

REKONSEPTUALISASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM RANGKA MEWUJUDKAN KEADILAN SOSIAL

A. Latar Belakang

Di era reformasi dan demokrasi sekarang ini, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah tuntutan global di mana keberadaan suatu perusahaan (korporasi) tidak hanya dinilai dari kinerja keuangan dan pemasaran produknya saja, namun juga kinerja sosialnya. Sebagai entitas bisnis, perusahaan tidak hanya dituntut untuk mewujudkan kepentingan *shareholders*, tetapi juga sekaligus harus memperhatikan kepentingan para *stakeholders*, hal ini karena perusahaan adalah bagian dari masyarakat itu sendiri.

Ide mengenai TJSP atau CSR kini semakin diterima secara luas. Kendati demikian, sebagai sebuah konsep yang masih relatif baru, CSR masih tetap kontroversial, bagi kalangan pebisnis maupun akademis. Kelompok yang menolak mengajukan argumen bahwa perusahaan adalah organisasi pencari laba dan bukan person atau sekadar kumpulan orang seperti halnya dalam organisasi sosial. Bukankah perusahaan telah membayar pajak dan karenanya tanggung jawab untuk meningkatkan kesejahteraan publik telah diambil alih pemerintah? Kelompok yang mendukung berpendapat bahwa perusahaan tidak dapat dipisahkan dari para individu yang terlibat di dalamnya. Karenanya, mereka tidak boleh hanya memikirkan keuntungan finansial bagi perusahaannya saja, melainkan pula harus memiliki kepekaan dan kepedulian

terhadap publik, khususnya masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan.¹

Model Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada dasarnya merujuk pada perluasan peran perusahaan yang tidak hanya mengurus kesejahteraan pegawai dan kebutuhan konsumen saja, melainkan turut pula peduli akan kehidupan masyarakat yang tinggal di seputar perusahaan. Munculnya isu ini terutama dipicu oleh banyaknya kasus di mana perusahaan besar umumnya perusahaan asing yang beroperasi di wilayah tertentu memunculkan masalah sosial, seperti polusi (air, udara, suara, termasuk polusi sosial), kesenjangan sosial ekonomi yang tajam antara “masyarakat” perusahaan dengan penduduk lokal, dan pemiskinan struktural masyarakat setempat lewat eksploitasi dan perusakan lingkungan yang dilakukan perusahaan.

Di beberapa negara, kegiatan CSR sudah lazim dilakukan oleh suatu perusahaan, hal ini bukan karena diatur oleh pemerintah, melainkan untuk menjaga hubungan baik dengan *stakeholders*. Berbeda dengan Indonesia, di mana kegiatan CSR baru dimulai beberapa tahun belakangan. Kegiatan ini makin menjadi pusat perhatian pada saat DPR mengetuk palu tanda disetujuinya RUUPT menjadi UUPT pada hari Jumat, 20 Juli 2007. Semua itu tidak terlepas karena klausul CSR (Pasal 74) yang masuk dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) meskipun sebelumnya telah masuk dalam Undang-Undang

¹ Edi Suharto. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Alfabeta, 2009, hlm. 101.

Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM),² yaitu dalam Pasal 15 huruf b UUPM yang menyatakan bahwa “setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”.

Ketika CSR dielaborasi ke dalam undang-undang tersebut timbul beberapa kontroversi baik yang berkaitan dengan konsep CSR maupun dengan tanggung jawab yang diderivasi dari etika bisnis menjadi sebuah norma hukum. Terkait dengan kontroversi ini, Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama³ menyatakan bahwa dengan demikian jelaslah bahwa konsep CSR yang semula hanya merupakan kewajiban moral, dengan berlakunya Pasal 74 ayat (1) UUPT menjadi kewajiban yang dapat dipertanggungjawabkan dalam hukum, tetapi khusus hanya bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Bagi perseroan lainnya, CSR hanya merupakan kewajiban moral saja.

Selain masalah adanya perbedaan pendapat antara kewajiban moral dan kewajiban hukum seperti di atas, terdapat beberapa persoalan yang juga perlu mendapat perhatian di dalam membahas tentang konsep CSR, antara lain adanya perbedaan di dalam terminologi, pengertian, sifat pengaturan, biaya atau pendanaan, bidang dan bentuk usaha, dan persepsi yang beragam mengenai bentuk CSR itu sendiri. Adanya berbagai masalah tersebut pada gilirannya akan menimbulkan

² Isa Wahyudi dan Busyra Azheri. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: Setara Press, 2011, hlm. 184.

³Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama. *Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*. Jakarta: Forum Sahabat, 2008, hlm. 95.

persoalan di dalam praktik pelaksanaannya sehingga akan berpengaruh pada keberhasilan dari program CSR itu sendiri di masyarakat.

Pada tataran praksis, meskipun telah banyak pandangan yang menyatakan bahwa kegiatan CSR memberikan banyak manfaat baik bagi masyarakat maupun bagi perusahaan itu sendiri, namun dalam kenyataannya masih banyak pula perusahaan yang belum melaksanakannya CSR. Akibat dari hal ini, kontribusi dari CSR belum dirasakan secara maksimal oleh masyarakat. Pada konteks Lampung, Agung Syahlendra⁴ menyatakan bahwa saat ini CSR beberapa pihak swasta masih sangat rendah, dari beberapa perusahaan tersebut, baru beberapa perusahaan saja yang telah memberikan CSR-nya kepada masyarakat.

Program-program CSR yang mencerminkan keadilan sosial di dalam kenyataannya masih harus serius diperjuangkan, mengingat masih banyaknya fakta yang menunjukkan sebaliknya, yaitu adanya ketidakharmonisan baik antara perusahaan dengan masyarakat maupun antara perusahaan dengan lingkungannya. Ketidakharmonisan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat dan/atau lingkungan ini sering termanifestasikan dalam bentuk berbagai konflik yang sekarang ini banyak kita temukan di Indonesia.

Berdasarkan pada uraian di atas, maka konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) perlu dilakukan rekonseptualisasi, di mana tanggung jawab sosial perusahaan

⁴ Agung Syahlendra. “Kontribusi CSR Masih Minim” . <http://rakyatlampung.co.id/web/kabupaten/4842-kontribusi-csr-masih-minim.html>. Diakses Tanggal 7 Mei 2011. Pukul 17.10 WIB.

tidak hanya sebagai suatu bentuk komitmen perusahaan, tetapi sebagai kewajiban yang secara hukum harus dilaksanakan oleh perusahaan. Bahkan ke depan dalam rangka ikut mewujudkan kesejahteraan sosial, konsep CSR tersebut perlu dikembangkan lagi ke arah konsep *Creating Shared Value* (CSV) atau menciptakan nilai/manfaat bersama antara perusahaan dengan masyarakat.

B. Fokus Studi dan Permasalahan

Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya.

Mengacu pada tujuan di atas, maka CSR tidak bisa dimaknai sekedar berupa aktivitas perusahaan yang bersifat karitatif atau pun filantropi sebagaimana yang masih banyak dipahami oleh sebagian besar kalangan. Kegiatan yang bersifat amal dan kedermawanan yang selama ini dilaksanakan oleh perusahaan dinilai belum sesuai dengan tujuan dan konsep CSR, yaitu meningkatnya kualitas kehidupan dan lingkungan dari *stakeholders*. Kegiatan CSR tidak hanya bersifat insidental dan tidak terencana, melainkan harus terprogram disertai dengan adanya pemberdayaan masyarakat, kemitraan, dan kelangsungan atau keberlanjutan. Melalui program CSR seperti di atas, diharapkan kegiatan dari program CSR tidak hanya akan memberi atau menciptakan nilai/manfaat bersama (*Creating Shared Value* - CSV) bagi kesejahteraan masyarakat, tetapi sekaligus bermanfaat bagi perusahaan itu sendiri. Bertolak dari uraian di atas, maka fokus kajian

disertasi ini adalah mengenai rekonseptualisasi⁵ tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam rangka ikut mewujudkan keadilan sosial.

Berdasarkan uraian di atas, maka yang menjadi permasalahan dan akan dikaji dalam disertasi ini adalah: (a) Bagaimanakah dinamika perkembangan konsep tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia? (b) Mengapa pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang dijalankan oleh perusahaan selama ini belum mencerminkan keadilan sosial? dan (c) Bagaimanakah konsep ideal tentang tanggung jawab sosial perusahaan yang diharapkan bisa membantu mempercepat terwujudnya keadilan sosial?

⁵ Menurut Soetandyo Wignjosoebroto. “Tentang Konsep, Teori dan Paradigma Ilmu Pengetahuan Sosial.” Bahan Kuliah Teori-Teori Sosial Tentang Hukum, hlm. 1, konsep (berasal dari kata Latin *conseptus* yang berarti buah gagasan) tentang sesuatu benda atau gejala bukanlah gejala atau benda faktual itu sendiri, melainkan gambaran yang diimajinasikan dan didefinisikan saja. Konsep pada hakikatnya adalah unsur atau *the building block* suatu teori (dan pada gilirannya teori adalah *the building block* suatu cabang ilmu) adalah juga suatu realitas yang berada di ranah atau tataran idea manusia. Ditinjau dari kajian saintifik modern, konsep hadir sebagai sebuah konstruksi pikir, yang menggambarkan dalam wujudnya yang abstrak dan simbolik suatu realitas empirik. Sedangkan menurut Peter Salim dan Yenny Salim. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Press, 1991., hlm. 764, konsep berarti sebagai pemikiran yang umum; ide atau pendapat yang diabstrakkan melalui peristiwa nyata. Konseptualisasi berarti pengonsepan; pembentukan konsep. Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang dimaksud dengan rekonseptualisasi berarti pengonsepan atau pembentukan konsep kembali.

