bahwa program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan. Artinya, CSR tidak lagi dilihat sebagai sentra biaya (*cost center*) melainkan sebagai sentra laba (*profit center*) di masa mendatang. Karena melalui hubungan yang harmonis dan citra yang baik, timbal-baliknya masyarakat juga akan ikut menjaga eksistensi perusahaan.<sup>11</sup>

Suatu perusahaan tanpa didukung komunitas sekitar (*no stakeholders friendly*) menyebabkan *sustainability*-nya akan terganggu. Oleh sebab itu perusahaan harus membangun hubungan yang harmonis dengan komunitas tersebut berdasarkan konsep dan mekanisme yang jelas tidak hanya didasari faktor *charity* atau program *Community Development (CD)*. CSR bersifat *longterm* untuk pemberdayaan masyarakat madani.<sup>12</sup>

Kesinambungan terhadap eksistensi perusahaan juga tercetus melalui pendapat John Elkington, bahwa jika perusahaan ingin *sustain* maka perusahaan tersebut perlu memperhatikan 3P yakni, *profit*, *people* dan *planet*. Selain *profit* yang dicari, perusahaan juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).<sup>13</sup>

Upaya perusahaan dalam meningkatkan peranannya dalam pembangunan kesejahteraan sosial dan kelestarian lingkungan membutuhkan sinergi multipihak yang solid dan baik. Tidak mungkin persoalan-persoalan hukum yang berkaitan dengan CSR ini hanya diselesaikan oleh satu pihak saja, artinya hal ini tidak hanya merupakan tanggung jawab perusahaan saja. Sinergi yang paling diharapkan adalah adanya kemitraan antara perusahaan, pemerintah dan komunitas atau masyarakat. Sinergi ini disebut kemitraan tripartit.

---

<sup>11</sup> Yusuf Wibisono. 2007. *Op.cit.*, hlm. 35

<sup>12</sup> Parlindungan Purba. 2007. *Konsep Dan Implementasi Program CSR Oleh Perusahaan Lokal*, disampaikan dalam rangka *Focused Group Discussion (FGD)* "Sub komisi Ekosob Komnaas HAM. 2007. *Corporate Social Responsibility (CSR) Berbasis HAM*", Seminar Nasional tanggal 19 April 2007 di Garuda Plaza Hotel. Medan. hlm. 6 -7

<sup>13</sup> Yusuf Wibisono. 2007. *Op.cit.*, hlm. 6

CSR atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, dapat dikatakan merupakan suatu peran aktif dan kontribusi perusahaan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat, karena berdasarkan karakteristiknya, menurut Erman Rajagukguk dalam pengertian yang sempit CSR bertujuan untuk pembangunan kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan dan untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.<sup>14</sup>

Berdasarkan pertimbangan besarnya potensi CSR dalam mendukung program-program pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat tersebut, maka dipandang perlu bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Wonosobo untuk menyusun Peraturan Daerah tentang *Corporate Social Responsibility* atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan. Hal ini sejalan dengan Visi Kabupaten Wonosobo, yakni “Terwujudnya Wonosobo Bersatu untuk Maju, Mandiri dan Sejahtera untuk Semua.”

Kabupaten Wonosobo merupakan kabupaten dengan iklim investasi yang cukup dinamis yang didukung dari potensi wilayah, dan potensi sumber daya manusia yang memadai. Perkembangan industri produksi, jasa dan perdagangan membuat Kabupaten Wonosobo menjadi daerah dengan iklim investasi yang baik. Lahirnya industri baru tentu saja berimplikasi pada pertumbuhan ekonomi, pengentasan pengangguran dan kelestarian lingkungan hidup.

Konsep tanggung jawab sosial telah disadari oleh beberapa perusahaan di Kabupaten Wonosobo yang telah melaksanakan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* secara sukarela. Beberapa perusahaan/perbankan telah melaksanakan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* diantaranya adalah:

1. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank Wonosobo, Bank Wonosobo berkontribusi dalam program *Open Defaction Free* (ODF) yang diselenggarakan di Desa Tegalgot, Kecamatan Kepil Kabupaten Wonosobo.
2. *Corporate Social Responsibility* PT. Tirta Investama (Aqua) Mangli Kejiwan terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat kelurahan kejiwan Kecamatan Wonosobo Kabupaten Wonosobo.

---

<sup>14</sup> Erman Rajagukguk. 2008. *Konsep dan Perkembangan Pemikiran Tentang Tanggung Jawab Perusahaan*. Disampaikan dalam *Workshop Tanggung Jawab Perusahaan* yang diselenggarakan di Yogyakarta 6-8 Mei 2008.

3. Rumah Sakit Islam Wonosobo rutin mengadakan CSR di berbagai tempat di seluruh Kabupaten Wonosobo, khususnya di Lingkungan sekitar RSI Wonosobo ataupun di tempat-tempat yang sangat membutuhkan uluran tangan dari berbagai pihak.
4. *Corporate Sosial Responsibility* UD Mitra Abadi di Pekon Kalisari, Kecamatan Wonosobo
5. Bank Jateng menyalurkan CSR berupa RTLH dan jambanisasi terhadap 147 unit rumah di Wonosobo.
6. PT PLN (Persero) Unit Induk Pembangunan Jawa Bagian Tengah (UIP JBT) II berkesempatan mengimplementasikan program CSR untuk pengentasan kemiskinan. Hal itu diwujudkan dengan memberikan bantuan Listrik Gratis kepada 311 Kepala Keluarga di Kabupaten Wonosobo.
7. PT Wijaya Karya (Persero) Tbk. [WIKI] dan Departemen Teknik Sipil dan Lingkungan, Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mada (FT-UGM), Yogyakarta membangun sarana dan prasarana air bersih bagi warga Desa Ropoh, Kecamatan Kepil, Kabupaten Wonosobo.

Beberapa perusahaan di Kabupaten Wonosobo tersebut di atas telah melaksanakan program CSR sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Adapun perusahaan-perusahaan lain di Kabupaten Wonosobo diantaranya adalah sebagai berikut:

No.	Nama Perusahaan	Alamat
1	Tambi Unit Perkebunan Bedakah	Ds. Tlogomulyo Pos Kretek Wonosobo 56371
2	PT. Borobudur Otomotive	Jl.Let.Jend.S.Parmen No.8 Wonosobo 56314 (0286)321601-602/fax 321603
3	PT. Perkebunan Tambi UP Tanjung Sari	Jln. Purworejo Km 13 Sedayu Sapuran
4	Hotel Bima	Jl. A. Yani No. 4 Wonosobo
5	Unit Perkebunan Tambi (Tambi Kejajar)	Ds Tambi Kec. Kejajar Wonosobo 56354
6	PT. Bank Negara Indonesia TBK.	Jl.A.Yani No.102 Wonosobo 56311
7	SPBU 44,563,02 (Ngasinan)	Jln. Bambang sugeng Km 3 Ngasinan Wonosobo
8	PT. PLN (Persero) area Purwokerto Rayon Wsb	Jl. Honggoderpo No. 7 Wonosobo
9	PT. Indonesia Power UBP	Jln. Raya Dieng Km 09Kec Garung Wonosobo
10	CV Subardjo Group	Jl. A. Yani 30 Wonosobo
11	Apotik Kita	Kompleks Plaza Wonosobo
12	CV Wargi	Jl. A. Yani 84 B Wonosobo
13	PT. BRI (Persero) Tbk	BRI Cabang Wonosobo Jl. A Yani No.01 Wsb
14	PDAM Kab. Wonosobo	Jln. Tirta Aji 2 wsb 56311
15	Pusat Koperasi Pegawai Republik Indonesia	Jln.Serayu No.7 Wonosobo 56311
16	KSU " RAS "	Jl.Jend A.Yani 179 Wonosobo
17	PLN Unit Transmisi	Jl. Temenggung Jogonegoro
18	KUD Slamet	Gondang, Watumalang ,Wonosobo.
19	KUD RAS	Sapuran ,Wonosobo.
20	PT Tambi Kantor Direksi	Jl. Tumenggung Jogonegoro Wsb
21	PT Radio Purnama Sidi	Jl. Dieng No. 1A Wonosobo
22	Yayasan Dena Upakara	Jl. Mangli No. 5 Wonosobo.
23	KUD Karya Tani	Kepatihan Leksono Wonosobo 56362
24	KUD Mojotengah	Blederan, Mojotengah, Wonosobo.
25	TK. Buana Rahayu	Jl. A. yani 106 Wonosobo.
26	CV. Honggodrepo	Jl. A. Yani 165 Wonosobo.
27	KUD Sempulur	Jl. Raya Kertek Km. 1 No. 8 Karangluhur 56371
28	PT. Cebong Akbasindo	Wonokerto , Leksono, Wonosobo.
29	PGT Sapuran/KBM -INK/I Jateng	Jln. Sarwo Edhi wibowo Km 21 Wonosobo
30	Rumah Sakit Ibu dan Anak Adina Wonosobo	Jln. Pasukan Ronggolawe No.24 Wonosobo
31	PT. Bank Jateng Cabang Wonosobo	JLn. Kartini No.1 Wonosobo 56311
32	KUD Widodo Makaryo	Jl. Dieng Km. 17 No. 8 Kejajar
33	KPNRI Utama	Wadaslintang, Wonosobo.

34	PKU Muhammadiyah Wonosobo	Jln. Wonosobo -Kertek Km.4 Sudungdewo Kertek
35	BP & RB TIEN PKU	Jl. Dieng Km. 18 Wonosobo.
36	C.T. Yustanti SPBU 44.563.01 (Kalierang)	Jln. Bms Km.5 Kalierang Wonosobo
37	PT. Tunas Madukoro Indah 2	Jl. Raya Purworejo Sapuran
38	CV Apotik Cahaya	Jl. Angkatan 45 Wonosobo.
39	PT. Sun Star Motor	Jln. Raya Banjarnegara Km 1,6 Wonosobo
40	PT. Denikin Industri Nusantara	Jl. R. Kertek Km 6 Wonosobo 56371
41	BKIA Mubarrot Tieng Kejajar	Ds. Tieng, Kejajar, Wonosobo.
42	Hotel Sri Kencono	Jl. A.Yani 81 Wonosobo.
43	KUD Jaya Tani	Jln Banyumas Km 6 Selomerto 56361
44	Restaurant asia	Jl. Angkatan 45 No.43 Wonosobo 56311
45	PT Selectani Induk Usaha	Candiyasan, Kertek, Wonosobo.
46	KUD Mekar	Kalikajar , Wonosobo.
47	Hotel Dewi	Jln A. Yani No. 90 A WONOSOBO 56314
48	PT. Tirta Investama Wonosobo	JLn. Tirta Utomo Mangli Ds. Kejiwan Wonosobo
49	Rita Pasaraya Wonosobo	Jln. Ahmad Yani No. 40 Wonosobo Plasa Lt.2 & 3
50	RSI Wonosobo	Jl. Letjen S Parman Km 3 Bumirso Wonosobo
51	KUD Tani Makmur	Jl Dieng Km 8 ,Garung Wonosobo.
52	Toko. Merapi Motor	Sedayu, Sapuran ,Wonosobo.
53	SPBU 44.563.04 Bojasari	Jl. Raya kertek Km 6 Bojasari Kertek Wonosobo.
54	SPBU 44.0531 Krasak	Jl. Dieng Km. 5, Krasak Wonosobo.
55	CV. Mekar Abadi	Jl Raya Purworejo Km 17 ,Sapuran Wsb. 56373
56	Hotel Surya Asia	Jl. A.Yani 127 Wonosobo 56311
57	Hotel Kresna	Jl. Pasukan Ronggolawe No.30 Wonosobo 56311
58	Karoseri Slamet	Jl. Banyumas Km. 10 Wonosobo
59	Kopkar Bima Sakti	Jl Telaga Menjer Km 6 Garung Wonosobo 56353
60	Bank BPD Capem Kertek	Jl.Raya Kertek wonosobo Km.8 kertek Wonosobo
61	PT. BPR Puspa Kencana	Jln. Parakan No.115 Kertek 56371
62	KJKS BMT Marhamah	Jl. T Jogonegoro Km 0,5 Wonosobo 56314
63	Hotel Parama	Jl. A. Yani 96 / 112 Wonosobo.
64	PT Bank Danamon Indonesia Tbk.	Jl. Sumbing 22 Giri Indah Wonosobo
65	PT Aqua Farm Nusantara	Wadaslintang, Wonosobo.
66	Hotel Mandala Wangi	Mendolo Bumireso Wonosobo.
67	PT Armina Mitra Karya	Ds. Jambusari Rt.3/4 Kertek /Jln. Bms Selomerto
68	Toko Sinar Mas	Jl. S. Parman No.2 Wonosobo.
69	Toko Roti Nira	Jl. Angkatan 45 No.33 Wonosobo 56311
70	KSPPS Melati	Jl. P. Diponegoro Km. 1 Bugangan Wonosobo
71	CV. Bestari (lama: UD. Sinar Santosa)	Jl. T.Jogonegoro 259 A Wonosobo.
72	CV. Kreasi Baru	Jln Wonosobo Kertek Km.5,4 Kertek 56371
73	SPBU 44.563.05 Selokromo	Jl. Wopnosobo- Banyumas Km.11 Selokromo
74	UD. Rimba Kencana	Krasak, Selomerto ,Wonosobo
75	Yayasan Karya Bakti	Jl. Sambek 33 Wonosobo.
76	UD Hana/CV. Berkah Agung	Jl. Masjid No.2 Wonosobo 56311
77	PT. Geo Dipa Energi	Jln. Raya Dieng Batur PO BOX I Wonosobo 56311
78	PT Columbindo Perdana	Jl. Jend. A. Yani No. 111 Wonosobo. (0286 ) 323182
79	KSPPS Al Huda	Jl. Mayjend Bambang Sugeng Km.1 Wonosobo
80	SPBU 44.563.06 Kalikajar	Jl Raya Purworejo,Kalikajar Wonosobo.
81	PT. Wahana Ottomitra Multiartha, Tbk.	Jln. Kyai Muntang Ruko No.3-4 Wonosobo 56311
82	PT Radio Nawa Kartika	Komp. Pasar Lt.3 Wonosobo.
83	PT BPR Arthanugraha Makmur Sejahtera	Jl. Sumbing No.20 B Wonosobo 56311
84	Bank BTPN KCP Wonosobo	Jln. Pemuda No.19 Wonosobo
85	Talenta Catering	Jl. Bismo Wonosobo
86	PT Bosowa Berlian Motor	Jl Dieng Km 07 Sariaji Sendangsari,Garung
87	Toko Tambah Rejeki	Jl Angkatan 45 No 37
88	KSU BMT Al Hikmah	Gondang Watumalang Wonosobo.
89	KJKS BMT Al Mubarak	Jln raya Banyumas Km.6 Selomerto Wsb
90	BMT Sinar Makmur	Beran,Kepil Wonosobo
91	BMT Ta'awun	Kemutug,Wadaslintang Wonosobo
92	KSU Karomah	Ngemplak No. 134 Selomerto
93	KSPPS Tamzis Bina Utama	Jl. Kyai Muntang Wonosobo GANTI:Jln. S Parman
94	PT Rejeki Sukses Santoso Pribadi	Jl S Parman 58 Wonosobo
95	KUD Rindang	Jl Selomanik Km 5 Kaliwiro
96	Koperasi Geo Dipa Energi	Jl Raya Dieng Batur PO BOX 1
97	PD BPR BKK Kalikajar	Jl Raya Purworejo Km 11 Kalikajar
98	PD BPR BKK Leksono	Jl Manggis No.1 Leksono
99	PT Amita Surya Jaya	Jl S Parman 34 Wonosobo

100	PT Okdo Harapan Mulia	Jl Kasiran No.24 Jaraksari Wonosobo
101	PT Sanprima Nusantara	Jl Tentara Pelajar No.4 Wonosobo
102	SPBU Sapen	Jl. A.Yani 85 Wonosobo
103	PT Phoenix Agung Pratama	Jln. Lingkar Utara Km.01 Kel Andongsili, Mojotengah
104	Laboratorium Klinik Pratama An-Nur	Jl. Dieng Km.2 No 90 Bugangan Kalianget
105	CV Wilis Investama	Jl Dieng KM 3, Bugangan No. 229
106	PT Panorama Inti Mulia	Jl Parakan 131 Kertek Wonosobo
107	PT Scelta Dieng Indonesia	Jl Raya Dieng Km 3 Wonosobo
108	PT National Champignon	Jl. Dieng km.3 Wonosobo 56311
109	CV Putri Permata Sakti	Kalibeber Rt 01/12 Mojotengah
110	KSP Inti Dana	Jl. Bismo 1A Wonosobo/0286 322188
111	SPBU Sidojoyo	Jln. Bambangugeng Km. 1
112	PT Known You Seed Indonesia	Jln Raya Wonosobo-Kertek Km.6 Wsb 56371
113	UD Kharisma Putra Sejahtera	Jl Kasiran No. 3 Singkir Wonosobo
114	Toserba Semar	Jln. Raya Banyumas Km.6 01/01 Selomerto
115	CV. Daya Cipta Mandiri	Jln. Dieng 50 Rowopeni
116	PT Putra Bragas Mandiri	Jln. T Jogonegoro No.115 Kalierang Selomerto
117	PT. Sarimadu Jayanusa	Jln. Mayjend Bambang Sugeng Km.2 Ngasinan 56311
118	SPPBE PT. Aji Gamita	Jln. Raya Banyumas Km.11 Selokromo Wonosobo
119	HW Swalayan	Jln A Yani No.100 Jaraksari Wonosobo 56314
120	PT. Sumber Daya Alam Industri Nusantara	Jln Pakuwojo no.60 Wonosobo 56311
121	Koperasi Bina Artha Guna	Jln Pakuwojo no.45 Wonosobo 56311
122	PT. Arni Famili	Jln. Bismo No. 35 Sumberan Utara Wonosobo 56311
123	PT. Sumber Alfaria Trijaya, tbk`	Jln. Banyumas Km. 3 Ngampel Rt.01 RW.03
124	Estetika Medika Utama	Jln . A Yani 173 Wonosobo
125	Hotel Dieng Kledung Pass	Jln. Raya Wonosobo-Parakan Km.17
126	BLK-LN Benua Sejahtera Abadi	Jl.Lingkar Selatan Km. 2 002/003 Wilayu Selomerto
127	Perum Pegadaian Cabang Wonosobo	Jln. A Yani No. 12 Wonosobo
128	PT. Bussan Auto Finance	Jln. A Yani no. 31 Jaraksari Wonosobo 56314
129	KSU KSM Alhamdulillah	Jln. Watumalang Km 3 Bumiroso Wonosobo 56352
130	KSP Anugerah Cabang Kertek Wonosobo	Jl. Raya Kertek Wonosobo No. 405 Kertek
131	KSP Berkah Usaha Wonosobo	Jl. Raya kertek Km 6 Bojasari Kertek Wonosobo
132	PD BPR Bank Wonosobo	Jln. A Yani No. 160 Wonosobo 56311
133	PT. BPR Kusuma Sumbing	Jln. Bhayangkara 1C Wonosobo
134	Bank Muamalat Indonesia Capem Wonosobo	Jln. RSUD No. 10 Wonosobo 0286 325197/0286
135	PT. Armada Finance Perwakilan Wonosobo	Jln. Kauman No. 6 Wonosobo (0286)321742/324948
136	UD Handoko	Jln. Angkatan 45 No. 67 Wonosobo 56311
137	PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. KCP Wonosobo	Jln. Jenderal Soedirman No. 18 Wonosobo
138	PT. Nasmoco	Jl.Raya Banyumas Km.03 Wonorejo Wonosobo
139	PT. Sumber Alfaria Trijaya, tbk	Jln. Mayjend Bambang sugeng Mendolo Bumireso
140	Ria Motor	Jln. S Parman No. 61 A Wonosobo
141	BMT Mentari Buana	Jl. Purworejo Km.10 Gandok Kalikajar Wonosobo
142	KJKS BMT Surya Mandiri	Mlandi ,Garung Wonosobo
143	PT Indomarco Prismatama	Jl. Banyumas Km 6 Selomerto Wonosobo
144	Kopsim	Jl.RSU Ruko Giri Indah Permai Wonosobo
145	KSP BMT Surya Sekawan	Jl. Raya Kalibeber Mojotengah Wonosobo
146	Koperasi Indodana Sejahtera Bersama	Jl. Dieng No. 28-29 Kalianget Wonosobo
147	Pusat Kegiatan Belajar Mitra Siswa	Jl. Dieng Km. 03 Manggisan o3/05 Mudal
148	KSU Al Iman	Kepatihan 06/05 Leksono Wonosobo
149	KSU KSM Barokah	Jl. Jend A. Yani Wonosobo
150	Koperasi Pedagang kecil Asri Jaya	Selokromo Rt 03/08 Leksono Wonosobo
151	laboratorium Klinik Avisena	Jl. Jend A. Yani No. 15 Wonosobo
152	KJKS BMT Mitra Amanah	Jl Raya Sampih Sukoharjo Wonosobo
153	KSP Ahsanul Muawanah	Jl Raya Sampih Sukoharjo Wonosobo
154	Bank BTPN ( Mitra usaha rakyat)	Jl. Bhayangkara No. 1B Wonosobo
155	Fier Konveksi	Bumiroso Watumalang Wonosobo
156	CV. Prima Karya Sejahtera	Jl. Raya Banyumas Km 2 Tawang Sari Wonosobo
157	PT. Aiss Sehat Jaya	Jl Jend A Yani No.2 A Asri Mulyo Wonosobo 56311
158	CV Karunia Abadi	Sikunci Sapuran Wonosobo
159	PT Adira Dinamika Multi Finance tbk	Jl. RSUD No. 2 Wonosobo
160	Toko Bangkit	Jl. Purworejo Km.16 Sapuran Wonosobo
161	Hotel Pison	Jl. Raya Banyumas Km 5 Wonosobo
162	Karoseri Sempurna	Jl. Banyumas Km.9 Krasak Selomerto Wonosobo
163	PT BPR Surya Yudha	Jl. Raya Kertek Wonosobo
164	Rizki Katering	Jl.Kyai Wonobrodo Kerjiwan Wonosobo
165	CV. Warna Agung Baru	Jl.lingkar Selatan Km 3,5 Kedawung Wonolelo WSB

