

**PENERAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PADA PERSEROAN TERBATAS TERBUKA DI INDONESIA**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mendapatkan Gelar Master (S2)
pada Program Pascasarjana (S2) Ilmu Hukum Fakultas Hukum
Universitas Islam Indonesia



Disusun Oleh :

ASMA' MA'ARIF, S.H.

No. Mahasiswa : 08912335
Program Studi : Ilmu Hukum
BKU : Hukum Bisnis

**PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2009**

**PENERAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PADA PERSEROAN TERBATAS TERBUKA DI INDONESIA**

TESIS

Oleh :

ASMA' MA'ARIF, S.H.

No. Mahasiswa : 08912335
Program Studi : Ilmu Hukum
BKU : Hukum Bisnis

Telah diperiksa dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan ke
Dewan Penguji dalam Ujian Tesis

Yogyakarta, 26 Agustus 2009

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Siti Anisah, S.H., M.Hum.

Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum.

Mengetahui
Ketua Program Program Pascasarjana Fakultas Hukum
Universitas Islam Indonesia

Dr. Ridwan Khairandy, S.H., M.H.

**PENERAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
PADA PERSEROAN TERBATAS TERBUKA DI INDONESIA**

TESIS

Oleh :

ASMA' MA'ARIF, S.H.

No. Mahasiswa : 08912335
Program Studi : Ilmu Hukum
BKU : Hukum Bisnis

Telah dipertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam Ujian Tesis pada
Tanggal 29 Agustus 2009 dan Dinyatakan LULUS

Yogyakarta, 29 Agustus 2009

Tim Penguji

Tandan Tangan

1. Ketua : Dr. Siti Anisah, S.H., M.Hum. _____
2. Anggota : Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum. _____
3. Anggota : Hj. Muryati Marzuki, S.H., S.U _____

Mengetahui
Ketua Program Program Pascasarjana Fakultas Hukum
Universitas Islam Indonesia

Dr. Ridwan Khairandy, S.H., M.H.

MOTTO

Ridhallahi fi ridhal walidain, wasukhtullahi fi sukhtil walidain

(Keridhaan Allah SWT terletak pada keridhaan kedua orang tua dan murkanya Allah pun terletak pada murkanya orang tua)

(Al-Hadist)

Dunia dan akhirat akan diperoleh hanya dengan ilmu

(Al-Hadist)

Semakin kamu sibuk, maka semakin pintar kamu membagi waktu.

*Semakin kamu malas, maka semakin banyak waktumu
yang terbang sia-sia.*

(Nasihat dari Dr. Siti Anisah, S.H., M.Hum)

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan hal baru dalam peraturan perundang-undangan Indonesia. CSR baru diatur dalam 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. Namun demikian, perusahaan-perusahaan besar terutama yang berbentuk PT Terbuka telah melaksanakan CSR jauh hari sebelum CSR diatur dalam kedua undang-undang tersebut. Untuk itu, bagaimana sebenarnya kriteria CSR yang harus diterapkan oleh PT Terbuka di Indonesia? Selanjutnya bagaimana bentuk-bentuk CSR yang selama ini sudah diterapkan oleh PT Terbuka di Indonesia?

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *yuridis normatif* yang dianalisis secara deskriptif kualitatif. Data berupa program-program CSR yang dilaksanakan oleh beberapa perusahaan di *download* melalui *website* perusahaan yang bersangkutan, atau melalui bahan hukum lain yang berkaitan dengan objek penelitian. Selanjutnya data yang diperoleh dianalisis berdasarkan peraturan perundang-undangan dan CSR doktrin yang berkembang.

CSR yang harus dilaksanakan oleh perusahaan, terutama PT Terbuka, adalah program CSR tersebut harus dilaksanakan secara *continue* dan bukan sekedar derma dari perusahaan yang bersifat insidental. Pelaksanaan CSR harus melibatkan seluruh *stakeholders* dan tidak sekedar perusahaan sebagai pemberi dan masyarakat sebagai penerima. Program CSR harus memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan dalam rangka melaksanakan program pembangunan berkelanjutan. Terakhir, program CSR harus dimasukkan sebagai biaya operasional perusahaan. Berdasarkan kriteria tersebut banyak perusahaan yang telah melaksanakan CSR dengan benar, terutama oleh perusahaan-perusahaan yang memang sudah menganggap CSR sebagai hal yang penting bagi usahanya. Sebagai contoh, PT Kaltim Prima Coal, Tbk., PT Freeport Indonesia, Tbk., dan PT Indonesian Satellite Company, Tbk. Namun, ternyata program CSR yang dilakukan oleh PT Indonesian Satellite Company Tbk., tidak semuanya dapat disebut sebagai program CSR sebagaimana kriteria di atas. Program-program yang dilakukan oleh PT Indonesian Satellite Company Tbk., merupakan kegiatan *philanthropy* dan *marketing*.

Pelaksanaan CSR menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas, akan diatur dalam sebuah Peraturan Pemerintah. Tetapi sampai saat ini, Peraturan Pemerintah tersebut tak kunjung ada. Selain itu, Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan sebagai lembaga yang mewadahi PT Terbuka juga belum memiliki Peraturan yang akan mengatur tentang CSR yang harus dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Hal ini menyebabkan perusahaan menerapkan CSR sesuai dengan kreatifitasnya masing-masing. Oleh karena itu Peraturan Pemerintah serta Peraturan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan tentang CSR harus segera dibentuk.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), Perseroan Terbatas Terbuka, kriteria.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobil ‘Alamiin. puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Penerapan *Corporate Social Responsibility* pada Perseroan Terbatas Terbuka di Indonesia.” Shalawat dan salam juga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga beserta sahabat dan para pengikutnya.

Dalam menyusun Tesis ini, penulis memperoleh bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Siti Anisah, S.H., M.Hum., selaku dosen pembimbing Tesis I atas segala saran dan masukan serta bantuan referensi untuk penulis.
2. Budi Agus Riswandi, S.H., M.Hum., selaku dosen pembimbing Tesis II atas segala saran dan masukan bagi penulis.
3. Trisno Raharjo, S.H., M.Hum. atas segala saran, masukan dan bantuan referensi untuk penulis.
4. Ibunda Hj. Halimah, Bapak H. Ma’arif Makmun, Kakakku H. Ahmad Makky Ma’arif dan Abdurrahman Ma’arif, atas segala kasih sayang, doa, dan motivasi kepada penulis selama penulis menempuh studi di Yogyakarta, terutama selama menyelesaikan Tesis ini, serta seluruh keluarga besar H. Makmun dan H. Mu’in, terima kasih atas segala doa dan dukungannya selama ini.

5. Sahabat-sahabat terbaikku, Ahmad Hidayat Nurdin, S.H., atas segala doa, motivasi, dan meluangkan waktunya untuk menemani berdiskusi tentang tesis ini. Arini Pratiwi, S.H., atas segala doa, dukungan dan bantuan kertas serta pinjaman *printernya*, Ayuning Isyah Puput Handini atas pinjaman kartu perpustakaannya, Bening Titis Nuansa atas waktunya menemani begadang mengetik Tesis ini.
6. Teman-teman Pascasarjana dan Seluruh “Tim Ambarawa”, Dodik, Sari, Arina, Ari, Nungky, Indah Mahniasari, Melia Nur Pratiwi, Hari Setiawan, Wahyu Priyanka Natapermana, Mahpud Sidik, dan Rahardian Nur, petualangan ke Ambarawa memberikan motivasi baru agar penulis segera menyelesaikan tesis ini. Jayanti Puspitaningrum dan mas Mahrus Ali serta semua Teman-teman angkatan XX terutama BKU Bisnis yang lain, terima kasih atas doa, dukungan dan bantuan yang diberikan kepada penulis.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas semua doa, dukungan dan bantuannya kepada penulis sampai penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Ahirnya, sebagai manusia biasa, penulis tidak pernah lepas dari kesalahan dan kekurangan, sehingga Tesis ini juga masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat konstruktif demi perbaikan untuk seterusnya. Semoga Tesis ini bermanfaat, barokah dan diridhoi oleh Allah SWT. Amin.

Yogyakarta, 30 Agustus 2009

Asma' Ma'arif, S.H.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kerangka Teori.....	11
E. Metode Penelitian.....	24
1. Objek Penelitian.....	24
2. Bahan Hukum.....	24
3. Teknik Pengumpulan Data.....	25
4. Pendekatan Penelitian.....	25
5. Analisis Data.....	26
F. Sistematika Penulisan.....	26

BAB II	TINJAUAN UMUM TENTANG PERSEROAN TERBATAS DAN <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i>	28
	A. Perseroan Terbatas sebagai Badan Hukum.....	28
	B. Perseroan Terbatas Terbuka.....	36
	C. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau <i>Corporate Social Responsibility</i>	41
	1. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	41
	2. Sejarah <i>Corporate Social Responsibility</i>	46
	3. <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Etika Bisnis.....	57
	4. Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i>	62
	5. Mengenal <i>Stakeholder</i> Perusahaan.....	76
	6. <i>Corporate Social Responsibility</i> di Indonesia.....	84
BAB III	PENERAPAN <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> PADA PERSEROAN TERBATAS TERBUKA DI INDONESIA.....	91
	A. Kriteria <i>Corporate Social Responsibility</i> yang Harus Diterapkan pada Perseroan Terbatas Terbuka di Indonesia.....	91
	B. Bentuk-Bentuk <i>Corporate Social Responsibility</i> pada PT Terbuka.....	103
	1. Bentuk dan Model <i>Corporate Social Responsibility</i>	103
	2. Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Beberapa Perseroan Terbatas Terbuka di Indonesia...	113

a. Program CSR yang dilaksanakan oleh PT Kaltim Prima Coal, Tbk	119
b. Program CSR yang Dilaksanakan oleh PT Freeport Indonesia, Tbk.....	127
c. Program CSR yang Dilaksanakan oleh PT Indonesian Satellite Corporation, Tbk.....	143
d. Kegiatan-Kegiatan <i>Marketing</i> yang Sering Disebut sebagai CSR.....	157
 BAB IV PENUTUP.....	 162
A. Kesimpulan.....	162
B. Saran.....	164
 DAFTAR PUSTAKA.....	 165

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan dan masyarakat memiliki suatu keterkaitan yang sangat erat, yaitu perusahaan sebagai penyedia barang atau jasa, dan masyarakat sebagai pembelinya. Keterkaitan tersebut merupakan keterkaitan yang simbiosis mutualisme, yaitu hubungan keterkaitan yang saling menguntungkan satu sama lainnya. Hal ini terjadi karena dalam kehidupannya manusia (masyarakat) akan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya, baik kebutuhan akan barang atau pun jasa. Kebutuhan manusia itu dapat dipenuhi dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan mengkonsumsi barang dan jasa, yang diproduksi oleh perusahaan atau badan usaha. Perusahaan atau badan usaha tersebut dapat berbentuk firma, koperasi, persekutuan comanditer (CV) ataupun dalam bentuk Perusahaan Terbatas (PT).

Dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia (masyarakat) tersebut, seringkali perusahaan atau badan usaha membutuhkan bahan baku yang berasal dari sumber daya alam yang ada, termasuk juga sumber daya alam yang tidak terbarukan (*unrenewable*). Hal tersebut dapat menyebabkan kerusakan dan degradasi lingkungan hidup, yang pada akhirnya berdampak pada kehidupan manusia.

Selain memiliki keterkaitan dengan masyarakat dan lingkungan, perusahaan juga memiliki keterkaitan dengan pemerintah. Dalam hal ini

pemerintah berperan sebagai pihak yang akan membuat kebijakan dan aturan-aturan yang berkaitan dengan perusahaan atau badan usaha. Perusahaan atau badan usaha dirasakan perlu untuk diatur dalam suatu aturan karena perusahaan merupakan suatu badan usaha yang memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat.

Dengan memperhatikan keterkaitan antara perusahaan dengan masyarakat, lingkungan dan pemerintah tersebut maka sudah menjadi keharusan agar perusahaan memiliki tanggung jawab sosial. Pemerintah dan masyarakat dapat menilai kinerja perusahaan.¹

Pada negara-negara modern, kehadiran perusahaan merupakan suatu aset nasional yang sangat penting, dengan alasan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut setidaknya-tidaknya dapat membantu negara (pemerintah) untuk turut serta memproduksi segala kebutuhan hidup masyarakat yang tidak dapat dipenuhi oleh pemerintah.² Bahkan dalam keadaan-keadaan tertentu perusahaan disebut sebagai “pribadi” yang mempunyai hak dan kewajiban sebagaimana adanya pribadi manusia, yang dalam tindakannya dilakukan oleh pengurus perusahaan.³ Dalam hal ketika dipersamakan dengan manusia, tanggung jawab sosial perusahaan diistilahkan dengan *Corporate Citizenship*.⁴

Dalam pendiriannya perusahaan memiliki tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum dari suatu perusahaan adalah mencari keuntungan atau

¹ Habib Adjie, 2008, *Status Badan Hukum, Prinsip-Prinsip dan Tanggung Jawab Sosial Perseroan Terbatas*, Mandar Maju, Bandung, hlm. 62.

² *Ibid.*

³ *Ibid.*

⁴ Gunawan Wijaya dan Yeremia Ardi Pratama, 2008, *Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*, Forum Sahabat, Jakarta, hlm. 8.

laba. Mencari keuntungan atau laba secara ekonomi merupakan inti dari suatu perusahaan, yang kegiatannya dilakukan secara terus menerus dan terang-terangan dengan mempergunakan organisasi produksi.⁵ Disamping itu perusahaan juga mempunyai tujuan khusus, atau dengan kata lain mencantumkan jenis usaha yang akan dijalankannya. Hal ini perlu dilakukan agar perusahaan tidak melakukan kegiatan usaha yang menyimpang dari jenis usaha yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan demikian, apabila ada penyimpangan, baik pemerintah atau masyarakat dapat mengajukan keberatan supaya perusahaan melakukan jenis usaha yang telah ditentukan sebelumnya.⁶

Tujuan umum perusahaan tersebut merupakan tanggung jawab ekonomi dari perusahaan, yaitu perusahaan memperoleh keuntungan. Hal ini lah yang banyak dilakukan oleh masyarakat atau pemerintah, yaitu mendirikan perusahaan hanya untuk mengejar target memperoleh keuntungan. Di samping itu banyak aspek lain yang sebenarnya sangat vital kadang sering terabaikan, misalnya hak-hak karyawan, upah karyawan yang murah dijadikan alasan untuk mendirikan perusahaan, sumber daya alam yang melimpah dikelola tanpa memperhatikan aspek-aspek lingkungan hidup.⁷ Dengan perkataan lain, selain tanggung jawab ekonomi tersebut, perusahaan juga mempunyai tanggung jawab lain, yaitu tanggung jawab sosial yang berkaitan dengan aspek yang menunjang berhasilnya perusahaan.⁸

⁵ Habib Adjie, *op. cit.*, hlm. 56.

⁶ *Ibid.*, hlm. 57.

⁷ *Ibid.*, hlm. 54.

⁸ *Ibid.*

Perusahaan memang sangat dibutuhkan oleh masyarakat ataupun pemerintah untuk memenuhi kebutuhannya. Akan tetapi dengan begitu perusahaan juga tidak dapat melakukan perbuatan seenaknya untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya tanpa ada kepedulian sosial dan memperhatikan keadaan lingkungannya atau biasa diistilahkan dengan *corporate social responsibility* (CSR).

Masyarakat saat ini menuntut perusahaan tidak hanya terhadap tanggung jawab atas kualitas produk barang atau jasa, tetapi juga menuntut tanggung jawab sosial perusahaan.⁹ Hal ini terjadi karena adanya ketidakpercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Masyarakat menganggap bahwa perusahaan sebagai pihak yang selalu mengeruk keuntungan tanpa memperdulikan keadaan masyarakat dan lingkungan sekitar.¹⁰

Dalam konteks hukum (undang-undang) Indonesia, CSR merupakan ketentuan yang baru, yaitu diakomodasi dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.¹¹ Latar belakang dimasukkannya ketentuan tersebut adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial perseroan terhadap lingkungan dan keadaan masyarakat sekitar tempat usaha perseroan. Ketentuan ini juga tidak bersifat menyeluruh. Tetapi memiliki batasan dan keadaan-keadaan tertentu yang peraturan pelaksanaannya akan diatur lebih lanjut dalam Peraturan Pemerintah.¹² Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perseroan Terbatas tersebut

⁹ *Ibid.*, hlm. 61.

¹⁰ Gunawan Wijaya dan Yeremia Ardi Pratama, *op. cit.*, hlm.11

¹¹ Selanjutnya disebut Undang-Undang Perseroan Terbatas.

¹² Jamin Ginting, 2007, *Hukum Perseroan Terbatas (UU No. 40 Tahun 2007)*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm.93.

menyebutkan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Ketentuan lain yang mengatur CSR adalah Pasal 74,¹³ yang berbunyi: ”perseroan yang menjalankan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”.¹⁴

Pada pasal tersebut jelas terlihat bahwa bagi setiap perusahaan yang usahanya berkaitan dengan sumber daya alam, wajib untuk melaksanakan prinsip CSR. Untuk melaksanakan prinsip ini perseroan harus menganggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perusahaan yang pelaksanaannya memperhatikan prinsip kepatutan dan kewajaran.¹⁵ Kewajiban disini merupakan kewajiban yang memiliki sanksi.¹⁶ Oleh karena itu dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas, CSR ini merupakan suatu kewajiban hukum yang akan mengakibatkan sanksi bagi perusahaan yang tidak melaksanakannya. Pelaksanaan dari CSR ini juga harus dilakukan dengan itikad baik, dengan menganggarkan dana perusahaan untuk

¹³ Pasal ini dimintakan uji materi ke Mahkamah Konstitusi (MK) oleh Kadin, HIPMI, Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia, PT Lili Panma, PT APAC Citra Sentertex Tbk, dan PT Kreasi Tiga Pilar. Uji materi dilakukan karena pengusaha merasa bahwa adanya kerancuan tentang pemahaman mengenai tanggung jawab sosial dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Mereka beranggapan bahwa jika yang dikhawatirkan adalah terjadinya pelanggaran lingkungan oleh perseroan, maka seharusnya yang ditegakkan adalah undang-undang sektoral. Selain itu juga CSR tidak perlu diatur dalam suatu aturan formal yang mengikat karena CSR merupakan partisipasi sukarela dari perusahaan untuk masyarakat. Terhadap uji materi tersebut MK menolak uji materi tersebut. MK berpendapat bahwa ketentuan ini dibuat agar perusahaan yang berkaitan atau bergerak di bidang sumber daya alam harus ikut bertanggung jawab menjaga lingkungan dengan sebaik-baiknya. Kerusakan sumber daya alam Indonesia sudah pada tingkat yang mengkhawatirkan, pemerintah berusaha agar lingkungan terjaga, karena itu aturan ini dibuat. Lihat <http://www.detikfinance.com>, Diakses 3 Mei 2009.

¹⁴ Lihat pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Perseroan Terbatas.

¹⁵ Lihat Pasal 74 ayat (2) Undang-Undang Perseroan Terbatas.

¹⁶ Lihat Pasal 74 ayat (3) Undang-Undang Perseroan Terbatas.

melaksanakan CSR serta harus memperhatikan prinsip kepatutan dan kewajaran. Dalam Pasal ini juga terlihat bahwa Undang-Undang Perseroan Terbatas mencoba memisahkan antara tanggung jawab social dengan tanggung jawab lingkungan.

Kewajiban CSR yang ada dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas tersebut ditujukan kepada perusahaan yang kegiatan dan/atau bidang usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Ini bukan berarti perusahaan yang kegiatan dan/atau bidang usahanya tidak berkaitan dengan sumber daya alam lantas tidak memiliki kewajiban CSR. Terhadap perusahaan-perusahaan tersebut kewajiban CSR-nya sebenarnya sudah diatur lebih dahulu dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal¹⁷ Pasal 15 huruf b. Pasal tersebut berbunyi : “setiap penanam modal berkewajiban : b. melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.” Selanjutnya penjelasan pasal tersebut mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai 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. Dengan demikian kewajiban CSR diwajibkan kepada semua bentuk penanaman modal baik itu perusahaan tertutup atau pun terbuka, baik berbentuk persekutuan Perdata, Firma maupun Persekutuan Komanditer (CV).

Dengan adanya pengaturan tentang CSR dalam Undang-Undang Penanaman Modal dan Undang-Undang Perseroan Terbatas tersebut mengakibatkan kewajiban CSR menjadi suatu kewajiban hukum yang memaksa,

¹⁷ Selanjutnya disebut Undang-Undang Penanaman Modal.

padahal sebelumnya CSR merupakan suatu kewajiban moral (*moral obligation*) perusahaan terhadap:

1. Keadaan ekonomi,
2. Keadaan sosial, dan
3. Keadaan lingkungan perusahaan yang terkait dengan kegiatan usaha atau jalannya perusahaan secara berkesinambungan. Hal ini menunjukkan bahwa bentuk atau wujud pelaksanaan CSR tidak selalu harus sama antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya.¹⁸

Hal tersebut menunjukkan bahwa meskipun CSR tidak diatur secara rinci, namun CSR tetap dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan yang selalu melakukan CSR merupakan perusahaan yang menganggap CSR sebagai investasi jangka panjang yang akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Di samping itu ada yang berpendapat bahwa CSR memiliki makna yang luas, sehingga tidak perlu diatur dalam suatu aturan yang baku. Jika dibakukan justru malah akan menghambat pelaksanaannya CSR itu. Jika CSR diatur dalam aturan baku, maka harus ada pengawasannya (*law enforcement*).¹⁹

CSR memiliki makna yang sangat luas, namun CSR tidak sama dengan kegiatan amal (*philanthropy*). Inti CSR adalah kegiatan yang dilakukan secara berkelanjutan, sedangkan kegiatan amal tidak harus berkelanjutan. Keterlibatan

¹⁸ Gunawan Wijaya, "Dampak Pelaksanaan UU No. 40 Tahun 2007 (UUPT) terhadap Dunia Usaha di Indonesia (Tinjauan terhadap Pasal 74 UUPT)", Artikel dalam Seminar *Menyongsong Berlakunya UU RI No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*, 6 September 2007, di Diamond Room, Nikko Hotel, Jakarta, sebagaimana dikutip oleh Gunawan Wijaya dan Yermia Ardi Pratama *op. cit.*, hlm. 10.

¹⁹ <http://www.detikfinance.com/read/2006/09/07/131545/670628/4/csr-tak-perlu-diikat-aturan>, "CSR Tak Perlu Diikat Aturan", diakses 2 Mei 2009

langsung dan kontinuitas kegiatan inilah yang menjadi cirri dari CSR.²⁰ Akan tetapi dewasa ini banyak perusahaan yang melakukan CSR, karena menganggap bahwa tindakan ini merupakan investasi jangka panjang yang akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Namun kenyataannya bukan CSR yang dilakukan, tetapi hanya sekedar amal atau pemberian sukarela kepada masyarakat.

Program CSR dari PT unilever dapat dijadikan sebagai suatu contoh pelaksanaan CSR di Indonesia.²¹ Untuk menjalankan program CSRnya, Unilever membentuk sebuah yayasan yang bernama Yayasan Unilever Indonesia. Yayasan tersebut memfokuskan kegiatannya dalam 4 (empat) program utama, yaitu Program pengembangan Usaha kecil dan menengah, pelestarian sumber air, daur ulang dan program pendidikan kesehatan masyarakat. Unilever memandang program CSR sebagai suatu kegiatan yang akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Diantara kegiatan CSR Unilever adalah “Pengembangan Petani Kedelai Hitam”, yaitu kegiatan mengajak petani kedelai hitam untuk menjadi pemasok Kecap Bango. Dalam kegiatan ini Unilever melakukan pendampingan dan pemberian bibit kedelai hitam, pengarahan mengenai penanaman, dan pinjaman tanpa bunga. Program ini dari tahun ke tahun terus meningkat. Program ini juga mendapat penghargaan sebagai “The Best Corporate Social Responsibility Program in Asia-Australia-New Zealand” pada acara The 2008

²⁰ Gunawan Wijaya dan Yeremia Ardi Pratama, *op. cit.*, hlm. 21

²¹ http://www.unilever.co.id/Images/ULI-CSR2004_English_tcm110-95885.pdf. ‘berpadu dalam cita bersama masyarakat dan Lingkungan’, diakses 2 mei 2009

International Business Award²². Selain program itu juga masih banyak program lain, seperti Program Kalio Berantas, dan lain-lain.

Perusahaan mempunyai kewajiban untuk melakukan CSR dengan menggunakan harta perusahaan yang disisihkan untuk kegiatan CSR tersebut. Dalam perkembangannya perusahaan juga sering kali melakukan CSR dengan menggunakan dana dari konsumen. Konsumen membeli produk dari perusahaan, dari sebagian harga produk tersebut digunakan oleh perusahaan untuk melaksanakan CSR. Ketika sebuah perusahaan menyatakan bahwa sebagian dari keuntungan atau penjualan produknya akan disumbangkan untuk kegiatan sosial tertentu, maka perusahaan tersebut sedang melakukan apa yang disebut sebagai *cause related marketing (CRM)*.²³

Contoh di Indonesia lumayan banyak. Sabun Lifebuoy pernah meluncurkan kampanye "Berbagi Sehat" yang mendonasikan sebagian hasil penjualan untuk membangun fasilitas MCK di seluruh Indonesia. Aqua membuat program "1 untuk 10", yang berjanji akan menyediakan air bersih untuk desa-desa yang mengalami masalah ketersediaan air bersih di Nusa Tenggara. Setiap satu liter Aqua produk tertentu yang terjual, Aqua berjanji akan menyediakan sepuluh liter air bersih untuk masyarakat target. Dalam waktu sekitar tiga bulan saja, jumlah air bersih yang akan disediakan Aqua mencapai lebih dari satu milyar liter.

Es krim Viennetta dari Wall's meluncurkan "Berbagi 1000 Kebaikan" yang

²² http://www.unilever.co.id/id/ourcompany/beritaandmedia/beritaterbaru/CSR_ULI_Mendapat_Pengakuan_Internasional.asp. "Program CSR Unilever Indonesia Mendapat Pengakuan Internasional", Diakses 15 Mei 2009.

²³ Jalal, "*Cause Related Marketing Sebagai Bagian dari CSR*", diakses melalui <http://www.kabarindonesia.com/berita.php?pil=20&dn=20071106065142>. tanggal 19 Mei 2009.

menyumbangkan Rp. 1000 setiap penjualan es krimnya untuk anak-anak korban gempa Sumatera dan dukungan pendidikan untuk anak-anak berprestasi dari kalangan yang tidak mampu. Viennetta baru saja mengumumkan bahwa donasi yang terkumpul telah mencapai Rp. 1,15 milyar, dan masih akan terus menjalankan program itu hingga akhir Desember 2007. Semuanya adalah contoh bahwa CRM, sebagai cara untuk melaksanakan *corporate social responsibility* (CSR), memang telah dipergunakan di Indonesia.²⁴

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kriteria *corporate social responsibility* yang harus diterapkan oleh Perseroan Terbatas Terbuka di Indonesia?
2. Bagaimana penerapan *corporate social responsibility* pada Perusahaan Terbatas Terbuka di Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengkaji kriteria *corporate social responsibility* yang harus diterapkan oleh Perseroan Terbatas Terbuka di Indonesia.
2. Untuk menelusuri penerapan *corporate social responsibility* pada Perusahaan Terbatas Terbuka di Indonesia.

²⁴ *Ibid.*

D. Kerangka Teori

Perusahaan adalah suatu pengertian ekonomi yang banyak dipakai dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD), namun dalam KUHD sendiri tidaklah memberikan penafsiran maupun penjelasan resmi tentang apakah perusahaan itu.²⁵ Menurut Molengraaf, perusahaan adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus menerus, bertindak keluar untuk mendapatkan penghasilan, dengan cara memperniagakan barang-barang atau mengadakan perjanjian perdagangan.²⁶

Selain pengertian tersebut, pengertian perusahaan juga akan ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1992 tentang Wajib Daftar Perusahaan dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan. Pasal 1 huruf b Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1992 menyebutkan bahwa perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan dirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah Republik Indonesia untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba. Selanjutnya Pasal 1 butir 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 mendefinisikan perusahaan sebagai bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia.

²⁵ C.S.T. Kansil, 1995, *Hukum Perusahaan Indonesia Aspek Hukum Dalam Ekonomi Bagian I*, Pradnya Paramita, Jakarta, hlm. 1.

²⁶ H.M.N. Purwosutjipto, 1981, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indoneisa Jilid 1*, Djambatan, Jakarta, hlm. 5

Perusahaan memiliki dua bentuk, yaitu²⁷ perusahaan perseorangan²⁸ dan Badan Usaha. Selanjutnya Badan Usaha tersebut ada dua bentuk, yaitu (1). Perusahaan yang berbadan hukum, yang terdiri dari Perseroan Terbatas(PT), Perusahaan Perseroan,²⁹ dan Koperasi,³⁰ dan (2). Perusahaan yang tidak berbadan hukum, yang terdiri dari Persekutuan Perdata,³¹ Persekutuan Firma,³² dan persekutuan Komanditer.³³ Selanjutnya PT diklasifikasikan menjadi PT tertutup dan PT terbuka.