C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mereformulasi konsep tentang tanggung jawab sosial perusahaan guna mendorong terwujudnya keadilan sosial. Secara terinci tujuan dari penelitian ini adalah untuk: (1) Mengkaji dan menjelaskan dinamika perkembangan konsep tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia, (2) Mengkaji dan menganalisis tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang belum mencerminkan keadilan sosial, dan (3) Memperoleh konsep ideal tentang tanggung jawab sosial perusahaan yang berorientasi pada keadilan sosial.

Secara teoretis, hasil penelitian disertasi ini diharapkan akan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu hukum tentang konsep tanggung jawab sosial perusahaan yang berorientasi pada keadilan sosial. Sedangkan secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi:

- a) Pemerintah dan legislatif dalam mereformulasi peraturan perundangan atau kebijakan tentang tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih mengarah pada terwujudnya keadilan sosial.
- b) Kalangan korporasi atau perusahaan dalam merencanakan dan melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan yang sesuai dengan aspirasi dan kebutuhan masyarakat, khususnya bagi masyarakat yang berada di sekitar lingkungan perusahaan.
- c) Kalangan akademisi, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memperkaya pengetahuan dan literatur serta dapat dijadikan sebagai dasar penelitian lebih lanjut dalam upaya untuk membangun konsepsi hukum mengenai tanggung jawab sosial perusahaan.

D. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam disertasi ini termasuk ke dalam tradisi penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah yaitu situasi sosial (*social situation*) tertentu. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Dipilihnya paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini berdasarkan pertimbangan bahwa fokus penelitian ini tentang reconseptualisasi tanggung jawab sosial perusahaan yang berkeadilan sosial.

Penelitian ini termasuk penelitian *sociolegal research*. Peneliti menggunakan jenis pendekatan *sociolegal research* ini dengan maksud memperoleh gambaran yang lengkap tentang norma hukum CSR dan realitas sosialnya serta keterkaitan di antara keduanya.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang bersumber dari pihak-pihak yang terlibat dalam masalah yang menjadi objek penelitian atau data yang diperoleh dengan melakukan penelitian lapangan.⁶ Jenis data sekunder terdiri dari: bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.⁷

Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi, yaitu dengan pengamatan langsung di lokasi

⁶ Abdulkadir Muhammad. *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004, hlm. 202.

⁷ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: CV. Rajawali, 1986, hlm. 14-15.

penelitian, dan wawancara⁸ secara mendalam (*in depth interview*) dengan informan atau nara sumber.

Terhadap data sekunder, pengumpulan data dilakukan dengan cara studi pustaka atau studi dokumen, Hasil dari proses pengumpulan data tersebut selanjutnya dilakukan reduksi data (*data reduction*)⁹ atau diolah. Menurut Sanapiah Faisal,¹⁰ pengolahan data (*data processing*) mencakup kegiatan mengedit (*editing*) data, mengkode (*coding*) data, dan tabulasi data.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis secara deskriptif kualitatif, yaitu¹¹ dengan memberikan

⁸ Menurut Stewart dan Cash sebagaimana dikutip Soerjono Soekanto. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI Press), 1986, hlm. 221, wawancara adalah “*a process of dyadic communication with a predetermined and serious purpose designed to interchange behavior and usually involving the asking and answering of questions*”.

⁹ Menurut Burham Bungin. *Analisis Penelitian Kualitatif : Pemahaman Filosofis dan Metodologis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2010, hlm. 70, istilah reduksi data dalam penelitian kualitatif dapat disejajarkan maknanya dengan istilah pengelolaan data (mulai dari editing, koding, hingga tabulasi data) dalam penelitian kuantitatif. Ia mencakup kegiatan mengikhtarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milahkannya ke dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, atau tema tertentu.

¹⁰ Sanapiah Faisal. *Format-format Penelitian Sosial: Dasar-dasar dan Aplikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007, hlm. 149-153.

¹¹ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, hlm. 283. Menurut Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1994, hlm. 103, sifat analisis deskriptif maksudnya adalah bahwa peneliti dalam menganalisis berkeinginan untuk memberikan gambaran atau pemaparan atas subjek dan objek penelitian sebagaimana hasil penelitian yang dilakukannya. Di sini peneliti tidak melakukan justifikasi terhadap hasil penelitiannya tersebut.

pemaparan dan menjelaskan secara rinci dan mendalam (*verstehen*) untuk mengungkap apa yang terdapat dibalik dari peristiwa nyata dengan maksud mencari nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Guna menjamin keabsahan data, peneliti menggunakan teknik pemeriksaan data triangulasi. Teknik triangulasi yang ditekankan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan metode.

E. Pembahasan dan Temuan Penelitian

1. Dinamika Perkembangan Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia

Secara umum dinamika perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat dilihat dari perspektif: *pertama*, periodisasi berkembangnya tanggung jawab sosial perusahaan; *kedua*, dari konstituennya; *ketiga*, dari sikap dan kepentingan perusahaan. Ditinjau dari masanya, terdapat tiga periode penting dalam perkembangan konsep CSR, yaitu: (1) Perkembangan awal konsep CSR di era tahun 1950-1960-an; (2) Perkembangan konsep CSR di era tahun 1970-1980; (3) Perkembangan awal konsep CSR di era tahun 1900-an sampai dengan saat ini.

Mencermati periodisasi perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, nampak ada dimensi yang berbeda pada setiap periode perkembangan CSR. Dimensi CSR di era tahun 1950-1960-an

Sedangkan makna analisis kualitatif, menurut Abdulkadir Muhammad. *Hukum dan ..., Op. Cit.*, hlm. 127, artinya menguraikan data secara bermutu dalam bentuk kalimat yang teratur, runtun, logis, tidak tumpang tindih, dan efektif, sehingga memudahkan interpretasi data dan pemahaman hasil analisis.

adalah kewajiban masyarakat dan hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Di era tahun 1970-1980 dimensi CSR, yaitu adanya keterlibatan *stakeholders* dan adanya empat kewajiban perusahaan: tanggung jawab ekonomi, tanggung jawab hukum, tanggung jawab etis, dan tanggung jawab diskresioner bagi perusahaan. Pada era tahun 1990-an sampai saat ini, di samping berdimensi *stakeholders*, CSR-nya juga berdimensi pada *triple bottom line (profit, people, planet)*, meningkatkan kualitas hidup warga, hak asasi manusia, hak-hak buruh, transparansi dan akuntabilitas. Dimensi-dimensi CSR tersebut dirangkum oleh Shafiqur Rahman ke dalam 10 dimensi utama sebagai berikut: (a) Kewajiban masyarakat, (b) Keterlibatan *stakeholders*, (c) Meningkatkan kualitas hidup, (d) Pembangunan ekonomi, (e) Praktik bisnis etis, (f) Mematuhi hukum, (g) Sukarela, (h) Hak asasi manusia, (i) Perlindungan lingkungan, dan (j) Transparansi dan akuntabilitas.

Ditinjau dari konstituennya, perkembangan CSR dalam sebuah kontinum adopsi ke dalam empat tahap dari pelaksanaan CSR perusahaan kepada berbagai konstituen. Kontinum tersebut juga menunjukkan bahwa jika cakupan konstituennya semakin luas CSR, maka semakin besar pula CSR yang harus dilakukan. *Pada tahap awal*, CSR lebih tertuju kepada pemilik perusahaan (pemegang saham/*owners*) dan manajer. Pada tahap ini pemimpin perusahaan akan mengedepankan kepentingan para pemegang saham dengan cara maksimalisasi laba. Di sini pemimpin perusahaan memiliki pandangan bahwa mereka tidak memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat secara luas. *Pada tahap kedua*, perusahaan mulai mengembangkan CSR-nya kepada para pekerja (*employees*). Pada tahap ini, manajer perusahaan

tidak hanya memerhatikan maksimalisasi laba, tetapi mereka mulai memberikan perhatian yang besar kepada sumber daya manusia. *Pada tahap ketiga*, perusahaan mengembangkan CSR kepada para konstituen dalam suatu lingkungan yang spesifik di mana konstituen tersebut biasanya merupakan masyarakat setempat (*local communities*) yang terkena dampak secara langsung oleh operasional perusahaan di daerah tempat mereka tinggal. *Pada tahap keempat*, perusahaan tidak hanya mengembangkan CSR kepada masyarakat setempat, melainkan mencakup pula masyarakat luas. Para manajer memandang bisnis mereka sebagai bagian dari entitas publik dan mereka merasa bertanggung jawab untuk melakukan berbagai kebajikan kepada publik.

Ditinjau dari sikap dan kepentingan perusahaan, maka ada empat tipe perusahaan dalam menyikapi CSR tersebut, yaitu sikap reaktif, defensif, akomodatif, dan proaktif. Sikap reaktif, yaitu pendekatan terhadap tanggung jawab sosial yang melibatkan tindakan seminimal mungkin dan bahkan melibatkan usaha-usaha penolakan atau menutup-nutupi pelanggaran yang dilakukan. Sikap defensif, yaitu pendekatan tanggung jawab sosial yang ditandai dengan hanya memenuhi persyaratan hukum secara minimum atas komitmen terhadap *stakeholders* dan lingkungan sosialnya. Sikap akomodatif, yaitu pendekatan tanggung jawab sosial dengan melaksanakannya apabila diminta melebihi persyaratan minimal hukum dalam komitmennya terhadap *stakeholders* dan lingkungannya. Sikap proaktif, yaitu pendekatan tanggung jawab sosial di mana perusahaan secara aktif mencari peluang untuk melaksanakannya demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungannya.

Sementara itu jika dilihat dari kepentingan perusahaan, perkembangan CSR terjadi dalam 3 (tiga) generasi sebagai berikut: Pada generasi pertama CSR, perusahaan dapat dimintakan pertanggungjawaban sepanjang tidak mengurangi keuntungan yang diraihnya dan terhadap hal-hal yang memberikan sumbangan terhadap kesuksesan (keuangan) perusahaan. Pada generasi kedua CSR, perusahaan melihat bahwa CSR merupakan bagian yang integral dari strategi bisnis jangka panjang. Pada generasi ketiga CSR, CSR diperlukan agar supaya dapat memberikan kontribusi yang signifikan untuk mengurangi kemiskinan dan mencegah degradasi lingkungan.