166	CV.Surya Sejati	Jl. Lingkar Utara Km 1 Madukoro Bumireso WSB
167	CV.Cahaya Abadi	Jl Purworejo Km 23 Sapuran Wonosobo
168	Kopkarsun Gemah Ripah	Jl. Jend A. Yani No. 1 Wonosobo
169	Shinta Fashion	Jl.A.Yani No.145 Wonosobo 56311
170	PT.BCA Tbk	Jl.A.Yani No. 3 Wonosobo
171	PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.	Kompleks SPBU 44.563.05 Jl.Banyumas Km. 11
172	PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk.	Jln. Raya Dieng Km 3 Rt. 01 Rw. 04 Kec. Kalianget
173	PT.Navagreen Indonesia	Ruko Bhantos Jln. Bhayangkara No. 3-5 Wonosobo
174	PT.Bhima Karya	Jl.A.Yani No.30 A Wonosobo
175	PT.Intan sari Gemilang Jaya	Jl. Jenderal A.yani No. 98 Wonosobo
176	CV.Duta Parahyangan Albasy	Manggis baru 01/09 Mudal Mojotengah
177	PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. (1465 DIENG/F)	Jl.Dieng Km 7 Rt. 02 Rw. 06 Kel Blederan
178	PT.Bank Internasional Indonesia Tbk	Jl.Jendral A.Yani No. 104 Wonosobo
179	PT.Bank Mandiri (Persero) Tbk.Kcp kaliwiro	Jln Kyai Ndoplak 01/05 Lemponsari Kaliwiro
180	PT.Bank Mandiri (Persero) Tbk.Kcp Sapuran	Sapuran ,Wonosobo.
181	PT.Gasindo	Jl.Dieng No,31 Bugangan Wonosobo
182	PT.Dakota Buana Semesta	Jl.A.Yani 1 Groser Sapen Block C No.03
183	PT.Federal International Finance	JL A Yani No 135 Wsb (0286) 324041
184	PT. MNC Sky Vision	JL.A.Yani No.104C Wonoosbo (0286-322989)
185	PT.Puri Asri Bhakti Karya	Jl.hang Tuah No.45-47 Kebayorab Baru Jakarta
186	PT.BPD Jateng Cp.Kaliwiro	Jl. Selomanik Kaliwiro Wonosobo
187	PT.Muhandas Permata Sarana	Jl.Brotojoyo Barat 1 No.18 Semarangt
188	CV.Berkah Mulia Abadi	Jln. Lingkar Utara Larangan Rt 07 Rw 04 Bomerto
189	PT.Inti Panel Kayu Sejahtera	Jl.Purworejo Km.13 Sedayu Sapuran Wonosobo
190	CV.Otokis	Jl.Banyumas Km.1,5 Kaierang Selomerto Wonosobo
191	CV.Trio Jaya	Jl.A.Yani No.112 Wonosobo
192	PT.Dana Dipa Jaya	Jl.abdul Rahman Wahid Wonosobo
193	Koperasi Utama Karya (KSP)	Jl.Wonosobo Kertek Sidomukti Kertek WSB
194	Bank Mandiri Kertek	Jl. Parakan 127 Kertek Wonosobo
195	Klinik Prodia	Jl.Kauman No.15 Wonosobo
196	PT.Magelang Putra Jaya (Suzuki)	Jl.S.Parman No. 17 Wonosobo
197	UD.Lintang Guatama Jaya	Jl.lingkar Utara Bomerto Wonosobo
198	PT.Bank Mayapada International	Jl.Rsu No. 9A Wonosobo 56311 Tlp 0286 3325713
199	CV.Putra Cipta Sejati	Kemiri Wringinanom Wonosobo
200	PT.Sumber Alfaria Trijaya Tbk	Jl.Manggis Lama Rt. 03 Rw 08 Kel. Mudal
201	PT.Sumber Alfaria Trijaya/Tbk	Jln. Raya Kalibeber Kel Kalibeber Kec. Mojotengah
202	PT.Sumber Alfaria Trijaya/Tbk (Wadaslintang/F )	Dusun Jebengan Rt. 011 Rw. 003 Desa Trimulyo
203	PT.Sumber Alfaria Trijaya, Tbk	Jl. Sarwo Edhi Wibowo Km 20 Pecekalan Sapuran
204	PT.Suma Jaya	Perum Candi Bugang Blok A No.3A
205	CV.Sinar Jaya Abadi	Jl.Raya Wonosobo Kertek Km. 6 Ngadikusuman
206	Kospin Jasa Cabang Wonosobo	Jl.A.Yani No. 101 Wonosobo
207	SPBU Mekar	Sapuran ,Wonosobo.
208	PT.Jio Mandiri	Andongsili
209	PT.Bank Bukopin Cabang Wonosobo	Jl.Tentara Pelajar No. 32 Wonosobo
210	CV.Trio Utama	Jl.Tirta Bumi Jaraksari Mekarsari Wonosobo
211	Mickey Mouse Swalayan	Jl.Jend A Yani No. 29 Wonosobo.
212	PT. Tri Daya Dimensi Indonesia	Jln A Yani No. 104 C wonosobo
213	PT. Mandala Multifinance, Tbk.	Jln. Raya Dieng No. 19 Kalianget 56319 Wonosobo
214	PT. Bank Tabungan Pensiun Nasional Syariah	Jln. Bambang Sugeng Blok A-1 No. 8 Pager Kuku
215	PT. BPR Artha Mertoyudan	Jln. Angkatan 45 No 21 Wonosobo
216	PT. Nayaka Kalyana	Jln. Tumenggung Kertonegoro Km. 02
217	PT. Er Be Es Selo Perkasa	Jln. Diwek Rt. 020 Rw. 006 Ds. Selomanik Kaliwiro
218	PT.Sumber Alfaria Trijaya Tbk (GARUNG)	Jl. Raya dieng Km 11 Rt. 01 Rw. 01 Kec. Garung
219	PT.Sumber Alfaria Trijaya/Tbk	Jln. Banyumas Km. 04 Rt. 01 Rw. 01 Kel. Kalierang
220	PT Estafet Dwi Masa (SPBU 44.563.08) Sidojoyo	Jl.Mayjend Bambang Sugeng Km. 1 Sidojoyo
221	CV. Mekar Abadi Garmen	Jl. Raya Sapuran Wonosobo
222	Front One	Jl. A. Yani Wonosobo
223	Multi Energi Biomassa	Jl. Raya Banyumas Wonosobo
224	PT. Global	Jl. Raya Banyumas Wonosobo
225	dafam hotel	Jl. Dieng Argopeni Wonosobo
226	CV. Ipa Abong	Jl. Lingkar Utara Andongsili Wonosobo
227	Cabin Tanjung Hotel	Jl. Raya Banyumas Wonosobo
228	Klinik An Nur	Jl. Raya Dieng Bugangan Wonosobo
229	PT. Cooling Share Trading	Jl. Raya Banyumas Wonosobo
230	PT. Aswaja Sarijawa Dwipa	Jl. T. Jogonegoro Wonosobo
231	CV. Sari Agus	Jl. Raya Pingit Km. 6 Sawangan, Leksono, Wonosobo

Tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* merupakan suatu kewajiban bagi perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, namun di Kabupaten Wonosobo, berdasarkan data tersebut di atas, perusahaan-perusahaan yang tidak bergerak di bidang sumber daya alam juga telah melaksanakan kegiatan yang merupakan perwujudan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan atau *corporate social responsibility* dengan prinsip kesukarelaan.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, identifikasi masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Kegiatan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* sudah mulai disadari oleh perusahaan-perusahaan di Kabupaten Wonosobo. Di lain pihak, perlu dibangkitkan kesadaran untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan atau *corporate social responsibility* untuk mendukung program-program daerah dalam rangka mewujudkan kesejahteraan bersama.
2. Kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan atau *corporate social responsibility* dilaksanakan di Kabupaten Wonosobo ada yang sudah terkoordinasi dan ada yang dilaksanakan secara *intern* oleh perusahaan, sehingga dipandang perlu adanya suatu koordinasi yang baik oleh Pemerintah Daerah yang pelaksanaan programnya diselaraskan dengan program-program Pemerintah Daerah Kabupaten Wonosobo sehingga lebih tepat sasaran.
3. Belum ada Peraturan Daerah sebagai payung hukum untuk mengelola Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*.
4. Untuk meningkatkan peran serta perusahaan dalam mendukung pembangunan di Kabupaten Wonosobo dan memaksimalkan pertanggungjawaban sosial perusahaan, maka Pemerintah Daerah dan DPRD, sebagai penyelenggara pemerintahan daerah, perlu membentuk Rancangan Peraturan Daerah yang mengatur tentang *Corporate Social Responsibility* sebagai dasar hukum bagi pengelolaan segenap potensi *Corporate Social Responsibility*.

### **C. Tujuan dan Kegunaan Kegiatan Penyusunan Naskah Akademik**

Sesuai dengan ruang lingkup identifikasi masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan dan kegunaan penyusunan Naskah Akademik dirumuskan sebagai berikut:

1. Bertujuan untuk memberikan latar belakang, arahan dan dukungan dalam perumusan pengaturan tentang *Corporate Social Responsibility*.
2. Berguna sebagai acuan atau referensi dalam penyusunan dan pembahasan Rancangan Peraturan Daerah tentang *Corporate Social Responsibility*, dengan memberikan uraian tentang aspek pengaturan *Corporate Social Responsibility* dengan segala dimensinya.

### **D. Metode**

Penyusunan Naskah Akademik ini, menggunakan Metode Penelitian Hukum, baik melalui metode yuridis normatif, maupun melalui metode empiris, dan metode penelitian sosial dengan metode survei, yaitu:

1. Metode yuridis normatif, dilakukan melalui studi pustaka, yang menelaah (terutama) data sekunder yang berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility*.
2. Metode yuridis empiris, atau *sociolegal* adalah penelitian yang diawali penelitian normatif, yang dilanjutkan dengan observasi yang mendalam untuk mendapatkan data non hukum yang terkait.
3. Metode survei, adalah metode penelitian yang digunakan untuk mencari keterangan secara faktual. Dengan metode ini, dapat membahas dan menganalisis suatu permasalahan yang erat hubungannya dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*.

## BAB II

### KAJIAN TEORETIS DAN PRAKTIK EMPIRIS

#### A. Kajian Teoretis

##### 1. *Corporate Sosial Responsibility (CSR) Pada Umumnya*

###### a. *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)*

Perusahaan merupakan salah satu sendi kehidupan masyarakat modern, karena perusahaan merupakan salah satu pusat kegiatan manusia guna memenuhi kehidupannya. Selain itu, perusahaan juga sebagai salah satu sumber pendapatan negara melalui pajak dan wadah tenaga kerja. Menurut Dwi Tuti Muryati, perusahaan merupakan lembaga yang secara sadar didirikan untuk melakukan kegiatan yang terus-menerus untuk mendayagunakan sumber daya alam dan sumber daya manusia sehingga menjadi barang dan jasa yang bermanfaat secara ekonomis.<sup>15</sup>

Menurut Sri Rejeki Hartono, aktifitas menjalankan perusahaan adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara terus-menerus dalam pengertian yang tidak terputus-putus, kegiatan tersebut dilakukan secara terang-terangan dalam pengertian sah/legal, dan dalam rangka untuk memperoleh keuntungan, baik untuk diri sendiri maupun orang lain.<sup>16</sup>

Zaeni Asyhadie mengutip beberapa pendapat ahli mengenai pengertian perusahaan, sebagai berikut:

Menurut Menteri Kehakiman Nederland (*Minister van Justitie Nederland*) dalam memori jawaban kepada parlemen menafsirkan pengertian perusahaan sebagai berikut: "Barulah dapat dikatakan adanya perusahaan apabila pihak yang berkepentingan bertindak secara tidak terputus-putus, terang-terangan, serta di dalam kedudukan tertentu untuk memperoleh laba bagi dirinya sendiri.

Menurut Molengraaf pengertian perusahaan sebagai berikut: Barulah dapat dikatakan adanya perusahaan bila secara terus-menerus bertindak keluar untuk memperoleh penghasilan dengan mempergunakan atau menyerahkan barang-barang atau mengadakan perjanjian perdagangan.

---

<sup>15</sup> Dwi Tuti Mulyati. 2007. *Tanggungjawab Sosial Perusahaan Dalam Kaitannya Dengan Kebijakan Lingkungan Hidup*, Jurnal Law Reform, Pembaharuan Hukum, volume 3/No. 1 Februari 2007, Program Megister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro. Semarang. hlm. 30

<sup>16</sup> Sri Rejeki Hartono. 2007. *Hukum Ekonomi Indonesia*, Bayu Media. Malang. hlm. 15.

Sementara Polak menambahkan pengertian perusahaan sebagai berikut: Suatu perusahaan mempunyai ”*keharusan melakukan pembukuan*”. Secara jelas pengertian perusahaan ini dijumpai dalam pasal Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan yang dinyatakan sebagai berikut: Perusahaan adalah setiap bentuk badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus-menerus, didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah negara Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan/laba.<sup>17</sup>

Dari pengertian-pengertian diatas, ada dua unsur pokok yang terkandung dalam suatu perusahaan, yaitu:

- 1) bentuk badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha baik berupa suatu persekutuan atau badan usaha yang didirikan, bekerja dan berkedudukan di Indonesia.
- 2) jenis usaha yang berupa kegiatan dalam bidang bisnis, yang dijalankan secara terus-menerus untuk mencari keuntungan.<sup>18</sup>

Dengan demikian suatu perusahaan harus mempunyai unsur-unsur di antaranya:

- 1) Terus-menerus atau tidak terputus-putus;
- 2) Secara terang-terangan (karena berhubungan dengan pihak ketiga);
- 3) Dalam kualitas tertentu (karena dalam lapangan perniagaan);
- 4) Mengadakan perjanjian perdagangan;
- 5) Harus bermaksud memperoleh laba;

Unsur-unsur perusahaan sebagaimana dikemukakan diatas, dapat dirumuskan bahwa suatu perusahaan adalah setiap badan usaha yang menjalankan kegiatan dalam bidang perekonomian secara terus-menerus, bersifat tetap, dan terang-terangan dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba yang dibuktikan dengan pembukuan. Hubungan ideal antara bisnis dengan masyarakat menjadi suatu masalah perdebatan (*a matter of debate*).

Tanggungjawab sosial merupakan suatu ide bahwa bisnis memiliki tanggungjawab tertentu kepada masyarakat selain mencari keuntungan (*the pursuit of profits*). Baru-baru ini istilah CSR mencakup pengertian yang lebih luas, menuju *Social Responsibility* dan *Social Leadership*. Tanggungjawab sosial dapat pula diartikan sebagai berikut:

---

<sup>17</sup> Zaeni Asyhadie. 2001. *Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Raja Grafindo Persada. Jakarta. hlm.33-34

<sup>18</sup> *Ibid.* hlm. 34

Merupakan kewajiban perusahaan untuk merumuskan kebijakan, mengambil keputusan, dan melaksanakan tindakan yang memberikan manfaat kepada masyarakat. Atau merupakan kontribusi menyeluruh dari dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari kegiatannya.<sup>19</sup>

Penerapan CSR saat ini berkembang pesat, termasuk termasuk CSR kini dianggap sebagai peluang untuk meningkatkan daya saing serta sebagai bagian dari pengelolaan resiko menuju *sustainability* dari kegiatan usahanya.

CSR di Indonesia baru dimulai pada awal tahun 2000. Namun, kegiatan yang esensi dasarnya sama telah berjalan sejak tahun 1970-an dengan tingkat yang bervariasi, mulai dari bentuk yang sederhana seperti donasi sampai pada bentuk yang komperensif seperti membangun sekolah.

Mengingat CSR bersifat *intagible* (kasat mata), maka sulit dilakukan pengukuran tingkat keberhasilan yang telah dicapai. Oleh karena itu, diperlukan berbagai pendekatan kuantitatif dengan menggunakan triple bottom line atau lebih dikenal secara *sustainability-reporting*. Dari sisi ekonomi, penggunaan sumber daya alam dihitung dengan akuntansi sumber daya alam, sedangkan pengeluaran dan penghematan biaya lingkungan dapat dihitung engan menggunakan akuntansi lingkungan. Salah satu alat ukur yang dipakai disebut Proper. Inilah awal dari pengukuran penerapan CSR dari aspek sosial dan lingkungan-*sustainability-reporting*.

Pembangunan adalah apabila dapat memenuhi kebutuhan saat ini. Dengan mengusahakan berkelanjutan pemenuhan kebutuhan bagi hubungan antar generasi, artinya untuk memberikan kesempatan kepada generasi selanjutnya,. Hal ini mengisyaratkan adanya adanya suatu ahli teknologi bagi hubungan antar generasi, artinya untuk memberi kesempatan kepada generasi selanjutnya dalam memenuhi kebutuhannya. Penerapan pembangunan seperti itu harus didukung oleh aspek sosial-sustainability, yang berhubungan dengan lingkungan. Hal ini harus disosialisasikan oleh para pelaksana pembangunan di Indonesia dan harus diterapkan kepada setiap manusia pelaksana kegiatan pembangunan tersebut. *Social-sustansibility* itu terdiri dari tiga aspek yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. Untuk pelaksanaannya adalah

---

<sup>19</sup> Amin Widjaja Tunggal. 2008. *Corporate Social Responcibility*. Harvindo. Jakarta. hlm. 61

human-sustainability yaitu peningkatan kualitas manusia secara etika seperti pendidikan, kesehatan, rasa empati, saling menghargai dan kenyamanan yang terangkum dalam tiga kapasitas yaitu spiritual, emosional, dan intelektual.