Berdasarkan bentuk-bentuk perusahaan di atas, dalam tulisan ini akan dibahas perusahaan yang berbentuk PT terbuka, karena bentuk perusahaan yang satu ini merupakan yang paling lazim dan dominan. Perseroan Terbatas merupakan persekutuan yang berbentuk badan hukum. Disebut perseroan karena modal badan hukum tersebut terdiri dari sero-sero atau saham-saham. Istilah

²⁷ Ridwan Khairandy et. Al., 1999, *Pengantar Hukum Dagang Indonesia I*, Pusat Studi Hukum FH UII dan Gama Media, Yogyakarta, hlm. 8-9.

²⁸ Perusahaan perseorangan adalah perusahaan yang dilakukan oleh satu orang pengusaha. Dalam perusahaan perseorangan hanya terdapat seorang pengusaha. Dengan demikian hanya terdapat satu orang pemegang saham. Ridwan Khairandy,et.al.,*op.cit.*, hlm. 8

²⁹ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN mendefinisikan Perusahaan perseroan 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.

³⁰ Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Koperasi bertujuan untuk menyejahterakan anggotanya. Dikutip dari <http://www.id.wikipedia.org/wiki/Koperasi>. diakses 14 Juni 2009.

³¹Persekutuan perdata (*partnership atau maatschap*) menurut Pasal 1618 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata adalah suatu perjanjian dengan mana dua orang atau lebih mengikatkan diri untuk memasukkan sesuatu dalam persekutuan, dengan maksud untuk membagi keuntungan yang terjadi karenanya.

³² Pasal 16 KUHD menyebutkan bahwa yang dinamakan persekutuan firma adalah tiap-tiap persekutuan perdata yang didirikan untuk menjalankan perusahaan dengan nama bersama.

³³ Persekutuan komanditer (*Commanditaire Vennotschap=CV*) pada dasarnya adalah persekutuan firma yang mempunyai satu atau lebih sekutu komanditer. Ridwan Khairandy,et.al., *op.cit.*, hlm. 25

“terbatas” tertuju pada tanggung jawab persero atau pemegang saham, yang luasnya terbatas pada nilai nominal semua saham yang dimilikinya.³⁴

Undang-Undang Perseroan Terbatas mendefinisikan Perseroan Terbatas sebagai badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya.³⁵

berdasarkan pengertian di atas PT merupakan suatu persatuan modal. Akan tetapi tidak semua PT bertujuan untuk menghimpun dana semata dan mengabaikan sifat kepribadian atau hubungan pribadi pemegang saham. PT dapat diklasifikasikan menjadi dua macam, yaitu PT Tertutup dan PT Terbuka atau PT Publik. Didalam PT Tertutup hubungan pribadi para pemegang saham masih diutamakan. Mereka saling mengenal secara dekat dan tidak banyak jumlahnya. Pemegang saham PT semacam ini sering kali berasal dari anggota keluarga atau sahabat karib sendiri sehingga seringkali pula PT semacam ini disebut PT keluarga. Ini berlainan kondisinya dengan PT Terbuka atau PT Publik. Disini yang diutamakan untuk menghimpun modal sebanyak mungkin dan mengabaikan hubungan pribadi para pemegang saham. Mereka dapat saja saling tidak mengenal satu dengan yang lain. Bagi PT yang melakukan penawaran umum di pasar modal, jumlah para pemegang saham ratusan orang baik orang pribadi maupun

³⁴ H.M.N. Purwosutjipto, 1981, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indoneisa Jilid 2*, Djambatan, Jakarta, hlm. 86.

³⁵ Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Perseroan Terbatas.

badan hukum, baik dari dalam negeri maupun luar negeri.³⁶ Biasanya untuk membedakan antara PT tertutup dengan PT terbuka, undang-undang mengharuskan penempatan kata “Tbk” di belakang nama perusahaan terbuka.³⁷

Selain sebagai asosiasi modal, PT juga merupakan suatu badan hukum. Badan hukum merupakan salah satu dari subjek hukum. dalam bukunya yang berjudul *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Sudikno Mertokusumo menyebutkan bahwa subjek hukum terdiri dari orang (person) dan badan hukum (*recht person*).³⁸

Bahwa badan hukum adalah suatu perkumpulan atau organisasi yang oleh hukum diperlakukan seperti seorang manusia, yaitu sebagai pemegang hak-hak dan kewajiban-kewajiban, dapat memiliki kekayaan, dapat menggugat dan digugat di muka Pengadilan.³⁹ Selanjutnya menurut Sudikno Mertokusumo badan hukum adalah organisasi atau kelompok manusia yang mempunyai tujuan tertentu yang dapat menyanggah hak dan kewajiban.⁴⁰ Sementara itu Ridwan Khairandy menyatakan bahwa pada dasarnya badan hukum adalah suatu badan yang dapat memiliki hak-hak dan kewajiban-kewajiban untuk melakukan suatu perbuatan seperti manusia, memiliki kekayaan sendiri dan menggugat di depan pengadilan.⁴¹

³⁶ Ridwan Khairandy, *op. cit.*, hlm. 24.

³⁷ Pasal 16 ayat (3) Undang-Undang perseroan terbatas

³⁸ Sudikno Mertokusumo, 2003, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta, hlm.74.

³⁹ R. Subekti dan Tjitrosoedibyo, 2003, *Kamus Hukum*, Pradnya Paramita, Jakarta, hlm.10

⁴⁰ Sudikno Mertokusumo, *op.cit.* hlm. 74.

⁴¹ Ridwan Khairandy, 2009, *Perseroan Terbatas Doktrin, Peraturan Perundang-Undangan, dan Yurisprudensi*, Total Media, hlm. 4.

Tidak semua badan itu merupakan badan hukum, menurut Ali Rido, kriteria atau syarat-syarat untuk menentukan adanya kedudukan sebagai badan hukum adalah:⁴²

1. Adanya harta kekayaan yang terpisah
2. Mempunyai tujuan tertentu
3. Mempunyai kepentingan sendiri
4. Adanya organisasi yang teratur.

Jika melihat unsur-unsur badan hukum di atas, unsur-unsur badan hukum dari PT menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas adalah:⁴³

1. Organisasi yang teratur, yakni dibuktikan dengan adanya organ perseroan yang terdiri atas Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), direksi dan dewan komisaris. Ketentuan organisasi perseroan dapat diketahui melalui ketentuan Undang-Undang Perseroan Terbatas, Anggaran Dasar Perseroan, Anggaran Rumah Tangga Perseroan dan keputusan RUPS.
2. Harta kekayaan sendiri, yakni berupa modal dasar yang terdiri atas seluruh nilai nominal saham dan harta kekayaan dalam bentuk lain.
3. Melakukan hubungan hukum sendiri, yakni diwakili oleh pengurus yang disebut dengan direksi. Direksi menjalankan pengurusan perseroan untuk kepentingan perseroan dan sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan.

⁴² Ali Rido, 2001, *Badan Hukum dan Kedudukan Badan Hukum Perseroan, Perkumpulan, Koperasi, Yayasan, Wakaf*, Alumni, Bandung, hlm. 45.

⁴³ Abdul Kadir Muhammad, 1996, *Hukum Perseroan Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 8-9.

4. Mempunyai tujuan sendiri, yakni ditentukan dalam Anggaran Dasar, karena perseroan menjalankan perusahaan, maka tujuan utamanya adalah memperoleh keuntungan.

Uraian di atas dapat dilihat bahwa PT merupakan suatu badan hukum. sebagai badan hukum, sudah barang tentu PT merupakan subjek hukum yang memiliki hak dan kewajiban yang sama seperti manusia di hadapan hukum. oleh karena itu PT juga memiliki kewajiban untuk menjaga dan merawat lingkungan dan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat di sekitarnya atau biasanya dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

CSR merupakan suatu konsep baru dalam dunia bisnis. Sampai saat ini belum ada pengertian yang utuh dan tetap tentang CSR. Sebuah definisi yang luas dan sering digunakan saat ini adalah pengertian yang diberikan oleh *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, yaitu suatu asosiasi global yang terdiri dari sekitar 200 perusahaan yang secara khusus bergerak di bidang "pembangunan berkelanjutan" (*sustainable development*) yang menyatakan bahwa: "CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya."⁴⁴

Disamping pengertian tersebut juga terdapat pengertian lain dari CSR, yaitu tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*

⁴⁴ http://www.id.wikipedia.org/wiki/Tanggung_jawab_sosial_perusahaan, "Tanggung Jawab Sosial," Diakses 3 Mei 2009.

(CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan.⁴⁵

Dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas juga disebutkan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.⁴⁶

Lawrence dan Weber (2008) menyampaikan konsep bahwa CSR harus menjadi suatu komitmen moral dan etis berkelanjutan dari dunia bisnis untuk berperan aktif menstimuli pembangunan berkelanjutan dengan menyelaraskan pencapaian kinerja ekonomi (profit) dengan kinerja sosial dan lingkungannya.⁴⁷

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam upaya pembangunan berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan pada khususnya dan masyarakat serta lingkungan pada umumnya. Oleh karena itu dapat diketahui bahwa inti dari suatu program CSR adalah komitmen perusahaan untuk ikut serta dalam upaya “pembangunan berkelanjutan.”

⁴⁵ Suhandari M. Putri, “Schema CSR”, *Kompas*, 4 Agustus 2007, sebagaimana dikutip oleh H. Budi Untung, 2008, *Corporate Social Responsibility*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 1.

⁴⁶ Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perseroan Terbatas.

⁴⁷ <http://pkblbumncsrkah.blogspot.com/> “PKBL BUMN, CSRkah?” diakses 20 Mei 2009.

Konferensi Tingkat Tinggi Bumi (Earth Summit) di Rio de Janeiro Brazilia 1992, menegaskan konsep *sustainability development* (pembangunan berkelanjutan) sebagai hal yang harus diperhatikan, tidak hanya oleh negara, tetapi terlebih lagi oleh kalangan korporasi atau bisnis yang kekuatan kapitalnya semakin menggurita.⁴⁸ Pada konferensi tersebut menyepakati perubahan paradigma pembangunan, dari pertumbuhan ekonomi (*economic growth*) menjadi pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*).

Selanjutnya pada pertemuan Johannesburg Tahun 2002 yang dihadiri para pemimpin dunia memunculkan konsep *social responsibility*, yang mengiringi dua konsep sebelumnya yaitu *economic* dan *environment sustainability*.⁴⁹ Oleh karena itu, konsep Pembangunan berkelanjutan yang menjadi inti dari suatu CSR mencakup tiga konsep yaitu :

1. *Social Responsibility* (tanggung jawab sosial atau pertumbuhan sosial)
2. *Economic growth* (pertumbuhan ekonomi)
3. *Environtment sustainability*. (kelestarian lingkungan).

Adapun Prinsip-prinsip dasar CSR yang menjadi dasar pelaksanaan yang menjiwai atau menjadi informasi dalam pembuatan keputusan dan kegiatan CSR menurut ISO 26000 meliputi:⁵⁰

1. Kepatuhan kepada hukum;
2. Menghormati instrumen/badan-badan internasional;

⁴⁸ Mas Achmad Daniri, "Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan", diakses melalui <http://www.governance-indonesia.com/donlot/Standarisasi%20Tanggung%20Jawab%20Sosial%20Perusahaan%2016%20Jan%2008.pdf> tanggal 3 Juni 2009.

⁴⁹ *Ibid.*

⁵⁰ Nopriandi M.Iqbal dan Oop Sopyan, "Corporate Socia Responsibility", diakses melalui <http://www.operedzone.wordpress.com/2009/01/21/corporate-social-responsibility-csr/> tanggal 20 Juni 2009.

3. Menghormati *stakeholders* dan kepentingannya;
4. Akuntabilitas;
5. Transparansi;
6. Perilaku yang beretika;
7. Melakukan tindakan pencegahan;
8. Menghormati dasar-dasar hak asasi manusia.

Berkaitan dengan pembangunan berkelanjutan Menurut Brundtland Report dari PBB 1987, pembangunan berkelanjutan adalah terjemahan dari Bahasa Inggris, *sustainable development*. Dalam Wikipedia Indonesia disebutkan bahwa pembangunan berkelanjutan adalah proses pembangunan (misalnya lahan, kota, bisnis, masyarakat) yang berprinsip "memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan pemenuhan kebutuhan generasi masa depan."⁵¹

Salah satu faktor yang harus dihadapi untuk mencapai pembangunan berkelanjutan adalah bagaimana memperbaiki kehancuran lingkungan tanpa mengorbankan kebutuhan pembangunan ekonomi dan keadilan sosial. Untuk sebagian orang, pembangunan berkelanjutan berkaitan erat dengan pertumbuhan ekonomi dan bagaimana mencari jalan untuk memajukan ekonomi dalam jangka panjang, tanpa menghabiskan modal alam.⁵²

CSR merupakan derivasi dari etika bisnis.⁵³ Nilai-nilai dasar yang menjadi tolak ukur etika bisnis adalah tingkah laku para pengusaha dalam menjalankan usahanya. Apakah dalam usahanya mengambil keuntungan dari masyarakat

⁵¹ [http://www.id.wikipedia.org/wiki/ Pembangunan_berkelanjutan](http://www.id.wikipedia.org/wiki/Pembangunan_berkelanjutan), "Pembangunan berkelanjutan", diakses 3 Mei 2009.

⁵² *Ibid.*

⁵³ Ridwan Khairandy, *op. cit.* hlm.130.

konsumen dilakukan melalui persaingan usaha yang *fair* (jujur), *transparent* (terbuka), dan *ethics* (etis).⁵⁴ Pada dasarnya bisnis perlu dijalankan secara etis karena bagaimanapun juga bisnis menyangkut kepentingan siapa saja dalam masyarakat.⁵⁵ Bisnis yang bertanggung jawab harus dijalankan dengan etika. Etika yang bertanggung jawab adalah bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang universal. CSR berada dalam wilayah etika ini, dan harus dijalankan secara bertanggung jawab.⁵⁶

CSR sering salah diartikan sebagai kegiatan donasi atau amal (*philanthropy*) atau hanya sekedar ketaatan perusahaan kepada hukum. Padahal tidak semua kegiatan donasi dan ketaatan kepada hukum itu merupakan CSR. Hal itu hanya syarat minimum agar perusahaan dapat beroperasi dan diterima oleh masyarakat.⁵⁷ CSR tidak hanya sekedar kegiatan donasi atau *philanthropy*, akan tetapi CSR merupakan komitmen bersama dari seluruh *stakeholders* perusahaan untuk bersama-sama bertanggung jawab terhadap masalah-masalah sosial.⁵⁸ Namun apabila ditelaah lebih dalam, CSR dapat dikatakan sebagai tabungan masa depan bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan.⁵⁹ CSR akan memberikan reputasi yang baik bagi perusahaan di hadapan masyarakat dan *stakeholders* lainnya, sehingga akan mendapatkan kepercayaan masyarakat dan *stakeholders*. *Stakeholders* disini bukan hanya masyarakat dalam arti sempit yaitu masyarakat

⁵⁴ *Ibid.* hlm. 131

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ <http://rafflesia.wwf.or.id/library/admin/attachment/clips/2006-08-15-019-0094-001-03-0922.pdf>. "CSR dan Wilayah Etika Bisnis". Diakses 29 April 2009.

⁵⁷ Gunawan Wijaya dan Yeremia Ardi Pratama, *op. cit.*, hlm. 20.

⁵⁸ *Ibid.*, hlm. 21.

⁵⁹ <http://www.keepandshare.com/doc/view.php?id=764997&da=y>, "Memahami Corporate Social Responsibility sebagai Wujud Investasi Perusahaan," diakses 3 Me 2009.

luas yang tinggal disekitar lokasi perusahaan melainkan masyarakat dalam arti luas, misalnya pemerintah, investor, dan elit politik.⁶⁰

Seperti yang telah diuraikan di atas bahwa konsep CSR muncul akibat adanya ketidakpercayaan masyarakat terhadap korporasi. Masyarakat menganggap bahwa korporasi hanya akan mengeruk kepentingan tanpa memperdulikan keadaan sosial dan lingkungan sekitarnya. Saat ini perusahaan dianggap sebagai “pribadi” yang memiliki tanggung jawab yang sama seperti halnya manusia. Hal ini sangat berkaitan erat dengan status perusahaan, yaitu perusahaan sebagai *legal-creator* atau *legal-recognition*.⁶¹

1. Perusahaan sebagai ***legal-creator***, melihat perusahaan sepenuhnya adalah ciptaan hukum. Menurut pandangan ini, perusahaan diciptakan oleh negara dan tidak mungkin ada tanpa negara. Negara dan hukum sendiri adalah ciptaan masyarakat. Perusahaan diciptakan oleh masyarakat demi kepentingan masyarakat. Oleh karena itu, kalau perusahaan tidak lagi berguna bagi masyarakat, masyarakat bisa saja mengubah atau meniadakannya.
2. Perusahaan sebagai ***legal-recognition***, yang melihat perusahaan tidak memusatkan perhatian pada status legal dari perusahaan, melainkan pada perusahaan sebagai suatu usaha bebas dan produktif. Menurut pandangan ini perusahaan terbentuk oleh para anggotanya yang mengikat dirinya, mengorganisasi diri dan melakukan suatu kegiatan tertentu dengan cara

⁶⁰ *Ibid.*

⁶¹ Mengenai status perusahaan ini Richard T. de George, “*Business Ethics*” yang memandang perusahaan juga bukan suatu organisasi bentukan masyarakat, sebagaimana dikutip oleh A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis, Membangun Citra Bisnis sebagai Profesi Luhur*, selanjutnya dikutip oleh Habib Adjie. *op. cit.*, hlm. 63.

tertentu secara bebas. Dalam hal ini perusahaan tidak dibentuk oleh negara. Negara hanya mendaftarkan dan mengakui operasi perusahaan itu.

Perusahaan sebagai *legal-creator* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki keterkaitan dengan masyarakat dan pemerintah. Dengan demikian, perusahaan tidak dapat mengabaikan tanggung jawab sosialnya. Sementara itu ketika perusahaan sebagai *legal-recognition*, perusahaan dibentuk oleh pendirinya sebagai usaha bebas dan produktif. Akan tetapi perusahaan tetap tidak dapat mengabaikan kewajiban sosialnya, karena jika perusahaan tidak memperdulikan tanggung jawab sosial, maka perusahaan akan mengalami kesulitan dalam proses usahanya. Dengan demikian, kewajiban CSR ditujukan kepada semua badan usaha, baik yang berbadan hukum maupun yang tidak berbadan hukum yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan.⁶²

Tidak semua perusahaan bersedia melaksanakan CSR, karena menganggap bahwa kegiatan itu hanya merupakan pemborosan yang akan menghabiskan dana perusahaan. Oleh karena itu, terkait dengan praktik CSR, pengusaha dapat dikelompokkan menjadi 4 kelompok, yaitu:⁶³

1. Kelompok hitam, yaitu kelompok yang sama sekali tidak melakukan CSR. Kelompok ini adalah pengusaha yang menjalankan bisnis semata-mata untuk kepentingan sendiri. Kelompok ini sama sekali tidak peduli pada aspek lingkungan dan sosial sekelilingnya dalam menjalankan usaha, bahkan tidak memperhatikan kesejahteraan karyawannya.

⁶² *Ibid.*, hlm. 55.

⁶³ Suhandari M. Putri, Schema CSR, *Kompas*, 4 Agustus 2007, sebagaimana dikutip oleh H. Budi Untung, *op. cit.*, hlm. 7-8.

2. Kelompok merah adalah mereka yang mulai melaksanakan praktik CSR, tetapi memandangnya hanya sebagai komponen biaya yang akan mengurangi keuntungannya.
3. Kelompok biru merupakan perusahaan yang menilai praktik CSR akan member dampak positif terhadap usahanya karena merupakan investasi, bukan biaya.
4. Kelompok hijau adalah perusahaan yang sudah menempatkan CSR pada strategi inti dan jantung bisnisnya, CSR tidak hanya dianggap sebagai keharusan, tetapi kebutuhan yang merupakan modal sosial.

Dunia usaha semakin menyadari bahwa perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja, tetapi juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya.⁶⁴ Menurut John Elkington pada tahun 1997 dalam bukunya “*Cannibals with Forks, the Tripple Bottom Line of Twentieth Century Business*”⁶⁵ mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity*, *environmental quality*, dan *social justice*. Melalui konsep ini Elkington mengemukakan bahwa perusahaan yang ingin terus menjalankan usahanya harus memperhatikan 3P yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. Perusahaan yang menjalankan usahanya tidak dibenarkan hanya mengejar keuntungan semata (*profit*), tetapi mereka juga harus terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan berpartisipasi aktif dalam menjaga

⁶⁴ Yusuf Wibisono, 2007, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, Fascho Publishing, Gresik, hlm. 32.

⁶⁵<http://www.keepandshare.com/doc/view.php?id=764997&da=y>, *loc. cit.*

kelestarian lingkungan (*Planet*). Ketiga prinsip tersebut saling mendukung dalam pelaksanaan program CSR.

E. Metode Penelitian

1. Objek Penelitian

- a. Kriteria *Corporate Social Responsibility* pada Perseroan Terbatas Terbuka di Indonesia.
- b. Penerapan *Corporate Social Responsibility* pada Perseroan Terbatas Terbuka di Indonesia.

2. Bahan Hukum

Bahan-bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini mencakup bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tertier.

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan yang bersifat mengikat, yaitu:

- 1) Undang-Undang Dasar 1945.
- 2) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal.
- 3) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
- 4) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

b. Bahan Hukum Sekunder

- 1) Buku-buku yang relevan dengan objek penelitian.

- 2) Artikel-artikel yang relevan dengan objek penelitian yang diperoleh melalui media massa, baik cetak ataupun elektronik.
- 3) Berita-berita yang relevan dengan objek penelitian yang diperoleh dari media massa baik cetak ataupun elektronik.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yang digunakan dalam tulisan ini adalah kamus, baik cetak maupun elektronik.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara:

- a. Studi kepustakaan, yaitu dengan cara mengkaji buku, jurnal, artikel, hasil penelitian hukum, berita dan literatur-literatur lain yang berhubungan dengan penelitian ini.
- b. Studi dokumen, yaitu dengan mengkaji berbagai dokumen resmi seperti peraturan perundang-undangan dan data-data perusahaan yang diperoleh melalui *browsing* atau *download* internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *yuridis normatif*, yaitu pendekatan dengan cara meneliti objek penelitian selanjutnya dikaitkan dengan ketentuan perundang-undangan dan ketentuan yang terkait lainnya.

5. Analisis Data

Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif kualitatif*, yaitu data yang diperoleh disajikan secara deskriptif dan dianalisis secara kualitatif. Data diklasifikasikan sesuai dengan permasalahan penelitian, hasil klasifikasi data selanjutnya disistematisasi dan kemudian dianalisis untuk dijadikan dasar dalam mengambil kesimpulan.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan tulisan ini adalah dengan membagi tulisan ini dalam 4 (empat) bab. Bab I tentang pendahuluan. Uraian dalam bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teori, metode penelitian yang terdiri dari tipe penelitian, bahan` hukum (bahan hukum primer, sekunder dan tersier), alat pengumpul data, pendekatan penelitian dan analisis data, dan yang uraian terakhir bab ini berisi tentang sistematika penulisan.

Bab II tentang tinjauan umum tentang Perseroan Terbatas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam bab ini diuraikan tentang perusahaan sebagai badan hukum, sekilas tentang PT Terbuka, dan CSR pada umumnya, yang terdiri dari pengertian CSR, sejarah CSR, CSR dan Etika bisnis, Konsep CSR, mengenal *Stakeholders* perusahaan dan terakhir akan dibahas tentang CSR di Indonesia.

Bab III tentang penerapan CSR pada PT Terbuka di Indonesia. Dalam bab ini akan diuraikan tentang kriteria CSR yang harus diterapkan oleh perusahaan terutama PT Terbuka di Indonesia, selanjutnya dibahas tentang bentuk-bentuk

CSR pada PT Terbuka pembahasan tentang ini terdiri dari pembahasan tentang bentuk dan model CSR pada PT Terbuka dan penerapan CSR pada beberapa perusahaan di Indonesia.

Bab IV tentang penutup. Dalam bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dan saran mengenai pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya.

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG PERSEROAN TERBATAS

DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

A. Perseroan Terbatas sebagai Badan Hukum

Proses dalam rangka pengolahan dan pemanfaatan sumber daya alam menjadi barang-barang yang bermanfaat untuk kepentingan masyarakat dapat dilakukan dengan berbagai cara dan bentuk. Ada kalanya manusia melakukan secara perorangan dan sederhana, dan adakalanya manusia melakukannya secara berkelompok dan besar-besaran.⁶⁵

Proses pendayagunaan sumber daya alam yang dilakukan secara berkelompok dalam suatu kegiatan disebut sebagai kegiatan lembaga. Lembaga yang secara sadar didirikan untuk melakukan kegiatan yang terus menerus untuk mendayagunakan sumber daya alam dan manusia sehingga menjadi barang atau benda atau jasa yang bermanfaat secara ekonomis adalah biasa disebut dengan istilah perusahaan.⁶⁶

Salah satu bentuk dari perusahaan tersebut adalah Perseroan Terbatas (PT). Bentuk perusahaan yang satu ini merupakan yang paling lazim dan dominan. Perseroan Terbatas merupakan persekutuan yang berbentuk badan hukum. Disebut perseroan karena modal badan hukum tersebut terdiri dari sero-sero atau saham-saham. Istilah “terbatas” tertuju pada tanggung jawab persero

⁶⁵ Sri Redjeki Hartono, 2000, *Kapita Selekta Hukum Perusahaan*, Mandar Maju, Bandung, hlm 102.

⁶⁶ *Ibid.*

atau pemegang saham, yang luasnya terbatas pada nilai nominal semua saham yang dimilikinya.⁶⁷

Undang-Undang Perseroan Terbatas mendefinisikan Pereroan Terbatas sebagai badan hukum yang merupakan pesekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya.⁶⁸

Pengertian di atas menyebutkan bahwa PT merupakan suatu persatuan modal dan selain itu juga merupakan suatu badan hukum. kedua alasan inilah yang membuat PT menjadi suatu bentuk perusahaan yang dominan. Sebagai asosiasi modal memudahkan para pemegang saham untuk mengalihkan sahamnya kepada orang lain, sedangkan sebagai badan hukum ini berkaitan erat dengan pertanggungjawaban pemegang saham PT.⁶⁹ Hal ini sesuai dengan Pasal 3 ayat (1) Undang-Undang Perseroan Terbatas yang menegaskan bahwa pemegang saham hanya bertanggungjawab sebatas nilai saham yang dimilikinya pada PT.⁷⁰

Terbatasnya tanggung jawab pemegang saham tersebut sangat penting bagi pemodal yang ingin menginvestasikan modalnya dalam suatu PT. Oleh karena itu status badan hukum dari suatu PT itu sangat penting, karena akan menentukan tanggung jawab dan kewajiban PT tersebut.

⁶⁷ H.M.N. Purwosutjipto, *op.cit* hlm 86.

⁶⁸ Pasal 1 angka 1 Undang-Undang pereroan Terbatas.

⁶⁹ Irna Nurhayati, "Ulasan Tentang Status Badan Hukum Perseroan Terbatas Menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 Tentang Perseroan Terbatas", diakses melalui <http://www.mhugm.wikidot.com/artikel:002> tanggal 15 Juni 2009.

⁷⁰ Pasal 3 Undang-Undang Perseroan Terbatas beserta penjelasannya.

Badan hukum merupakan salah satu subyek hukum,⁷¹ karena seperti yang diketahui bahwa dalam ilmu hukum dikenal ada dua subyek hukum, yaitu orang (*person*) dan badan hukum (*legal person* atau *legal entity*). Mengenai definisinya dalam Kamus Hukum menyebutkan bahwa badan hukum adalah suatu perkumpulan atau organisasi yang oleh hukum diperlakukan seperti seorang manusia, yaitu sebagai pengemban hak-hak dan kewajiban-kewajiban, dapat memiliki kekayaan, dapat menggugat dan digugat di muka Pengadilan.⁷² Menurut Sudikno Mertokusumo badan hukum adalah organisasi atau kelompok manusia yang mempunyai tujuan tertentu yang dapat menyanggah hak dan kewajiban.⁷³ Sementara itu Ridwan Khairandy menyatakan bahwa pada dasarnya badan hukum adalah suatu badan yang dapat memiliki hak-hak dan kewajiban-kewajiban untuk melakukan suatu perbuatan seperti manusia, memiliki kekayaan sendiri dan menggugat di depan pengadilan.⁷⁴

Adapun pengaturan dasar dari badan hukum itu sendiri adalah Pasal 1654 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan bahwa semua perkumpulan yang sah, adalah seperti halnya dengan orang-orang preman, berkuasa melakukan tindakan-tindakan perdata, dengan tidak mengurangi peraturan-peraturan umum, dalam mana kekuasaan itu telah diubah, dibatasi atau ditundukkan pada acara-acara tertentu.

⁷¹ Sudikno Mertokusumo menyebutkan bahwa subyek hukum adalah segala sesuatu yang dapat memperoleh hak dan kewajiban dari hukum. Sudikno Mertokusumo, *op.cit.*, hlm. 74.

⁷² R. Subekti dan Tjitrosoedibyo, 2003, *Kamus Hukum*, Pradnya Paramita, Jakarta, hlm10

⁷³ Sudikno Mertokusumo, *op.cit.*, hlm74.

⁷⁴ Ridwan Khairandy, *op.cit.*, hlm 4.

Sementara itu, yang merupakan peraturan umum dari badan hukum adalah Pasal 1653 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan bahwa selainnya perseroan yang sejati oleh undang-undang diakui pula perhimpunan-perhimpunan orang sebagai perkumpulan-perkumpulan, baik perkumpulan-perkumpulan itu diadakan atau diakui sebagai demikian oleh kekuasaan umum, maupun perkumpulan-perkumpulan itu diterima sebagai diperbolehkan atau telah didirikan untuk suatu maksud tertentu yang tidak bertentangan dengan undang-undang atau kesusilaan baik.