Secara khusus, dinamika perkembangan konsep tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia dapat ditinjau dari dua perspektif yang berbeda:

1. Pelaksanaan CSR yang didasarkan atas sifat kesukarelaan (*voluntary*). Di Indonesia beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan aktivitas sosial yang dilakukan secara suka rela ini walaupun tidak menamainya sebagai CSR. Kegiatan tersebut secara faktual pada dasarnya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk peran serta dan kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Di sini pelaksanaan CSR lebih banyak berasal dari inisiatif perusahaan dan bukan merupakan aktivitas yang dituntut untuk dilakukan perusahaan oleh peraturan perundang-undangan.
2. CSR yang pelaksanaannya bersifat *mandatory* karena sudah atau didasarkan pada peraturan perundang-undangan yang berlaku, baik bagi perusahaan BUMN maupun BUMS (Perseroan). Kewajiban hukum yang bersifat *mandatory*

untuk melaksanakan CSR tersebut secara eksplisit diatur dalam Pasal 88 ayat (1) UUBUMN, Pasal 15 UUPM, dan Pasal 74 ayat (1) UUPT berikut peraturan pelaksanaannya. Secara implisit kewajiban hukum untuk melaksanakan CSR juga dapat ditemukan dalam berbagai peraturan perundang-undangan, antara lain dalam UUPK, UUPLH, dan Putusan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia Nomor 53/PUU-VI/2008.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN. Pasal 2 menyatakan bahwa salah satu tujuan pendirian BUMN adalah turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat. Selanjutnya, Pasal 88 ayat (1) menyatakan bahwa BUMN dapat menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan usaha kecil/koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN.

Selanjutnya dalam Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal juga ada beberapa ketentuan yang berkaitan dengan CSR, yaitu:

Pasal 15 Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal. Menurut Penjelasan Pasal 15 Huruf b, 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

Pasal 16 Setiap penanam modal bertanggung jawab menjaga kelestarian lingkungan hidup, menciptakan

keselamatan, kesehatan, kenyamanan, dan kesejahteraan pekerja.

Pasal 34 ayat (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.

Pasal 34 ayat (2) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 34 ayat (3) Selain dikenai sanksi administratif, badan usaha atau usaha perseorangan dapat dikenai sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Berdasarkan pengaturan-pengaturan di atas, kewajiban dan tanggung jawab perusahaan bukan hanya kepada pemilik modal saja, melainkan juga kepada karyawan dan keluarganya, konsumen dan masyarakat sekitar, serta lingkungan hidup.

Selain dua undang-undang di atas, kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan secara eksplisit juga ditentukan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Ketentuan tersebut terdapat di dalam Pasal 74 yang menyatakan:

(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 ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Peraturan Pemerintah yang dimaksud di atas adalah Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Sebagai pelaksanaan dari Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, di dalam Peraturan Pemerintah ini ditegaskan beberapa hal sebagai berikut:

Pasal 2 menyatakan bahwa setiap Perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 di atas menurut Pasal 3 ayat (1) menjadi kewajiban bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang. Kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) di atas menurut Pasal 3 ayat (2) dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan Perseroan.

Selanjutnya, menurut Pasal 4 ayat (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan

rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan. Bagi Perseroan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, menurut Pasal 7 dapat dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Terkait dengan Pasal 74 di atas, pada sektor BUMN, Menteri Negara BUMN telah mengeluarkan Surat Edaran Menteri Negara BUMN Nomor: SE-07/MBU/2008 Tentang Pelaksanaan PKBL dan Penerapan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, menegaskan bahwa:

- a. Bagi BUMN yang sudah melakukan alokasi biaya untuk bina wilayah atau yang sejenis sebelum diterbitkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 (UUPT), maka dalam pelaksanaannya agar dilakukan sesuai dengan mekanisme korporasi dengan memperhatikan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG).
- b. Bagi BUMN yang sumber dana program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL)-nya berasal dari penyisihan laba, maka tetap melaksanakan PKBL sesuai dengan alokasi dana yang disetujui RUPS.
- c. Bagi BUMN yang sumber dana program kemitraan dan/atau bina lingkungan (PKBL)-nya dibebankan/menjadi biaya perusahaan sebagai pelaksanaan Pasal 74 UUPT, maka dalam pelaksanaannya agar tetap berpedoman pada peraturan menteri Negara BUMN No: Per-05/MBU/2007, sampai adanya penetapan lebih lanjut dari menteri Negara BUMN.

Kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan di atas semakin ditegaskan dengan keluarnya Putusan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia Nomor 53/PUU-VI/2008 tanggal 15 April 2009. Melalui keputusan tersebut, Mahkamah Konstitusi (MK) menolak gugatan uji material yang diajukan oleh Kadin terhadap Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) mengenai kewajiban Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) bagi perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam.

Kewajiban hukum bagi perusahaan untuk melaksanakan CSR ini juga bisa dilihat dari pertimbangan penolakan dalam Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 53/PUU-VI/2008 tentang Permohonan Pengujian UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas terhadap Pasal 28 D ayat (1), Pasal 28 I ayat (2), dan Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar 1945 yang pada pokoknya sebagai berikut:

- a. Dampak kerusakan sumber daya alam dan lingkungan telah sampai pada tingkat yang sangat mengkhawatirkan, baik untuk generasi sekarang maupun yang akan datang. Terkait dengan itu, maka peranan negara dengan hak menguasai atas bumi, air, udara, dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya, termasuk hak untuk mengatur, mengusahakan, memelihara dan mengawasi, dimaksudkan agar terbangun lingkungan yang baik dan berkelanjutan yang ditujukan untuk kepentingan *stakeholders*.
- b. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) merupakan kebijakan negara dalam bentuk *affirmatif regulation*. Kebijakan ini bukan hanya harus ditaati, tetapi dituntut sebagai tanggung jawab bersama untuk bekerja sama (*to*

cooperate) antara negara, pelaku bisnis, perusahaan, dan masyarakat.

- c. Bukan saatnya lagi para pelaku usaha berperilaku seperti entitas yang tertutup dan terisolasi serta teralienasi dari masyarakat. Pelaku usaha harus membangun hubungan baik dan harmonis dengan masyarakat sekitarnya, sehingga memberikan manfaat yang sebesar-besarnya untuk kemakmuran masyarakat dengan prinsip *pareto superiority* (membangun dan mendapatkan keuntungan tanpa mengorbankan kepentingan orang lain).
- d. Kalangan dunia usaha harus menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan di mana perusahaan beroperasi. Hal ini sejalan dengan prinsip legitimasi (*legitimacy principle*), bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai keadilan dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakannya. Ketidaksielarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat dapat menyebabkan perusahaan kehilangan legitimasinya, sehingga dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

Senada dengan dasar penolakan di dalam Putusan MK di atas, Mukti Fajar¹² menyatakan bahwa di Indonesia, pengaturan CSR dalam undang-undang sangat sesuai dengan

¹² Mukti Fajar ND. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia: Studi Tentang Penerapan Ketentuan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Multi Nasional, Swasta Nasional dan Badan Usaha Milik Negara*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, hlm. 372.

nilai-nilai Pancasila yang tercantum dalam sila ke-2 tentang kemanusiaan yang adil dan beradab serta sila ke-5 tentang keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. CSR juga sesuai dengan Pasal 33 UUD 1945 yang didasari oleh pokok-pokok pikiran yang terkandung dalam Alinea ke IV Pembukaan UUD 1945, yang intinya pemerintah harus memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan menciptakan keadilan sosial. Berdasarkan Pasal 33 UUD 1945, maka sistem perekonomian Indonesia adalah sistem perekonomian yang diselenggarakan atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan.

Mahkamah Konstitusi (MK) dalam putusannya Nomor 53/PUU-VI/2008 menilai bahwa norma hukum yang mewajibkan pelaksanaan CSR/TJSL (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan) oleh perusahaan tidak berarti meniadakan konsep demokrasi ekonomi yang berintikan pada efisiensi berkeadilan seperti diatur dalam Pasal 33 ayat (4) UUD 1945 dan tidak akan membuat TJSL sekedar formalitas perusahaan saja, sebab:

1. prinsip demokrasi ekonomi memberi kewenangan kepada Negara untuk tidak hanya menguasai dan mengatur sepenuhnya kepemilikan dan pemanfaatan bumi, air, dan kekayaan alam, serta untuk memungut pajak semata, melainkan juga kewenangan untuk mengatur pelaku usaha agar mempunyai kepedulian terhadap lingkungan.
2. pelaksanaan TJSL menurut Pasal 74 tetap akan dilakukan oleh perseroan sendiri sesuai prinsip kepatutan dan kewajaran, Pemerintah hanya berperan sebagai pemantau. Di sini tidak perlu dikhawatirkan akan terjadi

penyalahgunaan dana TJSL ataupun membuat perseroan melaksanakan TJSL hanya sebagai formalitas belaka.

3. pengaturan TJSL dalam bentuk norma hukum merupakan suatu cara Pemerintah untuk mendorong perusahaan ikut serta dalam pembangunan ekonomi rakyat.

Bila dilihat dari landasan filosofis maupun yuridisnya, pengaturan CSR ke dalam produk hukum di Indonesia seperti di atas sudah jelas. Menurut Isa Wahyudi dan Busyra Azheri,¹³ landasan filosofis dari CSR ini dapat dilihat pada Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945) tepatnya alinea keempat yang menegaskan sebagai berikut: "... Pemerintah negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial ...".