Pembangunan di bidang ekonomi, lingkungan dan sosial dapat dilakukan oleh korporasi yang mempunyai kebudayaan perusahaan sebagai suatu bentuk tanggungjawab social perusahaan (*CSR*). *CSR* dapat dipahami sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersama dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan komunitas secara lebih luas.

Secara umum, *CSR* merupakan peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota komunitas untuk dapatanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memelihara, atau dengan kalta lain merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada suatu komunitas, atau merupakan suatu proses yang penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholders*, dan penanaman modal) maupun eksternal kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota komunitas, kelompok komunitas sipil dan perusahaan lain).

Jadi, tanggungjawabperusahaan secara sosial tidak hanya terbatas pada konsep pemberian donor saja, tetapi konsepnya sangat luasdan tidak bersifat statis dan pasif dan statis, hanya dikeluarkan dari perusahaan akan tetapi hak dan kwajibanyang dimiliki bersama antara *stakeholders*. Konsep *CSR* melibatkan tanggungjawab kemitraan antara pemerinta, lembaga, sumberdaya komunitas, juga komunitas lokal (setempat). Kemitraan ini tidaklah bersifat pasif atau statis. Kemitaraan ini merupakan tanggungjawab bersama secara sosial antara *stakeholders*.

Konsep kedermawanan perusahaan (*Corporate Philantrophy/CP*) dalam tanggungjawab sosial tidaklah lagi memadai karena konsep tersebut tidaklah melibatkan kemitraan tanggungjawab perusahaan secara sosial dengan *stakeholders* lainnya. Tanggungjawab sosial perusahaan (*CSR*) pada dasarnya juga terkait dengan budaya perusahaan (*Corporate Culture/CC*) yang ada dipengaruhi oleh etika

perusahaan yang bersangkutan. Budaya perusahaan terbentuk dari para individu sebagai anggota perusahaan yang bersangkutan dan biasanya dibentuk oleh sistem dalam perusahaan. Sistem perusahaan khususnya alur dominasi para pemimpin memegang peranan penting dalam pembentukan budaya perusahaan, pemimpin perusahaan dengan motifasi yang kuat dalam etikanya yang mengarah pada kemanusiaan akan dapat memberikan nuansa budaya perusahaan secara keseluruhan. Seiring waktu berlalu, *Corporate Philantropy* (CP) kemudian berkembang menjadi CSR. CSR berbeda dengan *philantropy* dari dimensi ketrelibatan si pemberi dana dalam aktifitas yang dilakukannya.

Kegiatan CSR seringkali dilakukan sendiri oleh perusahaan, atau dengan melibatkan pihak ketiga (misalnya yayasan atau lembaga swadaya masyarakat) sebagai penyelenggara kegiatan tersebut. Yang jelas, melalui CSR perusahaan jauh lebih terlibat dan terhubung dengan pihak penerima (*beneficiaries*) dalam aktivitas sosial dibandingkan dengan CP. Aktivitas sosial yang dilakukan melalui CSR pun jauh lebih beragam. Hills dan Gibbon berpendapat bahwa perusahaan harus bergeser dari pemahaman CP dan CSR menuju *Corporate Soscial Leadership* (CSL), atau kepemimpinan sosial perusahaan. CSL menaungi sebuah jalan menuju solusi win-win antara masyarakat dan perusahaan dalam sebuah bentuk partnership.

CSL menuntut perubahan cara pandang pelaku bisnis diminta untuk memandang aktivitas usaha yang mereka lakukan sebagai bagian dari eksistensi mereka ditengah-tengah masyarakat. Oleh karena itu, dalam CSL perusahaan tidak lagi hanya sekedar melakukan tanggungjawab (*doing the right thing*) tetapi juga menjadi pemimpin dalam perubahan sosial yang tengah berlangsung (*making things right*). Pergeseran paradigma dalam hubungan antara sektor privat (perusahaan) dan sektor publik (masyarakat) ini tentunya memberikan peluang yang tersendiri untuk membantu menyelesaikan masalah-masalah global yang simpul-simpulnya dapat diperhatikan didalam delapan poin *Milinium Development Global* (MDG).

Ada beberapa hal yang harus dipenuhi oleh sebuah aktivitas CSL perusahaan. **Pertama**, komitmen dan perubahan paradigma. Perusahaan harus menyadari bahwa entitas bisnis adalah juga merupakan bagian integral dari komunitas global. Ada aspek moral universal yang menaungi baik individu, masyarakat pemerintah, maupun kalangan bisnis dalam berperilaku di dunia ini. Bahwa pada kenyataannya mereka tidak boleh saling merugikan satu dengan yang lainnya adalah sebuah kenyataan moral yang tidak dapat disangkal.

*Kedua*, dalam merancang aktivitas CSL perusahaan harus memperhatikan beberapa hal esensial yang seringkali tidak diperhatikan dalam CP maupun CSR: program-program sosial yang disusun harus beriringan dengan bidang usaha yang bersangkutan. Misalnya, perusahaan jasa komunikasi tidak diajarkan untuk menembangkan aktivitas sosial yang jauh dari core business yang bersangkutan. Dengan mengembangkan aktivitas yang beriringan dengan bidang usaha yang bersangkutan, perusahaan tidak perlu secara khusus mengalokasikan dana yang besar, seperti halnya pada aktivitas CP dan CSR.

Perusahaan cukup menggerakkan resources yang ada dan yang tengah berjalan. Hal ini membuka peluang bagi usaha menengah dan kecil untuk juga secara aktif menyelenggarakan program-program CSL. Ketiga, dampak positif yang dibawa oleh aktivitas CSL harus selalu bersifat berkelanjutan (*sustainable*). Maksudnya adalah bahwa aktivitas CSL harus selalu dirancang untuk mendorong kemandirian dan keberdayaan masyarakat (*community outreach*). Oleh karena itu, program CSL harus terukur dan berada dalam kerangka waktu tertentu. Ini untuk menjamin dampak positif dari kegiatan *community outreach* yang dilakukan dapat terus terasa di tengah-tengah masyarakat sekalipun perusahaan sudah tidak lagi secara aktif terlibat di komunitas yang bersangkutan.

Pendukung konsep tanggungjawab sosial (*social responsibility*) memberi argumentasi bahwa suatu perusahaan mempunyai kewajiban terhadap masyarakat selain mencari keuntungan. Ada berapa definisi tentang definisi CSR, yang pada dasarnya adalah etika dan tindakan untuk turut berperan dalam keberlanjutan ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan. Hopkin memberikan definisi CSR sebagai etika memperlakukan *stakeholders* dan bumi. *The Conadin Business for Social Responsibility-CSR*. *The European Commission* menyebutkan CSR adalah konsep perusahaan yang mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan ke dalam operasi bisnis serta interaksinya dengan *stakeholders* secara suka rela.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> H.A.M. Hardiansyah. 2007. *CSR dan Modal Sosial Untuk Membangun Sinergi Kemitraan Bagi Upaya Pengentasan Kemiskinan*. Makalah disampaikan pada Seminar & TalkShow CSR 2007 ” Menuju Pembangunan Berkelanjutan, Tantangan, dan Harapan”, Jum’at 10 Agustus 2007.

Menurut WBCD, CSR adalah komitmen perusahaan yang berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan pekerja dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas guna meningkatkan kualitas hidupnya. Departemen Sosial mendefinisikan CSR sebagai komitmen dan kemampuan dunia usaha untuk melaksanakan kewajiban sosial terhadap lingkungan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menjaga keseimbangan hidup ekosistem disekelilingnya. Definisi dari Corporate Social Responsibility (CSR) itu sendiri telah dikemukakan oleh banyak pakar. Diantaranya adalah definisi yang dikembangkan oleh Magnan & Ferrel (2004) yang mendefinisikan CSR sebagai "*A business acts in socially responsible manner when its decision and account for and balance diverse stake holder interest*"<sup>21</sup>

Pada hakekatnya setiap orang, kelompok dan organisasi mempunyai tanggungjawab sosial (*social responsibility*) pada lingkungannya. Tanggungjawab sosial seorang atau organisasi adalah etika dan kemampuan berbuat baik pada lingkungan sosial hidup berdasarkan aturan, nilai dan kebutuhan masyarakat. Berbuat baik atau kebajikan merupakan bagian dari kehidupan sosial. Dan segi kecerdasan, berbuat kebajikan adalah salah satu unsur kecerdasan spiritual.<sup>22</sup>

Sementara dalam konteks perusahaan, tanggungjawab sosial itu disebut tanggungjawab sosial perusahaan. Howard Rothmann Bowen mengagas istilah CSR pada tahun 1953 dalam tulisannya berjudul *Social Responsibility of the Businessman*. CSR berakar dari etika yang berlaku di perusahaan dan di masyarakat. Etika yang dianut oleh perusahaan merupakan bagian dari budaya perusahaan (*corporate culture*); dan etika yang dianut oleh masyarakat merupakan bagian dari budaya masyarakat.<sup>23</sup>

Definisi CSR itu sendiri telah dikemukakan oleh banyak pakar. Diantaranya adalah definisi yang dikemukakan oleh Magnan dan Ferrel yang mendefinisikan CSR sebagai "*A business acts in socially responsible manner when its decision and account for and balance diverse stake holder interest*". Definisi ini menekankan kepada perlunya memberikan perintah secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholders* yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang ambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggungjawab.

<sup>21</sup> A.B. Susanto. 2002. *Corporate Greening*, Majalah Ozon, Edisi No. 2 Oktober 2002. hlm. 21

<sup>22</sup> *Ibid.*

<sup>23</sup> H.A.M. Hardiansyah. 2007. *Op. Cit.* tanpa halaman.

Sedangkan komisi Eropa membuat definisi yang lebih praktis, yang pada gilirannya bagaimana perusahaan secara sukarela memberi kontribusi bagi terbentuknya masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih. Sedangkan Elkington mengemukakan bahwa sebuah perusahaan yang menunjukkan tanggungjawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan (*profit*); masyarakat, khususnya sekitar (*people*); serta lingkungan hidup (planet bumi).<sup>24</sup>

#### **b. Wacana CSR dari Berbagai Perspektif**

Perkembangan wacana dan praktik CSR di Indonesia memang sangat menggembirakan. Dari sebuah konsep asing, CSR kini menjadi konsep yang banyak sekali diperbincangkan, diperdebatkan dan digunakan untuk melabel banyak aktivitas. Tentu saja, hal tersebut sangat patut disukuri. Hanya saja, karena tidak cukup banyak pihak yang menekuni wacana CSR sebagaimana yang termuat dalam berbagai literatur di negara-negara maju, maka banyak kesalahan umum yang kerap ditemui kalau kita benar-benar memperhatikan bagaimana kini CSR digunakan. Kesalahan umum yang kerap ditemui tersebut adalah:

##### **1) CD adalah CSR**

Kesalahan paling umum dijumpai mungkin adalah menyamakan CD (*community development* atau pengembangan masyarakat) dengan CSR. Pengembangan masyarakat sebetulnya adalah upaya sistematis untuk meningkatkan kekuatan kelompok-kelompok masyarakat yang kurang beruntung (*disadvantaged groups*) agar menjadi lebih dekat kepada kemandirian. Jadi, CD sangatlah menasar kelompok masyarakat yang spesifik, yaitu mereka yang mengalami masalah.

Perusahaan jelas punya kepentingan besar untuk melakukan CD, karena kelompok ini adalah yang paling rentan terhadap dampak negatif operasi, sekaligus paling jauh aksesnya dari dampak positifnya. Kalau tidak secara khusus perusahaan membuat kelompok ini menjadi sasaran, maka ketimpangan akan semakin terjadi dan disharmoni hubungan pasti akan terjadi suatu saat. Hanya saja, menyamakan CD dengan CSR adalah kesalahan besar. CD hanyalah bagian

---

<sup>24</sup> *Ibid.*

kecil dari CSR. CSR punya cakupan yang sangat luas, yaitu terhadap seluruh pemangku kepentingan. Bandingkan dengan CD yang menysasar kelompok kepentingan sangat spesifik, yaitu kelompok masyarakat rentan. Di masyarakat sendiri, ada berbagai pemangku kepentingan di luar mereka yang rentan, belum lagi organisasi masyarakat sipil, kelompok bisnis maupun lembaga-lembaga pemerintah.

Dapat disimpulkan bahwa CD adalah bagian dari CSR, dan boleh jadi salah satu yang sangat penting mengingat di Indonesia kelompok masyarakat rentan jumlahnya masih sangat besar. Mereka benar-benar membutuhkan perhatian perusahaan.

## **2) Amal sama dengan CSR**

Menyamakan tindakan karitatif/amal dengan CSR juga kini banyak dilakukan, baik oleh perusahaan maupun media massa. Banjir besar yang baru saja melanda Jakarta atau kejadian-kejadian bencana alam telah membuat iklan mengenai “CSR” menjamur di media massa. Padahal, yang dilakukan oleh sebagian besar perusahaan itu adalah tindakan karitatif belaka, yaitu membantu pihak lain agar penderitaan mereka berkurang. Tidak ada yang salah dengan tindakan mulia tersebut, namun menyamakannya dengan CSR tentu saja salah.

Nama generik untuk tindakan membantu sesama manusia adalah filantropi, yang kerap juga dilakukan oleh perusahaan. Pada kondisi yang lebih maju, yaitu dengan pertimbangan kegunaan optimum dan dampak terbesar terhadap reputasi perusahaan pemberi, tindakan filantropi itu diberi nama filantropi strategis. Melihat sejarahnya, tindakan sosial perusahaan banyak dimulai dari filantropi, kemudian menjadi filantropi strategis, baru kemudian CSR. Tentu saja, banyak juga percabangan lain yang tidak mengikuti alur tersebut. Yang mau ditegaskan adalah bahwa tindakan karitatif merupakan bentuk “primitif” dari tindakan sosial perusahaan yang hingga kini masih penting, dan akan terus penting, dilakukan, namun kini sudah dianggap tidak lagi mencukupi. Hal ini berhubungan dengan pembangunan berkelanjutan.

### 3) **CSR harus menonjolkan aspek sosial**

Banyak perusahaan juga pengamat yang menekankan CSR pada aspek sosial semata. Mereka mengira bahwa karena S yang berada di tengah C dan R merupakan singkatan dari *social*, maka aspek sosial di dalam CSR haruslah yang paling menonjol, kalau bukan satu-satunya. Padahal, sebagian besar literatur mengenai CSR sekarang sudah bersepakat bahwa CSR mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Ini terutama terjadi setelah pembangunan berkelanjutan menjadi arus utama berpikir, walau hingga kini belum juga jadi arus utama bertindak. Pembangunan berkelanjutan yang didefinisikan sebagai pembangunan yang memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhannya secara sangat tegas menyatakan pentingnya keseimbangan dalam tiga aspek tersebut.

### 4) **Organisasi CSR hanya tempelan**

Banyak perusahaan yang mula-mula mengadopsi CSR merasa punya kebutuhan untuk membuat struktur baru, yang diberi nama-nama yang berhubungan dengan CSR. Pembuatan organisasi yang khusus sesungguhnya merupakan hal yang sangat menggembirakan, karena itu merupakan bukti komitmen perusahaan untuk menyediakan organisasi khusus, relatif independen dengan sumberdaya manusia yang bekerja secara fokus. Tentu saja, komitmen seperti itu patut diacungi dua jempol. Namun yang kemudian menjadi pertanyaan adalah apakah benar bahwa CSR itu bisa dilaksanakan oleh bagian itu saja, sementara yang lain bisa berpangku tangan.

### 5) **CSR hanya untuk perusahaan besar**

Banyak keengganan perusahaan, atau dalih saja dari mereka yang tak peduli, untuk mengadopsi CSR karena anggapan bahwa CSR adalah untuk perusahaan berskala besar saja. Hal ini boleh jadi merupakan kesalahan besar dari mereka yang membiarkan C di depan SR tetap sebagai singkatan dari *corporate*. Sebagaimana yang banyak diketahui, *corporate* juga *corporation* berarti perusahaan besar. Sementara istilah generik untuk entitas bisnis yang mencari keuntungan, tanpa memerhatikan ukuran, adalah *company*. Karenanya, prihatin dengan ketidaktertarikan perusahaan skala sedang dan kecil pada CSR, serta kerancuan akibat digunakannya "*social*", Edward Freeman dan Ramakhrisna

Velamuri mengusulkan agar CSR diartikan sebagai *company stakeholder responsibility*. Dengan demikian, CSR berarti tanggung jawab perusahaan (apapun ukurannya) terhadap (seluruh) pemangku kepentingan mereka.

**6) Memisahkan CSR dari bisnis inti perusahaan**

Banyak sekali perusahaan yang membuat berbagai program CSR dengan curahan sumberdaya yang sangat besar, namun hingga sekarang belum banyak perusahaan yang membuat program-program yang berkaitan dengan bisnis intinya. Tidak mengherankan kalau kebanyakan program CSR kebanyakan dikotak-kotakkan ke dalam bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, sarana fisik, dsb sementara dampak perusahaan itu sendiri tidaklah diurus secara memadai.

**7) CSR untuk diri sendiri, bukan sepanjang *supply chain***

Kalau sebuah perusahaan beroperasi dalam sebuah rantai produksi yang sangat panjang, apakah layak ia membatasi diri untuk melakukan CSR dalam lingkup perusahaannya saja? Pembatasan ini banyak sekali dilakukan oleh perusahaan. Kilahnya adalah bahwa mereka tidak berhak untuk mencampuri kinerja CSR perusahaan lain. Logika ini jelas tak dapat diterima, karena itu berarti bahwa produknya tidaklah bisa dibuktikan berasal dari seluruh operasi yang berkinerja CSR baik.

**8) Setelah sampai konsumen, tak ada lagi CSR**

Dalam perkembangan awal, seluruh perusahaan membatasi CSRnya sampai di tangan salah satu pemangku kepentingan terpenting: konsumen. Belakangan, setelah sampai tangan konsumen, perusahaan yang bersungguh-sungguh ingin memberikan kepuasan kepada mereka menambahkan *after sales service*. Garansi produk adalah salah satu bentuk dari jasa itu. Kalau konsumen mengajukan keberatan atas mutu produk sampai batas waktu tertentu, pada beberapa kasus ada "*life time guarantee*", maka konsumen berhak atas pengembalian, perbaikan atau penggantian.

**9) CSR cuma tambahan biaya belaka**

Ketika perusahaan mulai mengadopsi CSR, tidak terelakkan adanya penambahan pengeluaran. Ini mungkin penyebab utama keengganan untuk mengadopsi CSR. Banyak pihak yang menyatakan tambahan pengeluaran itu sia-

sia belaka, dan boleh jadi juga bahwa anggapan tersebut memiliki dukungan empiris. Penelitian-penelitian mengenai filantropi perusahaan banyak mendapatkan kenyataan bahwa pengeluaran perusahaan itu benar-benar tidak bias dilacak keuntungannya.