Oleh karena badan hukum ini adalah subjek, maka ia merupakan badan yang independen atau mandiri dari pendiri, anggota, atau penanam modal badan tersebut. badan ini dapat melakukan kegiatan bisnis atas nama dirinya sendiri seperti manusia.⁷⁵

Seperti yang telah diuraikan di depan bahwa menurut Ali Ridho, syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh suatu badan untuk dapat dikatakan sebagai suatu badan hukum adalah : Adanya harta kekayaan yang terpisah, mempunyai tujuan tertentu, mempunyai kepentingan sendiri, mempunyai organisasi yang teratur. Sedangkan menurut H. M. N. Purwosutjipto, ciri khas dari pada badan hukum ialah bahwa dia dapat bertindak sebagai satu kesatuan subjek hukum dalam lalu lintas hukum. Adapun syarat-syarat agar suatu badan dapat dinamakan badan hukum adalah:⁷⁶

1. Adanya harta kekayaan (hak-hak) dengan tujuan tertentu, terpisah dari kekayaan pribadi para sekutu badan itu.

⁷⁵ *Ibid.* hlm 5

⁷⁶ H.M.N. Purwosutjipto, *op.cit.*, hlm 64.

2. Kepentingan yang menjadi tujuan adalah kepentingan bersama yang bersifat stabil.
3. Adanya beberapa orang sebagai pengurus dari badan itu.

Ketiga unsur diatas merupakan unsur material (substentif) bagi suatu badan hukum. Kemudian persyaratan lainnya adalah persyaratan yang bersifat formal, yakni adanya pengakuan dari negara yang mengakui suatu badan adalah badan hukum.⁷⁷

Jika melihat unsur-unsur badan hukum di atas, unsur-unsur badan hukum dari PT menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas adalah:⁷⁸

1. Organisasi yang teratur, yakni dibuktikan dengan adanya organ perseroan yang terdiri atas Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), direksi dan dewan komisaris. Ketentuan organisasi perseroan dapat diketahui melalui ketentuan Undang-Undang Perseroan Terbatas, Anggaran Dasar Perseroan, Anggaran Rumah Tangga Perseroan dan keputusan RUPS.
2. Harta kekayaan sendiri, yakni berupa modal dasar yang terdiri atas seluruh nilai nominal saham dan harta kekayaan dalam bentuk lain.
3. Melakukan hubungan hukum sendiri, yakni diwakili oleh pengurus yang disebut dengan direksi. Direksi menjalankan pengurusan perseroan untuk kepentingan perseroan dan sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan.
4. Mempunyai tujuan sendiri, yakni ditentukan dalam Anggaran Dasar, karena perseroan menjalankan perusahaan, maka tujuan utamanya adalah memperoleh keuntungan.

⁷⁷ Ridwan Khairandy, *op.cit.*, hlm 11.

⁷⁸ Abdul Kadir Muhammad, *op.cit.*, hlm 8-9.

Hal yang sama diungkapkan pula oleh David Kelly, Perseroan Terbatas sebagai korporasi (*corporation*), yakni perkumpulan yang berbadan hukum memiliki beberapa ciri substantif yang melekat pada dirinya, yakni:⁷⁹

1. Terbatasnya tanggung jawab.

Pada dasarnya, para pendiri atau pemegang saham atau anggota suatu korporasi tidak bertanggungjawab secara pribadi terhadap kerugian atau utang korporasi. Tanggung jawab pemegang saham hanya sebatas jumlah maksimum nominal saham yang ia kuasai. Selebihnya ia tidak bertanggung jawab.

2. *Perpetual Succesion*

Sebagai sebuah korporasi yang eksis atas haknya sendiri, perubahan keanggotaan tidak memiliki akibat atas status atau eksistensinya. Bahkan, dalam konteks PT, pemegang saham dapat mengalihkan saham yang ia miliki kepada pihak ketiga. Pengalihan tersebut tidak menimbulkan masalah kelangsungan perseroan yang bersangkutan. Bahkan, bagi PT yang masuk dalam kategori PT Terbuka dan sahamnya terdaftar di suatu bursa efek (*listed*), terdapat kebebasan untuk mengalihkan saham tersebut.

3. Memiliki kekayaan sendiri

Semua kekayaan yang ada dimiliki oleh badan hukum itu sendiri. Kekayaan tidak dimiliki oleh pemilik, oleh anggota atau pemegang saham. Dengan demikian, kepemilikan kekayaan tidak didasarkan pada anggota atau pemegang saham.

⁷⁹ *Ibid.*

4. Memiliki kewenangan kontraktual serta dapat menuntut dan dapat dituntut atas nama dirinya sendiri.

Badan hukum sebagai subjek hukum diperlakukan seperti manusia yang memiliki kewenangan kontraktual. Badan itu dapat mengadakan hubungan kontraktual atas nama dirinya sendiri. Sebagai subjek hukum, badan hukum dapat menuntut dan dituntut di hadapan pengadilan.

Selain dari unsur-unsur di atas, status badan hukum PT juga sudah diberikan langsung oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas, hal ini dapat dilihat dari pengertian PT menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas yang menyatakan bahwa PT merupakan suatu badan hukum. oleh karena itu PT merupakan suatu subjek hukum.

Salah satu ciri khas yang membedakan subjek hukum pribadi dengan subjek hukum berupa badan hukum adalah saat lahirnya subjek hukum tersebut. Hal ini akan menentukan saat lahirnya hak-hak dan kewajiban-kewajiban bagi masing-masing subjek hukum tersebut. Pada subjek hukum pribadi, status subjek hukum dianggap telah ada sejak lahir, bahkan pada saat pribadi orang perseorangan tersebut berada dalam kandungan.⁸⁰ Sedangkan pada badan hukum, keberadaan status badan hukumnya baru diperoleh setelah ia memperoleh pengesahan dari pejabat yang berwenang, yang memberikan hak-hak, kewajiban-kewajiban dan harta kekayaan sendiri bagi badan hukum tersebut, terlepas dari

⁸⁰ Lihat Pasal 1 ayat (2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

hak-hak, kewajiban-kewajiban dan harta kekayaan para pendiri, pemegang saham maupun para pendirinya.⁸¹

Dalam kaitannya dengan PT, menurut KUHD status badan hukum dari suatu PT diperoleh sejak diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia. Sedangkan Undang-Undang Perseroan Terbatas menentukan bahwa status badan hukum diperoleh sejak akta pendirian disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia.⁸² Dalam memberikan status badan hukum bagi Perusahaan ini KUHD menekankan pada asas publisitas, sedangkan Undang-Undang Perseroan Terbatas menekankan pada asas pengesahan.⁸³

Adapun maksud dari pengesahan dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas tersebut adalah sebagai pengawasan preventif yang dilakukan oleh pemerintah, dengan demikian pemerintah dapat mencegah berdirinya suatu PT

⁸¹ Ahmad Yani dan Gunawan Wijaya, *op.cit.* Hlm 8.

⁸² Mengenai Pengesahan berdasarkan keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia ini, Habib Adjie, berpendapat bahwa hal tersebut tidak perlu dilakukan, dengan alasan :

- a. Tidak ada pertanggungjawaban dari pemerintah, jika perseroan terbatas yang telah memperoleh status badan hukum, ternyata perseroan terbatas tersebut bermasalah dalam operasionalnya, karena pertanggungjawaban perseroan terbatas akan dikembalikan kepada para pemegang saham, direksi dan komisaris perseroan terbatas yang bersangkutan.
- b. Saat ini institusi yang akan memberikan status badan hukum ada 2 (dua), yaitu Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia dan Dinas Koperasi (Kota/Kabupaten/Propinsi) untuk koperasi.

Selanjutnya Habib Adjie berpendapat bahwa harus dikembangkan suatu teori baru tentang perolehan status badan hukum untuk perseroan terbatas ataupun yang lainnya, yakni bahwa status badan hukum tersebut akan diperoleh setelah akta pendirian perseroan terbatas telah selesai dilakuka di hadapan Notaris, artinya ketika akta pendirian perseroan terbatas telah sempurna diselesaikan oleh Notaris, maka pada saat itu juga perseroan terbatas telah memperoleh kedudukan sebagai badan hukum. sedangkan kepada Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia cukup Notaris yang bersangkutan untuk melaporkan secara elektronik dengan telah didirikannya perseroan terbatas dihadapan Notaris yang bersangkutan. Dalam hal ini aturan hukum yang bersangkutan cukup menegaskan bahwa lembaga tertentu akan berkedudukan sebagai badan hukum setelah aktanya dibuat di hadapan Notaris. Habib Adjie, *op. cit.*, hlm. 20-21.

⁸³ Ahmad Yani dan Gunawan Wijaya, *op.cit.* hlm. 9.

yang tujuannya melanggar hukum, bertentangan dengan kesusilaan dan ketertiban umum, dan yang mengandung hal-hal yang tidak dapat dipertanggungjawabkan.⁸⁴

Dari uraian di atas dapat dilihat bahwa PT merupakan suatu badan hukum. Sebagai badan hukum, sudah barang tentu PT merupakan subjek hukum yang memiliki hak dan kewajiban yang sama seperti manusia di hadapan hukum. Salah satu bentuk kewajiban dari PT adalah untuk menjaga dan merawat lingkungan dan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat disekitarnya dimana perusahaan tersebut menjalankan usahanya.

B. Perseroan Terbatas Terbuka

Seperti yang telah diuraikan di atas, selain sebagai badan hukum, PT juga merupakan suatu asosiasi modal. Jika dilihat dari sudut modalnya, maka PT terbagi menjadi:⁸⁵

1. PT Tertutup

Dalam bentuk ini, tidak semua orang diperbolehkan ikut menanamkan modalnya. Pada umumnya dalam perseroan tertutup ini hanya dikeluarkan saham atas nama saja, dan didalam akta pendiriannya biasanya dimuat siapa-siapa saja yang diperbolehkan ikut serta dalam usaha ini. Mereka biasanya masih merupakan hubungan keluarga, sehingga perseroan tersebut tidak lagi merupakan perseroan permodalan, tetapi merupakan perseroan keluarga. Dimana anggotanya (perseronya) terbatas pada beberapa orang (keluarga) saja.

⁸⁴ R.T Sutantya R. Hadhikusuma dan Sumantoro,1995,*Pengertian Pokok Hukum Perusahaan*,Rajawali Pers,Jakarta. Hlm 43.

⁸⁵ *Ibid*, Hlm 41-42

2. PT Terbuka

Dalam bentuk ini, terbuka bagi khalayak ramai (masyarakat) untuk ikut serta menanamkan modalnya ke dalam perseroan, karena perseroan memang didirikan adalah sebagai kerja sama dalam menyelenggarakan perusahaan dengan mengumpulkan tenaga dan kekayaan, dengan harapan dapat diperbesar lagi. Didalam PT Terbuka ini ada beberapa ketentuan yang harus diberlakukan, antara lain adalah untuk mengadakan pengumuman bagi khalayak ramai (masyarakat) tentang neraca serta perhitungan rugi-laba perusahaan disertai dengan penjelasan-penjelasan.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ridwan Khairandy, bahwa dalam kenyataannya, tidak semua PT bertujuan untuk menghimpun dana semata (persekutuan atau asosiasi modal) dan mengabaikan sifat kepribadian dan hubungan pribadi pemegang saham. PT dapat diklasifikasikan menjadi dua macam, yakni:

1. PT Tertutup

Dalam PT Tertutup, hubungan pribadi para pemegang saham masih diutamakan. Mereka saling mengenal secara dekat dan jumlahnya tidak banyak. Pemegang sahamnya sering kali berasal dari keluarga atau sahabat karib sendiri sehingga sering kali pula PT semacam ini disebut PT Keluarga.

2. PT Terbuka atau PT Publik.

Dalam PT ini yang diutamakan adalah menghimpun dana sebanyak mungkin dan mengabaikan hubungan pribadi para pemegang saham. Mereka dapat saja saling tidak mengenal satu dengan yang lain. Bagi PT yang melakukan

penawaran umum di pasar modal, jumlah para pemegang saham ratusan orang, baik pribadi maupun badan hukum, baik dari dalam maupun luar negeri.

Dari beberapa bentuk PT tersebut, PT Terbuka lebih banyak digunakan dan lebih dominan dalam dunia bisnis saat ini. Hal ini terlihat dari semakin berkembang dan meningkatnya transaksi di Bursa Efek. Oleh karena itu, dalam tulisan ini Penulis akan menganalisis bentuk-bentuk CSR pada PT yang berbentuk PT Terbuka.

Peraturan perundang-undangan, terutama Undang-Undang Perseroan Terbatas sebagai peraturan yang mengatur tentang PT tidak memberikan definisi secara jelas dari PT Terbuka. Dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas, definisi dari PT terbuka harus mengacu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal.

Definisi yuridis dari PT Terbuka dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas akan kita jumpai pada Pasal 1 angka 7. Pasal tersebut menyebutkan bahwa PT Terbuka adalah perseroan publik atau perseroan yang melakukan penawaran umum saham, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal. Selanjutnya Pasal 1 angka 8 Undang-Undang tersebut menyebutkan bahwa perseroan publik adalah perseroan yang memenuhi kriteria jumlah pemegang saham dan modal disetor sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal.

Oleh karena itu, untuk mendapatkan pengertian dari PT Terbuka tersebut harus melihat beberapa pasal yang ada di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun

1995 Tentang Pasar Modal, yakni Pasal 1 angka 6,⁸⁶ Pasal 1 angka 13,⁸⁷ Pasal 1 angka 15,⁸⁸ Pasal 1 angka 20,⁸⁹ Pasal 1 angka 22.⁹⁰

Berdasarkan pasal-pasal tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa PT Terbuka adalah Emiten dan atau Perusahaan Publik. Dikatakan dan atau oleh karena masing-masing definisi dapat berdiri sendiri, meskipun tidak tertutup kemungkinan suatu PT Terbuka dapat memenuhi kedua definisi yang diberikan tersebut secara bersama-sama. Tidak semua Emiten dapat menjadi perusahaan publik selama kriteria jumlah pemegang saham dan modal disetor perseroan tidak memenuhi syarat perusahaan publik, dan tidak semua perusahaan publik melakukan penawaran umum sebagai Emiten.⁹¹

Istilah Emiten mengacu pada kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menjual sebagian sahamnya kepada masyarakat investor melalui penawaran umum (pasar perdana). Saham yang telah dijual diperjualbelikan kembali antarinvestor melalui Bursa Efek. Dengan kata lain, Emiten adalah pihak yang menawarkan dan menjual efek kepada masyarakat melalui pasar modal.⁹²

⁸⁶ Emiten adalah pihak yang melakukan penawaran umum,

⁸⁷ Pasar modal adalah kegiatan yang bersangkutan dengan Penawaran Umum dan perdagangan Efek, Perusahaan Publik yang berkaitan dengan Efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan Efek.

⁸⁸ Penawaran Umum adalah kegiatan penawaran Efek yang dilakukan oleh Emiten untuk menjual Efek kepada masyarakat berdasarkan tata cara yang diatur dalam Undang-undang ini dan peraturan pelaksanaannya.

⁸⁹ Perseroan adalah perseroan terbatas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 angka 1 Ketentuan Umum Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas.

⁹⁰ Perusahaan Publik adalah Perseroan yang sahamnya telah dimiliki sekurang-kurangnya oleh 300 (tiga ratus) pemegang saham dan memiliki modal disetor sekurang-kurangnya Rp. 3.000.000.000,00 (tiga miliar rupiah) atau suatu jumlah pemegang saham dan modal disetor yang ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

⁹¹ Ahmad Yani dan Gunawan Wijaya, *op.cit.* hlm 16.

⁹² Tjiptono Darmadji dan Hendy M. Fakhruddin, 2006, *pasar Modal di Indonesia Pendekatan Tanya Jawab Edisi 2*, Salemba Empat, Jakarta, hlm. 71.

Berbeda dengan definisi Emiten di atas yang lebih menekankan terhadap aspek kegiatan, pengertian perusahaan publik lebih menekankan pada kuantitas penyebaran efek di masyarakat dan aspek permodalan perusahaan. yakni dimiliki sekurang-kurangnya oleh 300 (tiga ratus) pemegang saham dan memiliki modal disetor sekurang-kurangnya Rp. 3.000.000.000,00 (tiga miliar rupiah) atau suatu jumlah pemegang saham dan modal disetor yang ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah. Selama suatu perusahaan memenuhi kriteria tersebut (kriteria kepemilikan dan permodalan), maka selama itu pula perusahaan tersebut wajib memenuhi ketentuan-ketentuan di bidang pasar modal yang mengatur perusahaan public, khususnya yang berkaitan dengan prinsip keterbukaan.⁹³

Suatu Perseroan Terbatas, apabila sudah menjadi PT Terbuka, maka pada akhir dari nama perseroan tersebut harus ditambah kata singkatan “Tbk” yang akan menunjukkan bahwa PT tersebut merupakan PT Terbuka.⁹⁴ Seperti PT Unilever, Tbk., PT Freeport Indonesia, Tbk., dan lain-lain.

Saat ini semua perusahaan baik terbuka maupun tertutup telah memiliki suatu kewajiban yang diatur dalam Undang-Undang Penanaman Modal dan Undang-Undang Perseroan Terbatas, yaitu Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). kewajiban ini sangat penting bagi perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, agar keberlangsungan perusahaan dapat terjamin.

Bahkan tren global dalam pelaksanaan CSR di bidang pasar modal adalah penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan CSR. sebagai contoh, *New York Stock Exchange*

⁹³ *Ibid.*

⁹⁴ Pasal 16 ayat (3) Undang-Undang Perseroan Terbatas.

memiliki *Dow Jones Sustainability Indeks* (DJSI) bagi saham-saham perusahaan yang telah dikategorikan memiliki nilai *corporate sustainability* dengan salah satu kriterianya adalah praktik CSR. Begitu pula *London Stake Exchange* yang memiliki *Socially Responsible Investment* (SRI) *Index and Financial Times Stock Exchange* (FTSE) yang memiliki FTSE4Good sejak 2001. Inisiatif ini mulai diikuti oleh otoritas bursa saham di Asia, seperti di *Hanseng Stock Exchange* dan *Singapore Stock Exchange*.⁹⁵ Hal tersebut memicu investor global untuk menanamkan dananya pada perusahaan-perusahaan yang telah masuk dalam indeks-indeks tersebut.

Melihat tren global tersebut maka sudah saatnya perusahaan-perusahaan untuk mulai memandang serius dimensi sosial dan lingkungan demi kemajuan bisnis dari perusahaan tersebut.

C. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR)

1. Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan topik baru yang masih menimbulkan perdebatan seru baik ditingkat filosofis-teoritis maupun ditingkat praktis, baik ditingkat pebisnis maupun akademisi. Meskipun demikian, konsep CSR saat ini sudah mulai diterima secara luas. Sampai saat ini belum ada definisi yang tetap mengenai CSR. Hal ini dapat dilihat dari

⁹⁵ Mas Achmad Daniri, *op.cit.*, hlm 8.

berbagai macam definisi yang diberikan untuk mendefinisikan CSR tersebut.

Beberapa pengertian yang sering ditemui dan banyak digunakan adalah :

- a. Menurut Wikipedia, *Corporate Social Responsibility (CSR), also known as corporate responsibility, corporate citizenship, responsible business, sustainable responsible business (SRB) and corporate social performance is a form of corporate self-regulation integrated into a business model. Ideally, CSR policy would function as a built-in, self-regulating mechanism whereby business would monitor and ensure their adherence to law, ethical standards, and international norms.* (pengertian bebas oleh penulis: *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau juga disebut *Corporate Responsibility, corporate citizenship, responsible business, sustainable responsible business (SRB) and corporate social performance* adalah suatu bentuk pengaturan diri dari suatu perusahaan yang diintegrasikan menjadi suatu model bisnis. Idealnya, kebijakan CSR dapat berfungsi untuk membangun, sebagai teknik pengaturan diri (*self regulation*) untuk memonitor atau mengawasi dan menjamin ketaatan mereka terhadap hukum, standar etika dan norma internasional.
- b. Sedangkan menurut *World Bank*, CSR adalah komitmen dari bisnis untuk berkontribusi bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan sehingga berdampak baik bagi bisnis sekaligus baik bagi kehidupan sosial.⁹⁶

⁹⁶ <http://www.asprobinareka.com/info.php?act=artDet&id=115> “Kalau Bukan Kita Siapa Lagi?-Penting CSR Dalam Kehidupan Masyarakat”, Diakses 11 Mei 2009.

- c. *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), menyatakan bahwa: "CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya".⁹⁷
- d. Suhandari M. Putri memberikan definisi dari CSR sebagai komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan.⁹⁸
- e. Edi Suharto menyatakan bahwa pengertian CSR sangat beragam. Intinya, CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara financial, melainkan pula untuk pembangunan sosial ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan.⁹⁹
- f. Undang-Undang Perseroan Terbatas memberikan definisi tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas

⁹⁷ http://www.id.wikipedia.org/wiki/Tanggung_jawab_sosial_perusahaan, "Tanggung Jawab Sosial," Diakses 3 Mei 2009.

⁹⁸ Suhandari M. Putri, "Schema CSR", Kompas, 4 Agustus 2007, sebagaimana dikutip oleh H. Budi Untung, *op.cit.*, hlm 1.

⁹⁹ Edi Suharto, "Corporate Social Responsibility: What is and Benefits for Corporate", Majalah Bisnis dan CSR, Edisi maret 2008, hlm 219.

kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.¹⁰⁰

Dari beberapa pengertian di atas penulis menyimpulkan bahwa CSR merupakan komitmen perusahaan untuk ikut serta dalam pembangunan berkelanjutan dengan meningkatkan kualitas kehidupan sosial disekitarnya baik *shareholders* maupun *stakeholders* pada umumnya serta tetap menjaga dan memelihara kehidupan lingkungannya.

Meskipun CSR memiliki banyak definisi, namun secara esensi CSR merupakan wujud dari *giving back* dari perusahaan (korporat) kepada masyarakat (komunitas). Perihal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan dan menghasilkan bisnis berdasar pada niat tulus guna memberi kontribusi paling positif pada komunitas (*stakeholders*).¹⁰¹

Fleishman dalam survey yang berjudul “*Rethinking Corporate Social Responsibility*” pada Mei 2007 menggambarkan bagaimana definisi dari CSR. Hasil survey tersebut menunjukkan bagaimana perkembangan pemahaman terhadap CSR. survey tersebut dilakukan pada tahun 2006 sampai 2007. Pada tahun 2006, 23% dari responden memahami bahwa CSR merupakan suatu komitmen perusahaan kepada masyarakat. Kemudian pada tahun 2007, peningkatan sebanyak 10% responden memaknai bahwa CSR sebagai komitmen kepada pegawai. Kemudian pada tahun berikutnya, terjadi peningkatan sebesar 1% pemahaman responden terhadap CSR sebagai suatu komitmen perusahaan terhadap lingkungan. Disamping itu, CSR juga

¹⁰⁰ Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perseroan Terbatas.

¹⁰¹ Reza Rahman, 2009, *Corporate Social Responsibility, Antara Teori dan Kenyataan*, Buku Kita, Jakarta, hlm 10.

dimaknai sebagai usaha menghasilkan produk yang berkualitas dan aktivitas kemanusiaan. Masing-masing dipersepsikan oleh 16% dan 13% responden pada tahun 2007. Persentase ini meningkat dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 6% dan 2%.¹⁰²

Dari survey tersebut dapat dilihat bagaimana perkembangan pemahaman terhadap konsep CSR, pada awalnya, masyarakat memahami CSR sebagai komitmen perusahaan kepada masyarakat, selanjutnya tidak sebatas itu, tetapi juga komitmen kepada pegawai atau karyawan dan lingkungan, selain itu dalam konteks CSR juga, perusahaan diharuskan untuk menghasilkan produk (barang atau jasa) yang berkualitas dan tetap memperhatikan HAM.

Selain nama CSR, masih ada beberapa nama lain yg memiliki kemiripan dan kesamaan dengan CSR atau bahkan sering diidentikkan dengan CSR yaitu pemberian/amal perusahaan (*Corporate Giving/Charity*), kedermawanan perusahaan (*Corporate Philantropy*), relasi kemasyarakatan perusahaan (*Corporate Community/Publik Relations*), dan pengembangan masyarakat (*Community Development*). Keempat nama itu bisa pula dilihat sebagai dimensi atau pendekatan CSR dalam konteks Investasi Sosial Perusahaan (*Corporate Social Investment/Investing*) yang didorong oleh spektrum motif yang terentang dari motif “amal” hingga “pemberdayaan”.¹⁰³

Meskipun memiliki nama yang beragam dan berbeda akan tetapi pada intinya

¹⁰² *Ibid.* Hlm 11.

¹⁰³ <http://www.pkbl.bumn.go.id/file/PSICSRComDev-edi%20suharto.pdf> “Pekerjaan Sosial Industri, CSR dan ComDev”, diakses 13 Juni 2009.

perusahaan tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungannya.

2. Sejarah *Corporate Social Responsibility*

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan sebenarnya telah mulai dikenal dan menjadi pemikiran para pembuat kebijakan sejak lama. Bahkan dalam Kode Hammurabi (1700-an SM) yang berisi 282 hukum telah memuat sanksi bagi para pengusaha yang lalai dalam menjaga kenyamanan warga atau menyebabkan kematian bagi pelanggannya. Dalam Kode Hammurabi disebutkan bahwa hukuman mati diberikan kepada orang-orang yang menyalahgunakan izin penjualan minuman, pelayanan yang buruk dan melakukan pembangunan gedung di bawah standar sehingga menyebabkan kematian orang.¹⁰⁴

Selanjutnya ketika zaman sudah semakin maju dan modern, kebutuhan manusia semakin bertambah dan dunia bisnis semakin berkembang, konsep CSR pun semakin berkembang pula. Pada tahun 1933, A Berle dan G Means meluncurkan bukunya berjudul *The Modern Corporation and Private Property*, yang mengemukakan bahwa koperasi modern seharusnya mentransformasi diri menjadi institusi sosial, dari pada sebagai institusi ekonomi yang semata memaksimalkan laba. Pemikiran ini dipertajam oleh Peter F. Drucker tentang peran manajemen.¹⁰⁵ Drucker menyebutkan bahwa

¹⁰⁴ <http://www.donhangga.com/csr-sekilas-sejarah-dan-konsep/2007/11/28/m> “CSR: Sekilas sejarah dan Konsep”, diakses Pada Tanggal 28 April 2009.

¹⁰⁵ Peter F. Drucker, *The Concept of Corporation*, dalam <http://www.keepandshare.com/doc/view.php?id=764997&da=y>, *op. cit.*, hlm. 3.

“Manajemen has become a major leadership group in industrial society and as such have great responsibilities to their own profession, to the enterprise and to the people they manage, and to their economy and society”. (terjemahan bebas dari penulis : manajemen dapat menjadi sebuah kelompok kepemimpinan yang utama dalam masyarakat industrial dan layaknya memiliki tanggung jawab yang besar terhadap profesi mereka sendiri, untuk perusahaan dan orang-orang yang mereka atur, dan untuk ekonomi dan sosial mereka).

Konsep F. Drucker tersebut menunjukkan bahwa pada masa itu konsep dari sebuah perusahaan adalah sebagai suatu manajemen yang memiliki tanggung jawab besar terhadap perusahaannya untuk memperoleh keuntungan dan tanggung jawab terhadap kehidupan masyarakatnya.

Selanjutnya pada tahun 1950-an, dikenal sebagai awal CSR modern. Pada masa ini CSR masih dikenal dengan sebutan *Social Responsibility*. Tidak disebutkan istilah *corporate* pada masa ini dimungkinkan karena pada masa ini pengaruh dan dominasi korporasi terhadap dunia bisnis belum terasa.¹⁰⁶

Howard R. Bowen memberikan definisi awal dari CSR sebagai: “... *obligation of businessman to pursue those policies, to make those decision or to follow those line of action wich are desirable in term of the objectives and values of our society.*”¹⁰⁷ (terjemahan bebas dari penulis:... kewajiban dari pebisnis untuk membentuk kebijakan-kebijakan, untuk membentuk suatu

¹⁰⁶ <http://www.donhangga.com/csr-sekilas-sejarah-dan-konsep/2007/11/28/>, *loc. cit.*

¹⁰⁷ Howard R. Bowen, 1953, *Social Responsibility of The Businessman.*, hlm. 6 dalam *Ibid.*

keputusan atau untuk mengikuti bentuk dari tindakan atau aksi yang mereka inginkan dalam istilah yang objektif dan nilai dari masyarakat kita).