Alinea keempat Pembukaan UUD 1945 ini mendeskripsikan bahwa "*the founding father*" ingin meletakkan rumusan tujuan negara Indonesia, yaitu negara kesejahteraan (*welfare state*). Amanah pembukaan UUD 1945 ini diejawantahkan pada Pasal 28, Pasal 28 C ayat (1), Pasal 28 H ayat (1) dan (3), serta Pasal 33 ayat (4). Berdasarkan amanat konstitusi tersebut, pemerintah telah menindaklanjutinya dengan mengatur tentang CSR, di antaranya pada Pasal 15 huruf b Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

¹³ Isa Wahyudi dan Busyra Azheri. *Corporate Social ..., Op. Cit.*, hlm. 123-124.

Konsekuensi berikutnya, dengan dinormatifikannya prinsip-prinsip CSR, maka sifat tanggung jawab perusahaan dari *voluntary* berubah menjadi *mandatory*.

Pengaturan yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial ke dalam berbagai bentuk peraturan perundangan sebagaimana dijelaskan di atas pada dasarnya selaras dengan teori kontrak sosial. Mengacu pada teori kontrak sosial, maka perusahaan sebagai entitas bisnis dan subjek hukum merupakan bagian dari masyarakat. Keberadaan perusahaan dengan demikian tidak bisa terlepas dari bagian lain dari masyarakat secara keseluruhan. Sebagai bagian dari masyarakat, perusahaan di samping berhak untuk memperoleh keuntungan juga berkewajiban untuk dapat memberikan manfaat atau kontribusi pada masyarakat. Hal ini wajar mengingat perusahaan di dalam menjalankan bisnisnya telah memperoleh berbagai macam keistimewaan baik yang disediakan oleh masyarakat dalam bentuk sumber daya manusia maupun yang diberikan oleh pemerintah dalam bentuk memanfaatkan sumber daya alam.

Mengingat keberadaan suatu perusahaan tidak bisa terpisah dengan masyarakat, maka sudah sewajarnya juga jika ia terikat dengan segala nilai-nilai dan norma moral yang ada di masyarakat dimana mereka beroperasi. Pada konteks teori kontrak sosial, hal ini juga telah ditegaskan oleh De George¹⁴ bahwa dalam sektor bisnis maka semua orang yang terlibat dalam bisnis harus berpegang pada norma-norma moral, seperti dalam menyusun kontrak, mengadakan transaksi, mengadakan

¹⁴ Suparnyo. *Corporate Social Responsibility Teori dan Praktik*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2010, hlm. 317.

perjanjian, dan sebagainya. Perusahaan harus berhubungan baik dengan pemasok, penyalur, konsumen, masyarakat sekitar, masyarakat luas, pemerintah, dan *stakeholders*.

Uraian di atas pada dasarnya hendak menegaskan bahwa sebagai perwujudan dari adanya kontrak sosial, perusahaan dalam menjalankan bisnisnya harus mematuhi segala norma dan peraturan perundangan yang ada dan berlaku di masyarakat termasuk di dalamnya kewajiban untuk melaksanakan CSR. Di sini negara sebagai perwujudan dari representasi masyarakat berwenang untuk mengatur tentang penyelenggaraan CSR dalam bentuk *affirmatif regulation*. Kewenangan negara tersebut di samping dimaksudkan agar pelaku usaha memiliki kepedulian kepada masyarakat dan lingkungan, juga untuk mendorong agar perusahaan ikut serta dalam pembangunan ekonomi masyarakat.

2. Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan oleh Korporasi

Ditinjau dari pelaksanaan CSR, maka perusahaan dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori perusahaan, yaitu sekedar basa basi dan keterpaksaan (CSR sebagai *social reaction*), sebagai upaya untuk memenuhi kewajiban (*compliance*) karena memang ada regulasi, hukum yang memaksa (CSR sebagai *social obligation*), dan *beyond compliance* atau *compliance plus*, karena terdapat dorongan yang tulus dari dalam (CSR sebagai *social response*). Pada kriteria yang ketiga ini perusahaan menyadari bahwa tanggung jawabnya bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan *profit* demi kelangsungan bisnis, melainkan juga tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Selain dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori seperti di atas, berdasarkan perspektif perusahaan praktik pelaksanaan CSR, dapat dikelompokkan menjadi empat bagian, yaitu tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang didudukkan sebagai investasi sosial perusahaan, sebagai strategi bisnis perusahaan, sebagai upaya untuk memperoleh *license to operate* perusahaan dari masyarakat, dan sebagai bahan dari *risk management*. Perspektif dan bentuk kebijakan yang digariskan dan ditetapkan oleh perusahaan nantinya akan menjadi warna bentuk, tipe, strategi pelaksanaan, serta sasaran praktik tanggung jawab sosial (*social responsibility*) suatu perusahaan. Membicarakan perspektif perusahaan tentang CSR memang penting untuk melihat keseriusannya di dalam melaksanakan CSR. Namun demikian, dalam implementasi program CSR juga diperlukan beberapa kondisi yang akan menjamin terlaksananya implementasi program CSR dengan baik. Kondisi *pertama*, implementasi CSR memperoleh persetujuan dan dukungan dari pihak yang terlibat terutama dari manajemen puncak perusahaan. Kondisi *kedua* yang harus diciptakan untuk menunjang keberhasilan implementasi program CSR adalah ditetapkannya pola hubungan (*relationship*) di antara pihak-pihak yang terlibat secara jelas, dan kondisi *ketiga* adalah adanya pengelolaan program yang baik.

Pada umumnya perusahaan dalam menyusun program CSR mencakup bidang sosial, ekonomi, dan lingkungan. Bidang sosial, antara lain: Pendidikan/pelatihan, kesehatan, kesejahteraan sosial, kepemudaan/kewanitaan, keagamaan, kebudayaan, penguatan kelembagaan, dan lain-lain. Bidang ekonomi, antara lain: kewirausahaan, pembinaan UKM,

agribisnis, pembukaan lapangan kerja, sarana dan prasarana ekonomi, usaha produktif lainnya. Bidang lingkungan, antara lain: penggunaan energi secara efisien, proses produksi yang ramah lingkungan, pengendalian polusi, penghijauan, pengelolaan air, pelestarian alam, pengembangan ekowisata, penyehatan lingkungan, perumahan dan pemukiman.

Perusahaan-perusahaan pada dasarnya telah melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan walaupun masih nampak didominasi dengan program-program yang bersifat karitatif dan filantropis. Tanggung jawab filantropis (*philanthropic responsibilities*) merupakan bentuk awal dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). CSR dalam bentuk karitatif atau filantropi yang sifatnya sesaat dan *ad hoc* seperti donasi dalam bentuk sembako atau bantuan dana dan/atau pinjaman modal tersebut jika tidak dibarengi dengan adanya pemberdayaan ekonomi masyarakat, kemitraan, dan program yang keberlanjutan tidak akan banyak berpengaruh pada upaya pencapaian kesejahteraan masyarakat atau keadilan sosial.

Kegiatan CSR yang bersifat filantropi atau karitatif sebenarnya tidak ada yang salah dan tetap memberi manfaat, sebab kedua kegiatan tersebut dalam banyak kasus masih banyak diperlukan, baik dilihat dari kepentingan masyarakat, pemerintah maupun korporasi. Hanya saja, jika bentuk atau sifat CSR yang dilaksanakan itu masih bersifat karitatif dan filantropis maka efeknya hanya akan dirasakan sesaat dan tidak akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat yaitu kemakmuran atau keadilan sosial. Sebaliknya, jika program CSR itu disertai dengan pola pemberdayaan (ekonomi) masyarakat, kemitraan dan

berkesinambungan maka akan memberikan manfaat yang lebih dan berdampak ganda (*multiplier effect*) yang lebih besar bagi masyarakat. Hal ini pada akhirnya secara bertahap akan mampu mengembangkan kemandirian masyarakat untuk jangka panjang dan terlepas dari ketergantungan kepada (belas kasihan) pemerintah atau korporasi yang membantunya.

Program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan bagi masyarakat dan lingkungan. Tujuan tersebut tentu tidak bisa dicapai hanya dengan sekedar memberi bantuan-bantuan yang sifatnya sesaat dan temporer. CSR agar dapat berkontribusi di dalam ikut mewujudkan keadilan sosial, maka pelaksanaannya harus dilakukan dengan cara memberdayakan ekonomi masyarakat dengan melakukan kemitraan dan dilaksanakan secara berkelanjutan. Ini berarti program-program CSR idealnya tidak hanya berupa pemberian “ikan” yang akan habis sesaat, melainkan berupa “kail” yang akan bermanfaat untuk jangka panjang.

Keadilan sosial mengandung arti bahwa keadilan sosial menghendaki adanya kemakmuran atau kesejahteraan yang merata di antara seluruh, bukan merata yang statis, melainkan merata yang dinamis dan meningkat. Keadilan sosial dengan demikian berbicara tentang kesejahteraan seluruh rakyat dalam negara Indonesia, yaitu kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Guna mencapai kondisi seperti di atas, maka di dalam melaksanakan aktivitas CSR sudah semestinya dilakukan berdasarkan asas kemitraan,

keberlanjutan, dan pemberdayaan (ekonomi) masyarakat sebagaimana yang dinyatakan dalam Pasal 2 huruf e dan j, serta Pasal 6 huruf c Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial.

Meskipun pelaksanaan program-program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan masih banyak yang belum mencerminkan nilai keadilan sosial, namun bukan berarti program tersebut tidak ada manfaatnya. Terhadap program-program CSR/PKBL yang dilaksanakan oleh PTPN VII (Persero) oleh masyarakat telah dirasakan manfaatnya. Berdasarkan hasil survei pada tahun 2012,¹⁵ beberapa manfaat dari aktivitas CSR/PKBL tersebut antara lain:

- a. meningkatkan ekonomi masyarakat berkelanjutan,
- b. membangun masyarakat sejahtera,
- c. memberdayakan masyarakat keseluruhan menjadi sejahtera, aman, dan damai (masyarakat madani),
- d. pengembangan komunitas ke arah kehidupan berkualitas.