#### 10) CSR adalah pemolesan citra perusahaan

Ketika inisiatif CSR digulirkan, banyak organisasi gerakan sosial yang langsung skeptis dengannya. Menurut mereka, CSR hanya akan menjadi cara baru untuk memoles citra perusahaan. Kalau citra ramah lingkungan yang diinginkan perusahaan, padahal kinerja lingkungannya tidak setinggi pencitraan yang dilakukan, hal itu disebut sebagai *greenwash*. Belakangan juga muncul istilah *bluewash* untuk pemolesan citra sosial. Secara retorik, Craig Bennett dari Friends of The Earth International pernah menyatakan “*For every company that sincerely implements its CSR policies, there are hundreds who greenwash, and for each of these there are hundreds more who don’t even bother with that.*”

#### 11) Menganggap bahwa CSR sepenuhnya voluntari atau sukarela

Apakah konsep tanggung jawab itu adalah sebuah konsep yang benar-benar bisa dilaksanakan dengan sukarela? Tampaknya menyatakan bahwa tanggung jawab itu sukarela adalah *contradictio in terminis* atau keduanya merupakan istilah yang bertentangan. Yang “benar”, tanggung jawab itu wajib dilaksanakan. Namun demikian, harus diakui bahwa di antara kubu pendirian bahwa CSR itu mandatori atau voluntari, kini lebih cenderung pada kemenangan kubu voluntari. Salah satu alasannya adalah bahwa perusahaan-perusahaan memang menginginkan kondisi yang demikian.

#### 12) Mempraktikkan CSR dalam ranah eksternal saja

Banyak kejadian beberapa tahun belakangan ini, ketika perusahaan hendak mulai menerapkan CSRnya banyak pekerjanya bertanya-tanya mengapa mereka merasa menjadi anak tiri. Memang, belakangan banyak sekali perusahaan tiba-tiba mencurahkan uang dalam jumlah yang besar, yang seakan-akan memberi sinyal bahwa kondisi perusahaan sedang sangat membaik. Sayangnya curahan sumberdaya untuk pemangku kepentingan eksternal itu tidak dibarengi dengan curahan yang sama untuk pemangku kepentingan internalnya.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> <http://www.csrindonesia.com>

## 2. CSR Sebagai Kewajiban Perusahaan

### a. Standarisasi Pelaksanaan CSR di Indonesia

Pada tahun 2001, ISO (suatu lembaga internasional dalam perumusan standar atau pedoman) menggagaskan perlunya standar tanggungjawab sosial perusahaan (*CSR standard*).<sup>26</sup> Setelah mengalami diskusi panjang selama hampir 4 tahun tentang gagasan ini, akhirnya Dewan manajemen ISO menetapkan bahwa yang diperlukan adalah Standar Tanggungjawab Sosial atau *Social Responsibility Standard* (ISO, 2005). CSR merupakan salah satu bagian dari SR. Tidak hanya perusahaan yang perlu terpanggil melakukan SR tetapi semua organisasi, termasuk pemerintah dan LSM.<sup>27</sup>

Sejak Januari 2005 dibentuk kelompok kerja ISO 26000 untuk merumuskan *draf Standar SR*. Definisi tanggungjawab Sosial—*Social Responsibility* (SR), berdasarkan dokumen draf dokumen ISO 26000, adalah etika dan tindakan terkait tanggungjawab organisasi yang mempertimbangkan dampak aktivitas organisasi pada berbagai pihak dengan cara-cara yang konsisten dengan kebutuhan masyarakat. *Social Responsibility* (SR) merupakan kepedulian dan tindakan manajemen organisasi pada masyarakat dan lingkungan, disamping harus mentaati aspek legal yang berlaku. ISO 26000 memberikan prinsip-prinsip dasar, isu-isu universal dan kerangka pikir yang menjadi landasan umum bagi penyelenggaraan SR oleh setiap organisasi, tanpa membedakan ukuran dan jenis organisasi. ISO 26000 tidak dimaksudkan untuk menjadi standar sistem manajemen dan tidak untuk sertifikasi perusahaan. ISO 26000 juga tidak dimaksudkan untuk menggantikan konsensus internasional yang sudah ada, tetapi untuk melengkapi dan memperkuat berbagai konsensus internasional, misalnya tentang lingkungan, hak azasi manusia, perlindungan pekerja, MDGs, dan lain sebagainya. Prinsip Penyelenggaraan SR antara lain terkait dengan pembangunan berkelanjutan, penentuan dan pelipatan *stakeholders*;

---

<sup>26</sup> ISO (*International Organization for Standardization*) sebagai induk organisasi standarisasi internasional, berinisiatif mengundang berbagai pihak untuk membentuk tim (*working group*) yang membidani lahirnya panduan dan standarisasi untuk tanggung jawab sosial yang diberi nama ISO 26000: *Guidance Standard on Social Responsibility*.

<sup>27</sup> H.A.M. Hardiansyah. 2007. *Op. Cit.*

komunikasi kebijakan kinerja SR; penghargaan terhadap nilai-nilai universal, pengintegrasian SR dalam kegiatan normal organisasi. Oleh karena itu, ada tujuh isu utama dalam perumusan ISO 26000 yaitu:

- 1) isu lingkungan;
- 2) isu hak asasi manusia;
- 3) isu praktek ketenaga-kerjaan;
- 4) isu pengelolaan organisasi;
- 5) isu praktik beroperasi yang adil;
- 6) isu hak dan perlindungan konsumen; dan
- 7) isu partisipasi masyarakat.

Dokumen Final ISO 26000 dipublikasi pada awal tahun 2009. Diharapkan keberadaan ISO 26000 akan berdampak positif pada upaya percepatan penanggulangan masalah kemiskinan, masalah pangan dan gizi, masalah kesehatan, masalah pendidikan, dan masalah kesejahteraan sosial.

Penerapan CSR di perusahaan akan menciptakan iklim saling percaya di dalamnya, yang akan menaikkan motivasi dan komitmen karyawan. Pihak konsumen, investor, pemasok, dan *stakeholders* yang lain juga telah terbukti lebih mendukung perusahaan yang dinilai bertanggung jawab sosial, sehingga meningkatkan peluang pasar dan keunggulan kompetitifnya. Dengan segala kelebihan itu, perusahaan yang menerapkan CSR akan menunjukkan kinerja yang lebih baik serta keuntungan dan pertumbuhan yang meningkat.

Memang saat ini belum tersedia formula yang dapat memperlihatkan hubungan praktik CSR terhadap keuntungan perusahaan sehingga banyak kalangan dunia usaha yang bersikap skeptis dan menganggap CSR tidak memberi dampak atas prestasi usaha, karena mereka memandang bahwa CSR hanya merupakan komponen biaya yang mengurangi keuntungan. Praktek CSR akan berdampak positif jika dipandang sebagai investasi jangka panjang, karena dengan melakukan praktek CSR yang berkelanjutan, perusahaan akan mendapat tempat di hati dan ijin operasional dari masyarakat, bahkan mampu memberikan kontribusi bagi pembangunan berkelanjutan.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> A.B. Susanto. 2007. *CSR Dalam Perspektif Ganda*. Harian Bisnis Indonesia, 2 September 2007

Salah satu bentuk dari tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yang sering diterapkan di Indonesia adalah *community development*. Perusahaan yang mengedepankan konsep ini akan lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial-ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat. Rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat.<sup>29</sup>

Kepedulian kepada masyarakat sekitar komunitas dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dimengerti sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. CSR adalah bukan hanya sekedar kegiatan amal, di mana CSR mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibatnya terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan, termasuk lingkungan hidup. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk membuat keseimbangan antara kepentingan beragam pemangku kepentingan eksternal dengan kepentingan pemegang saham, yang merupakan salah satu pemangku kepentingan internal.<sup>30</sup>

Setidaknya ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. **Pertama**, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. **Kedua**, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. **Ketiga**, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> *Ibid*

<sup>30</sup> A.B. Susanto. 2003. *Membumikan Gerakan Hijau*. Majalah Ozon, Edisi No.5 Februari 2003

<sup>31</sup> *Ibid*.

Program yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial di Indonesia dapat digolongkan dalam tiga bentuk, yaitu:

- 1) **Public Relations**  
Usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.
- 2) **Strategi defensif**  
Usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negatif komunitas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan, dan biasanya untuk melawan serangan negatif dari anggapan komunitas. Usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan yang berkembang sebelumnya dengan menggantinya dengan yang baru yang bersifat positif.
- 3) **Kegiatan yang berasal dari visi perusahaan**  
Melakukan program untuk kebutuhan komunitas sekitar perusahaan atau kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil dari perusahaan itu sendiri.<sup>32</sup>

Program pengembangan masyarakat di Indonesia dapat dibagi dalam tiga kategori yaitu:

- 1) *Community Relation*  
Yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Dalam kategori ini, program lebih cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (charity) perusahaan.
- 2) *Community Services*  
Merupakan pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau kepentingan umum. Inti dari kategori ini adalah memberikan kebutuhan yang ada di masyarakat dan pemecahan masalah dilakukan oleh masyarakat sendiri sedangkan perusahaan hanyalah sebagai fasilitator dari pemecahan masalah tersebut.
- 3) *Community Empowering*  
Adalah program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya, seperti pembentukan usaha industri kecil lainnya yang secara alami anggota masyarakat sudah mempunyai pranata pendukungnya dan perusahaan memberikan akses kepada pranata sosial yang ada tersebut agar dapat berlanjut. Dalam kategori ini, sasaran utama adalah kemandirian komunitas.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Himawan Wijanarko. 2005. *Reputasi*, Majalah Trust, 4-10 Juli 2005

<sup>33</sup> *Ibid*

Dari sisi masyarakat, praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Sesungguhnya substansi keberadaan CSR adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerja sama antar stakeholder yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya.

Pada saat ini di Indonesia, praktek CSR belum menjadi perilaku yang umum, namun dalam abad informasi dan teknologi serta adanya desakan globalisasi, maka tuntutan terhadap perusahaan untuk menjalankan CSR semakin besar. Tidak menutup kemungkinan bahwa CSR menjadi kewajiban baru standar bisnis yang harus dipenuhi seperti layaknya standar ISO. Dan diperkirakan pada akhir tahun 2009 mendatang akan diluncurkan *ISO 26000 on Social Responsibility*, sehingga tuntutan dunia usaha menjadi semakin jelas akan pentingnya program CSR dijalankan oleh perusahaan apabila menginginkan keberlanjutan dari perusahaan tersebut.

CSR akan menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merek produk (loyalitas) atau citra perusahaan. Kedua hal tersebut akan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang sulit untuk ditiru oleh para pesaing. Di lain pihak, adanya pertumbuhan keinginan dari konsumen untuk membeli produk berdasarkan kriteria-kriteria berbasis nilai-nilai dan etika akan merubah perilaku konsumen di masa mendatang.

Implementasi kebijakan CSR adalah suatu proses yang terus menerus dan berkelanjutan. Dengan demikian akan tercipta satu ekosistem yang menguntungkan semua pihak (*true win win situation*), konsumen mendapatkan produk unggul yang ramah lingkungan, produsen pun mendapatkan profit yang sesuai yang pada akhirnya akan dikembalikan ke tangan masyarakat secara tidak langsung.

Pelaksanaan CSR di Indonesia sangat tergantung pada pimpinan puncak korporasi. Artinya, kebijakan CSR tidak selalu dijamin selaras dengan visi dan misi korporasi. Jika pimpinan perusahaan memiliki kesadaran moral yang tinggi, besar kemungkinan korporasi tersebut menerapkan kebijakan CSR yang benar. Sebaliknya, jika orientasi pimpinannya hanya berkiblat pada kepentingan kepuasan pemegang saham (produktivitas tinggi, *profit* besar, nilai saham tinggi) serta pencapaian prestasi pribadi, boleh jadi kebijakan CSR hanya sekadar kosmetik.

Sifat CSR yang sukarela, absennya produk hukum yang menunjang dan lemahnya penegakan hukum telah menjadikan Indonesia sebagai negara ideal bagi korporasi yang memang memperlakukan CSR sebagai kosmetik. Yang penting, Laporan Sosial Tahunannya tampil mengkilap, lengkap dengan tampilan foto aktivitas sosial serta dana program pembangunan komunitas yang telah direalisasi. Sekali lagi untuk mencapai keberhasilan dalam melakukan program CSR, diperlukannya komitmen yang kuat, partisipasi aktif, serta ketulusan dari semua pihak yang peduli terhadap program-program CSR. Program CSR menjadi begitu penting karena kewajiban manusia untuk bertanggung jawab atas keutuhan kondisi-kondisi kehidupan umat manusia di masa datang.

Sebagai contoh, terdapat sebuah perusahaan di Indonesia yang menjalankan strategi bisnis dengan konsep 3P yaitu:

*Profit*, memastikan bahwa tetap mampu memenuhi permintaan dengan kualitas tinggi dan biaya murah sebagai sebuah perusahaan internasional yang kompetitif. Konsep kedua yaitu *Planet*, memastikan bahwa pelaksanaan usaha tetap melindungi keanekaragaman hayati dan mengurangi penurunan kualitas lingkungan. Konsep ketiga *People* dengan menyediakan kesempatan untuk ikut serta dalam pengentasan kemiskinan serta menjadi tempat untuk pilihan pekerjaan. Perusahaan tersebut memiliki 6 konsep strategi pelaksanaan CSR yaitu *environment, community empowerment, improving workplace, volunteerism, stakeholders engagement* dan *transparency*.<sup>34</sup>

Penerapan CSR dimulai pada tahun 1993 dimana pelaksanaan program CD dijalankan oleh Public Relations dengan kegiatan yang bersifat insidental dan kedermawanan. Pada 1999 July 2005 kegiatan CD lebih mengarah ke penguatan komunitas di bawah Departemen Community Development yang kemudian didirikan *Community Development Foundation*. Pada November 2005 CSR Department terbentuk dan pada tahun 2007 dibentuk Sustainability Director dan menandatangani *The Global Compact* untuk mendukung terwujudnya tujuan-tujuan *Millenium Development Goals* (MDGs).

Perusahaan tersebut menyimpulkan bahwa melaksanakan bisnis di Indonesia memiliki tantangan yang besar terutama untuk perusahaan extractive. Bisnis bukan hanya dilaksanakan *beyond compliance* tapi harus juga melibatkan stakeholder

---

<sup>34</sup> <http://www.csrindonesia.com>

(*stakeholders engagement*) . Perusahaan tersebut berkomitmen untuk menjalankan usaha dengan mengutamakan prinsip-prinsip *sustainable management*, *Socio-economic contribution* dan *conservation and environmental responsibility*. CSR sebagai core competency dilakukan sebagai sebuah nilai yang dilakukan oleh semua. Salah satu yang dilakukan perusahaan tersebut adalah melakukan *collaborative effort* dengan LSM sebagai usaha untuk mengelola konflik dan isu sosial serta ekonomi yang merupakan tiket untuk melakukan bisnis sehingga bisa menjanjikan bisnis yang berkelanjutan.

Secara singkat CSR dapat diartikan sebagai *tanggung jawab sosial* dan lingkungan perusahaan yang bersifat sukarela. CSR adalah konsep yang mendorong organisasi untuk memiliki tanggung jawab sosial secara seimbang kepada pelanggan, karyawan, masyarakat, lingkungan, dan seluruh stakeholder. Sedangkan program *charity* dan *community development* merupakan bagian dari pelaksanaan CSR.<sup>35</sup>

Dalam praktiknya, memang *charity* dan *community development* dikenal lebih dahulu terkait interaksi perusahaan dengan lingkungan sekitarnya. Serta, kebutuhan perusahaan untuk lebih dapat diterima masyarakat. Sementara itu, lebih jauh CSR dapat dimaknai sebagai komitmen dalam menjalankan bisnis dengan memperhatikan aspek sosial, norma-norma dan etika yang berlaku, bukan saja pada lingkungan sekitar, tapi juga pada lingkup internal dan eksternal yang lebih luas. Tidak hanya itu, CSR dalam jangka panjang memiliki kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan meningkatnya kesejahteraan.

Memang ada pendekatan yang berbeda-beda terhadap ketentuan dan pelaksanaan CSR. Dari sisi pendekatan, misalnya, ada *community based development project* yang lebih mengedepankan pembangunan keterampilan dan kemampuan kelompok masyarakat. Ada pula yang fokus pada penyediaan kebutuhan sarana. Dan, yang paling umum adalah memberikan bantuan sosial secara langsung maupun tidak langsung guna membantu perbaikan kesejahteraan masyarakat, baik karena eksternalitas negatif yang ditimbulkan sendiri maupun yang bertujuan sebagai sumbangan sosial semata.

---

<sup>35</sup> Himawan Wijanarko. 2006. *Filantropi Bukan Deterjen*. Majalah Trust, 11-17 September 2006.

Pada tahun 1990an para aktivis pembangunan melihat persoalan kemiskinan sebagai persoalan ketimpangan dalam sistem politik. Menurut pandangan mereka, kelompok-kelompok seperti komunitas lokal, masyarakat adat, dan buruh tidak mempunyai kesempatan untuk menentukan pembangunan macam apa yang dibutuhkan. Akibatnya, demikian menurut pandangan mereka, pembangunan sering tidak sesuai dengan kebutuhan kelompok masyarakat tersebut dan sering timpang dalam pembagian keuntungan dan resiko.

Jalan keluar yang diusulkan para aktivis pembangunan adalah merubah skema pembangunan menjadi memberi kemungkinan berbagai kelompok melindungi kepentingannya. Kata kuncinya transparansi, partisipasi, dan penguatan kelompok lemah. Pemerintah dan perusahaan dituntut membuat mekanisme untuk berkomunikasi dengan lebih banyak pihak dan memperhatikan kepentingan-kepentingan mereka. Terakhir, harus ada upaya penguatan kelompok masyarakat agar dapat berpartisipasi dengan benar. Ketiga kata kunci diatas pada akhirnya menjadi semacam prinsip yang dianggap seharusnya ada bagi organisasi apapun dalam masyarakat.

CSR secara umum merupakan kontribusi menyeluruh dari dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari kegiatannya. Sebagai salah satu pendekatan sukarela yang berada pada tingkat *beyond compliance*, penerapan CSR saat ini berkembang pesat termasuk di Indonesia, sebagai respon dunia usaha yang melihat aspek lingkungan dan sosial sebagai peluang untuk meningkatkan daya saing serta sebagai bagian dari pengelolaan risiko, menuju sustainability (keberlanjutan) dari kegiatan usahanya.

Penerapan kegiatan CSR di Indonesia baru dimulai pada awal tahun 2000, walaupun kegiatan dengan esensi dasar yang sama telah berjalan sejak tahun 1970-an, dengan tingkat yang bervariasi, mulai dari yang paling sederhana seperti donasi sampai kepada yang komprehensif seperti terintegrasi ke dalam strategi perusahaan dalam mengoperasikan usahanya. Belakangan melalui Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pemerintah memasukkan pengaturan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan ke dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas.

Pada dasarnya ada beberapa hal yang mendasari pemerintah mengambil kebijakan pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan *Pertama* adalah keprihatinan pemerintah atas praktek korporasi yang mengabaikan aspek sosial lingkungan yang mengakibatkan kerugian di pihak masyarakat. *Kedua* adalah sebagai wujud upaya entitas negara dalam penentuan standard aktivitas sosial lingkungan yang sesuai dengan konteks nasional maupun lokal.<sup>36</sup>

Menurut Endro Sampurno pemahaman yang dimiliki pemerintah mempunyai kecenderungan memaknai CSR semata-mata hanya karena peluang sumberdaya finansial yang dapat segera dicurahkan perusahaan untuk memenuhi kewajiban atas regulasi yang berlaku. Memahami CSR hanya sebatas sumber daya finansial tentunya akan mereduksi arti CSR itu sendiri.<sup>37</sup>

Akibat kebijakan tersebut aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan akan menjadi tanggung jawab legal yang mengabaikan sejumlah prasyarat yang memungkinkan terwujudnya makna dasar CSR tersebut, yakni sebagai pilihan sadar, adanya kebebasan, dan kemauan bertindak. Mewajibkan CSR, apa pun alasannya, jelas memberangus sekaligus ruang-ruang pilihan yang ada, berikut kesempatan masyarakat mengukur derajat pemaknaannya dalam praktik.