Definisi CSR yang diberikan oleh Bowen tersebut kemudian memberikan pengaruh dan banyak digunakan dalam literatur-literatur pada masa setelahnya dan dapat dianggap sebagai tonggak bagi CSR modern. Sehingga pantas jika Bowen disebut sebagai bapak CSR.¹⁰⁸ Menurut Min-Dong Paul Lee Tahun 1950an hingga 1960an benar-benar didominasi oleh pemikiran Howard Bowen, sehingga tema besarnya adalah tanggung jawab sosial pebisnis (atau *social responsibilities of businessmen*—seperti judul buku Bowen tersebut yang terbit 1953).¹⁰⁹

Kemudian pada tahun 1960-an konsep CSR juga semakin berkembang. Karena pada masa ini banyak pemikir-pemikir dan ahli yang membahas dan mengkaji tentang konsep CSR ini. dan pada masa ini pula istilah “*corporate*” mulai digunakan.¹¹⁰

Salah satu akademisi CSR yang terkenal pada masa itu adalah Keith Davis. Davis dikenal karena berhasil memberikan pandangan yang mendalam atas hubungan antara CSR dengan kekuatan bisnis. Davis mengutarakan “*Iron Law of Responsibility*” yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial pengusaha sama dengan kedudukan sosial yang mereka miliki (*social responsibilities of businessmen need to be commensurate with their social power*). Sehingga, dalam jangka panjang, pengusaha yang tidak

¹⁰⁸ *Ibid.*

¹⁰⁹ <http://www.csrindonesia.com/data/articles/20080522135849-a.pdf>, “sejarah dan masa depan CSR Menurut Min-Dong Paul Lee,” Diakses 30 April 2009.

¹¹⁰ <http://www.donhangga.com/csr-sekilas-sejarah-dan-konsep/2007/11/28/>, *loc. cit.*

menggunakan kekuasaan bertanggungjawab sesuai dengan anggapan masyarakat akan kehilangan kekuasaan yang mereka miliki sekarang.¹¹¹

Kemudian pada dekade ini juga, yaitu pada Tahun 1962, Rachel Carlson menulis buku yang berjudul *Silent Spring*. Buku tersebut dianggap memberikan pengaruh besar pada aktivitas pelestarian alam. Buku tersebut berisi efek buruk penggunaan DDT sebagai pestisida terhadap kelestarian alam, khususnya burung. Selanjutnya pada tahun 1963 Joseph W. McGuire memperkenalkan istilah *Corporate Citizenship*. McGuire menyatakan bahwa: “*The idea of social responsibilities supposes that the corporation has not only economic and legal obligations but also certain responsibilities to society which extend beyond these obligations.*”¹¹² (terjemahan bebas penulis: ide dari tanggung jawab sosial adalah perusahaan tidak hanya tanggung jawab ekonomi dan hukum akan tetapi juga tanggung jawab untuk masyarakat luas diluar tanggung jawab tersebut).

McGuire kemudian menjelaskan lebih lanjut kata *beyond* dengan menyatakan bahwa korporasi harus memperhatikan masalah politik, kesejahteraan masyarakat, pendidikan, “kebahagiaan” karyawan dan seluruh permasalahan sosial kemasyarakatan lainnya. Oleh karena itu korporasi harus bertindak “baik,” sebagai mana warga negara (*citizen*) yang baik.¹¹³

Selanjutnya Dekade 1970an ditandai dengan munculnya konsep yang hingga kini masih sangat sering dikutip, yaitu *enlightened self interest*. Konsep ini dilahirkan oleh Wallich dan McGowan yang berupaya

¹¹¹ *Ibid.*

¹¹² MacGuire, 1963, hlm. 144, dalam *Ibid.*

¹¹³ *Ibid.*

menyediakan rekonsiliasi antara tujuan sosial dan ekonomi perusahaan. Mereka dengan tegas menyatakan bahwa CSR akan terus menjadi konsep asing apabila tidak berhasil menunjukkan dirinya konsisten dengan kepentingan pemilik modal. Sejak itu terjadi perubahan radikal dari penelitian-penelitian CSR yang tadinya lebih bersifat normatif menjadi positif, terutama kaitan antara kinerja CSR dan kinerja finansial perusahaan.¹¹⁴

Tahun 1971, *Committee for Economic Development (CED)* menerbitkan *Social Responsibilities of Business Corporations*. Penerbitan yang dapat dianggap sebagai *code of conduct* bisnis tersebut dipicu adanya anggapan bahwa kegiatan usaha memiliki tujuan dasar untuk memberikan pelayanan yang konstruktif untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan masyarakat. CED merumuskan CSR dengan menggambarkannya dalam lingkaran konsentris. **Lingkaran dalam** merupakan tanggungjawab dasar dari korporasi untuk penerapan kebijakan yang efektif atas pertimbangan ekonomi (profit dan pertumbuhan); **Lingkaran tengah** menggambarkan tanggung jawab korporasi untuk lebih sensitif terhadap nilai-nilai dan prioritas sosial yang berlaku dalam menentukan kebijakan mana yang akan diambil; **Lingkaran luar** menggambarkan tanggung jawab yang mungkin akan muncul seiring dengan meningkatnya peran serta korporasi dalam menjaga lingkungan dan masyarakat.¹¹⁵

¹¹⁴ <http://www.csrindonesia.com/data/articles/20080522135849-a.pdf>, *op.cit.* hlm. 2.

¹¹⁵ <http://www.donhangga.com/csr-sekilas-sejarah-dan-konsep/2007/11/28/>, *loc. cit.*

Disamping itu, sejak awal 1970an, yang secara umum dikenal dengan *stakeholders theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan *stakeholders*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan; serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan.¹¹⁶

Tahun 70-an juga ditandai dengan pengembangan definisi CSR. Dalam artikel yang berjudul *Dimensions of Corporate Social Performance*, S. Prakash Sethi memberikan penjelasan atas perilaku korporasi yang dikenal dengan *social obligation*, *social responsibility*, dan *social responsiveness*. Menurut Sethi, *social obligation* adalah perilaku korporasi yang didorong oleh kepentingan pasar dan pertimbangan-pertimbangan hukum. Dalam hal ini *social obligation* hanya menekankan pada aspek ekonomi dan hukum saja. *Social responsibility* merupakan perilaku korporasi yang tidak hanya menekankan pada aspek ekonomi dan hukum saja tetapi menyelaraskan *social obligation* dengan norma, nilai dan harapan kinerja yang dimiliki oleh lingkungan sosial. *Social responsiveness* merupakan perilaku korporasi yang secara responsif dapat mengadaptasi kepentingan sosial masyarakat. Sethi juga menyebutkan bahwa *Social responsiveness* merupakan tindakan antisipasi dan preventif.¹¹⁷

Pemaparan Sethi tersebut dapat disimpulkan bahwa *social obligation* bersifat wajib, *social responsibility* bersifat anjuran dan *social responsiveness* bersifat preventif. Dimensi-dimensi kinerja sosial (*social performance*) yang

¹¹⁶ <http://www.rumah-yatim.org/print/?/80/corporate-social-responsibility/>, "Corporate Social Responsibility," diakses 3 Mei 2009.

¹¹⁷ *Ibid.*

dipaparkan Sethi juga mirip dengan konsep lingkaran konsentris yang dipaparkan oleh CED.¹¹⁸

Selanjutnya pada dekade 1980-an, prinsip CSR semakin berkembang dan semakin terarah. Masa ini ditandai dengan usaha-usaha yang lebih terarah untuk lebih mengartikulasikan secara tepat apa sebenarnya *corporate responsibility*. Walaupun telah menyinggung masalah CSR pada 1954, Empu teori manajemen Peter F. Drucker baru mulai membahas secara serius bidang CSR pada tahun 1984, Drucker berpendapat: *"But the proper 'social responsibility' of business is to tame the dragon, that is to turn a social problem into economic opportunity and economic benefit, into productive capacity, into human competence, into well-paid jobs, and into wealth"* (Drucker, 1984, hal. 62).¹¹⁹ (Terjemahan bebas penulis: bahwa semestinya "tanggung jawab sosial" dari bisnis itu adalah untuk menjinakkan naga, hal itu adalah untuk mengalihkan masalah sosial kepada kesempatan ekonomi dan keuntungan ekonomi, kepada kapasitas yang produktif, kepada kemampuan manusia, kepada pekerjaan yang memiliki gaji yang layak serta untuk kekayaan).

Dalam hal ini Drucker telah melangkah lebih lanjut dengan memberikan ide baru agar korporasi dapat mengelola aktivitas CSR yang dilakukannya dengan sedemikian rupa sehingga tetap akan menjadi peluang bisnis yang menguntungkan.¹²⁰

¹¹⁸ *Ibid.*

¹¹⁹ *Ibid.*

¹²⁰ *Ibid.*

Selain itu, pada dekade ini juga ditandai dengan maraknya tema kinerja sosial perusahaan (*corporate social performance, CSP*). Hal ini ditandai dengan adanya sebuah artikel seminal Archie Carroll, *A Threedimensional Conceptual Model of Corporate Performance* (1979). Hal yang sangat penting dalam dekade ini adalah berkembangnya keyakinan bahwa hubungan antara kinerja sosial perusahaan dan kinerja finansial tidaklah bersifat *trade off*. Keduanya bisa berjalan seiring menuju “*total social responsibility of business*”—yang terdiri dari tanggung jawab ekonomi, legal, etis, dan diskresionari.¹²¹

Perkembangan selanjutnya, tahun 1987, Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) melalui *World Commission on Environment and Development* (WCED) menerbitkan laporan yang berjudul *Our Common Future* – juga dikenal sebagai *Brundtland Report* untuk menghormati Gro Harlem Brundtland yang menjadi ketua WCED waktu itu. Laporan tersebut menjadikan isu-isu lingkungan sebagai agenda politik yang pada akhirnya bertujuan mendorong pengambilan kebijakan pembangunan yang lebih sensitif pada isu-isu lingkungan. Laporan ini menjadi dasar kerjasama multilateral dalam rangka melakukan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).¹²²

Dekade berikutnya, 1990an, ditandai dengan keruntuhan misteri terbesar dalam manajemen: mengapa perusahaan-perusahaan tertentu secara konsisten berkinerja lebih baik dibandingkan yang lain. Jawabannya ada pada

¹²¹ <http://www.csrindonesia.com/data/articles/20080522135849-a.pdf>, *loc.cit.*.

¹²² <http://www.donhangga.com/csr-sekilas-sejarah-dan-konsep/2007/11/28/>, *loc.cit.*

tema manajemen strategik, yang di antaranya diusung oleh Peter Drucker. Salah satu varian manajemen strategik adalah teori pemangku kepentingan yang dipopularkan oleh Edward Freeman. Ia mempostulatkan bahwa semakin banyak pemangku kepentingan yang dipuaskan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut memiliki kemungkinan semakin besar untuk sukses. Postulat tersebut sangat bermanfaat untuk perkembangan CSR selanjutnya, sehingga studi-studi CSR menjadi semakin bersifat positif dan manajerial. Aplikasi praktisnya juga semakin didorong oleh tokoh-tokoh seperti Philip Kotler, Michael Porter dan Stuart Hart.¹²³

Pada dekade ini konsep CSR terus berkembang. Munculnya KTT Bumi di Rio De Janeiro Brazillia pada tahun 1992 menegaskan konsep *sustainability development* (pembangunan berkelanjutan) sebagai hal yang harus diperhatikan, tidak hanya oleh negara, tetapi terlebih oleh kalangan korporasi yang kekuatan kapitalnya semakin “menggila”. Tekanan KTT Rio, terasa bermakna sewaktu James Collins dan Jerry Porras meluncurkan *Built To Last; Succesful Habits of Visionary Companies* di tahun 1994. Lewat riset yang dilakukan, mereka menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang terus hidup bukanlah perusahaan yang hanya mencetak uang semata.¹²⁴ Hasil dari KTT Rio tersebut menyepakati perubahan paradigma pembangunan, dari pertumbuhan ekonomi (*economic growth*) menjadi pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*).¹²⁵

¹²³ <http://www.csrindonesia.com/data/articles/20080522135849-a.pdf>, *loc.cit.*

¹²⁴ <http://www.keepandshare.com/doc/view.php?id=764997&da=y>, *loc.cit.*

¹²⁵ Mas Achmad Daniri, *op.cit.* Hlm 2

Selanjutnya pada tahun 1997 Jhon Elkington dalam bukunya: *Cannibals with Forks, the Tripple Bottom Line of Twentieth Century Bussiness*. Elkington mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity, environmental quality, dan social justice*. Melalui konsep ini Elkington mengemukakan bahwa perusahaan yang ingin terus menjalankan usahanya harus memperhatikan 3P yaitu *profit, people dan plannet*. Perusahaan yang menjalankan usahanya tidak dibenarkan hanya mengejar keuntungan semata (*profit*), tetapi mereka juga harus terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).¹²⁶

Perkembangan selanjutnya, pada tahun 2002 di adakan pertemuan Johannesburg yang dihadiri oleh para pemimpin dunia. Pertemuan tersebut memunculkan konsep *Social Responisbility*, mengiringi dua konsep sebelumnya (Konsep dari hasil KTT Bumi di Rio) yaitu *Economic dan envieronment sustaibability*.¹²⁷ Kemudian pada bulan September ISO (*International Organization for Standarization*), yaitu suatu induk organisasi standarisasi internasional, berinisiatif mengundang berbagai pihak untuk membentuk suatu tim (*working group*) yang membidangi pembentukan panduan dan standarisasi tanggung jawab sosial, yang diberinama ISO 26000: *Guidance Standard on Social Responsibility*.¹²⁸ ISO 26000 ini

¹²⁶ <http://www.keepandshare.com/doc/view.php?id=764997&da=y>, *op.cit.*, hlm. 3.

¹²⁷ Mas Achmad Daniri, *op.cit.*, hlm. 3.

¹²⁸ *Ibid.* hlm 4.

diperuntukkan bukan hanya untuk korporasi tetapi juga bagi semua bentuk organisasi, baik swasta maupun publik.¹²⁹

Selanjutnya tanggal 7 Juli 2007, bertempat di Jenewa Swiss diadakan pertemuan penting UN Global Compact yang bertujuan untuk meminta perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawab dan perilaku bisnis yang sehat yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility*.

Setelah KTT Rio tersebut perkembangan CSR semakin cepat, sering diadakan forum-forum bisnis untuk membahas tentang CSR ini. salah satu contohnya adalah AFCSR (Asian Forum For Corporate Social Responsibility), pada tanggal 8-9 September 2005 Indonesia menjadi tuan rumah. Pada forum tersebut akan dipaparkan bagaimana CSR harus dipraktikkan oleh bisnis di Asia.¹³⁰

Rangkaian uraian sejarah di atas menunjukkan bagaimana perkembangan konsep CSR dari masa ke masa yang semakin modern semakin berkembang dan semakin luas. Bahkan saat ini konsep semakin berkembang karena masyarakat saat ini semakin peduli terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak asasi manusia (HAM). Perusahaan pun sudah memandang CSR sebagai investasi jangka panjang bagi keberlanjutan perusahaan. Bahkan investor lebih berminat untuk

¹²⁹ *Ibid.*

¹³⁰ *Ibid.*

menanamkan modalnya pada perusahaan yang menerapkan CSR dari pada perusahaan yang tidak menerapkan CSR.¹³¹

3. *Corporate Social Responsibility* dan Etika Bisnis

Seperti yang telah diuraikan pada pembahasan sebelumnya, bahwa perusahaan merupakan suatu badan hukum. dengan adanya status tersebut telah memberikan konsekwensi bagi perusahaan. Perusahaan sebagai suatu subyek hukum yang memiliki hak dan kewaiban hukum seperti halnya manusia, seperti menuntut di pengadilan, dituntut di pengadilan, mempunyai milik, mengadakan kontrak dan lain-lain. Seperti halnya dengan subyek hukum biasa (manusia perorangan), perusahaan pun harus menaati peraturan hukum dan harus memenuhi hukumannya apabila terjadi pelanggaran. Jadi perusahaan memiliki tanggung jawab hukum (*legal*).¹³²

Disamping memiliki tanggung jawab hukum, perusahaan juga memiliki tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial merupakan suatu kewajiban moral bagi sebuah perusahaan. Sebagai suatu badan hukum, tidak diragukan lagi apabila perusahaan memiliki kewajiban hukum. sedangkan mengenai kewajiban moral, hal ini sering menjadi perdebatan. Apakah perusahaan itu memiliki tanggung jawab moral? Mengingat perusahaan atau korporasi merupakan suatu makhluk buatan, tidak terlihat, tidak terwujud, dan hanya berada di mata hukum, ia hanya memiliki ciri-ciri yang oleh akte

¹³¹ HMS Sembiring, "Faktor CSR di Bursa Saham", *Majalah Bisnis dan CSR*, Vol. 1 No. 4 Edisi Maret 2008. hlm111.

¹³² K. Bertens, 2000, *Etika Bisnis*, Kanisius, Yogyakarta, hlm 290.

pendiriannya diberikan kepadanya.¹³³ Untuk melakukan tanggung jawab moral, perusahaan harus menjadi seorang pelaku moral, sehingga dapat dikenakan perbuatan etis dan tidak etis. Untuk itu salah satu syarat yang terpenting adalah memiliki kebebasan atau kesanggupan mengambil keputusan bebas.¹³⁴

Mengenai status perusahaan sebagai pelaku moral ini terdapat pro dan kontra. Disatu sisi harus diakui bahwa hanya individu atau manusia perorangan yang mempunyai kebebasan atau kesanggupan mengambil keputusan bebas untuk mengambil keputusan, dan akibatnya hanya individu yang dapat memikul tanggung jawab. Tetapi dilain pihak tidak dapat disangkal juga bahwa perusahaan merupakan suatu benda mati yang dikemukakan oleh para manajer.¹³⁵

Paling tidak ada 3 (tiga) syarat bagi tanggung jawab moral, yaitu:¹³⁶

- a. Tanggung jawab mengandaikan bahwa suatu tindakan dilakukan dengan sadar dan tahu. Suatu tindakan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh pribadi yang rasional. Pribadi yang kemampuan akal budinya sudah matang dan dapat berfungsi secara normal. Pribadi itu faham betul dengan apa yang dilakukannya.
- b. Tanggung jawab juga mengandaikan adanya kebebasan pada tempat pertama, tanggung jawab hanya mungkin relevan dan dituntut dari seseorang atas tindakannya, asalkan tindakan itu dilakukan secara bebas.

¹³³ *Ibid.* hlm. 290.

¹³⁴ *Ibid.*

¹³⁵ *Ibid.* hlm 291.

¹³⁶ A. Sony Keraf, 1998, *Etika Bisnis*, Kanisius, Yogyakarta, hlm 114-115.

Jadi tindakan itu harus dilakukan secara sukarela dan tidak dalam keadaan terpaksa.

c. Tanggung jawab juga mensyaratkan bahwa orang yang melakukan tindakan tertentu memang mau untuk melakukan tindakan itu.

Ketiga syarat tersebut di atas merupakan syarat untuk menentukan orang yang dapat dikenakan kewajiban moral terhadapnya. Seseorang akan dikenakan kewajiban moral apabila tindakan tersebut dilakukan secara sadar dan tahu. Selain itu, terhadap tindakan itu masih ada tindakan alternatif lain sebagai pencegahan terhadap tindakan tersebut hal ini sesuai dengan prinsip *principle of alternate possibilities*, yaitu prinsip yang menyatakan bahwa seseorang bertanggung jawab secara moral atas tindakan yang telah dilakukannya hanya kalau ia bisa bertindak secara lain.¹³⁷ Oleh karena itu, tindakan tersebut harus dilakukan berdasarkan kemauan dari pelakunya, bukan karena dalam keadaan terpaksa.

Apabila ketiga syarat di atas dikaitkan dengan konteks perusahaan, maka setiap kegiatan perusahaan dilakukan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Dengan begitu menunjukkan bahwa setiap tindakan perusahaan dilakukan secara sadar dan dilakukan untuk kepentingan perusahaan demi mencapai tujuan perusahaan.

Terhadap perusahaan, untuk menentukan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab moral dan juga sosial, maka perlu untuk melihat apa dan bagaimana status dari perusahaan tersebut.

¹³⁷ *Ibid.* hlm 115.

Seperti yang telah diuraikan di atas bahwa perusahaan merupakan salah satu subjek hukum. Akibatnya perusahaan memiliki kewajiban hukum dan mempunyai kedudukan yang sama seperti halnya manusia dan juga mempunyai kewajiban legal untuk menghormati perusahaan yang lain. Meskipun demikian, perusahaan bukanlah pribadi. Sebagai badan hukum perusahaan memiliki kewajiban legal, akan tetapi bukan dengan sendirinya memiliki kewajiban moral.

Terhadap pro dan kontra ini, De George membedakan dua pandangan mengenai status perusahaan, yaitu perusahaan sebagai *legal-creator* dan perusahaan sebagai *legal-recognition*. Akan tetapi dari pandangan tersebut juga tidak dapat dilihat bahwa perusahaan tidak memiliki tanggung jawab moral dan juga sosial. Hal ini sejalan dengan pendapat Friedman yang secara tegas menyatakan bahwa hanya manusia yang mempunyai tanggung jawab (moral).¹³⁸ Menurutnya, satu-satunya tanggung jawab perusahaan adalah meningkatkan keuntungan sampai menjadi sebesar mungkin. Tanggung jawab sosial hanya akan menjadi biaya yang akan merugikan perusahaan.¹³⁹

Pendapat Friedman tersebut memang masuk akal, akan tetapi tidak sepenuhnya benar. Tidak dapat disangkal bahwa apabila kita melihat kebawah, bahwa kewajiban ekonomis (mengejar keuntungan) merupakan termasuk dalam kewajiban sosial perusahaan. Akan tetapi tanggung jawab sosial tidak hanya mencakup tanggung jawab ekonomi sebagaimana pendapat Friedman tersebut. Sebab, jika hal itu terjadi, maka dikhawatirkan

¹³⁸ *Ibid.* hlm 118.

¹³⁹ K. Bertens, *op.cit.*, hlm 293.

akan terjadi bahaya, demi mengejar keuntungan yang sebesar-besarnya, perusahaan akan melakukan dan menghalalkan segala cara.¹⁴⁰

Oleh karena itu, tidak dapat dibenarkan jika perusahaan sebagai badan hukum hanya memiliki kewajiban legal, tanpa memiliki kewajiban moral dan juga sosial, karena:¹⁴¹

- a. Dalam keadaan tertentu, perusahaan merupakan pribadi yang artifisial. Hal ini terutama karena perusahaan terdiri dari manusia. Perusahaan merupakan organisasi manusia yang kegiatannya diputuskan, direncanakan dan dijalankan oleh manusia. Akan sangat absurd apabila perusahaan sebagai badan hukum menjalankan tugasnya sendiri. Yang akan terbayangkan oleh kita ketika mendengar kegiatan perusahaan adalah aktivitas-aktivitas manusia.
- b. Pendapat yang menyatakan bahwa tanggung jawab moral dan sosial tidak dapat diwakil dan diwakilkan oleh orang lain, memang benar. Akan tetapi hal tersebut dapat dikenakan kepada seseorang melakukan dalam keadaan sadar, tahu dan mau untuk melakukan hal tersebut. Hal ini tidak dapat diberlakukan kepada perusahaan. karena setiap tindakan pasti akan ada yang bertanggung jawab. Dalam perusahaan, yang akan bertanggung jawab adalah manusia-manusia yang ada didalam perusahaan tersebut. Jika tidak, maka manusia yang ada didalam perusahaan tersebut akan bertindak seenaknya sendiri. Hal ini dapat dipersamakan dengan anak *innocent* yang melakukan suatu tindakan yang mengakibatkan kerugian

¹⁴⁰ *Ibid.*

¹⁴¹ A. Sony Keraf, *op.cit.*, hlm119-121.

terhadap orang lain, maka yang akan dikenakan tanggung jawab terhadap tindakan tersebut bukan anak tersebut, akan tetapi orang tua atau wali dari anak tersebut.

- c. Dalam arti tertentu tanggung jawab legal tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawab moral. Kenyataan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab legal sudah menyiratkan bahwa perusahaan pun memiliki tanggung jawab moral, karena tanggung jawab legal hanya dapat dijalankan secara serius kalau ada sikap moral untuk bertanggung jawab.

Berdasarkan argument tersebut di atas menunjukkan bahwa selain memiliki kewajiban legal, perusahaan juga memiliki kewajiban moral berupa tanggung jawab sosial. Tanggung jawab pertama suatu bisnis adalah tanggung jawab ekonomi untuk mendapatkan laba, agar perusahaan tetap menjalankan bisnisnya, melayani pelanggannya dan menciptakan lapangan kerja. Akan tetapi, masyarakat meminta agar semua perusahaan juga memenuhi tanggung jawab sosial, etika dan hukum. sistem bisnis kita beroperasi dalam suatu lingkungan yang perilaku etisnya, tanggung jawab sosialnya, peraturan pemerintah dan undang-undangnya saling berkaitan satu sama lain.¹⁴²

4. Konsep *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan sejarah yang telah diuraikan di atas, dapat dilihat bahwa prinsip dan konsep dari CSR setiap masa semakin berubah seiring dengan

¹⁴² Jackie Ambadar, 2008, *CSR: Dalam Praktik di Indonesia*, Elex Media Computindo, Jakarta, hlm x.

perkembangan dari prinsip CSR itu sendiri, semakin hari semakin beragam pula bentuk aplikasinya. Apabila dilihat dari definisi-definisi CSR yang beragam tersebut terdahulu dapat disimpulkan bahwa prinsip CSR adalah komitmen perusahaan untuk ikut serta dalam pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, konsep dari CSR merupakan konsep yang ada dalam konsep pembangunan berkelanjutan tersebut.

Secara sederhana, pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan atau perkembangan yang memenuhi kebutuhan masa sekarang tanpa membahayakan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya.¹⁴³

Dalam pandangan teori korporasi klasik di Amerika Serikat, CSR dimaknai sebagai tanggung jawab manajer dan direksi kepada pemegang saham. Pandangan tradisional ini tidak mencakup kewajiban manajemen untuk memperhatikan kepentingan konstituen perusahaan yang lain. Hal ini membatasi penerapan CSR dalam perusahaan dimana perusahaan seolah-olah hanya mementingkan kepentingan dirinya sendiri.¹⁴⁴ Belakangan terjadi perluasan terhadap ruang lingkup tanggung jawab korporasi dari hanya tanggung jawab korporasi kepada pemegang saham tetapi juga kepada *stakeholders*.¹⁴⁵

Perubahan ini seiring dengan adanya pembaharuan *corporate governance*. Pembaharuan *corporate governance* tersebut bermula dari

¹⁴³ Yusuf Wibisono, *op.cit.*, hlm 13.

¹⁴⁴ Gary Vonstange, "Corporate Social Responsibility through Constituency Statutes : Legend or Lie?" Dalam Ridwan Khairandy, *op.cit.* hlm 134.

¹⁴⁵ *Ibid*, hlm 135.

sebuah buku yang berjudul *The Modern Corporation and Private Property*. Buku ini ditulis oleh Adolf Berle and Gardiner Means dan dipublikasikan pertama kali tahun 1932. Isi buku ini secara garis besar memuat tentang pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan. dengan demikian, pemegang saham yang memiliki perusahaan dan juga memiliki kekayaan yang sangat besar dalam perusahaan tidak lagi mengendalikan dan mengelola kekayaan mereka yang ada dalam perusahaan. Kekayaan tersebut telah menjadi asset perusahaan dan dikendalikan oleh seseorang yang dipercaya untuk mengelolanya demi kepentingan mereka. Keadaan demikian dikenal dengan nama *separation ownership from kontrol*. Dalam pembaharuan *corporate governance* memuat tentang prinsip keterbukaan kepada publik dan kewajiban bagi perusahaan untuk menjalankan perusahaannya dengan tidak merugikan publik. Jadi secara tidak langsung prinsip CSR juga sebenarnya telah termuat dalam pembaruan *corporate governance*.¹⁴⁶

Konsep CSR itu sendiri telah mengalami perubahan. Konsep CSR yang lama menyatakan bahwa perusahaan hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham perusahaan saja. Selanjutnya, Konsep CSR yang baru menyatakan bahwa perusahaan juga harus mempunyai tanggung jawab kepada pekerja, pemasok, masyarakat, dan lingkungan dimana perusahaan itu menjalankan kegiatannya.¹⁴⁷

Dengan demikian, konsep tanggung jawab sosial lebih menekankan pada tanggung jawab perusahaan atas tindakan dan kegiatan usahanya yang

¹⁴⁶ Gary Vonstange, "Corporate Social Responsibility through Constituency Statutes : Legend or Lie? Dalam Ridwan Khairandy, *op.cit.* hlm 135.

¹⁴⁷ *Ibid.* hlm. 135.

berdampak pada orang-orang tertentu, masyarakat, dan lingkungan dimana perusahaan tersebut melakukan aktivitas usahanya. Secara negatif hal ini bermakna bahwa perusahaan harus menjalankan aktifitas usahanya sedemikian rupa, sehingga tidak berdampak negatif pada pihak-pihak tertentu dalam masyarakat. Sedangkan secara positif ini mengandung makna bahwa perusahaan harus menjalankan kegiatannya sedemikian rupa sehingga dapat mewujudkan masyarakat yang lebih baik dan sejahtera.¹⁴⁸

Seperti yang dikemukakan oleh Yusuf Wibisono, bahwa perusahaan tidak lagi hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *Single Bottom Line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya. Hal inilah yang diajarkan oleh Elkington pada tahun 1997 yang menggagas konsep *Triple Bottom Line* dalam istilah *economic prosperity, environmental quality, dan social justice*.¹⁴⁹

Gagasan Elkington tersebut telah melahirkan konsep CSR yang lebih terarah. Selanjutnya deklarasi Johannesburg, juga menggarisbawahi bahwa pembangunan berkelanjutan mempunyai tiga pilar yaitu, ekonomi, lingkungan hidup dan sosial. Intinya, pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan ekonomi yang harus berwawasan lingkungan dan sekaligus mengusahakan pemerataan yang seadil-adilnya. Karenanya pembangunan yang dilakukan juga harus bersifat holistik agar terjadi sinergi.¹⁵⁰

¹⁴⁸ Isa Wahyudi dan Busyra Azheri, 2008, *Corporate Social Responsibility :Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*, In-Trans Publishing, Malang, hlm 19.