Jika dilihat dari besaran manfaat yang didapat oleh *stakeholders* nampak, bahwa jenis aktivitas CSR/KBL yang dirasakan manfaatnya sebagai berikut:¹⁶ Terbanyak adalah (68,70%) pada bidang ekonomi, disusul dengan bidang sosial (17,73%), dan terakhir adalah bidang lingkungan sebanyak 13,57%. Di bidang ekonomi, program yang paling banyak dirasakan adalah pembinaan UMKM terutama dalam bentuk bantuan modal usaha (68%), pendidikan dan pelatihan

¹⁵ PT. Perkebunan Nusantara VII. Laporan Akhir “*Studi Kepuasan Stakeholders Penerima Benefit CSR/PKBL PTPN VII (Persero) di Provinsi Lampung*”, 2012, hlm. 43.

¹⁶ PT. Perkebunan Nusantara VII. Laporan Akhir “*Studi Identifikasi ... Op. Cit.*”, hlm. 44.

kewirausahaan (28%), selebihnya berupa program agribisnis, sarana dan prasarana ekonomi. Di bidang sosial, program yang paling banyak dirasakan adalah pendidikan dan pelatihan (37,25%), keagamaan (31,37), dan kesehatan (15,69%), selebihnya adalah program-program kesejahteraan sosial, penguatan kelembagaan dan kebudayaan melalui bantuan sarana dan prasarana. Selanjutnya di bidang lingkungan, program yang paling banyak dirasakan adalah penghijauan (62%), pengendalian polusi (31%), pengelolaan air (5%), dan pelestarian alam (2%).

Paparan hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa penerapan CSR/PKBL oleh perusahaan telah membawa manfaat bagi masyarakat. Besarnya manfaat CSR/PKBL yang dirasakan oleh masyarakat tersebut pada dasarnya selaras dengan perspektif dari teori utilitarianisme atau teori utilitas. Utilitarianisme berpendapat bahwa suatu kebijakan atau tindakan (dalam hal ini kegiatan CSR) dinilai baik apabila kebijaksanaan atau tindakan tersebut mempunyai manfaat atau kegunaan (*utility*) bagi sebagian besar orang, dapat membahagiakan banyak orang, mengejar akibat baik sebesar-besarnya.

Utilitarianisme merupakan suatu paham etis yang berpendapat bahwa yang baik adalah yang berguna, berfaedah, dan menguntungkan. Sebaliknya, yang jahat atau buruk adalah yang tidak bermanfaat, tak berfaedah, merugikan. Karena itu, baik buruknya perilaku dan perbuatan ditetapkan dari segi berguna, berfaedah, dan menguntungkan atau tidak. Kriteria prinsip etika utilitarianisme yaitu adanya manfaat bahwa kebijakan atau tindakan itu mendatangkan manfaat atau kegunaan tertentu. Suatu kebijakan atau tindakan adalah baik

dan tepat secara moral jika kebijaksanaan atau tindakan itu mendatangkan manfaat atau keuntungan. Utilitarianisme dengan demikian bersifat rasional karena ia mempertanyakan akibat atau konsekuensi dari suatu tindakan apakah berguna atau tidak.

Etika utilitarianisme sangat mengutamakan manfaat atau akibat baik dari suatu tindakan bagi banyak orang. Suatu tindakan dinilai baik secara moral bukan karena tindakan itu mendatangkan manfaat terbesar bagi orang yang melakukan, melainkan karena tindakan itu mendatangkan manfaat terbesar bagi semua orang yang terkait, termasuk orang yang melakukan tindakan itu. Karena itu, utilitarianisme tidak bersifat egoistis individualis. Semakin banyak orang yang terkena akibat baik suatu kebijaksanaan atau tindakan, semakin baik tindakan tersebut. Jadi, etika ini tidak mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan kepentingan pribadi atau berdasarkan akibat baiknya demi diri sendiri dan kelompok sendiri.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) oleh korporasi meskipun masih banyak ditemukan kendala dan kekurangannya, namun tidak bisa menafikan adanya dampak positif berupa manfaat bagi masyarakat. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan pada dasarnya merupakan suatu bentuk *philanthropy* perusahaan untuk memaksimalkan dampak positif dan meminimumkan dampak negatif atas kehadiran dan pengoperasian bisnis. Kegiatan CSR tersebut tidak hanya memberi manfaat bagi perusahaan pelaku CSR, tetapi juga memberi banyak manfaat bagi masyarakat di sekitar pada khususnya dan masyarakat luas pada umumnya. Banyaknya manfaat dari program CSR yang dirasakan oleh

masyarakat merupakan suatu bentuk kebahagiaan sebagaimana yang menjadi esensi dari teori utilitas.

3. Konsep Ideal Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang Berorientasi pada Nilai-Nilai Keadilan Sosial

Keberadaan suatu perusahaan dengan demikian agar memperoleh dukungan dari masyarakat maka harus berusaha untuk menjadi bagian dari warga negara yang baik di setiap wilayah di mana perusahaan tersebut beroperasi. Kondisi ini memunculkan varians baru konsep CSR yang disebut dengan *corporate citizenship*. Kedudukan suatu perusahaan sebagai *corporate citizenship* telah memposisikan perusahaan memiliki hak dan kewajiban sebagaimana seorang warga negara, yaitu hak memproduksi dan menghasilkan profit, dan berkewajiban untuk ikut andil membangun masyarakat dan berkontribusi pada kesejahteraan atau keadilan sosial. Kewajiban dimaksud tidak sekadar berupa komitmen untuk berkontribusi dalam bentuk amal (*charity*) berdasarkan motivasi keagamaan atau kedermawanan (*philanthropy*) yang biasanya bersumber dari norma dan etika universal, melainkan dalam bentuk kewajiban hukum untuk berkontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan agar dapat ikut aktif terlibat dalam mewujudkan tercapainya kemakmuran bersama atau keadilan sosial.

Corporate citizenship sebagai suatu aktivitas dari program perusahaan, akan memberi banyak manfaat baik bagi masyarakat maupun bagi perusahaan itu sendiri. Tegasnya, dalam aktivitas ini akan didapat manfaat yang bersifat timbal

balik antara manfaat sosial (*social benefits*) yang diberikan perusahaan kepada masyarakat dengan manfaat yang diperoleh perusahaan (*business benefit*) melalui pelaksanaan program *corporate citizenship*. Secara lebih khusus, bagi perusahaan yang melaksanakan aktivitas program *corporate citizenship* akan mendapatkan banyak manfaat atau keuntungan. Manfaat tersebut tidak saja berupa keuntungan ekonomi secara langsung tetapi juga sekaligus akan mendapatkan keuntungan berupa penghargaan yang diberikan oleh masyarakat terhadap perusahaan. Adanya penghargaan ini berarti masyarakat mengakui dan menerima keberadaan suatu perusahaan sekaligus produk yang dihasilkannya. Ini semua pada gilirannya akan semakin meningkatkan reputasi dan citra perusahaan di masyarakat.

Selain *corporate citizenship*, belakangan ini muncul dan semakin menjadi tren di kalangan pelaku bisnis atau perusahaan konsep *Creating Shared Value* (CSV). Sebagai konsep yang masih relatif baru, *Creating Shared Value* sebenarnya tidak terlepas dari perkembangan visi perusahaan terhadap masalah-masalah sosial yang tengah dihadapi. *Creating Shared Value* (CSV) adalah sebuah konsep dalam strategi bisnis yang menekankan pentingnya memasukkan masalah dan kebutuhan sosial dalam perancangan strategi perusahaan. Implementasi CSV dilaksanakan dengan niat mulia untuk memecahkan persoalan-persoalan sosial yang selaras dengan upaya untuk menghasilkan profit.

CSV pada dasarnya merupakan pengembangan dari konsep tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility* - CSR). Konsep CSV ini menempatkan masyarakat termasuk pemangku kepentingan dan pemasok

sebagai mitra, sesama subyek. Sementara konsep CSR cenderung menempatkan pemangku kepentingan sebagai obyek. Apa yang sesungguhnya menarik dari konsep CSV-nya Porter dan Kramer adalah fakta bahwa CSV memberikan kerangka yang menyeluruh untuk mengembangkan integrasi antara masyarakat dan bisnis dalam menciptakan *shared value*. Di sini tampak jelas bahwa Porter dan Kramer sangat menekankan CSV sebagai pendekatan untuk memaksimalkan dampak positif perusahaan terhadap masyarakat. Pada intinya Michael Porter membagikan wawasan mengenai perlunya menerapkan konsep CSV ketimbang CSR yang selama ini banyak diterapkan oleh perusahaan. Konsep CSV menarik dan lebih berkelanjutan karena intinya adalah *growing together with society*, ketimbang sekedar *do no harm to society*.

Antara CSR dan CSV memang punya landasan yang sama, yaitu *doing well by doing good*. Letak perbedaannya adalah CSR masih berbicara tentang tanggung jawab sebagai respon dari tekanan luar perusahaan, sedangkan CSV sudah menapak pada penciptaan nilai bersama, sehingga terintegrasi dengan pencapaian keuntungan perusahaan. Perusahaan bukan hanya menciptakan nilai ekonomi tetapi juga nilai sosial secara bersama-sama tanpa ada yang didahulukan atau dikesampingkan. Jika CSR memiliki nilai untuk melakukan kebaikan, maka CSV berupaya meningkatkan keuntungan ekonomi dan sosial. Jika CSR menekankan, filantropi, maka CSV menekankan pentingnya penciptaan nilai bersama antara perusahaan dan masyarakat. Jika CSR merupakan bentuk atas tekanan dari luar korporasi, maka CSV malah menjadikan masalah sosial sebagai salah satu pertimbangan dalam

menentukan strategi bersaing. CSV bukanlah tentang filantropi, melainkan bagian dari strategi bisnis yang mencari optimasi keterlibatan pemangku kepentingan lain dalam mata rantai usaha, sebagai upaya penciptaan *value* bagi para pemangku kepentingan tersebut dan bagi perusahaan.