Konsekuensi selanjutnya adalah CSR akan bermakna sebatas upaya pencegahan dan dampak negatif keberadaan perusahaan di lingkungan sekitarnya (bergantung pada *core business*-nya masing-masing) padahal melihat perkembangan aktivitas CSR di Indonesia semakin memperlihatkan semakin sinergisnya program CSR dengan beberapa tujuan pemerintah. Terakhir yang mungkin terjadi adalah aktivitas CSR dengan regulasi seperti itu akan mengarahkan program pada formalitas pemenuhan kewajiban dan terkesan basa-basi.

Keluhan hubungan yang tidak harmonis antara perusahaan dan pemangku kepentingannya sesungguhnya sudah terdengar setidaknya dalam dua dekade belakangan. Gerakan sosial Indonesia, khususnya gerakan buruh dan lingkungan, telah menunjuk dengan tepat adanya masalah itu sejak dulu. Namun, tanggapan positif terhadapnya memang baru terjadi belakangan. Di masa lampau, hampir selalu

---

<sup>36</sup> A.B. Susanto. 2001. Paradigma Baru “*Community Development*” Harian Kompas, 22 Mei 2001.

<sup>37</sup> *Ibid.*

keluhan pada kinerja sosial dan lingkungan perusahaan akan membuat mereka yang menyatakannya berhadapan dengan aparat keamanan. Walaupun kini hal tersebut belum menghilang sepenuhnya, tanggapan positif atas keluhan telah lebih banyak terdengar.

Kiranya, disinsentif untuk perusahaan yang berkinerja buruk kini telah banyak tersedia. Gerakan sosial kita tidak kurang memberikan tekanan kepada perusahaan berkinerja buruk. Payahnya, banyak perusahaan juga yang mulai menyadari pentingnya meningkatkan kinerja sosial dan lingkungan ternyata tidak mendapatkan insentif yang memadai dari berbagai pemangku kepentingan. Bahkan mereka yang secara fundamental hendak berubah malah menjadi sasaran tembak. Karena dianggap “melunak”, perusahaan tersebut kerap dianggap sebagai sumber uang yang bisa diambil kapan saja melalui berbagai cara.

Di antara berbagai pemangku kepentingan itu terdapat pemerintah. Selain berbagai perangkat yang diciptakan di tingkat pusat, beberapa pemerintah kabupaten telah membuat berbagai macam forum CSR. Regulasi hubungan industrial juga telah dibuat di beberapa provinsi. Di satu sisi, perkembangan ini cukup menggembirakan karena menunjukkan tumbuhnya pemahaman pemerintah atas potensi kemitraan pembangunan dengan perusahaan. Di sisi lain, terdapat kekhawatiran bahwa pemerintah sedang memindahkan beban pembangunannya ke perusahaan. Berbagai regulasi yang dibuat telah juga menjadi tambahan beban baru bagi perusahaan, alih-alih menjadi insentif bagi mereka yang hendak meningkatkan kinerja CSR-nya.

Secara teoritis telah diungkapkan banyak pakar bahwa pemerintah seharusnya menciptakan prakondisi yang memadai agar perusahaan dapat beroperasi dengan kepastian hukum yang tinggi. Dalam hal ini, berbagai regulasi yang ada tidak hanya berfungsi memberikan batasan kinerja minimal bagi perusahaan, tapi juga memberikan perlindungan penuh bagi mereka yang telah mencapainya. Di luar itu, pemerintah bisa pula membantu perusahaan yang sedang berupaya melampaui standar minimal dengan berbagai cara. Di antaranya dengan memberikan legitimasi, menjadi penghubung yang jujur dengan pemangku kepentingan lain, meningkatkan kepedulian pihak lain atas upaya yang sedang dijalankan perusahaan, serta mencurahkan sumber dayanya untuk bersama-sama mencapai tujuan keberlanjutan.

Mengingat CSR sulit terlihat dengan kasat mata, maka tidak mudah untuk melakukan pengukuran tingkat keberhasilan yang dicapai. Oleh karena itu diperlukan berbagai pendekatan untuk menjadikannya kuantitatif dengan menggunakan pendekatan *Triple Bottom Line* atau *Sustainability Reporting*. Dari sisi ekonomi, penggunaan sumber daya alam dapat dihitung dengan akuntansi sumber daya alam, sedangkan pengeluaran dan penghematan biaya lingkungan dapat dihitung dengan menggunakan akuntansi lingkungan.

Terdapat dua hal yang dapat mendorong perusahaan menerapkan CSR, yaitu bersifat dari luar perusahaan (*external drivers*) dan dari dalam perusahaan (*internal drivers*). Termasuk kategori pendorong dari luar, misalnya adanya regulasi, hukum, dan diwajibkannya analisis mengenai dampak lingkungan (Amdal). Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) telah memberlakukan audit Proper (Program penilaian peningkatan kinerja perusahaan). Pendorong dari dalam perusahaan terutama bersumber dari perilaku manajemen dan pemilik perusahaan (*stakeholders*), termasuk tingkat kepedulian/tanggung jawab perusahaan untuk membangun masyarakat sekitar (*community development responsibility*).

Ada empat manfaat yang diperoleh bagi perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. **Pertama**, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas. **Kedua**, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap kapital (modal). **Ketiga**, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. **Keempat**, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).<sup>38</sup>

Dalam menangani isu-isu sosial, ada dua pendekatan yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu: Responsive CSR dan Strategic CSR. Agenda sosial perusahaan perlu melihat jauh melebihi harapan masyarakat, kepada peluang untuk memperoleh manfaat sosial, ekonomi, dan lingkungan secara bersamaan. Bergeser dari sekadar mengurangi kerusakan menuju penemuan jalan untuk mendukung strategi perusahaan dengan meningkatkan kondisi sosial. Agenda sosial seperti ini harus responsif terhadap pemangku kepentingan.

---

<sup>38</sup> <http://www.csrindonesia.com>

Isu sosial yang mempengaruhi sebuah perusahaan terbagi dalam tiga kategori. Pertama, isu sosial generik, yakni isu sosial yang tidak dipengaruhi secara signifikan oleh operasi perusahaan dan tidak memengaruhi kemampuan perusahaan untuk berkompetisi dalam jangka panjang. Kedua, dampak sosial *value chain*, yakni isu sosial yang secara signifikan dipengaruhi oleh aktivitas normal perusahaan. Ketiga, dimensi sosial dari konteks kompetitif, yakni isu sosial di lingkungan eksternal perusahaan yang secara signifikan mempengaruhi kemampuan berkompetisi perusahaan.

Setiap perusahaan perlu mengklasifikasikan isu sosial ke dalam tiga kategori tersebut untuk setiap unit bisnis dan lokasi utama, kemudian menyusunnya berdasarkan dampak potensial. Isu sosial yang sama bisa masuk dalam kategori yang berbeda, tergantung unit bisnis, industri, dan tempatnya.

Ketegangan yang sering terjadi antara sebuah perusahaan dan komunitas atau masyarakat di sekitar perusahaan berlokasi umumnya muncul lantaran terabaikannya komitmen dan pelaksanaan tanggung jawab sosial tersebut. Perubahan orientasi sosial politik di tanah air dapat memunculkan kembali apresiasi rakyat yang terbagi-bagi dalam wilayah administratif dalam upaya menciptakan kembali akses mereka terhadap sumber daya yang ada di wilayahnya.

Seringkali kepentingan perusahaan diseberangkan dengan kepentingan masyarakat. Sesungguhnya perusahaan dan masyarakat memiliki saling ketergantungan yang tinggi. Saling ketergantungan antara perusahaan dan masyarakat berimplikasi bahwa baik keputusan bisnis dan kebijakan sosial harus mengikuti prinsip berbagi keuntungan, yaitu pilihan-pilihan harus menguntungkan kedua belah pihak.

Saling ketergantungan antara sebuah perusahaan dengan masyarakat memiliki dua bentuk. **Pertama**, *inside-out linkages*, bahwa perusahaan memiliki dampak terhadap masyarakat melalui operasi bisnisnya secara normal. Dalam hal ini perusahaan perlu memerhatikan dampak dari semua aktivitas produksinya, aktivitas pengembangan sumber daya manusia, pemasaran, penjualan, logistik, dan aktivitas lainnya. **Kedua**, *outside-in-linkages*, di mana kondisi sosial eksternal juga memengaruhi perusahaan, menjadi lebih baik atau lebih buruk. Ini meliputi kuantitas

dan kualitas input bisnis yang tersedia-sumber daya manusia, infrastruktur transportasi; peraturan dan insentif yang mengatur kompetisi-seperti kebijakan yang melindungi hak kekayaan intelektual, menjamin transparansi, mencegah korupsi, dan mendorong investasi; besar dan kompleksitas permintaan daerah setempat; ketersediaan industri pendukung di daerah setempat, seperti penyedia jasa dan produsen mesin.<sup>39</sup>

Etika sebagai rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji (*good conduct*) yang harus selalu dipatuhi dan dilaksanakan. Etika di dalam bisnis sudah tentu harus disepakati oleh orang-orang yang berada dalam kelompok bisnis serta kelompok yang terkait lainnya.

Secara umum, prinsip-prinsip yang berlaku dalam bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia, dan prinsip-prinsip ini sangat erat terkait dengan sistem nilai yang dianut oleh masing-masing masyarakat. Prinsip etika bisnis itu sendiri adalah:

- 1) Prinsip otonomi; adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.
- 2) Prinsip kejujuran.
- 3) Prinsip keadilan.
- 4) Prinsip saling menguntungkan (*mutual benefit principle*)
- 5) Prinsip integritas moral; terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan/orang-orangnya maupun perusahaannya.<sup>40</sup>

Bagi masyarakat, praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika ada masyarakat adat/masyarakat lokal, praktek CSR akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut. Agar efektif CSR memerlukan peran *civil society* yang aktif. Setidaknya terdapat tiga wilayah dimana masyarakat dapat menunjukkan perannya yaitu:

---

<sup>39</sup> *Ibid*

<sup>40</sup> Majalah Bisnis Dan CSR, Oktober 2007

- 1) Kampanye melawan korporasi yang melakukan praktik bisnis yang tidak sejalan dengan prinsip CSR lewat berbagai aktivitas lobby dan advokasi.
- 2) Mengembangkan kompetensi untuk meningkatkan kapasitas dan membangun institusi yang terkait dengan CSR
- 3) Mengembangkan inisiatif multi-stakeholder yang melibatkan berbagai elemen dari masyarakat, korporasi dan pemerintah untuk mempromosikan dan meningkatkan kualitas penerapan CSR.<sup>41</sup>

Lewat ISO 26000 terlihat upaya untuk mengakomodir kepentingan semua stakeholder. Dalam hal ini, peran pemerintah menjadi penting. Pemerintah harus punya pemahaman menyeluruh soal CSR agar bisa melindungi kepentingan yang lebih luas, yaitu pembangunan nasional. Jangan lupa, dari kaca mata kepentingan ekonomi pembangunan nasional, sektor bisnis atau perusahaan itu ada untuk pembangunan, bukan sebaliknya. Pemerintah perlu jelas bersikap dalam hal ini. Misalnya, di satu sisi, mendorong agar perusahaan-perusahaan yang sudah tercatat di bursa efek harus melaporkan pelaksanaan CSR kepada publik.

Cakupan dari ISO 26000 ini antara lain untuk membantu organisasi-organisasi menjalankan tanggung jawab sosialnya; memberikan “*practical guidances*” yang berhubungan dengan operasionalisasi tanggung jawab sosial; identifikasi dan pemilihan stakeholders; mempercepat laporan kredibilitas dan klaim mengenai tanggungjawab sosial; untuk menekankan kepada hasil performansi dan peningkatannya; untuk meningkatkan keyakinan dan kepuasan atas konsumen dan stakeholders lainnya; untuk menjadi konsisten dan tidak berkonflik dengan traktat internasional dan standarisasi ISO lainnya; tidak bermaksud mengurangi otoritas pemerintah dalam menjalankan tanggung jawab sosial oleh suatu organisasi; dan, mempromosikan terminologi umum dalam lingkupan tanggung jawab sosial dan semakin memperluas pengetahuan mengenai tanggung jawab sosial.<sup>42</sup>

ISO 26000 sesuatu yang tidak bisa ditawar. Meskipun, dalam rilis yang diambil dari website resmi ISO, standarisasi mengenai Social Responsibility, memang dinyatakan sebagai sesuatu yang tidak wajib, tetap saja ini akan menjadi trend yang akan naik daun di tahun 2009 dan harus dihadapi dengan sungguh-sungguh, jika ingin tetap eksis dalam dunia usaha di Indonesia. ISO 26000 ini bisa dijadikan sebagai rujukan atau pedoman dalam pembentukan pedoman prinsip pelaksanaan CSR di Indonesia.

---

<sup>41</sup> *Ibid.*

<sup>42</sup> A.B. Susanto. 1997. *Manajemen Aktual*. Grasindo. Jakarta. hlm.53

Di sisi lain, pemerintah harus bisa bernegosiasi di level internasional untuk membantu produk Indonesia bisa masuk ke pasar internasional secara *fair*. Misalnya lewat mekanisme WTO. Ini bisa dibarengi dengan upaya pemerintah memberikan bantuan/asistensi pada perusahaan yang belum/menjadi perusahaan publik agar penerapan CSR-nya juga diapresiasi melalui mekanisme selain ISO. Misalnya dengan menciptakan/menerapkan standard nasional CSR yang lebih bottom-up atau insentif tertentu yang bisa meyakinkan pasar internasional untuk menerima produk Indonesia.

Pada saat ini CSR dapat dianggap sebagai investasi masa depan bagi perusahaan. Minat para pemilik modal dalam menanamkan modal di perusahaan yang telah menerapkan CSR lebih besar, dibandingkan dengan yang tidak menerapkan CSR. Melalui program CSR dapat dibangun komunikasi yang efektif dan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya.

#### **b. Program-program CSR**

Belakangan pelaporan mengenai penyelenggaraan CSR mulai menghiiasi media massa. Setidaknya sejak Januari 2007, terdapat dua laporan CSR yang dimuat di harian besar ibukota. Bank Negara Indonesia (BNI) 1946, melaporkan kegiatan CSR-nya kepada khalayak melalui harian Kompas (15/01/07) dengan tajuk "*Dari Masyarakat, Kembali ke Masyarakat*". Disusul oleh Bank Indonesia (BI) mengambil satu halaman penuh harian Tempo (31/01/07) menurunkan laporan kegiatan CSR-nya dengan tajuk: "*CSR=Cara Sejahterakan Rakyat*."<sup>43</sup>

Jika ditelaah lebih tajam laporan CSR BNI 46 dan BI di atas, untuk sementara, wacana terkuat yang berkembang adalah memahami CSR hanya sebagai kegiatan filantropis. Meski ada kesadaran bahwa kegiatan CSR bukan sekadar kegiatan karitatif, menyadari bahwa CSR adalah mencoba berkontribusi pada pembangunan dan pengembangan masyarakat secara berkelanjutan, akan tetapi hal ini agak bertabrakan dengan pilihan program yang diselenggarakannya. Program CSR masih didominasi oleh kegiatan bantuan infrastruktur dan donasi untuk berbagai kegiatan keagamaan, penanggulangan bahaya kesehatan dan bantuan untuk penanganan bencana.

---

<sup>43</sup> <http://www.csrindonesia.com>

Jika pun ada program jangka panjang seperti program pembinaan kualitas pendidikan dan pemeliharaan kesehatan lingkungan, terasa masih rentan dan diragukan keberlanjutannya. Pandangan ini dilatarbelakangi oleh besarnya kecenderungan perusahaan melakukan program CSR-nya sendirian. Belum tampak adanya kesadaran untuk menyelenggarakan kemitraan strategis dengan unsur masyarakat sipil, pemerintah daerah dan sejumlah institusi lain, baik dalam hal kesesuaian dengan perencanaan jangka panjang pembangunan daerah, maupun dalam hal matching resources dengan pelaku bisnis lain dan pemerintah daerah. Pola kerjasama kemitraan jangka panjang ini penting mendapat tekanan karena substansi tanggung jawab kesinambungan kehidupan sosial, ekonomi dan lingkungan merupakan tanggung jawab bersama.

Boleh jadi apa dilaporkan oleh dua institusi perbankan di atas adalah sebuah laporan mengenai keharusan menyelenggarakan program bina lingkungan yang diwajibkan oleh Kementerian BUMN. Jika perspektif ini yang dipegang, maka kegiatan filantropis itu memang sebuah bentuk ketaatan perusahaan pada peraturan negara. Ini merupakan bagian dari kewajiban yang setara dengan kewajiban-kewajiban penyelenggaraan aturan negara lainnya. Lepas dari kepatuhan terhadap peraturan atau diselenggarakan atas motivasi lain, yang jelas dua perusahaan itu memahaminya sebagai sebuah bentuk kegiatan CSR.

Untuk mampu memaksimalkan dampak positif dan meminimumkan dampak negatif kehadiran perusahaan, maka implementasi CSR harus mendukung tujuan-tujuan core business perusahaan. Untuk itu, Philip Kotler dan Nancy Lee, memberikan catatan yang menarik untuk digarisbawahi:

bahwa di dalam suatu perusahaan sekali pun, gagasan dan pelaksanaan CSR itu patut diperjuangkan dan dipasarkan pada staf-staf perusahaan yang lain baik secara horizontal (kepada bagian lain) maupun secara vertikal (kepada bawahan atau atasan).<sup>44</sup>

Sebagai salah satu instrumen untuk mendorong mewujudkan gagasan pemerataan ekonomi, keadilan sosial dan pemeliharaan lingkungan yang berkelanjutan, implementasi CSR merupakan tanggungjawab perusahaan dalam arti menyeluruh. Implementasi yang baik dari instrumen ini membutuhkan

---

<sup>44</sup> <http://www.csrindonesia.com>

penjabaran nilai-nilai etika sosial dan lingkungan lebih jauh dalam organisasi perusahaan. Prasyarat ini, membutuhkan proses yang mungkin tidak singkat dan harus lebih komprehensif dibandingkan apa yang telah diiklankan dalam contoh di atas.

## **B. Praktik Empiris**

Perusahaan-perusahaan yang berada dan kegiatannya beroperasi di Kabupaten Wonosobo masih belum sepenuhnya memberikan perhatian yang nyata untuk kesejahteraan masyarakat di lingkungan sekitarnya. Disamping itu juga kebijakan pemerintah Kabupaten Wonosobo juga masih minim dalam upaya melaksanakan CSR. Salah diantaranya adalah belum memiliki Peraturan Daerah tentang *Corporate Social Responsibility*.

## **C. Kajian terhadap asas/prinsip yang terkait dengan penyusunan norma**

Analisis terhadap penentuan asas-asas ini harus memperhatikan berbagai aspek bidang kehidupan yang terkait dengan peraturan perundang-undangan yang akan dibuat, yang berasal dari hasil penelitian, dalam hal ini yaitu asas-asas yang relevan terhadap CSR, yaitu:

1. kepastian hukum;
2. kepentingan umum;
3. non diskriminasi;
4. kepatuhan pada hukum dan etika bisnis;
5. kebersamaan;
6. partisipatif dan aspiratif;
7. keterbukaan;
8. berkelanjutan;
9. berwawasan lingkungan;
10. kemandirian; dan
11. keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.