¹⁴⁹ Gunawan Wijaya dan Yeremia Ardi Pratama, *op.cit.*, hlm 32

¹⁵⁰ Yusuf Wibisono, *op.cit.*, hlm 22.

Sebelum deklarasi tersebut, yaitu pada KTT Bumi di Rio De Janeiro menyepakati perubahan paradigma pembangunan, yaitu dengan menegaskan konsep *Sustainable development* (pembangunan berkelanjutan) yang menggantikan konsep *Economic Growth* (Pertumbuhan Ekonomi). Kemudian pada deklarasi Johannesburg disepakati konsep tersebut kembali ditambahkan dengan satu konsep lagi yaitu *social responsibility* sebagai tambahan dari dua konsep sebelumnya, yaitu *Economic and Environment Development*.¹⁵¹ Oleh karena itu, KTT Bumi ini menyepakati ada 3 konsep dalam pembangunan berkelanjutan yang menjadi inti dari konsep CSR, yaitu :

1. *Social Responsibility* (tanggung jawab sosial)
2. *Economic growth* (pertumbuhan ekonomi)
3. *Environment sustainability* (kelestarian lingkungan).

Ketiga konsep tersebut di atas sejalan dengan konsep *triple bottom line* yang diajarkan oleh Jhon Elkington. Menurutnya, perusahaan dalam menjalankan CSR dengan konsep pembangua berkelanjutan harus memperhatikan "*Triple Bottom Line*", yaitu *profit*, *people* dan *planet*. *Profit* sebagai perwujudan dari aspek ekonomi atau pertumbuhan ekonomi, *people* sebagai perwujudan tanggung jawab sosial dan *planet* sebagai perwujudan dari pembangunan lingkungan.

- a. *Profit*, merupakan keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan. profit ini menjadi unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Tak heran jika fokus utama dari seluruh kegiatan usaha

¹⁵¹ Mas Achmad Daniri, *op. cit.*, hlm. 3.

dalam perusahaan adalah mengejar *profit* atau mendongkrak harga saham yang setinggi-tingginya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini merupakan kewajiban utama kepada pemegang saham.¹⁵²

- b. *People*, yaitu masyarakat pemangku kepentingan. Masyarakat merupakan *stakeholders* penting bagi perusahaan, karena dukungan mereka, terutama masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada mereka.¹⁵³

Perusahaan juga perlu menyadari bahwa kegiatan usaha mereka sering kali menimbulkan dampak terhadap kehidupan masyarakat. Karenanya pula perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat. Intinya, jika ingin eksis dan *akseptable*, perusahaan harus menyertakan pula tanggung jawab yang bersifat sosial.¹⁵⁴

- c. *Planet*, maksud planet disini adalah lingkungan. Semua kegiatan dalam kehidupan kita berhubungan dengan lingkungan. Mulai dari air, tanah sampai udara. Hubungan kita dengan lingkungan merupakan hubungan sebab akibat. Apabila kita merawat lingkungan, maka lingkungan akan memberikan manfaat bagi kita. Oleh karena itu, apabila perusahaan ingin eksis dan *akseptable*, maka perusahaan harus memiliki tanggung jawab

¹⁵² Yusuf Wibisono, *op.cit.*, hlm 33.

¹⁵³ *Ibid.*

¹⁵⁴ *Ibid.* hlm 34

terhadap lingkungan, terutama lingkungan yang berada disekitar tempat usahanya.¹⁵⁵

Komitmen perusahaan tersebut dapat ditunjukkan dengan berbagai kegiatan yang diadakan oleh perusahaan yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kegiatan tersebutlah yang disebut dengan kegiatan CSR. Akan tetapi, perlu ditekankan bahwa CSR tersebut tidak sama dengan hanya sekedar *philanthropy* (donasi) atau *charity* (amal) perusahaan atau juga sekedar ketaatan hukum perusahaan terhadap hukum yang dibuat oleh negara. Kegiatan donasi dan ketaatan perusahaan terhadap hukum tidak dapat dikatakan sebagai CSR.¹⁵⁶

Philanthropy dalam Wikipedia disebutkan bahwa *philanthropy is the act of donating money, goods, time, or effort to support a charitable cause, usually over an extended period of time and a defined objective*. Dari definisi tersebut dapat dilihat bahwa tujuan dari suatu kegiatan *philanthropy* adalah kegiatan yang bersifat amal (*charity*). Sebuah kegiatan amal tidak memerlukan komitmen berkelanjutan dari perusahaan. Tanggung jawab perusahaan terhadap kegiatan *philanthropy* berakhir bersamaan dengan berakhirnya kegiatan amal yang dilakukan perusahaan tersebut.¹⁵⁷ Misalkan dalam melakukan kegiatan donasi atau *philanthropy* suatu perusahaan berupa memberikan bantuan dana kepada korban bencana alam, maka ketika dana telah diserahkan kepada korban bencana tersebut, maka perusahaan tersebut sudah tidak memiliki tanggung jawab lagi.

¹⁵⁵ *Ibid.* hlm 36

¹⁵⁶ Gunawan Wijaya dan Yeremia Ardi Pratama, *op. cit.*, hlm 20.

¹⁵⁷ *Ibid.* hlm 21.

Berbeda halnya dengan CSR yang merupakan suatu komitmen bersama dari seluruh *stakeholders* perusahaan untuk bersama-sama bertanggungjawab terhadap masalah-masalah sosial. Komitmen dan tanggung jawab tersebut dibuktikan dengan adanya keterlibatan langsung dan kontinuitas perusahaan dalam setiap kegiatan CSR yang dilakukannya. Keterlibatan langsung dan kontinuitas inilah yang menjadi ciri dari CSR.¹⁵⁸ Misalkan dalam kegiatan CSR-nya sebuah perusahaan rokok mengadakan pembimbingan kepada masyarakat sekitarnya tentang menanam tembakau yang bermutu, maka mulai dari pembimbingan dasar sampai tata cara penanaman bahkan sampai menggunakan tembakau hasil tanaman masyarakat tersebut digunakan oleh perusahaan sebagai bahan baku atau mencarikan pasar agar tembakau tersebut dapat terjual.

Selain dipersamakan dengan kegiatan *philanthropy*, CSR juga sering dipersamakan dengan ketaatan perusahaan terhadap hukum. Mengingat saat ini di Indonesia kewajiban CSR sudah bukan lagi sebagai suatu kewajiban moral, akan tetapi sudah menjadi kewajiban hukum, karena sudah diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas dan juga Undang-Undang Penanaman Modal.

Seperti diuraikan di atas, CSR ini merupakan suatu komitmen bersama dari seluruh *stakeholders* perusahaan. Komitmen tersebut disebutkan baik didalam *code of conduct*, *code of ethics*, *corporate policy* maupun *statement of principle* perusahaan serta diwujudkan dalam setiap tindakan yang diambil

¹⁵⁸ *Ibid.*

oleh perusahaan tersebut, dan harus ditaati oleh setiap *stakeholders* tersebut. Jadi, dalam melaksanakan CSR, sebenarnya perusahaan mentaati aturan yang dibuatnya sendiri (*self-regulation*) berdasarkan komitmen setiap *stakeholders*, berbeda dengan sekedar taat pada peraturan yang dibuat oleh negara atau pemerintah.¹⁵⁹

Seperti halnya definisi CSR yang belum menemukan suatu rumusan yang pasti dan tegas, pandangan mengenai konsepsi CSR juga belum sepenuhnya seragam. ISO 26000 menerjemahkan CSR sebagai suatu tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang:¹⁶⁰

- a. Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat.
- b. Memperhatikan kepentingan dari para *stakeholders*.
- c. Sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional.
- d. Terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.

Sebelumnya, sudah ada sejumlah institusi internasional yang telah *release* prinsip-prinsip dasar yang dapat digunakan sebagai acuan pelaksanaan CSR. Seperti yang dikemukakan oleh Prof. Alyson Warhurst dari

¹⁵⁹ *Ibid.* hlm22.

¹⁶⁰ Mas Achmad Daniri, *op.cit.*, hlm 5

University of Bath Inggris, tahun 1998 yang mengemukakan prinsip-prinsip CSR sebagai berikut:¹⁶¹

- a. Prinsip korporat, mengakui CSR sebagai prioritas tertinggi perusahaan dan penentu utama pembanguna berkelanjutan. Dengan begitu perusahaan dapat membuat kebijakan, program dan praktek dalam menjalankan operasi bisnisnya dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial.
- b. Manajemen terpadu. Mengintegrasikan kebijakan, program dan praktek ke dalam setiap kegiatan bisnis sebagai suatu unsur manajemen dalam semua fungsi manajemen.
- c. Proses perbaikan. Secara berkesinambungan memperbaiki kebijakan, program dan kinerja sosial perusahaan, berdasarkan temuan riset mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut secara internasional.
- d. Pendidikan karyawan. Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan serta motivasi karyawan.
- e. Pengkajian. Melakukan kajian dampak sosial sebelum memulai kegiatan atau proyek baru dan sebelum menutup suatu fasilitas atau meninggalkan lokasi pabrik.
- f. Produk dan jasa. Mengembangkan produk dan jasa yang tak berdampak negatif secara sosial.

¹⁶¹ *Ibid.* hlm 39-41

- g. Informasi publik. Member informasi dan (bila diperlukan) mendidik pelanggan, distributor dan publik tentang penggunaan yang aman, transportasi, penyimpanan dan pembuangan produk, dan begitu pula dengan jasa.
- h. Fasilitas dan operasi. Mengembangkan, merancang dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan kegiatan yang mempertimbangkan temuan kajian dampak sosial.
- i. Penelitian. Melakukan atau mendukung penelitian dampak sosial bahan baku, produk, proses, emisi dan limbah yang terkait dengan kegiatan usaha dan penelitian yang menjadi sarana untuk mengurangi dampak negatif.
- j. Prinsip pencegahan. Memodifikasi manufaktur, pemasaran atau penggunaan produk atau jasa, sejalan dengan penelitian mutakhir, untuk mencegah dampak sosial yang bersifat negatif.
- k. Kontraktor dan pemasok. Mendorong penggunaan prinsi-prinsip CSR yang dijalankan kalangan kontraktor dan pemasok, disamping itu bila diperlukan mensyaratkan perbaikan dalam praktik bisnis yang dilakukan kontraktor dan pemasok.
- l. Siaga menghadapi darurat. Menyusun dan merumuskan rencana menghadapi keadaan darurat. Apabila terjadi keadaan berbahaya bekerjasama dengan layanan gawat darurat, instansi berwenang dan komunitas lokal. Sekaligus mengenali potensi bahaya yang muncul.

- m. Transfer *best practice*. Berkontribusi pada pengembangan dan transfer praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial pada semua industri dan sektor publik.
- n. Memberi sumbangan. Sumbangan untuk usaha bersama, pengembangan kebijakan publik dan bisnis, lembaga pemerintah dan lintas departemen pemerintah serta lembaga pendidikan yang akan meningkatkan kesadaran tentang tanggung jawab sosial.
- o. Keterbukaan. Menumbuhkembangkan keterbukaan dan dialog dengan pekerja dan publik, mengantisipasi dan memberi respon terhadap *potencial hazard*, dan dampak operasi, produk, limbah atau jasa.
- p. Pencapaian dan pelaporan. Mengevaluasi kinerja sosial, melaksanakan audit sosial secara berkala dan mengkaji pencapaian berdasarkan kriteria korporat dan peraturan perundang-undangan dan menyampaikan informasi tersebut pada dewan direksi, pemegang saham, pekerja dan publik.

Prinsip-prinsip di atas dapat dijadikan sebagai acuan bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan CSR-nya. Hal senada juga diberikan oleh ISO 26000 yang memberikan prinsip-prinsip dasar CSR yang menjadi dasar bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan CSR-nya, yaitu meliputi:¹⁶²

- a. Kepatuhan kepada hukum
- b. Menghormati instrument/ badan-badan internasional
- c. Menghormati *stakeholders* dan kepentingannya.

¹⁶² *Ibid.* hlm 6.

- d. Akuntabilitas
- e. Transparansi
- f. Perilaku yang beretika
- g. Melakukan tindakan pencegahan
- h. Menghormati dasar-dasar hak asasi manusia.

Dalam menjalankan kegiatan CSR-nya, perusahaan harus mencakup prinsip-prinsip tersebut di atas. Apabila diperhatikan lebih lanjut, prinsip-prinsip tersebut pun sejalan dengan konsep pembangunan berkelanjutan dan konsep *Triple Bottom Line* dan berakar pada konsep tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance* atau GCG). Menurut Nindyo Pramono, Struktur, piranti, dan mekanisme tata kelola perusahaan yang baik untuk mencapai *goal* perusahaan itulah yang dikenal dengan GCG, yaitu suatu sistem pengelolaan korporasi yang mencerminkan hubungan yang sinergi antara manajemen dan pemegang saham, kreditor, pemerintah, *supplier*, dan *stakeholders* lainnya.¹⁶³ Prinsip-prinsip GCG tersebut adalah:¹⁶⁴

- a. Keadilan (*fairness*)

Prinsip ini menyatakan bahwa kerangka pengelolaan harus melindungi hak-hak pemegang saham. Prinsip ini mengakui adanya hak kepemilikan pemegang saham dan hak untuk diikutsertakan kepentingan mereka dalam perusahaan tersebut. Prinsip ini juga mengakui hak pemegang saham untuk diikutsertakan dalam setiap pengambilan keputusan penting

¹⁶³ Nindyo Pramono, 2006, *Bunga Rampai Hukum Bisnis Aktual*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm 87.

¹⁶⁴ Ridwan Khairandy dan Camelia Malik, 2007, *Good Corporate Governance*, Total Media, Yogyakarta, hlm74-84.

yang dibuat perusahaan tersebut, seperti dalam melakukan akuisisi dan merger.

b. Transparansi atau keterbukaan (*Transparency*)

Prinsip ini menyatakan bahwa perusahaan harus memberikan informasi yang benar, tepat dan akurat kepada pemegang saham maupun *stakeholders*. Prinsip ini sangat penting sebagai upaya untuk mencegah terjadinya penipuan (*fraud*).

c. Akuntabilitas (*Accountability*)

Prinsip ini menyatakan bahwa kerangka pengelolaan perusahaan harus memastikan pedoman strategis suatu perusahaan, pengawasan efektif atas pengelolaan dewan pertanggungjawaban kepada perusahaan dan para pemegang saham. Prinsip ini berimplikasi pada kewajiban hukum pada direksi. Selain itu juga prinsip ini menegaskan bahwa adanya jaminan dihormatinya semua hak *stakeholders*, adanya kesempatan bagi para *stakeholders* untuk mendapatkan ganti rugi yang efektif atas pelanggaran hak-hak mereka, dibukanya mekanisme pengembangan prestasi bagi para pihak *stakeholders* yang berkepentingan, dan adanya akses bagi semua pihak untuk menerima informasi yang relevan.

d. Responsibilitas (*responsibility*)

Prinsip ini berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai bagian dari masyarakat. Dalam memenuhi kewajibannya kepada para pemegang saham dan *stakeholders* perusahaan harus sesuai dengan hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Disamping itu,

organ perusahaan yang mempunyai fungsi pengawasan harus memastikan pengawasan yang efektif terhadap direksi yang harus mempertanggungjawabkan kebijakan yang dibuatnya kepada perusahaan dan pemegang saham.

Diantara keempat prinsip GCG di atas, prinsip responsibilitas merupakan prinsip yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial. Perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial merupakan perusahaan yang telah melaksanakan salah satu bentuk dari GCG.

5. Mengenal *Stakeholders* Perusahaan

Sebelum lebih lanjut membahas mengenai CSR, maka diperlukan untuk mengenal dan mengkaji siapa yang dimaksud sebagai *stakeholders* dari perusahaan yang akan melaksanakan dan menikmati program CSR tersebut.

Sering didengar bahwa istilah *stakeholders* akan mengacu pada bentuk kelompok-kelompok sosial manapun di masyarakat, sehingga kadang kita tidak dapat membedakan mana yang individu bergerak bebas sebagai anggota masyarakat atau sebagai *stakeholders* yang mempunyai hubungan dengan perusahaan.¹⁶⁵ Apabila didefinisikan *Stake* dapat diartikan sebagai kepentingan atau juga dapat diartikan sebagai tuntutan atas hak yang dimiliki oleh seseorang.¹⁶⁶ Adapula yang mendefinisikan *stakeholders* sebagai sebagian anggota komunitas, atau kelompok individu, masyarakat (tidak semua) yang berasal dari wilayah perusahaan tersebut berdiri, wilayah negara

¹⁶⁵ Arif Budimanta, et.al., *Corporate Social Responsibility, Indonesia Center for Sustainable Development*, Indonesia Centre for Sustainable Development, Jakarta, hlm 27.

¹⁶⁶ Gunawan Wijaya dan Yeremia Ardhi Pratama, *op.cit.*, hlm 47.

dan bisa juga negara lain (global) yang mempunyai pengaruh terhadap jalannya suatu perusahaan. Kelompok individu tersebut juga mempunyai suatu kepentingan satu dengan yang lainnya. Atau dengan kata lain, *stakeholders* merupakan pihak-pihak yang memiliki kepentingan dan mempunyai pengaruh terhadap perusahaan.¹⁶⁷

Definisi lain diungkapkan oleh Rhenaldi Kasali yang menyatakan bahwa yang dimaksud dengan para pihak atau *stakeholders* adalah setiap kelompok yang berada di dalam maupun yang berada di luar perusahaan yang mempunyai peranan dalam menentukan keberhasilan perusahaan.¹⁶⁸

Seseorang atau perusahaan yang dianggap sebagai *stakeholders* mempunyai tiga atribut, yaitu kekuasaan, legitimasi dan kepentingan. Dalam suatu kegiatan perusahaan yang dapat mempengaruhi kegiatan perusahaan tersebut adalah faktor-faktor dari luar dan dari dalam perusahaan, yang semuanya disebut *stakeholders*. Dari dalam perusahaan, faktor yang dapat mempengaruhi jalannya aktivitas perusahaan adalah investor dan karyawan. Sedangkan dari luar perusahaan adalah para pemasok bahan-bahan baku, peralatan dan peminat barang.¹⁶⁹

Apapun definisinya, yang jelas antara *stakeholders* dengan perusahaan terjadi hubungan yang saling mempengaruhi. Perubahan pada salah satu pihak akan memicu dan mendorong perubahan pada pihak yang lainnya. misalnya perubahan selera publik akan mendorong perubahan pada jenis produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Perubahan kebijakan yang

¹⁶⁷ Arif Budimanta, et. al., *op. cit.* hlm 27.

¹⁶⁸ Yusuf Wibisono, *op. cit.* hlm 96.

¹⁶⁹ Arif Budimanta, et. al., *op. cit.* hlm 28.

dibuat oleh pemerintah juga dapat menyebabkan perubahan regulasi kebijakan perusahaan.¹⁷⁰

David Wheeler dan Maria Sillanpaa menggolongkan *stakeholders* dalam 2 (dua) kategori, yaitu:¹⁷¹

- a. *Stakeholders* Primer, meliputi pemegang saham, investor, karyawan, pelanggan, komunitas lokal, pemasok dan rekanan bisnis. *Stakeholders* primer memiliki kepentingan langsung dalam sebuah perusahaan dan sangat mempengaruhi sukses atau tidaknya perusahaan tersebut. Oleh karena itu *stakeholders* primer ini sangat penting bagi perusahaan.
- b. *Stakeholders* sekunder, meliputi pemerintah, institusi sipil, LSM, Pers, pesaing usaha, asosiasi pengusaha dan masyarakat pada umumnya. *Stakeholders* sekunder juga dapat menjadi sangat berpengaruh, terutama dalam hal yang menyangkut reputasi perusahaan dan dukungan masyarakat terhadap perusahaan, walaupun sebenarnya mereka tidak memiliki kepentingan langsung dalam kegiatan inti perusahaan.

Selain Penggolongan di atas, seorang ahli yang bernama Wineberg membagi *stakeholders* atas tiga kelompok, yaitu:¹⁷²

- a. *Stakeholders* internal, yaitu *stakeholders* yang berada didalam lingkungan perusahaan, seperti, karyawan dan pemegang saham.

¹⁷⁰ Yusuf Wibisono, *op. cit.* hlm 96.

¹⁷¹ David Wheeler dan Maria Sillanpaa, *The Stakeholders Corporation: A Blueprint for Maximizing Stakeholders Value*, dalam Gunawan Wijaya dan Yeremia Ardhi Pratama, *op.cit.* hlm 49.

¹⁷² Wineberg, Danette & Rudolph, Philip H, "CSR-What Every In House Counsel Should Know", dalam Isa Wahyudi dan Busyra Azheri, *op.cit.* hlm 40.

- b. *Stakeholders* eksternal, yaitu *stakeholders* yang berada diluar lingkungan perusahaan, seperti konsumen, komunitas di sekitar perusahaan dan LSM.
- c. *Stakeholders* lainnya, seperti pemasok.

Stakeholders internal maupun eksternal masing-masing memiliki kepentingan dan kriteria kepuasan yang berbeda-beda terhadap perusahaan. berikut akan dijelaskan secara singkat dari masing-masing *stakeholders* tersebut.

- a. *Stakeholders* internal merupakan *stakeholders* yang berada didalam lingkungan perusahaan, sehingga bersifat *controllable*. Yaitu antara lain terdiri dari:

- 1) Pemegang saham, merupakan nota bene pemilik perusahaan mempunyai kekuasaan yang sangat besar. Mereka yang mendominasi atas segala hal yang menyangkut hidup dan matinya perusahaan. kadang mereka identik dengan pemimpin spiritual perusahaan.¹⁷³ kriteria kepuasan dari pemegang saham adalah prestasi keuangan. Para pemegang saham atau investor terlibat dalam keuntungan perusahaan tanpa harus ikut dan bertanggung jawab dalam proses operasional perusahaan. karena para pemegang saham ini dapat menunjuk satu dewan untuk bertanggung jawab dalam operasional perusahaan.

¹⁷³ Yusuf Wibisono, *op.cit.*, hlm 100.

perusahaan di Indonesia biasanya berbasis *two tier board sistem* atau *two board sistem*.¹⁷⁴

2) Direksi dan manajer profesional. Undang-Undang Perseroan Terbatas mendefinisikan direksi sebagai organ perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan perseroan untuk kepentingan perseroan, sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan serta mewakili perseroan, baik didalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar.¹⁷⁵ Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa direksi mempunyai dua fungsi, yaitu fungsi pengurusan (manajemen) dan fungsi perwakilan (representasi).¹⁷⁶ Fungsi atau tugas direksi tersebut dipertanggungjawabkan kepada pemegang saham melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Hal ini dikarenakan direksi diangkat oleh Pemegang Saham melalui RUPS untuk menjalankan roda perusahaan.¹⁷⁷ Dalam menjalankan tugasnya direksi pun dapat memilih manajer profesional untuk menjalankan kebijakan dan strateginya dalam menjalankan operasional perusahaan.¹⁷⁸

3) Karyawan, biasanya didefinisikan sebagai para pekerja yang tidak memegang jabatan struktural. Mereka bekerja dibawah komando

¹⁷⁴ Dalam *Two Tiers Board*, pejabat tinggi perusahaan (*Top Corporate Officer*) menempati dewan tingkat kedua (subordinat), tetapi secara umum dia tidak aktif dalam dewan tingkat pertama (pengawasan). Pejabat ini mempunyai independensi dari pegawai perusahaan yang disewa (*firm's hired officer*), yaitu pegawai manajerial senior perusahaan. Lawanan dari *Two tiers Board* adalah *single tier board*, yaitu pegawai yang disewa (*firm's hired officer*) merupakan anggota, atau bahkan mendominasi dewan itu sendiri. dengan kata lain pegawai yang disewa perusahaan mempunyai kewenangan di bidang pengajuan dan pelaksanaan keputusan bisnis. Ridwan Khairandy, *op.cit.*, hlm. 17-18.

¹⁷⁵ Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Perseroan Terbatas.

¹⁷⁶ Ridwan Khairandy, *op. cit.*, hlm 204.

¹⁷⁷ Pasal 94 ayat (1) Undang-Undang perseroan Terbatas.

¹⁷⁸ Yusuf Wibisono, *op.cit.*, hlm 101.

manajer atau supervisor. Meskipun tidak mempunyai posisi dalam pengambilan keputusan, akan tetapi jumlah karyawan ini merupakan yang paling banyak didalam perusahaan. Karena posisinya yang lemah, maka mereka membuat suatu serikat, sehingga mereka mempunyai kekuatan dan menjadi masalah yang sangat sensitif bagi perusahaan ketika terdapat suatu konflik atau masalah dengan karyawan. Bahkan karyawan merupakan ujung tombak bagi perusahaan terutama perusahaan jasa. Kriteria kepuasan bagi karyawan dalam perusahaan adalah kepuasan kerja, gaji dan supervise.¹⁷⁹

4) Keluarga karyawan. Merupakan kekuatan tersendiri bagi perusahaan, karena jumlah mereka yang banyak. Kontribusi mereka terhadap perusahaan adalah setidak-tidaknya merekalah yang akan memberikan dukungan positif bagi karyawan sehingga menimbulkan kinerja karyawan yang tinggi. Karena jika karyawan yang sedang ada masalah dengan keluarganya sering kali akan menurunkan kinerja karyawan bekerja di perusahaan.¹⁸⁰

b. *Stakeholderss eksternal*, merupakan pihak-pihak yang berada di luar kontrol perusahaan (*unkontrollable*). Beberapa diantaranya adalah:

1) Konsumen. Merupakan pihak yang menikmati dan menggunakan produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Pameo yang menyatakan bahwa pelanggan/konsumen adalah raja, sepertinya memang akan berlaku sepanjang masa. Karena perlu disadari bahwa

¹⁷⁹ *Ibid.* hlm 102.

¹⁸⁰ *Ibid.* hlm 103.

yang memberikan penghasilan kepada para pelaku bisnis bukanlah bos ataupun manajer, akan tetapi pembeli atau konsumen. Oleh karena itu konsumen inilah yang diperebutkan oleh pelaku bisnis.¹⁸¹ Adapun kriteria kepuasan dari konsumen adalah kualitas, pelayanan, lokasi dan harga yang diberikan oleh perusahaan.¹⁸²

- 2) Penyalur dan Pemasok, penyalur merupakan distributor dari perusahaan dalam menyalurkan produk atau pun jasanya untuk ditawarkan atau dijual kepada masyarakat konsumen. Sedangkan pemasok ini merupakan sumber bagi perusahaan untuk memperoleh bahan baku.

Adapun kriteria kepuasan dari penyalur dan pemasok adalah kepuasan dalam bertransaksi. Jika transaksinya tidak memuaskan, maka pemasok dan penyalur ini akan sangat mudah berpindah.¹⁸³

- 3) Pemerintah. Dalam hal ini pemerintah berfungsi sebagai regulator dalam membentuk suatu kebijakan untuk mengatur dunia usaha agar tercipta suasana yang kondusif. Kriteria kepuasannya adalah ketaatan terhadap hukum dari para pelaku usaha atau perusahaan.
- 4) Pers, sejak masa reformasi, pers diberikan kebebasan yang seluas-luasnya dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal ini akan sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, karena pemberitaan di media massa, baik elektronik maupun cetak dapat memberikan pencitraan bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan

¹⁸¹ *Ibid.* hlm 106.

¹⁸² *Ibid.* hlm 99.

¹⁸³ *Ibid.* hlm 106.

harus menjalin hubungan yang harmonis dengan pers agar informasi yang dipublikasikan menjadi berita yang *balance*, valid dan tidak tendensius.

- 5) Pesaing. Dalam dunia usaha persaingan merupakan suatu yang wajar. Karena akan memberikan dampak positif bagi peningkatan kualitas produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.
- 6) Komunitas dan masyarakat. Makna dari masyarakat dan komunitas sering kali dicampuradukkan. Padahal masyarakat memiliki makna yang lebih luas dari pada komunitas, karena komunitas merupakan bagian dari masyarakat. Komunitas merupakan sekumpulan makhluk sejenis yang memiliki ciri yang relatif sama.¹⁸⁴ Sedangkan masyarakat dapat didefinisikan sebagai kumpulan dari peranan-peranan yang diwujudkan oleh individu-individu yang terkait pada kedudukan tertentu sebagai anggota masyarakat dan diatur peranannya melalui pranata sosial yang ada dan bersumber dari kebudayaan yang berlaku.¹⁸⁵ Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat, karena biasanya perusahaan hadir ditengah-tengah masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan harus menjalin hubungan yang harmonis dan timbal balik dengan masyarakat karena kegiatan perusahaan secara langsung ataupun tidak memberikan dampak bagi kehidupan masyarakat yang ada disekitarnya. Apabila perusahaan mampu menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat, maka akan memberikan reputasi bahkan

¹⁸⁴ *Ibid*, hlm 108.

¹⁸⁵ Arif Budimanta, et. al., *op. cit.*, hlm 32.

rasa aman bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Begitu pula halnya dengan masyarakat, karena dapat diajarkan *skill* atau keterampilan serta memberikan kesempatan untuk menjadi pekerja pada perusahaan tersebut. Sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat dan mengurangi angka pengangguran.

Diantara *stakeholders* tersebut di atas, masyarakat merupakan *stakeholders* utama perusahaan yang terkait dengan implementasi CSR, disamping pemerintah.¹⁸⁶ Hal ini disebabkan karena masyarakat merupakan pihak yang secara langsung merasakan dampak keberadaan perusahaan. Perusahaan sekaligus menjadi bagian dari masyarakat tersebut. Sesuai dengan prinsip sosial, perusahaan pun harus hidup berdampingan dengan masyarakat.