Pada konteks CSV, bisnis tidak lagi menjadi sarana mengejar keuntungan ekonomi semata, tetapi melibatkan masyarakat di sepanjang mata rantai pasokan, produksi, dan distribusi bisa maju bersama dengan perusahaan. Singkatnya, baru dikatakan praktek CSV jika perusahaan dan masyarakat maju bersama-sama. Ini jelas berbeda dengan CSR yang mengedepankan profit terlebih dahulu baru kemudian melakukan CSR. CSV merupakan kebijakan dan proses teknis operasional yang meningkatkan nilai-nilai kompetitif perusahaan dan secara bersamaan memajukan kondisi sosial dan ekonomi. Terkait dengan hal tersebut, maka agar tanggung jawab tersebut terjadi secara efektif dan efisien, maka CSV haruslah diciptakan di setiap tahap rantai bisnis. Perusahaan dapat mewujudkan atau menciptakan *creating shared value* (CSV) tersebut dengan tiga cara, yaitu (1) Perusahaan perlu redefinisi pasar dan produk, (2) Redefinisi produktifitas sepanjang *value chain*, dan (3) Mengembangkan klaster industri pendukung di sekitar lokasi perusahaan.

CSV sebagai konsep yang relatif masih baru, akhir-akhir ini semakin menjadi tren dan sudah mulai banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan terutama oleh perusahaan yang sudah berskala besar, seperti PT. Nestle, PT. Unilever, Tbk. dan PT. Astra International, Tbk. Mencermati apa yang telah dilakukan oleh ketiga perusahaan tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR oleh perusahaan akan

memberikan dampak atau manfaat yang lebih besar bagi masyarakat jika dilakukan dengan menerapkan konsep *creating shared value* (CSV). Melalui CSV, tidak hanya perusahaan yang memperoleh keuntungan, tetapi pihak-pihak yang terkait dalam mata rantai operasional perusahaan juga akan memperoleh keuntungan ekonomi untuk jangka panjang.

Berbagai manfaat yang didapat dari penerapan konsep CSV di atas pada gilirannya akan semakin mendekatkan pada tercapainya tingkat kesejahteraan masyarakat. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dengan mengadopsi kerjasama berdasarkan CSV akan berdampak besar terhadap peningkatan perekonomian masyarakat. Mengembangkan dan menerapkan CSV akan semakin menambah besar jenis pekerjaan baru dan banyak sekali peluang kerja yang akan terbuka. Perusahaan dengan menerapkan konsep SCV, secara tidak langsung akan membantu UKM untuk berkembang dan sekaligus menjaga keberlangsungan usahanya. Ini berarti dengan mempraktikkan CSV, perusahaan telah ikut memberi sumbangan bagi tercapainya atau terciptanya kesejahteraan yaitu kemakmuran bersama atau keadilan sosial bagi masyarakat Indonesia. Keadilan sosial yang dimaksud adalah kemakmuran yang merata bukan yang statis, melainkan yang dinamis dan menyeluruh, baik bagi perusahaan maupun bagi UKM mitra bisnisnya.

Menyimak dari apa yang telah dilaksanakan oleh perusahaan terhadap CSV sebagaimana diuraikan di atas, maka perusahaan-perusahaan di dalam melaksanakan CSR sudah semestinya menerapkan pola kemitraan dengan cara membangun rantai nilai perusahaan untuk menciptakan nilai atau manfaat bersama (CSV). Melalui rantai nilai antara:

pemasok (*supplier*) - produksi (*manufacturing*) – dan distribusi (*distribution*), maka tidak hanya UKM yang akan memperoleh manfaat, tetapi perusahaan pelaku CSR pun akan mendapatkan keuntungan dalam hal jaminan akan terpenuhinya bahan baku dengan kualitas yang baik serta dalam hal distribusi dan pemasaran. Berdasarkan pola ini maka dengan pelaksanaan CSR oleh perusahaan akan benar-benar menjadi bagian dari keberlanjutan (*sustainability*) kinerja usahanya.

Perusahaan selain perlu untuk menerapkan konsep CSV di praktik pelaksanaan program CSR, perusahaan juga harus menyadari bahwa sekarang ini tidak bisa lagi menghindar dari kewajiban melaksanakan program CSR. Sebagaimana telah disinggung sebelumnya bahwa di Indonesia berdasarkan UUBUMN, UUPM, dan UUPT program CSR merupakan suatu kewajiban legal yang harus dilaksanakan oleh perusahaan. Ini berarti telah terjadi pergeseran sifat CSR dari yang semula hanya merupakan tanggung jawab moral menjadi kewajiban hukum. Selain sifatnya menjadi wajib, dengan adanya ketiga undang-undang tersebut memunculkan perdebatan baru mengingat penamaan atau terminologi dan pemaknaan atau konsep CSR yang diberikan berbeda-beda antara undang-undang satu dengan lainnya. Adanya perbedaan-perbedaan tersebut pada gilirannya akan menimbulkan kebingungan atau ketidakjelasan pada tataran praktik CSR di lapangan. Bertolak dari hal tersebut, terminologi atau istilah dan konsep atau pengertian tentang tanggung jawab sosial perusahaan lebih tepat dengan menggunakan terminologi ‘Kewajiban Sosial Perusahaan (KSP)’. Adapun makna dari pengertian atau konsep

‘Kewajiban Sosial Perusahaan’ yang dimaksud adalah kewajiban perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya.

Penggunaan kata ‘kewajiban’ pada terminologi ‘Kewajiban Sosial Perusahaan (KSP)’ ini didasarkan adanya regulasi yang mengharuskan atau mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Selanjutnya kata ‘dan lingkungan’ (terminologi dalam UUPT adalah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan) juga dihapus atau dihilangkan. Hal ini dikarenakan perusahaan memang sudah selayaknya melakukan tindakan tertentu dan/atau membayar ganti kerugian jika melakukan perbuatan melanggar hukum yang menimbulkan kerugian pada orang lain atau lingkungan hidup. Hal ini juga sudah secara tegas diatur dalam ketentuan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Terkait dengan terminologi dan konsep di atas, ada satu aspek penting yang mendasar dalam kajian KSP yaitu keberlanjutan program. Hal ini sesuai dengan tujuan KSP, yaitu untuk mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan. Program KSP yang berkelanjutan ini akan memberikan manfaat lebih besar bagi masyarakat jika menerapkan konsep CSV (*Creating Shared Value*) atau menciptakan nilai/manfaat bersama). CSV merupakan sebuah konsep yang sekarang ini cenderung mulai dilaksanakan oleh banyak perusahaan. Konsep CSV ini didasari pada ide adanya hubungan interdependensi antara kegiatan bisnis dan kesejahteraan sosial. Melalui konsep CSV

akan memberikan kerangka yang menyeluruh untuk mengembangkan integrasi antara masyarakat dengan aktivitas bisnis, sehingga akan semakin dapat mendorong terwujudnya kemakmuran bersama atau keadilan sosial sebagaimana yang diharapkan. Tegasnya, agar program KSP dapat memberi manfaat yang lebih besar kepada masyarakat, yaitu dapat meningkatkan kualitas kehidupan dan kesejahteraan masyarakat, maka di dalam programnya perlu menggabungkan atau ‘mengawinkan’ (*hybrid*) antara konsep CSR/TJSP (dalam hal ini disebut KSP) dengan konsep *Creating Shared Value* (CSV). Melalui konstruksi dari hasil penggabungan atau ‘mengawinkan’ ini akan diperoleh bangunan sebuah konsep CSR/TJSP yang ideal, yaitu “KSP Yang Berkeadilan Sosial”.

F. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagaimana diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan, bahwa:

- a. Dinamika perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di Indonesia dapat ditinjau dari dua perspektif yang berbeda, yaitu:
 - 1) Pelaksanaan CSR yang didasarkan atas sifat kesukarelaan (*voluntary*). Di Indonesia, sebenarnya sebelum tahun 1990-an di mana istilah CSR baru menjadi populer di negeri ini, beberapa perusahaan telah lama melakukan aktivitas sosial yang dilakukan secara suka rela ini walaupun tidak menamainya sebagai CSR. Kegiatan tersebut secara faktual pada dasarnya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk peran serta dan kepedulian perusahaan terhadap aspek

sosial dan lingkungan. Di sini pelaksanaan CSR lebih banyak berasal dari inisiatif perusahaan dan bukan merupakan aktivitas yang dituntut untuk dilakukan perusahaan oleh peraturan perundang-undangan.

- 2) CSR yang pelaksanaannya bersifat *mandatory* karena sudah atau didasarkan pada peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hal ini dimulai pada tahun 2003 yaitu sejak dikeluarkannya UU No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN. Kewajiban hukum yang bersifat *mandatory* untuk melaksanakan CSR tersebut secara eksplisit diatur dalam Pasal 88 ayat (1) UUBUMN, Pasal 15 UUPM, dan Pasal 74 ayat (1) UUPT berikut peraturan pelaksanaannya. Secara implisit kewajiban hukum untuk melaksanakan CSR juga dapat ditemukan dalam berbagai peraturan perundang-undangan, antara lain dalam UUPK, UUPLH, dan Putusan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia Nomor 53/PUU-VI/2008.
- b. Perusahaan-perusahaan pada dasarnya telah melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan walaupun masih nampak didominasi dengan program-program yang bersifat karitatif dan filantropis. Tanggung jawab filantropis (*philanthropic responsibilities*) merupakan bentuk awal dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang meskipun memberi manfaat bagi komunitas, namun hasilnya kurang berdampak terhadap peningkatan kualitas kehidupan masyarakat, yaitu kemakmuran atau keadilan sosial. Singkatnya, program CSR belum dapat berkontribusi di dalam ikut meningkatkan kesejahteraan masyarakat guna mencapai keadilan sosial, karena perusahaan dalam menjalankan program ini masih sebatas pada bentuk

karitatif atau filantropi. CSR dalam bentuk karitatif atau filantropi yang sifatnya sesaat dan *ad hoc* seperti donasi dalam bentuk bantuan dana dan/atau pinjaman modal tersebut jika tidak dibarengi dengan adanya pemberdayaan ekonomi masyarakat, kemitraan, dan program yang keberlanjutan tidak akan banyak berpengaruh pada upaya pencapaian kesejahteraan masyarakat atau keadilan sosial.