**D. Kajian terhadap praktik penyelenggaraan, kondisi yang ada, serta permasalahan yang dihadapi masyarakat**

Sebagai salah satu sistem untuk mensejahterakan masyarakat, CSR kerap sekali menjadi perdebatan, baik di kalangan perusahaan yang memiliki tanggung jawab tersebut, pemerintah daerah dimana perusahaan tersebut berada, dan masyarakat yang mengharapkan manfaat dari CSR tersebut. Perdebatan tersebut terjadi karena dari tiga komponen tersebut, yaitu perusahaan, pemerintah daerah, serta masyarakat masing-masing memiliki sudut pandang, kepentingan dan harapan yang berbeda-beda pula terhadap implementasi dari CSR itu. Dari sudut pandang, kepentingan dan harapan yang berbeda-beda tersebut, agar tidak terjadi konflik diantara para pihak maka dibutuhkan suatu kejelasan/kepastian dalam pengaturan CSR ini.

**E. Kajian terhadap implikasi penerapan sistem baru yang akan diatur dalam Peraturan Daerah terhadap aspek kehidupan masyarakat dan dampaknya terhadap aspek beban keuangan Daerah**

Kajian terhadap implikasi penerapan sistem baru yang akan diatur dalam Rancangan Peraturan Daerah tentang *Corporate Social Responsibility*, dengan materi muatan tentang penguasaan, pemilikan, penemuan, pencarian, perlindungan, pemeliharaan, pengelolaan, pemanfaatan dan pengawasan terhadap *Corporate Social Responsibility*, akan memiliki implikasi, baik terhadap aspek kehidupan masyarakat, maupun terhadap aspek beban keuangan daerah.

**1. Aspek Kehidupan Masyarakat**

Pembentukan Peraturan Daerah tentang *Corporate Social Responsibility* ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan bagi perusahaan untuk meningkatkan kepedulian terhadap derajat kehidupan dan kesejahteraan masyarakat.

Keterlibatan CSR untuk ikut berperan aktif dalam upaya mensejahterakan masyarakat, terlihat dari pengertian CSR itu sendiri, CSR adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

## **2. Aspek Beban Keuangan Daerah**

Penerapan sistem baru, yaitu berkaitan dengan dibentuk dan diberlakukannya Peraturan Daerah, dalam hal ini adalah Peraturan Daerah tentang *Corporate Social Responsibility* membawa konsekuensi pada aspek beban keuangan Daerah. Aspek beban keuangan Daerah tersebut tersebut adalah pada pembiayaan pembuatan Naskah Akademik dan draf Rancangan Peraturan Daerah tentang *Corporate Social Responsibility* sampai dengan pembahasan, diputuskan dan ditetapkan menjadi Peraturan Daerah.

Namun demikian, besarnya biaya penyusunan Rancangan Peraturan Daerah ini akan sebanding dengan manfaat yang diperoleh, yaitu dengan meningkatnya kepedulian dan perhatian perusahaan-perusahaan yang berada di Kabupaten Wonosobo untuk responsif terhadap masyarakat sekitar dalam upaya meningkatkan derajat kehidupan dan kesejahteraan masyarakat.

### **BAB III**

## **EVALUASI DAN ANALISIS PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN TERKAIT**

#### **A. Kondisi Hukum yang Ada**

Industri dan korporasi berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup. Konsep tanggungjawab sosial perusahaan secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan.

Sebagai upaya untuk menegaskan hubungan perusahaan dengan aktifitas perniagaan yang diselenggarakan oleh perusahaan terdapat hubungan timbal-balik antara *personal* perusahaan secara *internal* dan antara *internal* perusahaan dengan masyarakat luar perusahaan. CSR adalah suatu bagian hubungan perniagaan yang melibatkan perusahaan di satu pihak dan masyarakat sebagai lingkungan sosial perusahaan di pihak yang lain. CSR adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat domisili. Secara teoritik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggungjawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholdersnya*, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja atau oprasionalnya.

Dasar konstitusional pelaksanaan CSR atau pertanggung jawaban sosial terdapat dalam beberapa pasal UUD 1945 sebagai berikut:

#### **1. Pasal 27 ayat (2)**

- (1) ...
- (2) Tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan.
- (3) ...

#### **2. Pasal 28H ayat (1) dan ayat (3)**

- (1) Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan.

- (2) ...
- (3) Setiap orang berhak atas jaminan sosial yang memungkinkan pengembangan dirinya secara utuh sebagai manusia yang bermartabat.
- (4) ...

### **3. Pasal 33**

- (1) Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.
- (2) Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara.
- (3) Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat.
- (4) Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan pasal ini diatur dalam undang-undang.

### **4. Pasal 34**

- (1) Fakir miskin dan anak-anak yang terlantar dipelihara oleh negara.
- (2) Negara mengembangkan sistem jaminan sosial bagi seluruh rakyat dan memberdayakan masyarakat yang lemah dan tidak mampu sesuai dengan martabat kemanusiaan.
- (3) Negara bertanggungjawab atas penyediaan fasilitas pelayanan kesehatan dan fasilitas pelayanan umum yang layak.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan pasal ini diatur dalam undang-undang.

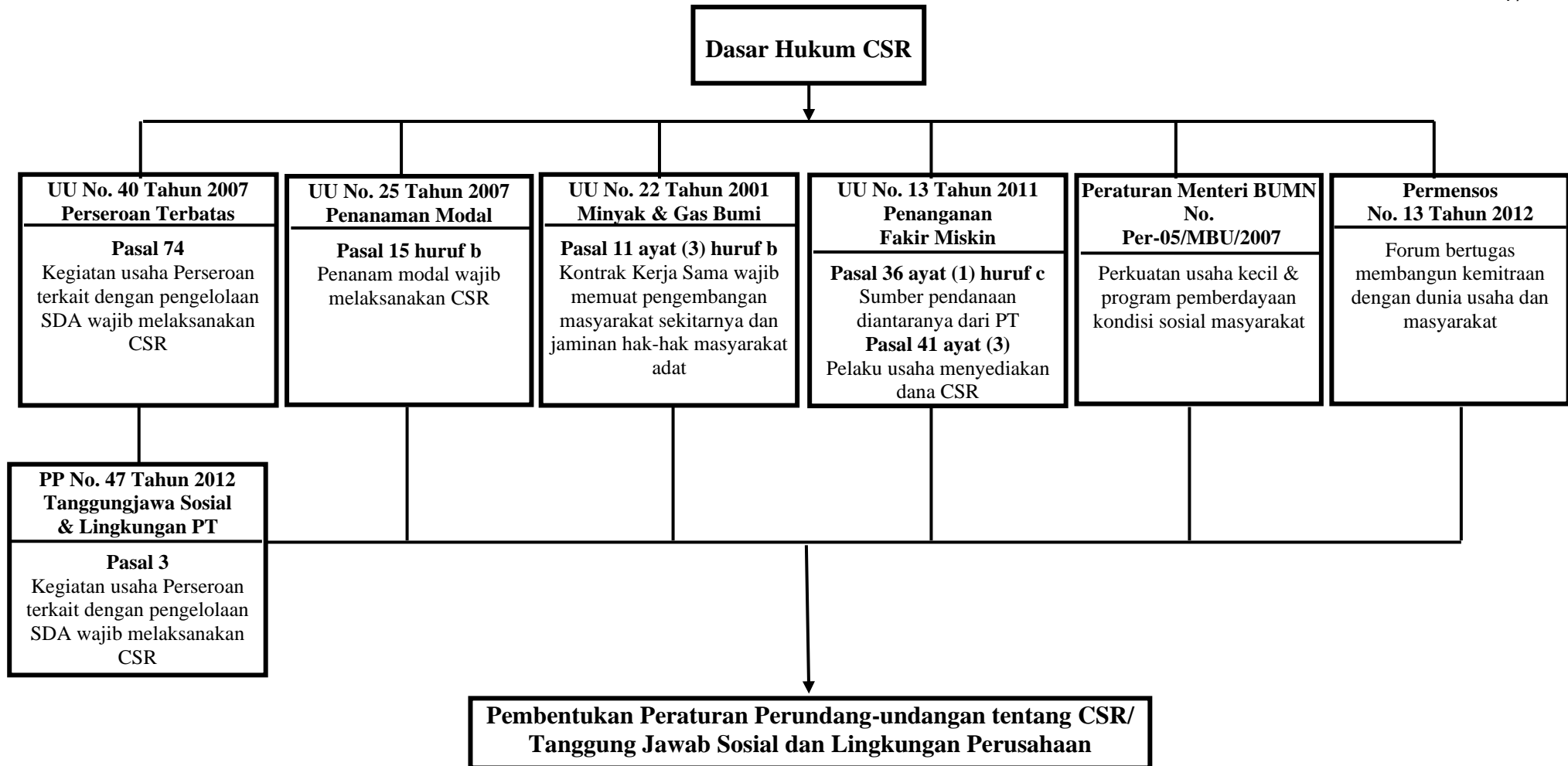
## **B. Keterkaitan Peraturan Perundang-undangan dan Peraturan Daerah**

Pelaksanaan CSR oleh Perseroan berdasarkan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dibatasi hanya menjadi tanggung jawab perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, hal ini sebagaimana diatur dalam Pasal 74 ayat (1) UU No. 40 Tahun 2007 beserta penjelasannya dan Pasal 3 beserta Penjelasan Umum angka 1 PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Padahal dalam prakteknya, CSR dibutuhkan oleh semua bidang usaha, sehingga pengaturan dalam ketentuan pasal-pasal tersebut terkesan diskriminatif.

“Diskriminasi” atas pembatasan pelaksanaan CSR oleh Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya hanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas tersebut terjawab dengan menilik pada peraturan perundang-undangan yang lain.

Saat ini, paling tidak terdapat 7 (tujuh) regulasi terkait tanggungjawab sosial perusahaan baik dalam bentuk undang-undang, peraturan pemerintah, maupun peraturan menteri. Agar memudahkan pemahaman terhadap regulasi CSR dan mampu menerapkannya sesuai jenis, cakupan, dan kebutuhan perusahaan, akan dipaparkan ketujuh regulasi CSR di Indonesia tersebut. Dengan demikian pihak perusahaan diharapkan bisa merujuk pada aturan mana yang mengikatnya, selain juga menjadi kontrol bagi pihak lain yang akan menjadikan CSR sebagai alat kepentingan kalangan tertentu. Bagi pemerintah pusat maupun daerah, dengan memahami aturan yang ada, diharapkan tidak membuat regulasi baru yang berpotensi bertentangan dengan peraturan di atasnya, atau mengalihbebaskan tanggungjawab pembangunan pemerintah kepada perusahaan.

Regulasi yang menjadi payung hukum bagi pelaksanaan CSR, dapat disajikan dalam bentuk bagan sebagai berikut:



Ketujuh regulasi atau peraturan perundang-undangan tersebut di atas dapat diuraikan lebih lanjut sebabagai berikut:

### 1. UU No. 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi

Peraturan CSR bagi perusahaan pengelola Minyak dan Gas (Migas), diatur dalam UU No. 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001. Dalam Pasal 11 ayat (3) huruf p disebutkan:

Kontrak Kerja Sama sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan-ketentuan pokok yaitu: **pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat adat**".

### 2. UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal

Peraturan yang mengikat jenis perusahaan penanaman modal, yaitu UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Dalam Pasal 15 huruf b dinyatakan bahwa:

Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan **tanggung jawab sosial perusahaan**.

Penjelasan Pasal 15 huruf b menegaskan bahwa:

Yang dimaksud dengan "**tanggung jawab sosial perusahaan**" adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Sanksi-sanksi diatur dalam Pasal 34, yang merumuskan sebagai berikut:

- (1) Badan usaha atau usaha perseorangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa:
  - a. peringatan tertulis;
  - b. pembatasan kegiatan usaha;
  - c. pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; atau
  - d. pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.
- (2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.
- (3) Selain dikenai sanksi administratif, badan usaha atau usaha perseorangan dapat dikenai sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

### 3. UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

CSR merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas:

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan **Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan**.
- (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Penjelasan Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, menyatakan:

Ayat (1) : Ketentuan ini bertujuan untuk tetap menciptakan hubungan Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Yang dimaksud dengan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam” adalah Perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam.

Yang dimaksud dengan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam” adalah Perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam.

Ayat (2) : Cukup jelas.

Ayat (3) : Yang dimaksud dengan “dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan” adalah dikenai segala bentuk sanksi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang terkait.

Ayat (4) : Cukup jelas.

Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 beserta penjelasannya di atas telah menegaskan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam atau perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam, wajib melaksanakan

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang pendanaannya diambil dari biaya perseroan, dan apabila perseroan tidak melaksanakan kewajiban tersebut maka akan dikenakan sanksi, dengan adanya sanksi maka CSR tersebut merupakan suatu kewajiban yang dipaksakan oleh Negara bukan lagi bersifat moral karena didasarkan atas perintah dari undang-undang. Akan tetapi pada kenyataannya mengenai sanksi bagi perusahaan yang tidak melakukan CSR sejauh ini baik dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas belum ada pengaturan yang jelas.

Berdasarkan Pasal 74 ayat (4) Undang-Undang Perseroan Terbatas, ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah, yaitu PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

#### **4. UU No. 13 Tahun 2011 tentang Penanganan Fakir Miskin**

UU No. 13 Tahun 2011 tentang Penanganan Fakir Miskin tidak membahas secara khusus peran dan fungsi perusahaan dalam menangani fakir miskin, melainkan terdapat klausul dalam Pasal 36 ayat (1) huruf c yang menegaskan:

Sumber pendanaan dalam penanganan fakir miskin, meliputi: **dana yang disisihkan dari perusahaan perseroan.**

Diperjelas dalam Pasal 36 ayat (2) yang merumuskan bahwa:

**Dana yang disisihkan dari perusahaan perseroan** sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c digunakan sebesar-besarnya untuk penanganan fakir miskin.

Selanjutnya pada Pasal 41 tentang “Peran Serta Masyarakat”, dalam ayat (3) dirumuskan bahwa:

Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf j berperan serta dalam menyediakan dana pengembangan masyarakat sebagai pewujudan dari **tanggung jawab sosial terhadap penanganan fakir miskin.**

## 5. PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas

Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 ini melaksanakan ketentuan Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007. Dalam PP ini, perseroan yang kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kegiatan dalam memenuhi kewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang dilaksanakan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Pasal 2 PP No. 47 Tahun 2012 menegaskan:

Setiap Perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Penjelasan Pasal 2 PP No. 47 Tahun 2012 menegaskan:

Ketentuan ini menegaskan bahwa pada dasarnya setiap Perseroan sebagai wujud kegiatan manusia dalam bidang usaha, secara moral mempunyai komitmen untuk bertanggung jawab atas tetap terciptanya hubungan Perseroan yang serasi dan seimbang dengan lingkungan dan masyarakat setempat sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat tersebut.

Pasal 3 PP No. 47 Tahun 2012 lebih lanjut merumuskan sebagai berikut:

- (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 menjadi kewajiban bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.
- (2) Kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan Perseroan.

Penjelasan Pasal 3 PP No. 47 Tahun 2012 menegaskan:

Ayat (1)

Yang dimaksud dengan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam” adalah Perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam.

Yang dimaksud dengan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam” adalah Perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam termasuk pelestarian fungsi lingkungan hidup. Yang dimaksud dengan “berdasarkan Undang-Undang” adalah undang-undang beserta peraturan pelaksanaan undang-undang mengenai sumber daya alam atau yang berkaitan dengan sumber daya alam, serta etika menjalankan perusahaan, antara lain: peraturan perundang-undangan di bidang

perindustrian, kehutanan, minyak dan gas bumi, badan usaha milik negara, usaha panas bumi, sumber daya air, pertambangan mineral dan batu bara, ketenagalistrikan, perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup, larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, hak asasi manusia, ketenagakerjaan, serta perlindungan konsumen.

Ayat (2)

Cukup jelas

Adapun esensi yang diatur di dalam PP No. 47 Tahun 2012, sebagaimana dirumuskan dalam Penjelasan Umum, adalah:

Dalam Peraturan Pemerintah ini diatur mengenai:

1. Tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh Perseroan dalam menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.
2. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dilakukan di dalam ataupun di luar lingkungan Perseroan.
3. Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan berdasarkan rencana kerja tahunan yang memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaannya.
4. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan disusun dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
5. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dimuat dalam laporan tahunan Perseroan untuk dipertanggungjawabkan kepada RUPS.
6. Penegasan pengaturan pengenaan sanksi Perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
7. Perseroan yang telah berperan dan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah di atas terlihat jelas bahwa PP No. 47 Tahun 2012 merupakan penjabaran dari pengaturan CSR yang terdapat di dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas. Mengatur secara jelas mengenai subyek hukum mana yang wajib melakukan CSR, adapun pihak yang wajib melakukan CSR berdasarkan peraturan pemerintah tersebut adalah setiap perseroan. Selain itu diatur pula mengenai pengalokasian dana CSR yang mana CSR tidak hanya diperuntukkan untuk di luar perseroan tetapi juga diperuntukkan untuk di dalam perseroan. Penegasan bahwa pelaksanaan CSR dilakukan oleh perseroan. Penegasan sanksi, meskipun tidak diatur secara jelas sanksi seperti apa yang akan diberikan kepada perseroan yang tidak melaksanakan CSR, serta menjelaskan peran pemerintah dalam CSR perseroan.

## **6. Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan**

Peraturan yang mengikat Badan Usaha Milik Negara (BUMN), sebagaimana sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL). PKBL terdiri program perkuatan usaha kecil melalui pemberian pinjaman dana bergulir dan pendampingan (disebut Program Kemitraan), serta program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat sekitar (disebut Program Bina Lingkungan), dengan dana kegiatan yang bersumber dari laba BUMN. Pasal 1 Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 diantaranya mengatur sebagai berikut:

Pasal 1 angka 2:

Perusahaan Perseroan, yang selanjutnya disebut Persero, adalah BUMN yang berbentuk perseroan terbatas yang modalnya terbagi dalam saham yang seluruh atau paling sedikit 51% (lima puluh satu persen) sahamnya dimiliki oleh Negara Republik Indonesia yang tujuan utamanya mengejar keuntungan.

Pasal 1 angka 3:

Perusahaan Perseroan Terbuka, yang selanjutnya disebut Persero Terbuka, adalah Persero yang modal dan jumlah pemegang sahamnya memenuhi kriteria tertentu atau Persero yang melakukan penawaran umum sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal.

Pasal 1 angka 4:

Perusahaan Umum, yang selanjutnya disebut Perum, adalah BUMN yang seluruh modalnya dimiliki negara dan tidak terbagi atas saham, yang bertujuan untuk kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan sekaligus mengejar keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan.

Pasal 1 angka 6:

Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil, yang selanjutnya disebut Program Kemitraan, adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Pasal 1 angka 7:

Program Bina Lingkungan, yang selanjutnya disebut Program BL, adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Program Kemitraan dan Program BL ditegaskan dalam Pasal 2 sebagai berikut:

- (1) Perum dan Persero wajib melaksanakan Program Kemitraan dan Program BL dengan memenuhi ketentuan-ketentuan yang diatur dalam Peraturan ini.
- (2) Persero Terbuka dapat melaksanakan Program Kemitraan dan Program BL dengan berpedoman pada Peraturan ini yang ditetapkan berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Kriteria usaha kecil yang dapat menjadi peserta program kemitraan diatur dalam Pasal 3:

- (1) Usaha Kecil yang dapat ikut serta dalam Program Kemitraan adalah sebagai berikut:
  - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah);
  - b. Milik Warga Negara Indonesia;
  - c. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar;
  - d. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi;
  - e. Mempunyai potensi dan prospek usaha untuk dikembangkan;
  - f. Telah melakukan kegiatan usaha minimal 1 (satu) tahun;
  - g. Belum memenuhi persyaratan perbankan (non bankable).
- (2) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf f, tidak berlaku bagi usaha kecil yang dibentuk atau berdiri sebagai pelaksanaan program BUMN Pembina.

Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 tersebut telah mengalami perubahan sebanyak empat kali, yaitu dengan ditetapkannya:

- a. Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-20/MBU/2012 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.
- b. Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-05/MBU/2013 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.
- c. Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-07/MBU/2013 tentang Perubahan Ketiga Atas Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

- d. Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-08/MBU/2013 tentang Perubahan Keempat Atas Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-08/MBU/2013 tentang Perubahan Keempat Atas Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan mengubah beberapa Pasal dan ayat. Diantaranya adalah ketentuan Pasal 1 angka 6 dan angka 7, sehingga menjadi berbunyi:

Pasal 1 angka 6

Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil, yang selanjutnya disebut Program Kemitraan, adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana BUMN.

Pasal 1 angka 7

Program Bina Lingkungan, yang selanjutnya disebut Program BL, adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana BUMN.

**7. Peraturan Menteri Sosial Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha Dalam Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial**

Kementrian Sosial memandang penting dibentuknya forum CSR pada level Provinsi, sebagai sarana kemitraan antara pemerintah dengan dunia usaha. Rekomendasi Permensos adalah dibentuknya Forum CSR di tingkat provinsi beserta pengisian struktur kepengurusan yang dikukuhkan oleh Gubernur.

Ketentuan Umum Pasal 1 Peraturan Menteri Sosial Nomor 13 Tahun 2012 memberikan pengertian mengenai beberapa peristilahan sebagai berikut:

Dalam Peraturan Menteri ini, yang dimaksud dengan:

1. Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha Dalam Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial adalah suatu lembaga/wahana yang diinisiasi oleh unsur masyarakat, dunia usaha, dan perguruan tinggi dan di fasilitasi Pemerintah yang bertujuan mengoptimalkan implementasi peran dunia usaha dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial.
2. Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha adalah komitmen dan upaya dunia usaha dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya dalam turut serta membantu penanganan masalah sosial.

3. Dunia Usaha adalah organisasi komersial, **seluruh lingkungan industri dan produksi barang/jasa**, termasuk Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah serta swasta atau wirausahawan beserta jaringannya, yang akan melaksanakan tanggung jawab sosialnya.
4. Kesejahteraan Sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warganegara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya.
5. Kemitraan adalah hubungan kerja antara para pihak yang didasari atas kesukarelaan dan saling menguntungkan untuk melaksanakan penyelenggaraan kesejahteraan sosial dalam mewujudkan tujuan yang ditetapkan sebelumnya.
6. Lintas Sektor adalah lintas berbagai instansi, badan, lembaga, organisasi yang membidangi berbagai aspek pembangunan.

Prinsip Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha diatur pada Pasal 2:

Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha dalam melaksanakan tugasnya berdasarkan pada prinsip:

- a. tertib;
- b. efisien;
- c. transparan; dan
- d. akuntabel.

Tujuan Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha adalah sebagaimana dirumuskan dalam Pasal 3:

Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha bertujuan mengoordinasikan, memfasilitasi, dan mensinergikan potensi pelaku dunia usaha, organisasi sosial, perguruan tinggi, dan masyarakat dalam mengoptimalkan implementasi Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial.

Pasal 4 seterusnya mengatur tentang kedudukan Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha:

- (1) Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha berkedudukan di Jakarta dan di provinsi seluruh Indonesia.
- (2) Forum sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus mempunyai Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga.

Pasal 5 selanjutnya mengatur bahwa:

- (1) Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha didirikan untuk membantu Menteri Sosial dan gubernur sesuai dengan lingkup kewenangannya dalam mengoptimalkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dunia usaha dalam penyelenggaraan kesejahteraan sosial.
- (2) Dalam mengoptimalkan tanggung jawab sosial dunia usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1), forum melakukan:

- a. himbauan kepada dunia usaha untuk menyisihkan dana tanggung jawab sosialnya untuk disalurkan kepada mereka yang menyanggah masalah kesejahteraan sosial;
- b. menginformasikan kegiatan sesuai dengan peta permasalahan sosial; dan
- c. asistensi, advokasi, dan fasilitasi terhadap dunia usaha untuk melaksanakan langsung tanggung jawab sosialnya.

Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha bertugas sebagai penghubung antara dunia usaha dengan masyarakat sehingga terbangun satu kemitraan diantara keduanya sehingga tercapai kesejahteraan sosial. Hal ini sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 6:

- (1) Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha mempunyai tugas membangun kemitraan dengan dunia usaha dan masyarakat dalam mendukung keberhasilan penyelenggaraan kesejahteraan sosial.
- (2) Penyelenggaraan kesejahteraan sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dengan memprioritaskan pada mereka yang memiliki kehidupan yang tidak layak secara kemanusiaan dan memiliki kriteria masalah sosial:
  - a. kemiskinan;
  - b. ketelantaran;
  - c. kecacatan;
  - d. keterpencilan;
  - e. ketunaan sosial dan penyimpangan perilaku;
  - f. korban bencana; dan/atau
  - g. korban tindak kekerasan, eksploitasi dan diskriminasi.

Fungsi dari Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha ditegaskan dalam Pasal 7:

Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha mempunyai fungsi:

- a. menyusun perencanaan kegiatan;
- b. mensinkronkan rencana;
- c. memadukan pelaksanaan;
- d. mengoordinasikan dan memfasilitasi;
- e. memberikan pendampingan dalam pendayagunaan sumber daya;
- f. monitoring, evaluasi dan pelaporan;
- g. memberikan apresiasi dan penghargaan; dan/atau
- h. memetakan data permasalahan kesejahteraan sosial.

Program-program Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha diatur dalam Pasal 19 yang merumuskan sebagai berikut:

Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha dilaksanakan dengan memprioritaskan program yang meliputi:

- a. peningkatan/perbaikan penghasilan (*income generating*) bagi keluarga miskin;

- b. pemberdayaan sosial (*social empowerment*) bagi keluarga bermasalah sosial psikologis dan keluarga bermasalah sosial ekonomis;
- c. pelatihan keterampilan kerja (*vocational training*) bagi remaja putus sekolah, bagi wanita rawan sosial ekonomi, dan lain-lain;
- d. kajian dan pengembangan model program tanggung jawab sosial dunia usaha;
- e. perbaikan rumah tidak layak huni;
- f. rehabilitasi sosial terhadap penyandang cacat (difabel);
- g. rehabilitasi sosial terhadap wanita tuna sosial;
- h. rehabilitasi sosial terhadap anak nakal;
- i. perlindungan sosial bagi anak terlantar;
- j. *Home Care* bagi Lanjut Usia;
- k. pemberdayaan Komunitas Adat Terpencil;
- l. penanganan korban bencana alam dan bencana sosial; dan
- m. perlindungan sosial bagi korban tindak kekerasan.

### C. Harmonisasi Secara Vertikal dan Horizontal

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Harmonis diartikan sebagai bersangkut paut dengan (mengenai) harmoni; seia sekata. sedangkan mengharmoniskan diartikan menjadikan harmonis, Pengharmonisan adalah proses, cara, perbuatan mengharmoniskan. dan Keharmonisan diartikan sebagai perihal (keadaan) harmonis; keselarasan; keserasian.<sup>45</sup>

Badan Pembinaan Hukum Nasional Depkumham, memberikan pengertian harmonisasi hukum sebagai kegiatan ilmiah untuk menuju proses perharmonisasian (penyelarasan/ kesesuaian/keseimbangan) hukum tertulis yang mengacu pada nilai-nilai filosofis, sosiologis, ekonomis dan yuridis.<sup>46</sup>

Dari pengertian tersebut di atas dapat diartikan bahwa harmonisasi peraturan perundang-undangan adalah proses penyerasian dan penyelarasan antar peraturan perundang-undangan sebagai suatu bagian integral atau sub sistem dari sistem hukum guna mencapai tujuan hukum.

#### 1. Harmonisasi vertikal

Pembentuk peraturan perundang-undangan wajib menyusun suatu peraturan perundang-undangan secara selaras dengan pasal-pasal dalam peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi yang merupakan pasal yang menjadi dasar pembentukan peraturan perundang-undangan tersebut. Hal

<sup>45</sup> Setio Sapto Nugroho. 2009. *Harmonisasi pembentukan peraturan perundang-undangan*. Biro Peraturan Perundang-undangan Bidang Perekonomian Sekretariat Negara. Jakarta. hlm. 4

<sup>46</sup> *Ibid*

inilah yang disebut dengan **harmonisasi vertikal** peraturan perundang-undangan, yakni harmonisasi peraturan perundang-undangan dengan peraturan perundang-undangan lain dalam hierarki yang berbeda.<sup>47</sup>

Arti penting harmonisasi vertikal peraturan perundang-undangan ini adalah bahwa dalam sistem hukum Indonesia peraturan perundang-undangan tersebut dapat diuji oleh kekuasaan kehakiman. Pasal 24 c Undang-Undang Dasar 1945 menyatakan:

Mahkamah Konstitusi berwenang mengadili pada tingkat pertama dan terakhir yang putusannya bersifat final untuk menguji undang-undang terhadap Undang-Undang Dasar, memutuskan sengketa kewenangan lembaga negara yang kewenangannya diberikan oleh Undang-Undang Dasar, memutuskan pembubaran partai politik, dan memutus perselisihan tentang hasil pemilihan umum.

Pasal 24 A ayat (1) Undang-Undang Dasar Tahun 1945, menyatakan:

Mahkamah Agung berwenang mengadili pada tingkat kasasi, menguji peraturan perundang-undangan di bawah undang-undang terhadap undang-undang, dan mempunyai wewenang lainnya yang diberikan oleh undang-undang.

Dengan pengaturan sebagaimana tersebut di atas maka suatu undang-undang dapat dimintakan *Judicial Review* atau pegujian yudisial kepada Mahkamah Konstitusi sedangkan peraturan perundang-undangan di bawah undang-undang dapat dimintakan *Judicial Review* atau pegujian yudisial kepada Mahkamah Agung jika di dalamnya terdapat suatu ketentuan yang bertentangan dengan ketentuan dalam peraturan perundang-undangan yang secara hirarki lebih tinggi. Terhadap undang-undang apabila Mahkamah Konstitusi berpendapat bahwa benar terdapat suatu ketentuan di dalamnya yang bertentangan dengan ketentuan dalam Undang-Undang Dasar 1945, maka Mahkamah Konstitusi dapat mengeluarkan putusan untuk membatalkan ketentuan yang dimaksud dan menyatakannya tidak berkekuatan hukum tetap. Begitu pula dengan peraturan perundang-undangan di bawah undang-undang apabila Mahkamah Agung berpendapat bahwa benar terdapat suatu ketentuan di dalamnya yang bertentangan dengan ketentuan dalam undang-

---

<sup>47</sup> *Ibid* hlm. 7

undang, maka Mahkamah Agung dapat mengeluarkan putusan untuk membatalkan ketentuan yang dimaksud dan menyatakannya tidak berkekuatan hukum tetap.<sup>48</sup>

Dalam hal inilah harmonisasi vertikal peraturan perundang-undangan mempunyai peranan penting. Selain berfungsi membentuk peraturan perundang-undangan yang saling terkait dan tergantung serta membentuk suatu kebulatan yang utuh, harmonisasi vertikal peraturan perundang-undangan berfungsi sebagai tindakan *preventif* guna mencegah terjadinya *Judicial Review* suatu peraturan perundang-undangan karena jika hal ini terjadi maka akan timbul berbagai macam kerugian baik dari segi biaya, waktu, maupun tenaga. Dari segi biaya peraturan perundang-undangan tersebut dalam penyusunannya dibiayai dari dana APBN yang tidak sedikit, dari segi waktu proses penyusunannya membutuhkan waktu yang tidak sebentar bahkan dapat memakan waktu bertahun-tahun, sedangkan dari segi tenaga dalam penyusunan peraturan perundang-undangan dibutuhkan banyak energi, konsentrasi, dan koordinasi dari pembuat peraturan perundang-undangan tersebut. Dengan adanya proses harmonisasi vertikal peraturan perundang-undangan yang baik maka potensi berbagai kerugian di atas dapat dicegah.<sup>49</sup>

## 2. Harmonisasi secara horizontal

Di samping harmonisasi vertikal tersebut di atas di dalam penyusunan peraturan perundang-undangan harus diperhatikan pula harmonisasi yang dilakukan terhadap peraturan perundang-undangan dalam struktur hierarki yang sama atau sederajat. Jenis harmonisasi ini disebut dengan **harmonisasi horisontal** peraturan perundang-undangan. Harmonisasi horisontal berangkat dari asas *lex posterior delogat legi priori* yang artinya adalah suatu peraturan perundang-undangan yang baru mengesampingkan/ mengalahkan peraturan perundang-undangan yang lama dan asas *lex specialist delogat legi generalis* yang berarti suatu peraturan perundang-undangan yang bersifat

---

<sup>48</sup> *Ibid* hlm. 8

<sup>49</sup> *Ibid* hlm. 8-9

khusus mengenyampingkan/mengalahkan peraturan perundang-undangan yang bersifat umum. Harmonisasi Horisontal peraturan perundang-undangan yang dilandasi kedua asas tersebut sangat penting artinya dalam penyusunan suatu peraturan perundang-undangan dikarenakan pada hakikatnya suatu peraturan perundang-undangan merupakan bentuk pengaturan yang lintas sektoral dan tidak dapat berdiri sendiri. Di dalam peraturan perundang-undangan tersebut terdapat berbagai sektor dan bidang hukum yang berbeda-beda namun saling kait mengkait dan terhubung satu sama lain sehingga dibutuhkan suatu pengaturan yang komprehensif, bulat dan utuh.<sup>50</sup>

Pembentuk peraturan perundang-undangan dalam hal ini perlu berkoordinasi dengan instansi yang terkait dengan substansi yang akan diatur dalam peraturan perundang-undangan tersebut. Jika proses Harmonisasi Horisontal peraturan perundang-undangan ini gagal dilaksanakan maka akan tercipta kondisi tumpang tindihnya antar sektor dan bidang hukum dalam sistem hukum suatu negara. Kondisi ini akan berdampak sangat masif dan berbahaya karena dapat menciptakan ketidakpastian hukum dan ambiguitas dalam penerapan peraturan perundang-undangan tersebut yang pada akhirnya menggagalkan tujuan hukum untuk mengabdikan pada tujuan negara yakni menciptakan kesejahteraan dan kebahagiaan bagi rakyatnya.

Harmonisasi Horisontal peraturan perundang-undangan tersebut dilakukan berdasarkan asas *Lex Posterior Delogat Legi Priori* terhadap suatu peraturan perundang-undangan yang berada dalam hierarki yang sama dan sederajat dan dalam prakteknya diatur dalam ketentuan penutup pada suatu peraturan perundang-undangan. Dalam ketentuan penutup suatu peraturan perundang-undangan diatur status peraturan perundang-undangan yang sudah ada apakah dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan atau dinyatakan tidak berlaku sama sekali. Ketentuan ini sangat penting guna mengatur dan menata berbagai aspek dan bidang hukum yang terkait dengan peraturan perundang-undangan tersebut sehingga tidak terjadi dualisme pengaturan suatu aturan hukum yang sama dalam beberapa peraturan

---

<sup>50</sup> *Ibid* hlm. 9

perundang-undangan. Sedangkan penerapan *Lex Specialist Delogat legi Generalis* dalam Harmonisasi Horisontal diperlukan guna membentuk suatu peraturan perundang-undangan yang mempunyai bentuk dan karakteristik khusus dan berbeda (*sui generis*) dengan peraturan perundang-undangan yang lain guna mencapai tujuan tertentu.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> *Ibid* hlm. 10

## BAB IV

### LANDASAN FILOSOFIS, SOSIOLOGIS, DAN YURIDIS

#### A. Landasan Filosofis

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa telah terjadi Penolakan Perusahaan Terhadap Kewajiban UU Perseroan Terbatas Pasal 74 tentang *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan), dengan konsep pemikiran yang mengkaitkan tentang penolakan kepentingan dunia usaha dengan kewajiban tanggung jawab sosialnya secara langsung. Jika perusahaan yang pendekatannya adalah mencari keuntungan sebesar-besarnya dan diminta untuk memberikan kontribusi secara langsung demi kesejahteraan sosial (*public well being*), atau pengertian lainya kegiatan CSR yang sebelumnya adalah bersifat sukarela (*voluntary*), dan perkembangan kini bersifat menjadi suatu kewajiban yang mengikat.<sup>52</sup>

Argumen pihak yang mewajibkan, yaitu merupakan suatu konsep yang berarti program CSR harus untuk dilaksanakan kewajibannya (*mandatory*). Sebaliknya, pihak-pihak menyatakan tanggung jawab pelaksanaan CSR tersebut hanya sebagai kegiatan sukarela (*voluntary*) yang sebetulnya adalah *contradictio in-terminis* atau merupakan pertentangan. Namun demikian, tidak semua pelaku bisnis menolak ketentuan pada Undang-undang Perseroan Terbatas, yang mewajibkan perseroan menyisihkan sebagian laba bersih untuk pelaksanaan CSR.<sup>53</sup>

Peran pemerintah daerah adalah melakukan monitoring dengan perangkat Analisis Mengenai Dampak Lingkungan dan Sosial (Amdalsos) dan mengkaji sejauh mana perusahaan mampu memberikan manfaatnya kepada stakeholder dalam hal ini masyarakat setempat. Pemda tidak berkewenangan dalam mengatur CSR yang merupakan urusan program perusahaan terlebih masalah pengelolaan dananya, kecuali menjalin kerjasama antar stakeholder didasarkan pada program dan skala prioritas yang sama terkait upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat setempat.

---

<sup>52</sup> Rusady Roslan. 2009. *Penolakan MK terhadap Judicial Review Pasal 74 UU CSR Berdampak Positif* (online). Diunduh dari <http://rosadyruslan-humas.blogspot.com/2009/04/penolakan-mk-terhadap-uji-material-uu.html>.

<sup>53</sup> *Ibid*

Bahwa teori tanggung jawab sosial lahir karena tuntutan dari tanggung jawab itu sendiri. Tanggung jawab sosial berada pada ranah moral, sehingga posisinya tidak sama dengan hukum. Moral dalam tanggung jawab sosial lebih mengarah pada tindakan lahiriah yang didasarkan sepenuhnya dari sikap batiniah, sikap dan perbuatan baik yang betul-betul tanpa pamrih. Sedangkan tanggung jawab hukum lebih menekankan pada kesesuaian sikap lahiriah dengan aturan, meskipun tindakan tersebut secara obyektif tidak salah, barangkali baik dan sesuai dengan pandangan moral, hukum dan kesesuaian saja tidak bisak dijadikan dasar untuk menarik suatu kesimpulan karena tidak tahu motivasi atau maksud yang mendasarinya.<sup>54</sup>

Dengan demikian konsep tanggung jawab sosial lebih menekankan pada tanggung jawab perusahaan atas tindakan dan kegiatan usahanya yang berdampak pada orang-orang tertentu, masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut melakukan aktivitas usahanya. Secara negatif hal ini bermakna bahwa perusahaan harus menjalankan aktivitas usahanya sedemikian rupa, sehingga tidak berdampak negatif pada pihak-pihak tertentu dalam masyarakat. Sedangkan secara positif hal ini mengandung makna bahwa perusahaan harus menjalankan kegiatannya sedemikian rupa, sehingga dapat mewujudkan masyarakat yang lebih baik dan sejahtera.