6. Corporate Social Responsibility di Indonesia

Praktek CSR di Indonesia pada dasarnya sudah dilaksanakan sejak lama, hanya saja pelaksanaan tersebut dilakukan hanya berdasarkan kepada sukarela. Praktek CSR tergantung dari kedermawanan perusahaan. Selanjutnya mulai hangat dibicarakan pada awal tahun 2001, dimana banyak perusahaan maupun instansi-instansi pemerintah yang mulai melirik CSR sebagai suatu konsep pemberdayaan masyarakat.¹⁸⁷

Pada masa-masa itu banyak kasus-kasus lingkungan terjadi di Indonesia, seperti kasus pencemaran lingkungan di Teluk Buyat yang diduga dilakukan oleh PT Newmont Minahasa Raya, demonstrasi tuntutan kenaikan

¹⁸⁶ Yusuf Wibisono, *op.cit.*, hlm 109.

¹⁸⁷ <http://www.keepandshare.com/doc/view.php?id=764997&da=y> *loc.cit.*

gaji oleh karyawan PT Freeport, perseteruan antara masyarakat Meruya Jakarta Selatan dengan PT Portanigra, kontrak perusahaan sepatu Nike dengan PT Naga Sakti Paramashoes (NASA) dan PT Hardaya Aneka Shoes Indonesia (HASI). Selain kasus tersebut juga masih ada kasus korupsi yang melibatkan perusahaan, seperti dugaan korupsi PT Asian Agri dan kasus suap yang dilakukan oleh perusahaan kepada pemerintah yang melibatkan PT Monsato. Sebuah kasus lingkungan yang sampai saat ini belum terselesaikan adalah kasus meluapnya lumpur Lapindo di Porong Sidoarjo.¹⁸⁸

Banyaknya kasus yang melibatkan perusahaan menyebabkan perhatian terhadap CSR semakin tinggi. Puncaknya adalah ketika Undang-Undang Penanaman Modal mengatur tentang CSR sebagai suatu kewajiban hukum. Dalam Pasal 15 huruf b undang-undang tersebut menyebutkan bahwa salah satu kewajiban penanam modal adalah melaksanakan tanggung jawab sosial. Selanjutnya pada penjelasan pasal tersebut disebutkan bahwa yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang telah melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat.¹⁸⁹

Tidak lama setelah Undang-Undang Penanaman Modal tersebut diundangkan, pemerintah kembali mengundangkan Undang-Undang Perseroan Terbatas. Dalam salah satu pasal dari undang-undang tersebut

¹⁸⁸ Taufik Rahman, "Masalah Hukum CSR di 2007 : Bukan Sekedar Pewajiban di UU perseroan Terbatas", diakses melalui www.csrindonesia.com/data/articles/20080327151023-a.pdf Pada 3 Juni 2009.

¹⁸⁹ Pasal 15 huruf b Undang-Undang Penanaman Modal beserta penjelasannya.

mewajibkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL) kepada perusahaan yang kegiatan usahanya dan/atau bidang usahanya berkaitan dengan sumber daya alam.¹⁹⁰ Pelaksanaan TJSL tersebut harus dianggarkan dan termasuk dalam biaya pereroan yang pelaksanaannya sesuai dengan prinsip kepatutan dan kewajaran.¹⁹¹ Perusahaan yang tidak melaksanakan kewajiban TJSL ini akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan (undang-undang sektoral).¹⁹²

Adanya pengaturan secara eksplisit di kedua undang-undang tersebut, maka semua penanam modal, baik penanam modal dalam negeri maupun luar negeri diwajibkan untuk melaksanakan CSR. Maksud dari penanam modal disini adalah perseorangan atau badan usaha yang melakukan penanam modal dalam negeri dan penanam modal asing.¹⁹³

Berbeda halnya dengan Undang-Undang Penanaman Modal, didalam Undang-Undang Pereroan Terbatas, CSR didistilahkan dengan nama Tangung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL), dan diwajibkan kepada perusahaan yang kegiatan usahanya dan/atau bidang usahanya berkaitan dengan sumber daya alam.

Meskipun dalam kedua undang-undang tersebut terdapat perbedaan mengenai titik pandang tentang CSR, Undang-Undang Penanaman Modal yang menekankan CSR sebagai upaya perseroan untuk menciptakan harmonisasi dengan lingkungan tempat peseroan berada. Sedangkan Undang-

¹⁹⁰ Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang perseroan Terbatas.

¹⁹¹ Pasal 74 ayat (2) Undang-Undang Perseroan Terbatas.

¹⁹² Pasal 74 ayat (3) Undang-Undang Pereroan Terbatas.

¹⁹³ Pasal 1 angka 4 Undang-Undang Penanaman Modal.

Undang Perseroan Terbatas cenderung membedakan antara tanggungjawab sosial dengan tanggung jawab lingkungan. Akan tetapi kedua Undang-undang tersebut memiliki tujuan yang sama, yaitu mengarah pada CSR sebagai suatu komitmen perusahaan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan.¹⁹⁴ Sesuai dengan hukum alam, pendapatan yang berasal dari pemanfaatan fasilitas alam akan berkelanjutan bila daya dukung alam tersebut dipelihara. Jika daya dukung lingkungan tersebut rusak, pendapatan masyarakat sekitar akan menurun dan mereka akan menganggap perusahaan sebagai penyebabnya.¹⁹⁵

Pada dasarnya, apabila hanya menyebutkan tentang CSR, secara implisit sudah diatur dalam undang-undang lain, seperti Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, Pasal 5 ayat (1) Undang-Undang Pengelolaan Lingkungan Hidup menyebutkan bahwa setiap orang mempunyai hak yang sama atas lingkungan hidup yang baik dan sehat. Hak atas lingkungan hidup merupakan salah satu dari hak asasi manusia yang diakui oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), selain itu juga sudah diatur didalam pembukaan UUD 1945 alenia IV jo. Pasal 33 ayat (3) yang saat ini disamakan dengan hak atas lingkungan hidup dan pembangunan yang berkelanjutan.¹⁹⁶

¹⁹⁴ Sukarmi, "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) dan iklim penanaman modal di Indonesia" Akses dari <http://www.legalitas.org/?q=content/tanggung-jawab-sosial-perusahaan-corporate-social-responsibility-dan-iklim-penanaman-modal-i> Pada 17 Juni 2009.

¹⁹⁵ Jackie Ambadar, *op. cit.*, hlm X.

¹⁹⁶ Hendrik Budi Untung, *op.cit.*, hlm 18.

Adanya pencemaran atau perusakan lingkungan berarti telah melanggar hak asasi manusia dan lingkungan atas keberlanjutan daya dukungnya. Oleh karena itu, masalah lingkungan hidup ini merupakan tanggung jawab sosial bagi perusahaan sebagai *legal entity* untuk mempertahankan eksistensinya dan sudah selayaknya mengimplementasikan apa yang menjadi tujuan sosial perusahaannya.¹⁹⁷

Selain dalam Undang-Undang Pengelolaan Lingkungan Hidup tersebut, CSR juga secara implisit diatur dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan dan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1967 tentang Ketentuan Pokok Pertambangan, Undang-Undang Nomor 41 tahun 1999 Tentang Kehutanan, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2004 tentang Sumberdaya Air, Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 Tentang Hak Asasi Manusia, dan Undang-Undang nomor 19 tahun 2003 tentang BUMN.

Undang-undang tersebut di atas merupakan termasuk dalam undang-undang terkait yang disebutkan dalam Pasal 74 ayat (3) Undang-Undang Pereroan Terbatas. Ayat tersebut menyebutkan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi sesuai dengan undang-undang terkait. Ini berarti bahwa sebelum dikenakan sanksi, akan dilihat terlebih dahulu bentuk pelanggarannya, setelah itu sanksi yang akan dikenakan

¹⁹⁷ *Ibid.* hlm 19.

disesuaikan dengan sanksi yang ada didalam Undang-Undang terkait yang sesuai dengan pelanggaran tersebut.

Apabila melihat dari undang-undang yang terkait di atas, menunjukkan bahwa pada dasarnya kewajiban CSR di Indonesia sudah ada sejak lama, akan tetapi hanya didasarkan pada kerelaan dan *philanthropy* dari perusahaan. Sedangkan Dengan diaturnya CSR dalam Undang-Undang Penanaman Modal dan Undang-Undang Pereroan Terbatas menjadikan CSR sudah bukan lagi sebagai kewajiban moral, akan tetapi sudah menjadi kewajiban hukum bagi perusahaan.

Pengaturan ini juga merupakan bentuk dari pelaksanaan Undang-Undang Dasar 1945 Bab XIV tentang Perekonomian Nasional dan Kesejahteraan Sosial. Konsep CSR ini merupakan sebagai bentuk implementasi Pasal 33 ayat (1), (2), (3) dan (4). Pasal tersebut berbunyi:

- (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 air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-sebesar kemakmuran rakyat.
- (4) Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi, berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandiri, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.

Hal ini senada dengan pertimbangan hukum yang diberikan dalam putusannya terhadap uji materiil Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas. Dalam putusannya MK menyatakan bahwa pasal tersebut tidak bertentangan dengan Pasal 33 ayat (4) UUD 1945. Mahkamah berpendapat bahwa pengaturan TJSL yang berbeda dengan CSR yang ada pada Undang-

Undang Penanaman Modal bukan berarti menimbulkan diskriminatif. Akan tetapi pengaturan TJSL untuk perusahaan yang bidang usahanya dan/atau kegiatannya berkaitan dengan sumber daya alam karena berkaitan dengan pasal 33 ayat (3), Jadi pemerintah berhak untuk mengaturnya secara berbeda.¹⁹⁸

Dengan adanya pengaturan CSR dalam Undang-Undang Pereroan Terbatas menegaskan kembali kewajiban-kewajiban perusahaan pertambangan terhadap lingkungan dan masyarakat yang ada di sekitar operasi perusahaan. dengan demikian, kewajiban terhadap pertumbuhan masyarakat dan kelestarian lingkungan di sekitar operasional perusahaan selain sebagai kewajibannya sebagai perusahaan pertambangan yang ada di daerah tersebut, juga merupakan kewajiban sosial (CSR) dari perusahaan tersebut. Agar tidak terjadi tumpang tindih dan benturan undang-undang, maka perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sesuai dengan undang-undang terkait sesuai dengan aspek CSR yang ditinggalkan atau tidak dilaksanakan.

¹⁹⁸ Putusan Mahkamah Konstitusi No. 53/PUU-VI/2008.

BAB III

**PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA
PERSEROAN TERBATAS TERBUKA DI INDONESIA**

**A. Kriteria *Coprorate Social Responsibility* yang Harus Diterapkan pada
Perseroan Terbatas Terbuka di Indonesia**

Sejak diundangkannya Undang-Undang Penanaman Modal, kemudian dilanjutkan dengan Undang-Undang Perseroan Terbatas, kedua undang-undang tersebut telah banyak menimbulkan kontroversi, bahkan Undang-Undang Perseroan Terbatas terutama pasal yang mengatur tentang CSR (pasal 74 beserta penjelasannya) dimintakan pengujian materil ke Mahkamah Konstitusi (MK) oleh pelaku usaha (Kadin, HIPMI, Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia, PT Lili Panma, PT APAC Citra Sentertex Tbk, dan PT Kreasi Tiga Pilar).

Hal ini terjadi karena adanya perbedaan penafsiran dan pemahaman mengenai CSR. Selama ini CSR difahami sebagai suatu kegiatan sukarela dari perusahaan untuk masyarakat, sehingga CSR merupakan suatu kewajiban moral. Dengan adanya pengaturan CSR dalam kedua undang-undang tersebut menjadikan CSR sebagai kewajiban hukum. Selanjutnya, untuk pelaksanaannya CSR akan diatur melalui Peraturan Pemerintah, akan tetapi sampai 2 tahun berjalan kedua undang-undang tersebut diberlakukan, Peraturan Pemerintah tersebut tak kunjung dikeluarkan.

Kedua Undang-Undang tersebut mewajibkan CSR kepada perusahaan, akan tetapi tidak mengatur secara jelas dan rinci bagaimana kriteria CSR yang

harus dilaksanakan oleh perusahaan dan bagaimana kriteria sebuah perusahaan dapat dinyatakan telah melakukan kegiatan CSR. Permasalahan ini juga telah menimbulkan masalah dan menunjukkan bahwa pengaturan CSR belum jelas.

Ketidajelasan pengaturan ini telah mengakibatkan kebingungan pada kalangan pengusaha. Bagaimana mereka harus mengimplementasikan CSR dalam aktivitas usahanya. Sehingga yang terjadi adalah ada yang melaksanakan CSR sesuai dengan pemahaman dan visinya terhadap CSR tersebut, dan sebagian lagi tidak melaksanakan, walaupun melaksanakan hanya sebatas “*lip service*”, bahkan ada pula yang telah mengintegrasikan CSR ke dalam manajemen dan budaya perusahaan serta menuangkannya dalam bentuk *code of conduct*.²⁰⁸

Kriteria memiliki makna prasyarat, ukuran atau standar.²⁰⁹ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kriteria adalah ukuran yang dipakai sebagai pedoman untuk menentukan (menilai) sesuatu.²¹⁰ Oleh karena itu, kriteria CSR merupakan standar atau ukuran dari pelaksanaan CSR. Melalui kriteria tersebut dapat dilihat dan diukur bagaimana CSR yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan, sehingga perusahaan tersebut telah dapat dikatakan sebagai perusahaan yang telah melaksanakan CSR.

Untuk menentukan kriteria CSR yang harus diterapkan oleh suatu perusahaan terutama PT terbuka dapat dilihat dari definisi, prinsip, konsep dan juga pengaturannya dalam undang-undang (dalam hal ini Undang-Undang Penanaman Modal dan Undang-Undang Perseroan Terbatas).

²⁰⁸ Isa Wahyudi dan Busyra Azheri, *op.cit.* hlm 141.

²⁰⁹ Pius A Partanto dan M. Dahlan Al Barry, 1994, *Kamus Istilah Populer*, Arkola, Surabaya. hlm 380.

²¹⁰ Tim Reality, 2008, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Reality Publisher, Surabaya, hlm. 388.

Saat ini, definisi CSR yang sering digunakan adalah definisi yang diberikan oleh WBCSD sebagaimana telah diuraikan pada pembahasan terdahulu, bahwa CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaannya beserta seluruh keluarganya.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat dilihat bahwa CSR yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan merupakan suatu komitmen dari perusahaan. Secara harfiah komitmen memiliki makna yang lebih dekat dengan janji. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, komitmen merupakan kontrak atau perjanjian untuk melakukan sesuatu.²¹¹ Dalam hal ini adalah CSR. Ini berarti bahwa CSR tidak sekedar kesukarelaan dari perusahaan.

Selanjutnya disebutkan bahwa komitmen tersebut harus berkelanjutan. Ini berarti bahwa CSR tersebut membutuhkan kontinuitas dari perusahaan, tidak sekedar *philanthropy* dari perusahaan. CSR tersebut tidak sekedar perusahaan sebagai pemberi dan masyarakat hanya sebagai penerima. CSR pun harus memberikan kontribusi bagi masyarakat sekitar perusahaan khususnya dan masyarakat pada umumnya. Disamping itu juga harus meningkatkan taraf hidup pekerja dan keluarganya.

Komitmen perusahaan untuk ikut serta dalam pembangunan berkelanjutan merupakan prinsip dari CSR, oleh karena itu konsep CSR merupakan konsep yang ada dalam pembangunan berkelanjutan tersebut. konsep

²¹¹ A Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *op. cit.*, hlm 378.

tersebut adalah tanggung jawab sosial (*social responsibility*), pertumbuhan ekonomi (*economic growth*), dan kelestarian lingkungan (*environment sustainability*).

Berdasarkan prinsip dan ketiga konsep di atas dapat dilihat bahwa kriteria suatu perusahaan dapat dikatakan telah melaksanakan kegiatan CSR apabila perusahaan telah melaksanakan ketiga konsep tersebut. Dalam kegiatan CSR-nya perusahaan harus dikemas agar mencakup ketiga konsep tersebut. kegiatannya harus berupa tanggung jawab sosial, pertumbuhan ekonomi dan juga pelestarian lingkungan.

Apabila hendak menganut pemahaman yang digunakan para ahli yang menggodok ISO 26000 *Guidance Standard on Social Responsibility* yang secara konsisten mengembangkan tanggung jawab sosial, CSR akan mencakup pada 7 (tujuh) isu pokok, yaitu:²¹²

1. Pengembangan masyarakat
2. Konsumen
3. Praktek kegiatan isntitusi yang sehat
4. Lingkungan
5. Ketenagakerjaan
6. Hak Asasi Manusia
7. Organizational Governance (governance organisasi).

Meskipun ISO 26000 telah konsisten mengembangkan konsep CSR, akan tetapi telah disepakati bahwa ISO 26000 ini hanya memuat *guedelines* (panduan)

²¹² Mas Achmad Daniri, *op. cit.* hlm. 5.

saja dan bukan *requirements* (umumnya bersifat pemenuhan terhadap persyaratan-persyaratan), karena ISO 26000 ini memang tidak dirancang sebagai standar sistem manajemen dan tidak digunakan sebagai standar sertifikasi.²¹³

Komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Itulah definisi yuridis dari tanggung jawab sosial (CSR) yang didefinisikan oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas.²¹⁴ Sedangkan dalam Undang-undang Penanaman Modal, definisi dari CSR 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.²¹⁵

Apabila mengacu kepada definisi CSR yang diberikan oleh kedua undang-undang tersebut diatas, maka diperoleh beberapa unsur yang harus ada dalam suatu CSR, yaitu :

1. CSR merupakan suatu komitmen dari perusahaan untuk ikut berperan serta dalam pembangunan berkelanjutan.
2. Komitmen tersebut merupakan tanggung jawab dari perusahaan.
3. CSR harus dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan baik yang berada disekitar tempat perusahaan tersebut berada maupun masyarakat dan lingkungan pada umumnya.

²¹³ Yusuf Wibisono, *op. cit.*, hlm 39.

²¹⁴ Pasal 1 angka 3 Undang-Undang perseroan Terbatas.

²¹⁵ Penjelasan pasal 15 huruf b Undang-Undang penanaman Modal.

4. CSR dilakukan untuk menjalin hubungan yang harmonis dan serasi antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya, baik yang berada disekitar perusahaan tersebut maupun masyarakat dan lingkungan pada umumnya.

Ad. 1. CSR merupakan suatu komitmen dari perusahaan untuk ikut berperan serta dalam pembangunan berkelanjutan.

Komitmen CSR adalah instrumen-instrumen yang dibangun oleh sebuah perusahaan yang mengindikasikan apa yang ingin dilakukan dalam rangka memberi perhatian terhadap pengaruh sosial dan lingkungannya. Komitmen ini adalah kunci untuk memastikan bahwa budaya yang dimiliki sama dan sebangun dengan nilai-nilai CSR, selaras dan terintegrasi dengan strategi bisnis, sasaran dan tujuan keseluruhan perusahaan, memberikan panduan yang jelas bagi karyawan mengenai bagaimana mereka harus berperilaku, serta secara akurat mengkomunikasikan CSR kepada mitra bisnis, pemasok, komunitas, pemerintah dan publik.²¹⁶

Komitmen CSR tersebut harus ditujukan pada upaya untuk melaksanakan upaya pembangunan berkelanjutan. Maksud dari pembangunan berkelanjutan adalah suatu gagasan paradigma yang berupaya untuk dapat memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengurangi kemampuan generasi masa depan untuk memenuhi kebutuhannya.²¹⁷

Salah satu sasaran utama dari pembangunan berkelanjutan adalah upayanya dalam meningkatkan taraf hidup manusia, sehingga kemiskinan

²¹⁶ A.B. Susanto, 2007, *Corporate Social Responsibility*, The Jakarta Consulting Group, Jakarta, hlm 84.

²¹⁷ Arif Budimanta, et. al., *op. cit.* hlm6.

dapat ditekan sedemikian rupa.²¹⁸ Pembebasan dari kesempatan ekonomi ini tetap tidak dapat melupakan azas-azas keberlanjutan-keberlanjutan yang lain seperti sosial dan lingkungan.

Keberlanjutan merupakan kapasitas penampung dari ekosistem untuk mengasimilasikan pemborosan agar tidak sampai berlebihan. Keberlanjutan tersebut dapat dilihat dari beberapa dimensi dimana dimensi tersebut merupakan bagian dari keberlanjutan itu sendiri, yaitu manusia (*human*), sosial (*social*), lingkungan (*environment*), dan ekonomi (*economic*).

Komitmen inilah yang membedakan antara CSR dengan *philanthropy*. Komitmen dan tanggung jawab ini dibuktikan oleh perusahaan dengan adanya keterlibatan langsung dan kontinuitas perusahaan dalam setiap kegiatan CSR yang dilakukannya. Justru keterlibatan langsung dan kontinuitas kegiatan inilah yang menjadi ciri dari CSR.

Ad 2. Komitmen tersebut merupakan tanggung jawab dari perusahaan.

Sebagaimana telah disebutkan di atas bahwa komitmen merupakan sebuah janji. Oleh karena itu, Komitmen CSR tersebut menjadi tanggung jawab bagi perusahaan, karena janji tersebut harus ditepati oleh perusahaan. Dengan demikian CSR merupakan tanggung jawab moral, akan tetapi tidak sebatas itu, karena komitmen tersebut sudah ditegaskan dalam Undang-Undang, maka CSR juga sebagai tanggung jawab hukum (*legal*). Awalnya sempat menjadi pertentangan dikalangan pebisnis, bahkan menjadi salah satu pertimbangan dalam uji materiil Undang-Undang Perseroan Terbatas pasal 74

²¹⁸ *Ibid.*

beserta penjelasannya. Kalangan pebisnis menganggap pasal tersebut telah menyalahi prinsip dasar dari CSR yang bersifat etis, moral dan voluntair. Akan tetapi terhadap hal tersebut MK berpendapat bahwa . Peningkatan CSR sebagai suatu *voluntary* menjadi suatu kewajiban yang *mandatory* dilakukan untuk memastikan keikutsertaan perusahaan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat. Dengan mengingat kondisi sosial dan lingkungan yang sudah rusak akibat pengelolaan bisnis dimasa lalu. Oleh karena untuk mencegah terjadinya kembali hal tersebut dan untuk melestarikan lingkungan yang masih ada, maka dibutuhkan keikutsertaan dari semua pihak, baik pemerintah, perusahaan dan masyarakat pada umumnya.²¹⁹ Tanggung jawab untuk memulihkan kondisi tersebut berada pada pemerintah, masyarakat dan juga perusahaan, dan CSR merupakan bentuk dari tanggung jawab terhadap hal tersebut.

Ad 3. CSR harus dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan baik yang berada disekitar tempat perusahaan tersebut berada maupun masyarakat dan lingkungan pada umumnya.

Salah satu tujuan dilakukannya CSR adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan. Ini merupakan sebagian dari dimensi pembangunan berkelanjutan sebagaimana diuraikan di atas. Meskipun tujuan dari perusahaan adalah mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, akan tetapi perusahaan tidak dapat melupakan kewajiban

²¹⁹ Putusan MK Nomor 53/PUU-VI/2008 diakses melalui www.mahkamahkonstitusi.go.id tanggal 3 Juni 2009.

sosial dan lingkungannya. Hal ini disebabkan karena perusahaan sebagai bagian dari masyarakat dan lingkungan sekitarnya, sehingga keterlibatannya dalam kegiatan CSR akan memberikan manfaat yang sangat besar bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dengan kegiatan CSR tersebut diharapkan mampu meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan kelestarian lingkungan. Dengan demikian program-program CSR yang direncanakan dan dilaksanakan oleh perusahaan harus memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Manfaat tersebut selanjutnya akan kembali ke perusahaan, karena akan memberikan rasa aman dan jaminan keberlanjutan dari perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat menikmati keuntungan dalam waktu yang lama pula.

Ad. 4. CSR dilakukan untuk menjalin hubungan yang harmonis dan serasi antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya, baik yang berada disekitar perusahaan tersebut maupun masyarakat dan lingkungan pada umumnya.

Perusahaan sebagai bagian dari masyarakat di sekitar perusahaan maupun sebagai warga negara yang baik, maka sudah sewajarnya jika perusahaan menjalin hubungan yang harmomis dengan masyarakat dan warga negara yang lain serta dengan lingkungan tempat perusahaan itu berada. Hal ini sangat penting bagi perusahaan, karena akan memberikan rasa aman bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Selain itu masyarakat pun dapat merasakan manfaat keberadaan perusahaan disekitarnya dan lingkungan pun akan tetap terjaga kelestariannya. Disini akan terlihat simbiosis *mutualisme*

antara perusahaan dengan masyarakat. Ini akan menjadi investasi dan jaminan bagi perusahaan untuk menjaga keberlanjutan perusahaannya.

Adapun penjabaran tentang CSR disebutkan dalam Pasal 74 Undang-Undang tersebut. Pasal tersebut secara lengkap berbunyi:

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- (2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (3) Perseroan yang tidak melakukan 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.

Dalam Undang-Undang perseroan Terbatas Pasal 74 ayat (1), yang diwajibkan untuk melaksanakan CSR adalah perusahaan yang kegiatan bidang usahanya dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, ini bukan berarti perusahaan lain seperti Usaha Dagang (UD), Firma (Fa) dan perusahaan Komanditer (CV) tidak diwajibkan untuk melakukan CSR, karena kewajiban CSR tidak hanya diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas, akan tetapi diatur juga dalam Undang-Undang Penanaman Modal. Oleh karena itu kewajiban CSR bagi perusahaan selain perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam didasarkan pada Undang-Undang Penanaman Modal, terutama pasal 15 huruf b.²²⁰

Selanjutnya pada ayat (2) dari pasal tersebut disebutkan bahwa CSR tersebut harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perusahaan. Hal ini

²²⁰ *Ibid.* hlm 96.

menimbulkan kontroversi dan pertentangan dari kalangan pengusaha. Mereka berpendapat bahwa hal ini memberatkan pengusaha dan akan mengurangi keuntungan. Sebelum adanya kewajiban CSR, perusahaan telah dibebankan dengan kewajiban pajak, ijin gangguan dan Analisa Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL). Akan tetapi, terhadap hal ini MK berpendapat bahwa CSR ditujukan untuk pembangunan masyarakat secara umum dan nasional, sedangkan kewajiban TJSI ditujukan untuk pembangunan sosial dan lingkungan yang berada disekitar perusahaan tersebut menjalankan usahanya.²²¹ Selanjutnya pembiayaan untuk program CSR tersebut dianggarkan berdasarkan kepatutan dan kewajaran. Jadi hal ini akan melihat kondisi perusahaan dan sesuai dengan kemampuan perusahaan dan akan diatur lebih lanjut dalam Peraturan Pemerintah.²²²

Ketika biaya CSR dimasukkan ke dalam biaya operasional, maka ini akan mengakibatkan biaya produksi semakin meningkat, hal ini akan mengakibatkan harga barang atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen pun tinggi. Dalam hal ini konsumenlah yang akan dirugikan. Oleh karena itu, untuk menghindari hal tersebut, undang-undang telah mengamanatkan bahwa dalam menganggarkan biaya CSR harus didasarkan pada kepatutan dan kewajaran. Dengan demikian, apabila semakin tinggi harga barang atau jasa, maka kualitas barang atau jasa yang diberikan kepada konsumen pun harus baik. Sehingga dalam hal ini tidak akan ada yang dirugikan, akan tetapi akan saling menguntungkan. Meskipun harga yang harus dibayarkan oleh konsumen tinggi, akan tetapi dari sana pula konsumen akan mendapatkan jaminan kualitas barang atau jasa yang baik pula.

²²¹ *Ibid*, hlm 93.

²²² *Ibid*.

Sejak diatur dalam Undang-Undang Penanaman Modal dan Undang-Undang perseroan Terbatas, kewajiban CSR menjadi kewajiban hukum. Dalam Pasal 73 ayat (3) Undang-Undang Perseroan Terbatas ditegaskan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan kewajiban CSR akan dikenakan sanksi. Sanksi tersebut akan dikenakan sesuai dengan undang-undang terkait, mengingat bahwa CSR itu mencakup beberapa dimensi yaitu manusia, ekonomi dan lingkungan. Ketiga dimensi tersebut juga memiliki pengaturan yang lebih khusus, sehingga sanksi terhadap perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan mengacu pada undang-undang yang terkait yang lebih khusus tersebut. Hal ini untuk memberikan kepastian hukum dan menghindari pertentangan antar undang-undang.²²³

Berdasarkan uraian di atas, baik kriteria berdasarkan definisi, prinsip, konsep dan pengaturan CSR dalam peraturan perundang-undangan, maka dapat dilihat kriteria CSR yang harus dilaksanakan oleh Perseroan terbatas terutama Perseroan Terbatas Terbuka di Indonesia, yaitu :

1. Program CSR sebagai suatu komitmen harus dilaksanakan secara *continue*, tidak hanya sebuah sumbangan atau derma dari perusahaan.
2. Program CSR harus melibatkan semua *stakeholders*. Dalam hal ini pelaksanaan CSR tidak hanya oleh perusahaan, akan tetapi masyarakat dan *stakeholders* yang lain pun harus dilibatkan. Perusahaan tidak hanya memberi dan masyarakat menerima, akan tetapi harus saling terlibat dan menguntungkan.