- c. Seiring dengan dikeluarkannya UUBUMN, UUPM, dan UUPT maka telah terjadi pergeseran sifat CSR dari yang semula hanya merupakan kewajiban moral menjadi kewajiban hukum yang harus dilaksanakan dengan disertai sanksi hukum jika tidak dipatuhi oleh perusahaan. Selain sifatnya menjadi wajib, dengan adanya ketiga undang-undang tersebut memunculkan perdebatan baru mengingat penamaan atau terminologi dan pemaknaan atau konsep CSR yang diberikan berbeda-beda antara undang-undang satu dengan lainnya. Adanya perbedaan-perbedaan tersebut pada gilirannya akan menimbulkan kebingungan atau ketidakjelasan pada tataran praktik CSR di lapangan. Bertolak dari hal tersebut, terminologi atau istilah dan konsep atau pengertian tentang tanggung jawab sosial perusahaan lebih tepat dengan menggunakan terminologi 'Kewajiban Sosial Perusahaan'. Makna dari pengertian atau konsep kewajiban sosial perusahaan yang dimaksud adalah kewajiban perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya.

Penggunaan kata ‘kewajiban’ pada terminologi Kewajiban Sosial Perusahaan ini didasarkan adanya regulasi yang mengharuskan atau mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Selanjutnya kata ‘dan lingkungan’ (terminologi dalam UUPT) juga dihapus atau dihilangkan. Hal ini dikarenakan perusahaan memang sudah selayaknya melakukan tindakan tertentu dan/atau membayar ganti kerugian jika melakukan perbuatan melanggar hukum yang menimbulkan kerugian pada orang lain atau lingkungan hidup. Hal ini juga sudah tegas diatur dalam ketentuan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Terkait dengan terminologi dan konsep di atas, ada satu aspek penting yang mendasar dalam kajian CSR yaitu keberlanjutan program. Hal ini sesuai dengan tujuan CSR, yaitu untuk mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan. Program CSR yang berkelanjutan ini akan memberikan manfaat lebih besar bagi masyarakat jika di dalamnya menerapkan konsep CSV (*Creating Shared Value* atau menciptakan nilai/manfaat bersama). CSV merupakan sebuah konsep yang didasari pada ide adanya hubungan interdependensi antara kegiatan bisnis dan kesejahteraan sosial. Melalui konsep CSV akan memberikan kerangka yang menyeluruh untuk mengembangkan integrasi antara masyarakat dengan aktivitas bisnis, sehingga akan semakin dapat mendorong terwujudnya kemakmuran bersama atau keadilan sosial sebagaimana yang diharapkan. Tegasnya, agar program CSR dapat memberi manfaat yang lebih besar

kepada masyarakat, yaitu meningkatkan kualitas kehidupan dan kesejahteraan masyarakat, maka di dalam programnya perlu menggabungkan atau ‘mengawinkan’ (*hybrid*) antara konsep CSR dengan konsep CSV. Melalui konstruksi dari hasil penggabungan atau ‘mengawinkan’ ini akan diperoleh bangunan sebuah konsep CSR/TJSP yang ideal, yaitu “Kewajiban Sosial Perusahaan Yang Berkeadilan Sosial”.

G. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta mengacu pada simpulan di atas, maka bisa direkomendasikan beberapa hal sebagai berikut:

a. Bagi pihak legislatif

- 1) Terhadap ketentuan Pasal 74 ayat (1) UUPT perlu direvisi karena ketentuan ini masih *debatable*. Ketentuan tersebut menyatakan bahwa Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Permasalahannya, bagaimana dengan perusahaan yang bentuk usahanya selain perseroan, seperti CV, Firma, Koperasi dan lain sebagainya, apakah tidak diwajibkan melaksanakan CSR walaupun ia bergerak dalam bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam?
- 2) Ketentuan Pasal 74 ayat (2) UUPT juga perlu direvisi. Hal ini disebabkan ketentuan tersebut ambigu mengenai makna ‘kewajiban Perseroan yang dianggarkan’ apakah dianggarkan sejak perusahaan beroperasi atau setelah beberapa waktu perusahaan itu beroperasi. Hal ini disebabkan dalam Pasal 63 UUPT ditegaskan bahwa

direksi harus menyusun rencana kerja (ayat (1)) yang di dalamnya memuat juga anggaran tahunan Perseroan (ayat (2)). Bertolak dari ketentuan yang demikian itu berarti biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan CSR harus sudah diperhitungkan pada akhir tahun buku sebagai salah satu pengeluaran perusahaan. Secara teoretis, aturan ini tentu memberatkan perusahaan yang baru mulai beroperasi karena sejak awal perusahaan harus sudah mengeluarkan biaya untuk kegiatan CSR, padahal belum diketahui apakah perusahaan tersebut akan memperoleh untung atau justru sebaliknya rugi dalam tahun anggaran yang bersangkutan.

Begitu juga terhadap pengertian ‘dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran’ yang terdapat dalam Pasal 74 ayat (2) UUPT. Ketentuan ini perlu direvisi mengingat di dalam Penjelasan UUPT pun tidak dijelaskan maknanya. Terkait dengan hal ini yang perlu dipertimbangkan adalah bahwa besaran biaya tersebut hendaknya disesuaikan dengan manfaat yang ingin dituju dari pelaksanaan CSR itu sendiri serta berdasarkan kemampuan keuangan dan potensi risiko atau besarnya tanggung jawab yang harus ditanggung oleh perusahaan. Selain dari itu juga perlu memperhatikan kondisi iklim investasi yang masih dibutuhkan bagi pembangunan di Indonesia.

- 3) Mengingat tanggung jawab sosial perusahaan sudah dipositifkan sebagai norma hukum, maka disarankan untuk merevisi ketentuan Pasal 74 ayat (3) mengenai jenis dan bentuk sanksi terhadap pelanggaran atas kewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial

perusahaan. Hal ini dimaksudkan agar dapat lebih memberikan kepastian hukum di dalam penegakan hukumnya.

b. Bagi pihak eksekutif

Guna lebih mendorong perusahaan untuk melaksanakan program CSR, maka perlu dipertimbangkan adanya insentif berupa pengurangan pajak bagi perusahaan yang telah melaksanakan CSR. Jika pemerintah tidak memberikan insentif dalam berbagai bentuk, justru yang muncul adalah penambahan komponen biaya produksi (*cost product*) dimana pada gilirannya yang akan menanggung akibatnya adalah konsumen. Ini berarti biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan CSR justru dibebankan kepada konsumen atau *stakeholders*. Kalau ini yang terjadi, maka hilanglah makna esensial dari CSR itu sendiri, sehingga CSR hanya sebagai slogan bagi perusahaan.

c. Bagi pihak perusahaan

1) Kerjasama di dalam mengadakan kemitraan dengan usaha kecil dalam rangka melaksanakan program CSR hendaknya tidak mensyaratkan usaha kecil dengan kriteria tertentu melainkan didasarkan pada prinsip-prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Pembatasan bagi usaha kecil dengan kriteria (misalnya aset dan/atau omzet) tertentu untuk dapat melakukan kemitraan pada dasarnya tidak sejalan dengan filosofi CSR. Ditinjau dari konteks pengembangan kesejahteraan dan ekonomi masyarakat, konsep CSR tidak mengenal adanya persyaratan minimum aset/omzet yang dimiliki oleh usaha kecil mitra binaan.

- 2) Guna memaksimalkan manfaat dari tanggung jawab sosial perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam rangka mewujudkan keadilan sosial, maka perusahaan diharapkan menerapkan konsep menciptakan manfaat bersama atau *Creating Shared Value* (CSV). Perusahaan diminta menumbuhkan dan menguatkan kerjasama dengan mata rantai bisnisnya (pemasok-produksi-distribusi) di dalam melaksanakan CSR dengan memberdayakan ekonomi masyarakat agar manfaatnya bisa lebih optimal dan berlangsung secara berkelanjutan. Melalui penerapan konsep CSV, tidak hanya masyarakat yang diharapkan akan memperoleh manfaat tetapi juga perusahaan akan mendapat keuntungan untuk jangka panjang. Mengingat akan hal itu, perusahaan seyogyanya lebih serius di dalam memikirkan dan menerapkan CSV pada operasional usahanya.

H. Daftar Pustaka

- Bungin, Burham. *Analisis Penelitian Kualitatif : Pemahaman Filosofis dan Metodologis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2010.
- Faisal, Sanapiah . *Format-format Penelitian Sosial: Dasar-dasar dan Aplikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007.
- Fajar, Mukti dan Yulianto Achmad. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Moleong, Lexy J. . *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1994.
- Muhammad, Abdulkadir . *Hukum dan Penelitian Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004.
- ND, Mukti Fajar. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia: Studi Tentang Penerapan Ketentuan Corporate Sosial Responbility pada Perusahaan Multi Nasional, Swasta Nasional dan Badan Usaha Milik Negara*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- PT. Perkebunan Nusantara VII. “*Studi Identifikasi Kebutuhan Stakeholders Melalui Implementasi Aktivitas CSR/PKBL PTPN VII di Provinsi Lampung*”, 2012.
- PT. Perkebunan Nusantara VII. Laporan Akhir “*Studi Kepuasan Stakeholders Penerima Benefit CSR/PKBL PTPN VII (Persero) di Provinsi Lampung*”, 2012.