## **B. Landasan Sosiologis**

Kesejahteraan dan kemakmuran merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh Negara Republik Indonesia sesuai amanat Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 alinea ke-4. Menurut Franz Magnis Suseno:

Tujuan Negara untuk menyelenggarakan kesejahteraan umum, apabila kita bertolak dari tugas negara untuk mendukung dan melengkapi usaha masyarakat untuk membangun suatu kehidupan yang sejahtera, di mana masyarakat dapat hidup dengan sebaik dan seadil mungkin. Kesejahteraan umum adalah kesejahteraan yang menunjang tercapainya kesejahteraan anggota-anggota masyarakat. Dengan demikian kesejahteraan umum dirumuskan sebagai jumlah syarat dan kondisi yang perlu tersedia agar para anggota masyarakat dapat sejahtera. Kesejahteraan umum dapat dirumuskan

---

<sup>54</sup> Franz Magnis Suseno. 1998. *Etika Dasar: Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*. Kanisius. Yogyakarta. Hlm. 57-58.

sebagai “keseluruhan prasyarat-prasyarat sosial yang memungkinkan atau mempermudah manusia untuk mengembangkan semua nilainya”, atau sebagai “jumlah semua kondisi kehidupan sosial yang diperlukan agar masing-masing individu, keluarga-keluarga, dan kelompok-kelompok masyarakat dapat mencapai keutuhan atau perkembangan mereka dengan lebih utuh dan cepat. Dalam mewujudkan kesejahteraan sosial yang diciptakan oleh Negara adalah prasyarat-prasyarat obyektif yang perlu tersedia agar kesejahteraan masing-masing anggota masyarakat dapat terwujud. Negara bertugas untuk menciptakan prasarana-prasarana yang diperlukan masyarakat agar dapat sejahtera, tetapi yang tidak dapat dijamin oleh masyarakat itu sendiri.<sup>55</sup>

Seperti yang disebutkan di atas bahwa tujuan negara adalah untuk mensejahterakan umum dan dalam mewujudkan kesejahteraan umum tersebut Negara perlu menciptakan prasyarat-prasyarat sosial dan prasarana-prasarana yang diperlukan agar dapat sejahtera tetapi yang tidak dapat dijamin oleh masyarakat itu sendiri, sebagai contoh infrastruktur yang memadai, kebutuhan yang tercukupi dari sandang, pangan, dan papan, pendidikan yang terjangkau, prasarana-prasarana yang mengakomodir usaha-usaha masyarakat agar mampu bertumbuh dan maju.

Dalam pemenuhan prasyarat-prasyarat sosial dan prasarana-prasarana umum tersebut dibutuhkan suatu cara dan modal agar hal itu dapat terealisasikan. Sejauh ini kesejahteraan telah dibangun oleh Pemerintahan sebagai keterwakilan Negara untuk mewujudkan tujuan negara tersebut dengan membangun perusahaan-perusahaan, industri dan aturan hukum yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian Indonesia yang diharapkan dari kesemua elemen tersebut mampu mencapai tujuan negara untuk mensejahterakan umum dan hal itu merupakan cara Negara untuk mencapai tujuannya. Sebagai salah satu contoh cara Negara untuk mewujudkan tujuan negara untuk mensejahterakan masyarakat adalah dengan dibuatnya aturan hukum yang mengatur perusahaan untuk melakukan CSR.

Keterlibatan CSR untuk ikut serta dalam mensejahterakan masyarakat dapat terlihat didalam Pengertian CSR itu sendiri bahwa CSR atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan adalah komitmen perusahaan untuk berperan

---

<sup>55</sup> Franz Magnis Suseno. 2003. *Etika Politik Prinsip-Prinsip Moral Dasar Kenegaraan Modern*. Gramedia. Jakarta. hlm. 314.

serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Dari pengertian tersebut jelas sekali bahwa perusahaan diwajibkan untuk melakukan CSR harus berperan serta dalam pembangunan berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.

### C. Landasan Yuridis

Pengaturan tentang CSR yang diatur didalam Undang-undang, Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri tidak rinci dan tidak lengkap, seperti adanya ketentuan sanksi dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan akan tetapi tidak diatur secara eksplisit sanksi yang diberikan kepada Perseroan atau pelaku usaha yang bergerak dibidang sumber daya alam yang tidak melakukan CSR, Mekanisme pelaksanaan CSR, serta pendistribusian CSR itu sendiri tidak diatur secara rinci didalam Undang-Undang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan yang mengamanatkan CSR tersebut. Dari ketidakjelasan tersebut dimungkinkan akan menghambat peran serta perusahaan melalui program CSR-nya untuk terlibat dalam peningkatan kualitas kehidupan masyarakat yang bertujuan untuk turut serta dapat mensejahterakan masyarakat.

Oleh karena itu perlu ada kajian lebih lanjut agar pengaturannya lebih baik, hal ini berkaitan bahwa Indonesia adalah Negara hukum atau *Rechtsstaat* berdasarkan Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945. Sehingga sebagai Negara yang mendedikasikan diri sebagai Negara Hukum pada dasarnya dalam melaksanakan segala tindakan haruslah berlandaskan payung hukum yang jelas dan hukum tersebut harus mampu memberi jawaban atas permasalahan serta mewujudkan apa yang menjadi tujuan dari Negara Hukum itu sendiri. Hal ini sesuai dengan pendapat Mochtar Kusumaatmaja menjelaskan bahwa:

Hukum merupakan “sarana Pembaharuan masyarakat” didasarkan kepada anggapan bahwa adanya keteraturan atau ketertiban dalam usaha pembangunan dan pembaharuan itu merupakan suatu yang diinginkan atau

dipandang (mutlak) perlu. Anggapan lain yang terkandung dalam konsepsi hukum sebagai sarana pembaharuan adalah bahwa hukum dalam arti kaidah atau peraturan hukum memang bisa berfungsi sebagai alat (pengatur) atau sarana pembangunan dalam arti penyalur arah kegiatan manusia kearah yang dikehendaki oleh pembangunan dan pembaharuan.<sup>56</sup>

Berdasarkan pendapat Mochtar Kusumaatmadja, hukum merupakan sarana pembaharuan masyarakat, dimana dapat dikatakan bahwa hukum berfungsi sebagai alat pengatur yang memberikan arah kegiatan manusia, sehingga dengan mengikuti hukum, masyarakat dapat mencapai tujuan yang dikehendakinya. Hal ini juga didukung oleh pendapat dari Sunaryati Hartono mengatakan bahwa fungsi hukum dalam pembangunan ekonomi adalah:

1. Hukum sebagai pemelihara ketertiban dan keamanan  
Hukum untuk memelihara ketertiban dan keamanan masyarakat yang ditujukan agar masyarakat dapat memperoleh keadilan sosial.
2. Hukum sebagai sarana pembangunan  
Agar sistem ekonomi sesuai dengan yang ideal falsafah Pancasila maka dalam hal pembangunan ekonomi butuh perencanaan. Untuk mengatur perencanaan maka dibutuhkan hukum.
3. Hukum sebagai sarana penegak keadilan  
Pembangunan yang berencana bertujuan untuk perubahan masyarakat yang dipercepat, maka fungsi hukum sebagai sarana keadilan baru terpenuhi, apabila tiap-tiap kaidah hukum kita itu memungkinkan terjadi perubahan antar kaidah hukum antar manusia dalam masyarakat. Akan tetapi dalam pada waktu itu tetap memelihara keadilan sekalipun terjadi perubahan dalam pembangunan.
4. Hukum sebagai sarana pendidikan masyarakat  
Masyarakat diberi pendidikan melalui hukum untuk mengalami perubahan-perubahan nilai-nilai kesukuan menjadi nilai-nilai yang berlandaskan UUD 1945 dan Pancasila.<sup>57</sup>

Seperti yang dikatakan oleh Sunaryati Hartono bahwa fungsi hukum salah satunya yaitu sebagai sarana pembangunan, sehingga dari hal ini jelas sekali bahwa hukum mampu menjadi salah satu metode untuk mewujudkan pembangunan. Oleh karena itu dari kedua pendapat diatas dapat dikatakan bahwa pentingnya keteraturan dan kepastian hukum tentang CSR agar mampu mewujudkan apa yang telah direncanakan dari CSR itu sendiri.

---

<sup>56</sup> Mochtar Kusumaatmadja. 1976. *Hukum, Masyarakat, dan Pembinaan Hukum Nasional*. Binacipta. Bandung. hlm. 75

<sup>57</sup> Sunaryati Hartono. 1982. *Hukum Pembangunan Ekonomi Indonesia*. Binacipta. Bandung. hlm. 10-32.

Kejelasan dan kepastian hukum dalam pengaturan mengenai CRS ini, salah satu diantaranya adalah dengan membentuk Peraturan Daerah tentang CSR. Dasar hukum pembentukan Peraturan Daerah tentang CSR ini terdapat dalam beberapa peraturan perundang-undangan sebagai berikut:

**1. UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah**

Pasal 236 UU No. 23 Tahun 2014 mengatur tentang pembentukan Peraturan Daerah dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah dan tugas pembantuan:

- (1) Untuk menyelenggarakan Otonomi Daerah dan Tugas Pembantuan, Daerah membentuk Perda.
- (2) Perda sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibentuk oleh DPRD dengan persetujuan bersama kepala Daerah
- (3) Perda sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat materi muatan:
  - a. penyelenggaraan Otonomi Daerah dan Tugas Pembantuan; dan
  - b. penjabaran lebih lanjut ketentuan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi.
- (4) Selain materi muatan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) Perda dapat memuat materi muatan lokal sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

**2. UU No. 22 Tahun 2001 tentang Minyak & Gas Bumi**

Pasal 11 ayat (3) huruf b mengatur bahwa Kontrak Kerja Sama wajib memuat pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat adat.

**3. UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal**

Pasal 15 huruf b mengatur bahwa Penanam modal wajib melaksanakan CSR.

**4. UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas**

Pasal 74 pada intinya mengatur bahwa kegiatan usaha Perseroan terkait dengan pengelolaan Sumber Daya Dalam wajib melaksanakan CSR.

**5. UU No. 13 Tahun 2011 tentang Penanganan Fakir Miskin**

Pasal 36 ayat (1) huruf c menyatakan bahwa sumber pendanaan dalam penanganan fakir miskin diantaranya berasal dari Perseroan Terbatas. Selanjutnya dalam Pasal 41 ayat (3) ditegaskan bahwa Pelaku usaha berperan serta dalam menyediakan dana pengembangan masyarakat sebagai pewujudan dari tanggung jawab sosial terhadap penanganan fakir miskin.

**6. PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas**

Pasal 3 secara tegas mengatur bahwa Kegiatan usaha Perseroan terkait dengan pengelolaan SDA wajib melaksanakan CSR.

**7. Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan**

Peraturan Menteri BUMN Nomor Per-05/MBU/2007 ini mengikat seluruh Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Berdasarkan Peraturan Menteri BUMN tersebut diatur tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan dengan dana kegiatan yang bersumber dari dana BUMN. Tujuan dari program tersebut adalah memperkuat usaha kecil dan program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat.

**8. Peraturan Menteri Sosial Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha Dalam Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial**

Peraturan Menteri Sosial Nomor 13 Tahun 2012 mengamanatkan pembentukan Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha Dalam Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial yang bertugas membangun kemitraan dengan dunia usaha dan masyarakat.

## **BAB V**

### **JANGKAUAN, ARAH PENGATURAN, DAN RUANG LINGKUP MATERI MUATAN PERATURAN DAERAH**

#### **A. Jangkauan Pengaturan**

Lingkup atau jangkauan pengaturan dalam Peraturan Daerah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan ini, mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Penyelenggaraan TSLP;
2. Forum Pelaksana TSLP;
3. Hak dan kewajiban Perusahaan;
4. Penghargaan;
5. Pembinaan dan Pengawasan;
6. Sanksi Administratif.

#### **B. Arah Pengaturan**

Arah pengaturan Peraturan Daerah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan ini menghendaki responsivitas perusahaan terhadap lingkungannya. Dalam arti bahwa, perusahaan mempunyai kepekaan dan kepedulian yang lebih terhadap kesejahteraan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan demikian, diharapkan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan akan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kebijakan manajemen maupun program pengembangan perusahaan.

#### **C. Ruang Lingkup Materi Muatan**

Ruang lingkup Materi Muatan dalam Rancangan Peraturan Daerah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan ini mencakup:

##### **1. Ketentuan Umum**

Dalam Ketentuan Umum ini, memuat rumusan akademik mengenai pengertian istilah dan frasa, yaitu;

- a. Istilah adalah kata atau frasa yang dipakai sebagai nama/lambang, yang mengungkapkan makna, konsep, proses, keadaan atau sifat yang khas dalam bidang ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni.
- b. Frasa adalah satuan linguistik yang lebih besar dari kata, dan lebih kecil dari klausa dan kalimat. Frasa berarti juga kumpulan kata non predikat.

## **2. Materi Muatan yang Diatur**

- I. Ketentuan Umum
- II. Maksud dan Tujuan
- III. Asas, Prinsip dan Ruang Lingkup
- IV. Penyelenggaraan TSLP
- V. Forum Pelaksana TSLP
- VI. Hak dan Kewajiban Perusahaan
- VII. Penghargaan
- VIII. Pembinaan dan Pengawasan
- IX. Sanksi Administratif
- X. Ketentuan Penutup

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

1. Pemikiran yang mendasari konsep Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) yang sering dianggap inti dari Etika Bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholders*), karena perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi dan memperoleh keuntungan tanpa bantuan pihak lain.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan merupakan pengambilan keputusan oleh organ-organ perusahaan yang dikaitkan dengan nilai-nilai etika, dapat memenuhi kaidah-kaidah dan keputusan hukum dan menjunjung tinggi harkat manusia, masyarakat dan lingkungan. Penerapan CSR merupakan salah satu implementasi etika bisnis dalam hal tanggung jawab sosial dan lingkungan.
3. Upaya perusahaan dalam meningkatkan peranannya dalam pembangunan kesejahteraan sosial dan kelestarian lingkungan membutuhkan sinergi kemitraan antara perusahaan, pemerintah dan komunitas atau masyarakat yang disebut kemitraan tripartit. Pemerintah sebagai pembuat regulasi, perusahaan sebagai pelaku bisnis sekaligus agen perubahan sosial, dan masyarakat sebagai penerima manfaat saling mendukung kegiatan operasional perusahaan dalam menerapkan CSR demi tercapainya pembangunan yang berkelanjutan.

#### **B. Saran**

1. Implementasi CSR membutuhkan kerjasama yang disertai transparansi dan akuntabilitas dari semua pihak. Pemerintah sebagai pembuat regulasi diharapkan mampu menjembatani kepentingan dan memberi rasa keadilan bagi pelaku bisnis dan masyarakat termasuk dengan menerbitkan Peraturan Daerah.

2. Pemerintah diharapkan melakukan pengaturan dengan bijak. Perusahaan sebagai pelaku bisnis sekaligus agen perubahan sosial diharapkan mampu memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi perekonomian melalui penerapan CSR dalam aktivitas bisnisnya. Sedangkan masyarakat sebagai penerima manfaat diharapkan mampu mendukung kegiatan operasional perusahaan termasuk memberikan *license to operate*.
3. Diharapkan kepada perusahaan-perusahaan yang belum melaksanakan program CSR, untuk segera melaksanakan program CSR tersebut supaya terlaksana tujuan dari CSR yaitu terselenggaranya program pembangunan dalam pemerintahan di daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto. 1997. *Manajemen Aktual*. Grasindo. Jakarta.
- \_2001. Paradigma Baru “*Community Development*” *Harian Kompas*, 22 Mei 2001.
- \_2002. *Corporate Greening*, *Majalah Ozon*, Edisi No.2 Oktober 2002.
- \_2003. *Membumikan Gerakan Hijau*. *Majalah Ozon*, Edisi No.5 Februari 2003
- \_2007. *CSR Dalam Perspektif Ganda*. *Harian Bisnis Indonesia*, 2 September 2007
- Amin Widjaja Tunggal. 2008. *Corporate Social Responcibility*. Harvindo. Jakarta.
- Claudia Surjadjaja. 2008. *Elemen-elemen Pokok Pembentukan Peraturan Daerah USAID*. Jakarta.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka. Jakarta.
- Dwi Tuti Mulyati. 2007. *Tanggungjawab Sosial Perusahaan Dalam Kaitanya Dengan Kebijakan Lingkungan Hidup*, *Jurnal Law Reform*, Pembaharuan Hukum, volume 3/No. 1 Februari 2007, Program Megister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Erman Rajagukguk. 2008. *Konsep dan Perkembangan Pemikiran Tentang Tanggung Jawab Perusahaan*. Disampaikan dalam *Workshop Tanggung Jawab Perusahaan* yang diselenggarakan di Yogyakarta 6-8 Mei 2008.
- Erni R. Ernawan. 2007. *Business Ethics: Etika Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Franz Magnis Suseno. 1998. *Etika Dasar: Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*. Kanisius. Yogyakarta.
- \_2003. *Etika Politik Prinsip-Prinsip Moral Dasar Kenegaraan Modern*. Gramedia. Jakarta.
- H.A.M. Hardiansyah. 2007. *CSR dan Modal Sosial Untuk Membangun Sinergi Kemitraan Bagi Upaya Pengentasan Kemiskinan*. Makalah disampaikan pada Seminar & TalkShow CSR 2007 ”Kalimantan 21015: Menuju Pembangunan Berkelanjutan, Tantangan, dan Harapan”, Jum’at 10 Agustus 2007.
- Himawan Wijanarko. 2005. *Reputasi*, *Majalah Trust*, 4-10 Juli 2005
- \_2006. *Filantropi Bukan Deterjen*. *Majalah Trust*, 11-17 September 2006.
- <http://www.csrindonesia.com>
- K. Bertens. 2000. *Pengantar Etika Bisnis (Seri Filsafat)*. Kanisius. Yogyakarta.
- Mochtar Kusumaatmadja. 1976. *Hukum, Masyarakat, dan Pembinaan Hukum Nasional*. Binacipta. Bandung.

- Parlindungan Purba. 2007. *Konsep Dan Implementasi Program CSR Oleh Perusahaan Lokal*, disampaikan dalam rangka *Focused Group Discussion (FGD)* “Sub komisi Ekosob Komnaas HAM. 2007. *Corporate Social Responsibility (CSR) Berbasis HAM*”, Seminar Nasional tanggal 19 April 2007 di Garuda Plaza Hotel. Medan.
- Rusady Roslan. 2009. *Penolakan MK terhadap Judicial Review Pasal 74 UU CSR Berdampak Positif* (online). Diunduh dari <http://rosadyruslan-humas.blogspot.com/2009/04/penolakan-mk-terhadap-uji-material-uu.html>.
- Setio Sapto Nugroho. 2009. *armonisasi pembentukan peraturan perundang-undangan*. Biro Peraturan Perundang-undangan Bidang Perekonomian Sekretariat Negara. Jakarta.
- Siti Maemunah, 2007. *Negara Lemah, CSR Menguat*. Forum Keadilan No.22, tanggal 23 September 2007. Jakarta.
- Sri Hartati Samhadi. 2007. *Etika Sosial Perusahaan Multinasional*. Harian Kompas, tanggal 4 Agustus 2007.
- Sri Rejeki Hartono. 2007. *Hukum Ekonomi Indonesia*, Bayu Media. Malang.
- Sunaryati Hartono. 1982. *Hukum Pembangunan Ekonomi Indonesia*. Binacipta. Bandung.
- Yusuf Wibisono. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Fascho Publishing, Gresik.
- Zaeni Asyhadie. 2001. *Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.