²²³ *Ibid.*

3. Program CSR harus memberikan manfaat kepada perusahaan, masyarakat dan lingkungan dalam upaya pembangunan berkelanjutan. Jadi program CSR harus memenuhi seluruh konsep pembangunan berkelanjutan, yaitu tanggung jawab sosial, pertumbuhan ekonomi dan kelestarian lingkungan.
4. Biaya dari program CSR harus dianggarkan sebagai biaya operasional perusahaan, bukan disisihkan dari keuntungan perusahaan atau dari harga pembelian oleh konsumen.

Kriteria-kriteria tersebut harus ada dalam setiap kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Apabila program CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan belum memenuhi kriteria tersebut, maka perusahaan tersebut berarti belum melaksanakan kewajiban CSRnya dan belum dapat dikatakan sebagai perusahaan yang telah melaksanakan CSR.

B. Bentuk-Bentuk *Corporate Social Responsibility* pada PT Terbuka

1. Bentuk dan Model *Corporate Social Responsibility*

Dikalangan sebagian dunia usaha, sudah tumbuh pengakuan bahwa keberhasilan ekonomi dan finansial mereka berkaitan erat dengan kondisi sosial dan lingkungan dimana perusahaan mereka beroperasi. Untuk mewujudkan tanggung jawab semacam itu, dunia usaha diharapkan memperhatikan dengan sungguh-sungguh CSR dalam aktivitas usahanya.²²⁴

²²⁴ Isa Wahyudi dan Busyra Azheri, *op. cit.* hlm. 62.

Belum adanya definisi tunggal yang diterima secara global oleh semua pihak, juga menimbulkan beragamnya pendapat mengenai ruang lingkup CSR. Setiap perusahaan berhak untuk menentukan sendiri bentuk CSR yang akan dilaksanakannya sesuai dengan kemampuan dan kreatifitas perusahaan tersebut.²²⁵ Dalam prakteknya, banyak dari perusahaan yang menyatakan telah melaksanakan CSR, akan tetapi pada kenyataannya kegiatan itu bukan merupakan CSR. selain itu juga banyak dari perusahaan yang melaksanakan kegiatan CSR hanya sebagai *lip-service* saja.

Di era globalisasi ini muncul berbagai kritik terhadap program-program CSR yang dilaksanakan perusahaan, yaitu:²²⁶

a. CSR hanyalah strategi *marketing* perusahaan yang tujuannya untuk meningkatkan profit.

Dalam hal ini sering terjadi salah pengertian antara *marketing* dan CSR. Kedua istilah tersebut merupakan dua hal yang berbeda, meskipun dewasa ini juga dikenal istilah *Marketing Social Responsibility*, maupun *social Marketing*. Tidak seperti *marketing*, CSR tidak bertujuan mendongkrak angka penjualan sebagaimana *marketing*. Jika kemudian konsumen mengkonsumsi produk yang dihasilkan dan dipasarkan oleh perusahaan yang memiliki reputasi dan *image* yang kuat, maka itu adalah keuntungan dari pelaksanaan CSR yang benar, tepat dan terbukti akuntabilitasnya.

b. Perusahaan berlindung dibalik program CSR untuk mendapatkan promosi melalui pembelian *media space*.

²²⁵ Gunawan Wijaya dan Yeremia Ardhi Pratama, *op.cit.* hlm. 51

²²⁶ Reza Rahman, 2009, *Corporate Social Responsibility, Antara Teori dan Kenyataan*, Medpress, Yogyakarta, hlm. 97-99.

Promosi memang menjadi hal yang selama ini gencar dilakukan oleh perusahaan. CSR merupakan program yang dilakukan oleh perusahaan untuk membalas budi kepada masyarakat atau *stakeholders*. Prinsip sebagai tetangga yang baik bagi komunitas dilakukan dalam proses ini. perusahaan semaksimal mungkin melalui kegiatan CSR yang benar-benar mewakili *needs, desire, wants* dan *interest* komuniti memberikan kontribusinya sebagai tetangga yang baik. Pengkomunikasian kegiatan CSR dilakukan agar *stakeholders* mengetahui pelaksanaan program CSR. hal ini juga bertujuan agar perusahaan lain yang belum melaksanakan CSR terpacu.

- c. Program CSR hanyalah sekumpulan kegiatan PR (*Public Relation*) yang biasanya *lip service* dan mengarah pada kebohongan publik.

CSR disatu sisi memang dapat membangun reputasi, tetapi reputasi yang dibangun itu bukan kebohongan. CSR bukanlah tindakan pada ranah PR/humas, tetapi murni itikad baik dari perusahaan untuk berkontribusi terhadap kebaikan dunia. Memang diakui, sekarang ini belum banyak perusahaan yang melaksanakan CSR dengan benar dan masih menjadikan CSR sebagai program yang bersifat insidental, tren dan tidak berkesinambungan.

- d. CSR adalah kegiatan yang utopis, tidak dapat dilakukan sebuah perusahaan yang berbasis *profit oriented*.

Perusahaan memang berorientasi pada profit, tidak sedikit dari perusahaan yang menganggap bahwa kegiatan CSR hanya akan menambah beban

biaya perusahaan dan mengurangi keuntungan yang akan diperoleh, tetapi kenyataannya banyak perusahaan yang berhasil melaksanakan CSR-nya.

Sebenarnya banyak dari perusahaan Asia yang telah melaksanakan CSR, tetapi masih lebih banyak lagi yang mengacuhkan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat dan lingkungan serta tidak sedikit pula yang melaksanakan CSR sekedar untuk *lip-service* saja. Akibatnya, banyak dari komunitas perusahaan yang semestinya mendukung malah menjadi oposan atau penentang yang sangat sensitif terhadap setiap langkah operasional perusahaan.²²⁷

Saat ini, strategi bisnis perusahaan tidak dapat lagi seperti bertahun-tahun lalu yang dapat mengabaikan kewajiban sosial dan lingkungan. Perusahaan tidak mungkin lagi menghindari kewajiban CSR. Dengan kata lain, CSR harus dipertimbangkan untuk memaksimalkan manfaat bagi setiap *stakeholders*. CSR dapat juga dianggap sebagai alat pemasaran produk, karena dengan melakukan CSR orang akan membeli lebih banyak. *Market share* dapat diharapkan lebih meningkat.²²⁸ Perlu ditekankan lagi, bahwa CSR dan *marketing* merupakan dua hal yang berbeda. Selama ini banyak kegiatan *marketing* yang diklaim sebagai kegiatan CSR, yaitu:²²⁹

- a. *Social marketing*, yaitu penerapan sejumlah teknik pemasaran komersial pada tahapan analisis, perencanaan, eksekusi dan evaluasi dari sebuah program yang dipolakan untuk mempengaruhi tindakan kesukarelaan dan

²²⁷ *Ibid.* hlm. 100.

²²⁸ Adler Manurung, "Faktor CSR di Bursa Saham", *Majalah Bisnis dan CSR*, Vol. 1 No. 4 edisi Maret 2008. hlm. 106.

²²⁹ Reza Rahman, *op.cit.* hlm. 98.

ketidaksukarelaan target audiens agar dapat berperan dalam meningkatkan kesejahteraan dari individu maupun kelompok masyarakat.

- b. *Green marketing*, yaitu pengembangan dan promosi dari produk yang baik dan aman untuk lingkungan.
- c. *Cause Related Marketing* (CRM), yaitu dukungan pada kejadian sosial tertentu dimana perusahaan mendorongnya melalui transaksi finansial dengan konsumennya. Ketika sebuah perusahaan menyatakan bahwa sebagian dari keuntungan atau penjualan produknya akan disumbangkan untuk kegiatan sosial tertentu, maka perusahaan tersebut sedang melakukan apa yang disebut sebagai CRM.²³⁰

Selain masih sering disamakan dengan kegiatan *marketing*, CSR juga sering disamakan dengan kegiatan *philanthropy*. Seperti program bantuan dana dan barang yang diberikan oleh XL pada saat terjadi bencana longsor di Cianjur dan Banjir di Banjarmasin pada tahun 2008 lalu. Kegiatan tersebut hanya merupakan sebuah kegiatan *philanthropy*, bukan merupakan CSR. karena seperti telah dikemukakan terlebih dahulu bahwa kegiatan CSR harus *continue* dan perusahaan terlibat langsung didalam kegiatan tersebut. Sedangkan dalam kegiatan amal, perusahaan hanya bertanggung jawab sampai dana atau bantuan tersebut diterima oleh korban bencana atau penerimanya. Seain itu, *philanthropy* juga biasanya bersifat insidentil.

Sejauh ini berbagai macam bentuk CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan, uniknya, mayoritas dari semua itu merujuk pada konsep *triple*

²³⁰ Jalal, "Cause Related Marketing sebagai Bagian dari CSR" diakses melalui <http://www.kabarindonesia.com/berita.php?pil=20&dn=20071106065142>, pada 20 Juni 2009.

*bottom line.*²³¹ Eleanor Chambers dan kawan-kawan pada tahun 2003 telah melakukan sebuah penelitian atas praktek CSR di tujuh Negara Asia. Hasil dari penelitian tersebut, mereka mengklasifikasikan CSR dalam tiga aspek, yaitu:²³²

- a. keterlibatan dalam komunitas, termasuk didalamnya adalah pengembangan masyarakat (*Community Development, ComDev*), pendidikan dan pelatihan kegiatan keagamaan dan olahraga.
- b. Pembuatan produk yang dapat dipertanggungjawabkan secara sosial, termasuk didalamnya adalah kesehatan dan keselamatan kerja, proses dan produk yang ramah lingkungan.
- c. *Employee relation*, yaitu kesejahteraan pekerja dan keterlibatan pekerja.

Salah satu bentuk CSR yang sering dipraktekkan di Indonesia adalah ComDev. 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.²³³ Selain itu, ComDev juga diyakini sebagai aktualisasi dari CSR yang lebih bermakna dari pada sekedar *charity* ataupun dimensi CSR yang lainnya. Hal ini disebabkan karena dalam pelaksanaan ComDev, terdapat kolaborasi kepentingan bersama antara perusahaan dengan komunitas, adanya partisipasi, produktivitas, dan keberlanjutan.²³⁴

²³¹ Yusuf Wibisono, *op.cit.* hlm. 125.

²³² *Ibid.* hlm. 126

²³³ Mas Achmad Dhaniri, *op.cit.*, hlm. 11

²³⁴ Jackie Ambadar, *op.cit.*, hlm. 34

Mas Achmad Dhaniri membagi program pengembangan masyarakat (ComDev) dalam 3 (tiga) kategori, yaitu²³⁵:

- a. *Community Relation*, yaitu kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Dalam aktegori ini program lebih cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (*Charity*) perusahaan.
- b. *Community Service*, yaitu 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 hanya sebagai fasilitator.
- c. *Community empowering*, yaitu 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.

Tidak hanya CComDev, CSR juga merupakan komitmen dari perusahaan untuk mengintegrasikan kepeduliannya terhadap masalah ekonomi, sosial dan lingkungan, atau disebut dengan *Triple Bottom Line*.

²³⁵ Mas Achmad Daniri, *op.cit.*, hlm. 12.

Dalam implementasinya secara ringkas bentuk dari CSR ini dapat digolongkan dalam 4 (empat) bentuk, yaitu²³⁶:

- a. Pengelolaan lingkungan secara baik, termasuk didalamnya penyediaan lingkungan yang aman dan aman, sistem kompensasi yang layak dan perhatian terhadap kesejahteraan karyawan dan keluarganya.
- b. Kemitraan antara perusahaan dengan masyarakat, khususnya masyarakat lokal. Kemitraan ini diwujudkan secara umum dalam program ComDev untuk membantu peningkatan kesejahteraan umum masyarakat setempat dalam kurun waktu yang cukup panjang. Melalui program ini, diharapkan masyarakat akan menerima manfaat keberadaan perusahaan yang digunakan untuk menopang kemandiriannya bahkan setelah perusahaan berhenti beroperasi.
- c. Penanganan kelestarian lingkungan, kegiatan ini dimulai dari lingkungan perusahaan sendiri, termasuk melakukan penghematan penggunaan listrik, air, kertas dan lain sebagainya sampai penanganan limbah akibat kegiatan perusahaan, agar tidak mencemari lingkungan sekitar kantor, pabrik dan atau lahan.
- d. Investasi sosial, sering disalahartikan secara sempit sebagai “kegiatan amal perusahaan”. Makna sesungguhnya adalah perusahaan memberikan dukungan finansial dan non finansial terhadap kegiatan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh kelompok/organisasi lain yang pada akhirnya akan menunjang kegiatan bisnis perusahaan, karena perusahaan

²³⁶ Isa Wahyudi dan Busyra Azheri, *op. cit.*, hlm. 62.

melalui investasi sosial akan dapat menuai citra yang positif (*corporate image*).

Mengenai bentuk-bentuk CSR ini, Mas Achmad Dhaniri juga membagi bentuk CSR dalam 3 (tiga) bentuk, yaitu:²³⁷

- a. *Public relation*, yaitu usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada masyarakat mengenai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.
- b. *Strategi defensive*, usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negatif masyarakat yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan, dan biasanya untuk melawan “serangan” negatif dari anggapan masyarakat. Usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan yang berkembang sebelumnya dengan menggantinya dengan yang baru yang bersifat positif.
- c. Kegiatan yang berasal dari *visi* perusahaan, yaitu melakukan program untuk kebutuhan masyarakat sekitar perusahaan atau kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil dari perusahaan itu sendiri.

Jika melihat dari semua bentuk CSR tersebut diatas, perusahaan memang perlu untuk melakukan kegiatan CSR tersebut, semata-mata untuk kepentingan kelangsungan perusahaan itu sendiri. Seluruh biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan tersebut harus dianggap sebagai bagian dari investasi, jadi bukan biaya. Semua itu bertujuan agar perusahaan dapat menjalankan fungsi utamanya yaitu menghasilkan keuntungan yang bertahan

²³⁷ Mas Achmad Dhaniri, *op. cit.* hlm. 12.

lama.²³⁸ Meskipun kegiatan-kegiatan tersebut tampaknya hanya diberikan untuk masyarakat (*stakeholders*), akan tetapi manfaatnya akan kembali kepada perusahaan. Manfaat tersebut akan terasa lebih lama bahkan meskipun perusahaan sudah berhenti beroperasi di daerah tersebut, citra positif perusahaan akan tetap ada.

Alasan perusahaan untuk melakukan CSR adalah meliputi alasan sosial, ekonomi dan juga alasan hukum. Alasan sosial perusahaan melaksanakan CSR adalah sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat. Adapun alasan ekonomi perusahaan melaksanakan CSR adalah sebagai jalan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, karena ujung dari kegiatan CSR adalah keberlanjutan perusahaan, sehingga perusahaan akan terus hidup dan memperoleh keuntungan yang besar. Sedangkan alasan hukum perusahaan melaksanakan CSR adalah karena adanya aturan yang dibuat oleh pemerintah yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan CSR, jika tidak perusahaan akan mendapatkan sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.²³⁹

Dalam mengimplementasikan kegiatan CSRnya, perusahaan dapat melaksanakannya dengan 4 (empat) model, yaitu:²⁴⁰

- a. Terlibat langsung. Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan melaksanakannya sendiri tanpa melalui perantara atau pihak lain. Pada model ini perusahaan memiliki satu bagian tersendiri atau bisa juga

²³⁸ Isa Wahyudi dan Busyra Azheri, *op. cit.*, hlm. 63.

²³⁹ <http://www.keepandshare.com/doc/view.php?id=764997&da=y>, *loc. cit.*

²⁴⁰ *Ibid.*

digabung dengan yang lain yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan kegiatan sosial perusahaan termasuk CSR.

- b. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri dibawah perusahaan atau groupnya. Pada model ini biasanya perusahaan telah menyediakan dana khusus untuk digunakan secara teratur dalam kegiatan yayasan.
- c. Bermitra dengan pihak lain. Dalam menjalankan CSR perusahaan menjalin kerjasama dengan pihak lain seperti lembaga sosial non pemerintah, lembaga pemerintah, media massa dan organisasi lainnya.
- d. Mendukung atau bergabung dengan suatu konsorsium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial.

Dalam menjalankan kegiatan CSR-nya, perusahaan dapat menggunakan satu model atau lebih. Sebagian perusahaan juga ada yang menggunakan semua model CSR di atas dalam menjalankan kegiatan CSR-nya. Model mana yang dipilih sangat bergantung pada visi dan misi perusahaan, sumber daya yang dimiliki, serta tuntutan eksternal (misalnya kondisi masyarakat lokal, tekanan pemerintah atau LSM).²⁴¹

2. Penerapan *Corporate Social Responsibility* pada beberapa Perseroan Terbatas Terbuka di Indonesia

Setiap perusahaan memiliki cara dan bentuk CSR yang berbeda-beda. Semuanya tergantung dari kemampuan dan kreatifitas perusahaan serta

²⁴¹ Edi Suharto, *op.cit.* Hlm. 221.

keadaan sosial dan lingkungan sekitar perusahaan. Meskipun begitu, tujuan mereka melaksanakan program CSR tersebut adalah sama, yaitu untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap sosial dan lingkungannya. Selain itu juga untuk memberikan citra yang baik kepada masyarakat guna mendukung keberlanjutan perusahaan, dengan begitu tujuan utama perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dapat dicapai.

Menurut Mas Achmad Daniri, ada empat manfaat yang dapat diperoleh oleh perusahaan dengan menerapkan CSR.²⁴²

- a. Perusahaan dapat tumbuh berkelanjutan dan mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat dan investor.
- b. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (modal) termasuk dalam memanfaatkan pasar modal.
- c. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas.
- d. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) yang mempermudah pengelolaan manajemen resiko (*risk management*).

Adapun menurut Edi Suharto, manfaat yang dapat diperoleh dari pelaksanaan CSR adalah:²⁴³

²⁴² Mas Achmad Daniri, "Faktor CSR di Bursa Saham", *Majalah Bisnis dan CSR*, *op. cit.*, hlm. 110.

²⁴³ Edi Suharto, *op.cit.*, hlm. 231.

- a. *Brand Differentiation*, dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif, CSR dapat memberikan citra perusahaan yang khas, baik dan etis di mata public yang pada gilirannya akan menciptakan *customer loyalty*.
- b. *Human Resources*, Program CSR dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama yang memiliki kualifikasi tinggi. Selain itu bagi karyawan lama, CSR juga dapat meningkatkan persepsi, reputasi dan dedikasi dalam bekerja.
- c. *License to Operate*, perusahaan yang melaksanakan CSR dapat mendorong pemerintah dan publik memberi “izin” atau “restu” bisnis. Karena dianggap telah memenuhi standar operasi dan memperhatikan kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.
- d. *Risk management*, manajemen resiko merupakan isu sentral bagi setiap perusahaan. Reputasi yang sudah dibangun bertahun-tahun dapat runtuh dalam sekejap karena kasus korupsi, kecelakaan karyawan atau kerusakan lingkungan.

Salah satu cara mudah bagi perusahaan untuk mempraktikkan dan mengembangkan program CSR adalah dengan mempelajarinya dari perusahaan lain yang dinilai relatif lebih sukses dalam implementasi program ini, istilah kerennya adalah *benchmarking*.²⁴⁴ Tidak semua program CSR yang bagus diterapkan pada suatu perusahaan akan langsung cocok dan bagus untuk diterapkan pada perusahaan yang lain. Diperlukan suatu kreatifitas

²⁴⁴ Yusuf Wibisono, *op.cit.*, hlm. 131.

dalam memodifikasi agar program tersebut *inline* dengan kondisi yang dihadapi.²⁴⁵

Mengenai implementasi CSR ini, pada pembahasan terdahulu telah disebutkan bahwa Suhandari M. Putri mengelompokkan perusahaan berdasarkan praktik CSR menjadi perusahaan hijau, biru, merah dan hitam. Hal yang sama juga diberikan oleh Edi Suharto. Menurutnya apabila menggunakan dua pendekatan, perusahaan dapat dikategorikan menjadi 8 (delapan) kategori, yaitu:²⁴⁶

- a. Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR.
 - 1) Perusahaan minimalis, yaitu perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR yang rendah. Perusahaan kecil dan lemah biasanya termasuk kategori ini.
 - 2) Perusahaan ekonomis, yaitu perusahaan yang memiliki keuntungan yang tinggi, namun anggaran CSR-nya rendah. Perusahaan besar namun pelit.
 - 3) Perusahaan humanis, meskipun profit perusahaan rendah, proporsi anggaran CSR-nya relatif tinggi. Disebut perusahaan dermawan atau baik hati.
 - 4) Perusahaan reformis, perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR yang tinggi. Perusahaan seperti ini memandang CSR bukan sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk maju.

²⁴⁵ *Ibid.*

²⁴⁶ Edi Suharto, *op.cit.*, Hlm. 223.

b. Berdasarkan tujuan CSR, apakah untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat.

- 1) Perusahaan pasif, perusahaan yang menerapkan CSR tanpa tujuan yang jelas, bukan untuk promosi, bukan pula untuk pemberdayaan. Sekedar melakukan kegiatan karitatif. Perusahaan seperti ini melihat promosi dan CSR sebagai hal yang kurang bermanfaat bagi perusahaan.
- 2) Perusahaan impresif, CSR lebih diutamakan untuk promosi dari pada untuk pemberdayaan. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan “tebar pesona” dari pada “tebar karya”.
- 3) Perusahaan agresif, CSR lebih ditujukan untuk pemberdayaan ketimbang promosi. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan karya nyata dari pada tebar pesona.
- 4) Perusahaan progresif, perusahaan menerapkan CSR untuk tujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan. Promosi dan CSR dipandang sebagai kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu sama lain bagi kemajuan perusahaan.

Dari kategori perusahaan di atas, perusahaan yang reformis dan progresif merupakan perusahaan yang ideal, karena perusahaan ini merupakan perusahaan yang memiliki profit yang tinggi dan anggaran CSR yang tinggi. Perusahaan melaksanakan CSR dengan sungguh-sungguh dengan benar dan menganggap CSR sebagai suatu hal yang penting bagi perusahaan.

Di Indonesia, tidak sedikit perusahaan yang telah melaksanakan kegiatan-kegiatan sosial, sering kali kegiatan tersebut diklaim sebagai program CSR, akan tetapi apabila melihat kriteria CSR yang harus diterapkan sebagaimana di uraikan pada pembahasan terdahulu, program-program tersebut ada juga yang bukan merupakan CSR, melainkan hanya kegiatan *philanthropy* atau dapat juga hanya sebuah kegiatan *marketing*. Program-program tersebut tidak jarang diiklankan, baik melalui media cetak maupun elektronik.

Saat ini perusahaan-perusahaan, terutama perusahaan-perusahaan terbuka yang telah tercatat di bursa efek mulai memandang CSR sebagai sesuatu yang penting karena dapat menunjang harga sahamnya. Diantara perusahaan-perusahaan yang sudah memiliki komitmen untuk melaksanakan CSR adalah PT Kaltim Prima Coal, Tbk, PT Aneka Tambang, Tbk. PT Freeport Indonesia, Tbk. PT Indonesian Satellite Company, Tbk., dan PT Unilever, Tbk. Berikut ini akan diuraikan program-program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT Kaltim Prima Coal, Tbk. dan PT Freeport, Tbk. karena setiap perusahaan tambang biasanya melaksanakan program-program CSR yang hampir sama. Oleh karena itu, CSR PT Kaltim Prima Coal, Tbk. dan PT Freeport Indonesia, Tbk. ini akan menjadi contoh penerapan CSR pada perusahaan pertambangan atau perusahaan yang bidang usahanya dan /atau berkaitan dengan sumber daya alam. Selanjutnya untuk contoh penerapan CSR pada PT yang selain kegiatan bidang usaha dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, akan diuraikan program CSR PT Indonesian Satellite

Company, Tbk. Selain itu, pada akhirnya akan dianalisis beberapa program-program yang sering disebut sebagai CSR, akan tetapi pada dasarnya bukan merupakan CSR, melainkan hanya sekedar *philanthropy* atau pun kegiatan *marketing*.

a. Program-Program CSR PT Kaltim Prima Coal, Tbk.

PT Kaltim Prima Coal, Tbk. (selanjutnya disingkat KPC) merupakan sebuah perusahaan tambang batu bara yang beroperasi di Kutai Timur, Kalimantan Timur. Perusahaan yang memiliki Motto “tidak hanya menambang” ini didirikan pada tahun 1992, KPC merupakan perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) yang dimiliki oleh Beyond Petroleum (BP) dan Rio Tinto, dengan pembagian saham masing-masing 50%. Namun, pada tahun 2003, perusahaan berbendera Indonesia PT Bumi Resources Tbk, mengakuisisi 100 saham KPC.²⁴⁷ Belum lama ini, awal tahun 2009 sering dikabarkan mengenai gugatan arbitrase internasional di Singapura yang di ajukan oleh Tim Penyelesaian Divestasi Saham (TPDS) terhadap KPC untuk melakukan divestasi sahamnya sebesar 51% kepada pengusaha nasional, akan tetapi tidak lama setelah itu sebelum akhir jabatannya Gubernur Kaltim pada masa itu mencabut kembali gugatan tersebut.

Berdasarkan Perjanjian Karya Pengusahaan Batubara (PKP2B), KPC memiliki izin untuk melaksanakan eksplorasi, produksi dan memasarkan batubara dari wilayah perjanjian sampai tahun 2021. Wilayah perjanjian

²⁴⁷ Majalah Bisnis dan CSR, *Reference For Decision Maker*, *op.cit.* hlm. 278.

PKP2B meliputi daerah seluas 90.938 hektar di Kecamatan Sangata dan Bengalon, Kabupaten Kutai Timur.²⁴⁸

Sejak berdirinya, KPC telah mengadakan penelitian terhadap masyarakat sekitar tambang untuk melandasi pelaksanaan program CSR-nya.²⁴⁹ Setiap tahun, tidak kurang dari US\$ 5 Juta atau setara dengan Rp. 47,5 Miliar dana yang dialokasikan untuk program CSR diluar program pengelolaan lingkungan.²⁵⁰ Program-program CSR yang dilaksanakan oleh KPC adalah ComDev, pelestarian lingkungan dan program kesehatan dan keselamatan.²⁵¹ Untuk program ComDev ini, KPC melaksanakannya dalam tujuh program, yaitu:²⁵²

1) Pengembangan Agribisnis

Dalam program ini, KPC mengadakan pengembangan sentra perkebunan jeruk di Kecamatan Rantau Pulung, pengembangan tanaman kakao di Teluk Pandan, Sengata dan Bengalon, selain itu juga pengembangan tanaman kelapa sawit, jarak, pagar, nilam, salak dan tanaman semusim. Program lainnya adalah pengembangan kolam ikan, udang, ternak sapi dan ayam.

Agar program ini berhasil memuaskan dan berkelanjutan, KPC mendatangkan para ahli dalam bidang ini. Selanjutnya masyarakat dibagi dan diorganisir dalam kelompok tani, kemudian menugaskan karyawannya untuk mendampingi kelompok-kelompok tersebut. Setelah itu baru diberikan dana

²⁴⁸ *Ibid.*

²⁴⁹ Edward Malik, "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Sebuah Konteks Indonesia", *Competitiveness at The Frontier*, Edisi Juni 2008. hlm. 5.

²⁵⁰ *Majalah Bisnis dan CSR, op.cit.*, hlm. 279.

²⁵¹ http://www.kpc.co.id/index.php?option=com_content&task=view&id=38&Itemid=52
Diakses Pada 23 Juli 2009.

²⁵² *Ibid.* hlm. 279-181.

stimulan, sarana produksi, bibit dan lain-lain. KPC kemudian melakukan evaluasi terhadap hasil dari program tersebut. Pada akhirnya, KPC juga membukakan akses pasar kepada petani agar semua hasilnya terjual dengan baik. KPC juga membangun kebun percontohan bagi petani, petambak dan peternak yang disebut Bumi Pelatihan dan Percontohan Usaha Tani dan Konservasi (BPPUTK).

2) Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Program pengembangan UKM ini dilaksanakan dalam kegiatan *enabling, training, facilitating dan bridging*, yaitu membantu para pelaku UKM dengan menyediakan informasi pasar, melakukan survey pasar, memberikan akses permodalan dan memfasilitasi pertemuan dengan pihak penyedia permodalan dan pemerintah. KPC juga memberikan pelatihan teknis dan manajemen kewirausahaan kepada pelaku UKM, serta memberikan hadiah kepada pelaku usaha yang menjalankan usahanya dengan baik.

3) Pembangunan infrastruktur

Dalam bidang infrastruktur, KPC melakukan perbaikan jalan, pembuatan jembatan, saluran irigasi, pembangunan perkantoran, air bersih, listrik, perumahan suku tertinggal, klinik, gedung sekolah, pembangunan kampus Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian (Stiper) Sengata, pembangunan Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Sengata, dan fasilitas umum lainnya.

4) Pendidikan dan pelatihan

Terhadap peningkatan mutu pendidikan, KPC memberikan porsi terbesar dalam program CSR-nya. Program pendidikan dan pelatihan ini antara lain

dilaksanakan dengan memberikan beasiswa dari tingkat Sekolah Dasar (SD) hingga Strata Tiga (S3), baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Pengembangan kurikulum berbasis kompetensi yang melibatkan kepala sekolah dan para guru, peningkatan fasilitas pendidikan berupa bantuan furniture, pelatihan kewirausahaan kepada siswa SMP sampai perguruan tinggi dengan bekerja sama dengan Prestasi Junior Indonesia (PJI), pengembangan masyarakat peduli pendidikan melalui lembaga Lingkar, menyediakan tempat Praktek Kuliah Lapangan (PKL) dan tugas akhir, memberikan insentif kepada para guru dan lain-lain. KPC juga memberikan pelatihan kepada masyarakat lokal yang tidak memiliki keterampilan, seperti pelatihan mekanik.