- Salim, Peter dan Yenny Salim. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Press, 1991.
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: CV. Rajawali, 1986.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI Press), 1986.
- Suharto, Edi. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Suparnyo. *Corporate Social Responsibility Teori dan Praktik*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2010.
- Syahendra, Agung. “Kontribusi CSR Masih Minim” . <http://rakyatlampung.co.id/web/kabupaten/4842-kontribusi-csr-masih-minim.html>. Diakses Tanggal 7 Mei 2011. Pukul 17.10 WIB.
- Wahyudi, Isa dan Busyra Azheri. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: Setara Press, 2011.
- Widjaja, Gunawan dan Yeremia Ardi Pratama. *Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*. Jakarta: Forum Sahabat, 2008.
- Wignjosobroto, Soetandyo . “Tentang Konsep, Teori dan Paradigma Ilmu Pengetahuan Sosial.” Bahan Kuliah Teori-Teori Sosial Tentang Hukum, Tahun 2010.

Peraturan Perundangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821)

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 70, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4297)

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 67, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4724)

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4756)

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 140, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5059)

Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun

2012 Nomor 89, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5305).

Surat Edaran Menteri Negara BUMN Nomor: SE-07/MBU/2008 Tentang Pelaksanaan PKBL dan Penerapan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

Putusan Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia Nomor 53/PUU-VI/2008.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS DIRI

Nama : Sunaryo, S.H., M.Hum.
NIP : 19601228 198903 1 001
NIDN : 0028126005
Nomor seri Karpeg : F. 325748
NPWP : 15.455.500.7-322.000
Tempat/tgl. lahir : Boyolali, Jawa Tengah, 28 Desember 1960.
Jenis kelamin : Laki-laki.
Pendidikan tertinggi : Pascasarjana (S2)/Magister Hukum
Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil / Dosen
Fakultas/Bagian : Fakultas Hukum Universitas Lampung Bagian Hukum Keperdataan.
Pangkat/Gol./TMT : Penata Tingkat I / III d / 1 Oktober 2014
Jabatan/TMT : Lektor Kepala / 1 Maret 2014.
Agama : Islam
Status perkawinan : Menikah.
Istri : Dra. Nursalati
Anak : Ulima Mazaya Ghaisani
: Fa'iq Irhab Bahtiar
Kewarganegaraan : Indonesia.
Alamat kantor Unila : Jalan Prof. Dr. Ir. S. Brojonegoro Nomor 1 Kampus Gedong Meneng Universitas Lampung Kecamatan Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung Telp. (0721) 704623.
e-mail : sunaryo.fhunila@gmail.com

Alamat rumah : Jalan Purnawirawan, Swadaya VII
No. 28 Gunung Terang, Langkapura
Bandar Lampung 35152.

Nomor Tlp.Kantor : (0721) 700399

II. JENJANG PENDIDIKAN

1. Sekolah Dasar, SDN Tawang Sari, Teras, Boyolali, lulus tahun 1973;
2. Sekolah Menengah Pertama, SMPN I Boyolali, lulus tahun 1976;
3. Sekolah Menengah Atas, SMAN I Boyolali, lulus tahun 1980;
4. Sarjana Hukum (S1), Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, lulus tahun 1986;
5. Magister Hukum (S2), Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, dan lulus tahun 1999;
6. Program Doktor Ilmu Hukum (PDIH) KPK Undip-Unila Angkatan III (2010/2011), lulus tahun 2015.

III. PENGALAMAN PENELITIAN

1. “Tinjauan Yuridis Terhadap Pelabelan Produk Pangan Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan”. Dana DIPA PNPB, Juni 2008
2. “Tinjauan Yuridis Terhadap Kontrak Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah”. Dana Program Pengembangan Perguruan Tinggi Pemerintah Propinsi Lampung, Nopember 2008.

3. Persepsi Masyarakat Terhadap Ketentuan Tentang Label Pada Kemasan Produk Pangan (Studi di Desa Sidosari, Kec. Natar, Kab. Lampung Selatan), Tahun 2009.

IV. KARYA ILMIAH/JURNAL/BUKU 5 TAHUN TERAKHIR

1. “Restrukturisasi Regulasi Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang Berkearifan Lokal dalam Rangka Pembangunan Hukum nasional”. Prosiding Seminar Nasional: *Pembangunan Hukum: Mewujudkan Agenda Reformasi di Era Globalisasi*. ISBN: 978-979-632-004-2. Hlm. 167-178. Laboratorium Hukum FH Unila 2011
2. “Studi Komparatif Antara *Universal Declaration of Human Rights 1948* dan *The Cairo Declaration of Human Rights in Islam 1990*”. *Fiat Justisia Jurnal Ilmu Hukum FH Unila* Vol.5 No.2 Mei-Agustus 2011. ISSN: 1978-5186, Hlm. 211-228.
3. “Pembangunan Hukum Ekonomi dalam Rangka Menghadapi Perkembangan Sistem Ekonomi Global”. Monograf dalam buku: *Hukum dalam Berbagai Dimensi (Bunga Rampai Tulisan Bidang Hukum) 70 Tahun Prof. Dr. Sri Redjeki Hartono, S.H.* ISBN: 978-602-7509-16-0. Hlm. 595-616. Penerbit Universitas Lampung, 2012.
4. “Pengaruh Globalisasi Terhadap Perkembangan Hak Atas Lingkungan Hidup dalam Sistem Hukum Indonesia”. Monograf dalam buku: *Wajah Hukum dalam Realitas (50 Th Prof. I Gede AB Wiranata)*. ISBN: 978-602-7509-30-6. Hlm. 95-119. Penerbit Universitas Lampung 2012.
5. “Kearah Penegakan Hukum dengan Pendekatan Hukum Progresif”. *Praevia Jurnal Ilmu Hk Program Pasca FH Unila* Vol.6 No.1 Jan-Juni 2012. ISSN: 1907-8714, Hlm. 99-106.

6. “Globalisasi dan Pluralisme Hukum dalam Pembangunan Sistem Hukum Pancasila”. Jurnal Masalah-Masalah Hukum, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, Jilid 42, No. 4, Oktober 2013, ISSN 2086-2695, Akreditasi No: 56/DIKTI/Kep/2012.
7. “*Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Perspektif Pembangunan Berkelanjutan”. Jurnal Masalah-Masalah Hukum, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, Jilid 43, No. 4, Oktober 2014, ISSN 2086-2695, Akreditasi No: 56/DIKTI/Kep/2012.
8. Buku: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dalam Berbagai Perspektif Kajian. ISBN. 978-602-1297-99-5. Penerbit CV. Anugrah Utama Raharja(Aura), Mei 2015.

V. PESERTA KONFERENSI/SEMINAR/LOKAKARYA/SIMPOSIUM

1. Peserta dalam Seminar Nasional Hukum Persaingan Usaha tentang “Peran Hukum Persaingan Usaha dalam Praktik Persekongkolan Tender dan Penyelesaian Hukumnya”. Diselenggarakan oleh HIMA Keperdataan FH Unila pada tanggal 11 Pebruari 2010 di Bandar Lampung.
2. Peserta dalam Seminar Nasional Hukum tentang “Metodologi Penelitian dalam Ilmu Hukum (Perspektif Filosofis, Normatif, Socio Legal)”. Diselenggarakan oleh Bagian Hukum dan Masyarakat FH Undip pada tanggal 16 Desember 2010 di Semarang.
3. Peserta dalam Seminar Nasional tentang “Pembangunan Hukum: Mewujudkan Agenda Reformasi di Era Globalisasi”. Diselenggarakan oleh FH Unila pada tanggal 10 Mei 2011 di Bandar Lampung.

4. Peserta dalam Seminar tentang “Penyelenggaraan Peradilan Pidana: *Quo Vadis* Antara Penegakan Hukum dan Keadilan”. Diselenggarakan Atas Kerjasama Laboratorium Hukum dan Program Magister Hukum FH Unila pada tanggal 23 Juli 2011 di Bandar Lampung.
5. Peserta dalam Seminar Internasional tentang “*ASEAN Community in Global Community of Nation*”. Diselenggarakan oleh FH Undip pada tanggal 16 Desember 2011 di Semarang.
6. Peserta dalam diskusi tentang “*Securing Land Rights: Land Conflicts in Democratizing Indonesia*”. Diselenggarakan oleh Pusat Kajian Kebijakan Publik dan HAM (PKKPHAM) pada tanggal 15 Agustus 2013 di Fakultas Hukum Universitas Lampung, Bandar Lampung.
7. Peserta dalam dialog publik tentang “*Access to Justice: A Restatement*”. Diselenggarakan oleh Pusat Kajian Kebijakan Publik dan HAM (PKKPHAM) pada tanggal 16 September 2013 di Fakultas Hukum Universitas Lampung, Bandar Lampung.
8. Peserta dalam diskusi tentang “*Legal Reasoning, Legal Writing and Publication*”. Diselenggarakan oleh Pusat Kajian Kebijakan Publik dan HAM (PKKPHAM) pada tanggal 23 Oktober 2013 di Fakultas Hukum Universitas Lampung, Bandar Lampung.

VI. PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

1. Penyuluhan Hukum tentang “Perlindungan Hukum Bagi Pasien dalam Praktik Kedokteran”.
2. Penyuluhan Hukum tentang “Sosialisasi Pembuatan dan Pemasangan Tanda Batas Tanah dan Aspek Hukum Agraria di Dusun IV Kampung Juku Batu Kecamatan Banjit Kabupaten Way Kanan Provinsi Lampung”.

3. Penyusunan Naskah Akademik dan Raperda Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Provinsi Lampung, 2012.
4. Penyusunan Naskah Akademik dan Raperda Biaya Domestik Haji Provinsi Lampung, 2012.
5. Penyusunan Naskah Akademik dan Raperda tentang Penyelenggaraan Pendidikan Kabupaten Pringsewu, 2012.
6. Penyusunan Naskah Akademik dan Raperda Perlindungan Pasar Tradisional Kabupaten Pesawaran, 2012.