5) Kesehatan masyarakat

Dalam bidang kesehatan, KPC juga sudah sejak lama aktif dalam melaksanakan program pemberantasan penyakit malaria, TBC dan demam berdarah yang berkembang di masyarakat sekitar tambang. Sejak 2003 KPC sudah terlibat dalam penanggulangan HIV/AIDS.²⁵³ Selain itu KPC juga memberikan bantuan berupa fasilitas medis, pembangunan puskesmas di berbagai desa-desa, pengobatan dan operasi gratis, penyediaan air bersih, operasi bibir sumbing dan luka bakar secara gratis, dan berbagai bentuk pelayanan kesehatan gratis lainnya.

6) Pelestarian alam dan budaya

²⁵³ *Majalah Bisnis dan CSR, op.cit.* Hlm. 277.

Selain program yang langsung berhubungan dengan masyarakat, KPC juga melaksanakan program CSR dalam bidang budaya. Hal ini dapat dilihat dari program pelestarian Taman Nasional Kutai (TNK) dengan bergabung menjadi mitra TNK. Setiap tahun KPC memberikan bantuan kepada TNK dan terlibat aktif dalam program penghijauan nasional. Program lainnya adalah rehabilitasi hutan mangrove, pelestarian satwa langka, dan dokumen adat, budaya dan dokumentasi serta promosi situs tapak tangan purba di gua-gua pegunungan Marang Kutai Timur.

7) Penguatan kapasitas masyarakat dan pemerintah.

Sebagai tetangga yang baik, KPC tidak menutup mata terhadap keberadaan instansi pemerintahan, TNI/Polri, organisasi kemasyarakatan, lembaga keagamaan, dan lainnya. Untuk mendukung lembaga-lembaga tersebut, KPC memberikan bantuan dana kepada tokoh agama dan masyarakat, bantuan perayaan hari-hari besar agama-agama, bantuan kendaraan untuk instansi pemerintahan dan TNI, bantuan BBM untuk berbagai instansi lainnya.

Apabila melihat uraian program ComDev yang dijalankan oleh KPC di atas, dapat dilihat bahwa semua bentuk ComDev telah diterapkan oleh KPC, baik berupa *Community Relation*, *Community Service* maupun *Community empowering*. Kegiatan *Communit relation* dapat dilihat dari adanya pelatihan dan keterampilan dalam kegiatan pengembangan agribisnis, penyediaan informasi pasar, memberikan akses dan fasilitas dalam permodalan bagi UKM dalam program pengembangan UKM. Termasuk dalam kegiatan ini adalah bantuan yang diberikan oleh KPC terhadap

pelestarian alam dan budaya dan penguatan kapasitas masyarakat dan pemerintah.

Untuk kegiatan *community service* dapat dilihat dari program pembangunan infrastruktur, baik dibidang pendidikan dan kesehatan serta pembangunan infrastruktur umum lainnya. Sedangkan untuk kegiatan *Community empowering* dapat dilihat dari program pengembangan UKM, karena dalam program ini KPC melatih kemandirian masyarakat.

Selain program-program di atas, KPC juga melaksanakan program kesehatan dan keselamatan kerja. Untuk program ini, KPC memfokuskan pada kesehatan karyawan. Dengan program ini KPC berusaha untuk memberikan kenyamanan bagi karyawan dalam bekerja, sehingga meningkatkan keselamatan kerja dan mengurangi resiko kecelakaan kerja²⁵⁴. Terhadap program ini KPC telah mendapatkan sertifikat OHSAS 18001, yang merupakan penghargaan atas keberhasilan program keselamatan kerja dan lingkungan.²⁵⁵

Adapun untuk program pelestarian lingkungan, KPC melaksanakan 3 (tiga) aktivitas, yaitu mencegah polusi, mengembalikan seluruh area tambang menjadi area yang aman, seimbang dan daerah yang produktif, serta memelihara biodiversity.²⁵⁶

Sejak beroperasi sampai tahun 2007, KPC telah berhasil merehabilitasi area pertambangan seluas 2.729 hektar. Sekitar 2.172.933

²⁵⁴http://www.kpc.co.id/index.php?option=com_content&task=view&id=36&Itemid=50, "health and safety" diakses pada 23 Juli 2009.

²⁵⁵ Majalah Bisnis dan CSR, Reference For Decision Maker, *loc.cit.* hlm. 277.

²⁵⁶ http://www.kpc.co.id/index.php?option=com_content&task=view&id=37&Itemid=51, "Environment", Diakses Pada 23 Juli 2009.

benih pohon sudah ditanam dalam program rehabilitasi area tambang dengan 168 jenis pohon. Dalam rangka mendukung program rehabilitasi area tambang, KPC telah menanam 300.000 benih pohon setiap tahun. KPC juga selalu mengukur tingkat kualitas air, udara dan juga tanah untuk mencegah kerusakan sebagai dampak dari kegiatan penambangan.²⁵⁷

Dari uraian program-program CSR yang dilaksanakan oleh KPC tersebut sudah dapat dilihat bahwa KPC telah memenuhi semua konsep CSR, yaitu *social responsibility, economic growth dan environment sustainability*. Karena dari program kesehatan dan keselamatan kerja dan program ComDev-nya, KPC telah memenuhi kewajiban sosial dan pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat sekitar tambang. Sedangkan kewajiban pelestarian lingkungan telah dilaksankannya dalam program pelestarian lingkungannya.

Program CSR KPC tersebut juga telah memenuhi kriteria CSR yang harus dipenuhi oleh perusahaan. KPC melaksankana program CSRnya secara berkesinambungan dan *continue*, bahkan sudah direncanakan dan dirancang sejak KPC berdiri, hal ini dapat dilihat dari kegiatan penelitian yang dilaksanakan oleh karyawan KPC yang disebut Pendamping Warga (PW) yang diterjunkan oleh KPC ke desa-desa sekitar tambang. Sehingga dalam pelaksanaan program CSR-nya KPC dapat melibatkan tidak hanya masyarakat, akan tetapi juga *stakeholders* lainnya. Program CSR ini dilaksanakan KPC untuk membantu masyarakat terutama masyarakat sekitar tambang. Masyarakat akan senantiasa merasakan manfaat kehadiran KPC

²⁵⁷ *Ibid.*

sebagai bagian dari masyarakat Kutai Timur. Selain itu juga KPC sebagai perusahaan pertambangan yang berkaitan langsung dengan sumber daya alam juga melaksanakan kewajibannya untuk selalu melestarikan lingkungan. KPC memulihkan area pertambangan dengan mengadakan rehabilitasi terhadap area pertambangan. Hal ini menunjukkan komitmen KPC untuk ikut serta dalam upaya pembangunan berkelanjutan.

Untuk melaksanakan program-program CSR tersebut, KPC telah menganggarkan sendiri dananya, tidak kurang dari Rp. 47,5 Miliar setiap tahunnya untuk program ComDev. Hal ini menunjukkan keseriusan dari KPC untuk menjalankan program CSRnya. KPC menganggap CSR merupakan hal yang sangat penting bagi keberlanjutan perusahaan.

Dalam menjalankan program CSRnya KPC menggunakan beberapa model, bahkan hampir seluruh model CSR digunakan oleh KPC. Model keterlibatan langsung, model kerja sama, model bergabung dengan konsorsium. Seperti pada program pengembangan agribisnis dan UKM, pendidikan dan pelestarian lingkungan, KPC menggunakan model terlibat langsung dengan menerjunkan PW ke desa-desa, selain itu juga dalam program ini KPC juga menggunakan model kerjasama, baik dengan pemerintah daerah, lembaga pendidikan dan lembaga sosial lainnya. Sedangkan dalam program pelestarian alam dan budaya serta program penguatan kapasitas masyarakat dan pemerintah, KPC menggunakan model menjadi anggota konsorsium, karena dalam program ini KPC sebagai pihak

yang mendukung dan memberikan bantuan bagi program-program yang dibuat oleh pemerintah atau lembaga lainnya.

Adapun bentuk CSR yang digunakan dalam program-program CSR tersebut adalah mulai dari ComDev, pengelolaan lingkungan kerja secara baik, pelestarian lingkungan dan juga investasi sosial. Investasi sosial yang dilaksanakan oleh KPC dapat dilihat dari program pelestarian alam dan budaya serta program penguatan kapasitas masyarakat dan pemerintah.

Program-program CSR KPC tersebut menunjukkan keseriusan dari KPC dalam melaksanakan pemberdayaan masyarakat, lingkungan dan peningkatan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, program-program tersebut sudah termasuk dalam kriteria CSR yang harus diterapkan oleh perusahaan, dan setidaknya dapat dijadikan contoh atau acuan bagi perusahaan lain dalam menjalankan CSRnya. Untuk program-program CSR tersebut, KPC telah menerima berbagai penghargaan, diantaranya adalah Social Empowerment Award dari Menteri Perekonomian dan Kesejahteraan Rakyat Republik Indonesia (Menko Kesra RI), nilai tertinggi dalam Indonesian Sustainability Reporting Award (ISRA), MDGs Award, SGS CSR Award, dan penghargaan lainnya.

b. Program CSR yang dilaksanakan oleh PT Freeport Indonesia, Tbk.

PT Freeport Indonesia, Tbk (selanjutnya akan disingkat PT Freeport) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang eksplorasi pertambangan. Eksplorasi pertama kali dilakukan sejak tahun 1971 di daerah Tembagapura-

Mimika Papua. Berdasarkan Perjanjian kontrak karya PT Freeport akan menambang pada lahan tambang seluas 2 juta hektar. Sejak beroperasi PT Freeport telah menganggarkan dana CSR sebesar 1% (satu persen) dari keuntungan kotor atau setara dengan Rp 500 Milyar per tahun. Dana ini merupakan dana paling besar apabila dibandingkan dengan perusahaan tambang yang lain.²⁵⁸ Meskipun akhir-akhir ini sering terjadi penembakan di areal penambangan PT Freeport, yang kemungkinan diduga karena adanya disparitas kesejahteraan ekonomi yang menjurang jauh diantara karyawan PT Freeport dengan masyarakat asli.²⁵⁹ Selain itu juga diduga karena sebagai salah satu perusahaan tambang terbesar di dunia, PT Freeport Indonesia yang berada di Tembagapura Papua, hingga saat ini belum memberikan kontribusi yang nyata bagi masyarakat Papua, terutama pemilik hak ulayat yakni suku yang berada di sekitar lokasi areal Freeport.²⁶⁰ Akan tetapi dalam pembahasan ini tidak akan dibahas mengenai penembakan tersebut, melainkan akan dilihat bentuk-bentuk CSR yang selama ini telah dijalankan oleh PT Freeport.

Untuk program CSR-nya, PT Freeport membaginya dalam tiga kelompok, yaitu sosial, lingkungan dan keselamatan.

1) Sosial

Dalam program sosial ini, PT Freeport melakukan berbagai program, diantaranya adalah :

²⁵⁸ <http://www.beritabarur.com/special.php?id=1416> “Program CSR Freeport Rp 500 Milyar Untuk Masyarakat Papua” diakses 10 Agustus 2009.

²⁵⁹ <http://andawat-papua.blogspot.com/2009/07/peristiwa-penembakan-di-wilayah.html>, “Peristiwa Penembakan di Wilayah Penambangan PT Freeport Tembagapura-Timika, Semoga Bukan “Skenario Satu Piring Dua Sendok””, diakses 11 Agustus 2009.

²⁶⁰ <http://nasional.vivanews.com/news/read/78712-kontribusi-freeport-untuk-warga-papua-minim>, “Kontribusi Freeport Untuk Warga Papua Minim”, diakses 11 Agustus 2009.

a) Komitmen sosial budaya²⁶¹

Dalam program ini PT Freeport berkomitmen untuk membangun dan membina hubungan positif dengan masyarakat Papua yang merupakan tetangga dari perusahaan tersebut, khususnya masyarakat adat yang berada paling dekat dengan wilayah operasinya. PT Freeport berkomitmen untuk menyediakan peluang di bidang pengembangan sosial, pendidikan dan ekonomi, termasuk berbagai upaya khusus untuk melatih dan mempekerjakan warga setempat di wilayah perusahaan. Hal yang terpenting adalah komitmennya untuk menghormati masyarakat adat Papua dan budayanya, serta berdialog dengan mereka mengenai isu-isu yang menyangkut kepentingan bersama.

Dalam program ini PT Freeport membantu masyarakat Papua terutama masyarakat adat untuk mengembangkan budayanya yang unik. Bantuan yang diberikan berupa penyelenggaraan Festival Seni Budaya Asmat dan Kamoro. Selain itu juga mensponsori berbagai kajian sosial, seni, budaya, bahasa dan ekonomi terhadap masyarakat Amungme maupun Kamoro, Serta mensponsori dua buku tentang masyarakat Amungme dan Kamoro. Hal ini dilakukan agar masyarakat dunia mengetahui dan memahami budaya mereka yang unik tersebut.

b) Membina hubungan saling menguntungkan²⁶²

²⁶¹ http://www.ptfi.com/social/komitmen_sosial_budaya.asp, “Komitmen Sosial Budaya”, diakses 10 Agustus 2009.

²⁶² http://www.ptfi.com/social/hubungan_saling_menguntungkan.asp, “Hubungan Saling Menguntungkan”, diakses 1 Agustus 2009.

Untuk membina hubungan yang konstruktif dengan masyarakat, PT Freeport telah membuat kesepakatan-kesepakatan dengan tokoh masyarakat Amungme dan Kamoro. PT Freeport juga telah membentuk dana-dana perwalian. Hingga tahun 2005 perusahaan telah memberi kontribusi sebesar 7,5 juta dolar AS, sesuai dengan kesepakatan hak ulayat yang berlaku serta akan tetap memberi kontribusi sebesar 1 juta dolar AS setiap tahunnya. Sebagian dari dana tersebut telah digunakan untuk membeli saham Freeport-McMoRan Copper & Gold Inc., sehingga dengan demikian masyarakat Amungme dan Kamoro telah menjadi peserta ekuitas dalam PT Freeport. Per 31 Desember 2005, dana tersebut mencapai hampir 43.000 lembar saham biasa pada Freeport-McMoRan Copper & Gold Inc., yang nilainya melebihi 2,3 juta dolar AS berdasarkan harga saham yang berlaku pada tanggal tersebut. Selain itu, ada pula Dana Kemitraan Freeport bagi pengembangan masyarakat yang telah menerima sekitar 194 juta dolar AS dari kegiatan operasi perusahaan sejak 1996 untuk investasi dalam proyek-proyek pengembangan masyarakat yang ditentukan oleh sebuah dewan yang terdiri dari segenap elemen masyarakat yang berkepentingan.

c) Dana kemitraan bagi pengembangan masyarakat

Dana kemitraan tersebut dikelola dan dibagikan oleh sebuah organisasi bernama Lembaga Pembangunan Masyarakat Amungme dan Kamoro (LPMAM). LPMAM sendiri dikelola oleh sebuah Dewan Komisaris yang terdiri dari wakil-wakil Pemda setempat, tokoh-tokoh Papua, tokoh-tokoh

masyarakat Amungme dan Kamoro, dan PT Freeport. Dewan Komisaris LPMK bertugas menyusun anggaran tahunan untuk tiga bidang pengembangan kesehatan, pendidikan dan pengembangan ekonomi. Selain itu, proyek-proyek dukungan LPMK memberi manfaat secara langsung kepada masyarakat suku Amungme dan Kamoro dan lima suku lainnya di Kabupaten Mimika yaitu suku Dani, Moni, Ekari/Mee, Damal dan Nduga.

LPMK telah memberi dampak yang berarti dalam kehidupan masyarakat setempat melalui pendanaan proyek-proyek yang memberi manfaat bagi warga desa-desa di seluruh daerah Mimika. Contohnya, antara lain termasuk rumah sakit di Timika dan Banti yang memberi pengobatan bagi ribuan pasien setiap tahunnya. Program pendidikan LPMK yang menyediakan beasiswa ataupun bantuan pendidikan bagi ribuan siswa Papua, serta program-program berbasis desa yang menyediakan sarana listrik, air bersih, gereja dan prasarana lainnya bagi desa-desa terpencil di daerah pegunungan Papua.

Dalam bidang pendidikan, selain memberikan beasiswa, PT Freeport juga telah mendirikan sebuah sekolah tinggi bernama Institut Pertambangan Nemangkawi (IPN), atau *Nemangkawi Mining Institute*, adalah Institusi Pendidikan yang didirikan oleh PT Freeport di bawah Yayasan Institut Pertambangan Nemangkawi. IPN dikelola oleh Departemen *Quality Management Services* PT Freeport. IPN berlokasi di atas tanah seluas 6 hektar di dalam area *Light Industrial Park* PT

Freeport. Tujuan IPN adalah untuk menyediakan program *pre-apprentice, apprenticeship* (magang), dan kesempatan pengembangan karir lanjutan, terutama bagi orang-orang Papua.

Adapun untuk program kesehatan, perusahaan sudah membangun rumah sakit besar yang terletak di kota Timika, Kabupaten Timika, pada tahun 1998, yang memang diperuntukkan bagi masyarakat dengan biaya pengobatan gratis. Untuk tenaga medisnya, didatangkan langsung dari Amerika sebanyak lima orang. Rumah sakit yang dibangun juga kerjasama dengan RS CT Carolus Jakarta yang nantinya pasien bisa dirujuk kesana. Sedangkan untuk menyediakan tenaga listrik bagi masyarakat, PT Freeport membangun energi alternatif untuk listrik atau disebut *mikro hidro power*.²⁶³

d) Pengembangan wirausaha²⁶⁴

Dalam mengembangkan kewirausahaan, PT Freeport mendukung pengembangan SDM melalui program-program magang, sekolah kejuruan teknik dan bantuan pendidikan tinggi. Adapun dengan mendorong penerapan teknologi tepat guna, menyediakan pendidikan wiraswasta, dan memudahkan jangkauan modal kerja maka pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan dapat dimajukan sehingga UKM yang ada maupun yang akan datang dapat dipertahankan. Pada tahun 2005 program pengembangan UKM PT Freeport terdiri dari 100 usaha peserta yang menyediakan hampir 1.000 peluang kerja. Sebagian besar

²⁶³ <http://www.beritabarur.com/special.php?id=1416>, *loc.cit.*

²⁶⁴ http://www.ptfi.com/social/pengembangan_wirausaha.asp, “Pengembangan Wirausaha”, diakses 10 Agustus 2009.

pengusaha peserta program tersebut berasal dari masyarakat Amungme dan Kamoro, masyarakat asli pada daerah di mana perusahaan beroperasi. Dalam kurun waktu dua tahun terakhir, tiga belas usaha telah dirintis melalui program UKM tersebut. Delapan puluh lima persen dari peserta program UKM kini mencatat arus kas positif, yang menjadi barometer penting bagi keberhasilan usaha pemula.

e) Program rekognisi²⁶⁵

Sesuai UUD 1945, secara hukum seluruh tanah yang tidak digarap adalah milik negara, begitu pula seluruh mineral yang terkandung di dalamnya. "Perjanjian Januari" tahun 1974 antara PT Freeport dengan masyarakat Amungme merupakan rekognisi terhadap hak ulayat untuk yang pertama kalinya di Indonesia, yakni hak masyarakat adat atas tanah yang digunakan untuk berburu dan meramu. Menyusul perjanjian tersebut, pemerintah secara resmi mengakui hak kompensasi untuk hak ulayat. Kompensasi yang dinamakan rekognisi tersebut dibayarkan kepada masyarakat atas pelepasan hak tersebut karena hak ulayat merupakan hak masyarakat bersama. PT Freeport telah membayar rekognisi atas hak ulayat beberapa kali dari waktu ke waktu, melalui program-program yang telah disepakati bersama antara masyarakat Papua setempat dan pemerintah.

Ada dua program rekognisi jangka panjang yang tengah berlangsung di daerah dataran tinggi dan dataran rendah pada wilayah PT Freeport.

²⁶⁵ http://www.ptfi.com/social/program_rekognisi.asp, "rogram rekognisi hak ulayat", diakses 10 Agustus 2009.

Kedua program rekognisi tersebut menghasilkan proyek pembangunan prasarana dan pengembangan sosial ekonomi bernilai jutaan dolar AS, termasuk perumahan, gedung sekolah dan asrama mahasiswa, klinik pengobatan, sarana ibadah, gedung fasilitas umum, gedung perkantoran, jalan, jembatan, tangki air, tenaga listrik, kapal motor untuk angkutan dan penangkapan ikan, sarana olahraga dan pembuatan studi kelayakan terhadap peluang usaha. Kedua program rekognisi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Program Rekognisi Desa Kamoro, yang merupakan kompensasi atas pelepasan tanah dari lima desa Kamoro di daerah dataran rendah kepada pemerintah, termasuk tanah yang digunakan untuk daerah pengendapan tailing, sarana dermaga peti kemas, pelabuhan laut serta jalur transmisi listrik. Pada awalnya program tersebut berpusat pada pembangunan fisik prasarana, akan tetapi kini yang menjadi sasaran adalah kebutuhan saat ini seperti pengembangan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja, penyuluhan kesehatan dan jangkauan sarana kesehatan, penyuluhan gizi, pendidikan lanjut untuk siswa pasca sekolah menengah, pengembangan lembaga-lembaga desa dan sosial, serta pelestarian budaya Kamoro. Termasuk didalamnya adalah program-program untuk mengembangkan kebun sagu dan membina pengembangan usaha industri perikanan. Kegiatan pada tahun 2005 termasuk pembangunan sumur dan pemasangan mesin pompa air, kontrak pengadaan listrik untuk tiga desa, meninggikan jalan dan

membangun jembatan permanen di satu desa, serta penyediaan pelatihan gizi dan kursus menjahit bagi para wanita di kelima desa.

2. Program Pembangunan Tiga Desa, yaitu program serupa bagi tiga desa Amungme yang terletak di daerah dataran tinggi. Program ini merupakan tambahan atas rekognisi bagi masyarakat Amungme yang tinggalnya paling dekat dengan lokasi tambang, yang pernah dibayarkan kompensasi sesuai perjanjian tahun 1974 sehubungan dengan perluasan lingkup perusahaan serta lanjutnya keberhasilan kegiatan perusahaan. Titik berat dari program tersebut selama tahun 2005 adalah prasarana yang mencakup pembangunan jembatan, jalan, tanggul penahan, perumahan, layanan air bersih dan saluran air kotor, serta pembangkit listrik tenaga air. Selama tahun 2005 telah dibangun 116 unit rumah, 9 jembatan, dan sebuah gereja. Selain itu pekerjaan dilanjutkan terhadap pembangunan dua landasan pesawat terbang. Perkembangan penting yang terjadi pada tahun 2005 adalah ditandatanganinya Nota Kesepahaman (*Memorandum of Understanding*) antara masyarakat tiga desa tersebut dengan PT Freeport, yang memuat garis besar lingkup kerja program rekognisi hingga tahun 2010.

2) Lingkungan

Untuk memenuhi tanggung jawab terhadap lingkungannya, PT Freeport memiliki kebijakan untuk menjaga lingkungannya. PT Freeport juga telah menganut prinsip-prinsip Kerangka Kerja Pembangunan Berkelanjutan

dari Dewan Internasional tentang Pertambangan dan Logam *Sustainable Development Framework of the International Council in Mining and Metals* (ICMM), karena PT Freeport sudah menjadi anggotanya.²⁶⁶ Sebelum menajalankan CSR-nya, PT Freeport melakukan audit lingkungan. Beberapa program yang diadakan oleh PT Freeport untuk melestarikan lingkungannya adalah:

a) Pengelolaan tailing²⁶⁷

PT Freport tetap melakukan kerjasama dengan berbagai pakar dari dalam dan luar negeri guna memastikan bahwa praktik pengelolaan tailing yang dilakukannya merupakan alternatif terbaik, dengan mempertimbangkan kondisi geoteknis, topografi, iklim, seismik dan curah hujan yang berlaku. Hal ini dilakuka untuk menghindari kerusakan lingkungan akibat pembuangan limbah hasil penambangan.

b) Reklamasi dan penghijauan kembali²⁶⁸

PT Freeport sebagai perusahaan penambangan sudah pasti akan memiliki dampak langsung terhadap lingkungan terutama lahan yang menjadi areal pertambangan. Oleh Karena itu, untuk menjaga kelestarian dan juga untuk mengembalikan fungsi lahan tersebut, PT Freeport melakukan reklamasi dan penghijauan kembali terhadap lahan yang sudah digunakan sebagai areal operasi. Sehingga lahan

²⁶⁶ <http://www.ptfi.com/environment/default.asp>,” tanggung Jawab Terhadap Lingkungan” diakses 10 Agustus 2009.

²⁶⁷ http://www.ptfi.com/environment/pengelolaan_tailing.asp, “Program Pengelolaan Tailing” diakses 10 Agustus 2009.

²⁶⁸ <http://www.ptfi.com/environment/reklamasi.asp>, “reklamasi dan penghijauan kembali” diakses 11 Agustus 2009.

tersebut tidak rusak, terutama ketika perusahaan sudah tidak beroperasi, agar tidak hanya dipakai setelah itu mati dan tidak berfungsi kembali.

c) Pengelolaan *overburden*²⁶⁹ dan air asam tambang²⁷⁰

Berbagai audit independen yang dilakukan terhadap sistem pengelolaan lingkungan hidup PT Freeport mencapai kesimpulan bahwa program pengelolaan *overburden*nya "terpadu dengan baik" dan "konsisten dengan praktik-praktik internasional". Sesuai rencana pengelolaan *overburden* yang telah disetujui oleh pemerintah, PT Freeport menempatkan *overburden* pada daerah-daerah terkelola di sekitar tambang terbuka Grasberg. Rencana PT Freeport untuk mengurangi dampak air asam tambang dilakukan dengan menampung dan mengolah air asam tambang yang ada, bersamaan upaya proses pencampuran dengan batu gamping dan penutupan daerah penempatan *overburden* dengan batu gamping guna mengelola pembentukan air asam tambang di masa datang.

d) Pengelolaan dan daur ulang limbah

Limbah yang dihasilkan dari operasi penambangan selanjutnya dikelola agar jangan sampai menimbulkan kerusakan terhadap lingkungan. Wadah bekas, minyak bekas, kertas bekas, dan ban bekas semuanya dipakai ulang secara lokal dengan cara yang ramah

²⁶⁹ *Overburden* adalah batuan yang harus dikupas agar bijih yang ditambang dapat dijangkau dan diolah untuk diambil logamnya untuk keperluan komersial.

²⁷⁰ http://www.ptfi.com/environment/overburden_dan_air_asam.asp, "pengelolaan *overburden* dan air asam tambang" diakses 11 Agustus 2009.

lingkungan. Bahan lain yang dapat didaur ulang seperti aluminium, besi tua, dan baterai bekas dikumpulkan dan disimpan di tempat penyimpanan sementara untuk selanjutnya didaur ulang atau dibuang sesuai ketentuan Pemerintah Indonesia. Limbah padat lainnya yang dihasilkan PT Freeport ditempatkan pada tiga lokasi yang diperuntukkan secara khusus, termasuk Tempat Pembuangan Akhir (TPA) untuk limbah tak bergerak, dan TPA untuk limbah *biodegradable*, yang diberi lapisan dalam dan dilengkapi sistem pengumpulan dan pengolahan lindi.

e) Keanekaragaman hayati dan Taman Nasional Lorentz²⁷¹

Wilayah proyek PT Freeport berada di Propinsi Papua, bersebelahan dengan wilayah Taman Nasional Lorentz yang memiliki luas 2,5 juta hektar dan dinamakan Situs Warisan Dunia UNESCO pada tahun 1999. PT Freeport melakukan sejumlah besar kajian ekologi dan keanekaragaman hayati di dalam wilayah proyek. Penelitian keanekaragaman hayati tersebut dilakukan bersamaan oleh para pakar dari Indonesia dan internasional, termasuk survei terhadap tumbuhan (dari dataran rendah, Montane, Sub-alpin, Alpin and Nival Zone), etno-botani, tanaman obat, mamalia, burung, amfibi, reptilia, ikan, hewan tanah dan serangga air maupun darat. Kebanyakan studi tersebut dapat secara langsung diterapkan dan tersedia bagi para peneliti yang ditugaskan untuk melakukan pengembangan rencana

²⁷¹ http://www.ptfi.com/environment/hayati_taman_nasional.asp, “Keanekaragaman Hayati dan Taman Nasional Lorentz”, diakses 11 Agustus 2009.

pengelolaan Taman Nasional Lorentz. Selain itu, PT Freeport juga mendukung sejumlah besar penelitian ilmiah tentang keanekaragaman hayati melalui kerja sama dengan lembaga-lembaga swadaya masyarakat internasional serta Pemerintah Indonesia di seluruh Provinsi Papua.

Selain program-program di atas, PT Freeport juga rutin mengukur mutu air, biologi, hidrologi, sedimen, mutu udara dan meteorologi di dalam wilayah kegiatan perusahaan. semua kegiatan tersebut dilakukan untuk menjaga dan melestarikan lingkungan, terutama lingkungan sekitar operasi tambang.

3) Keselamatan²⁷²

Menjaga keselamatan dan mengurangi resiko kerja mendapatkan perhatian yang sangat tinggi dari kalangan PT Freeport. Mengingat perusahaan tambang sangat rentan terhadap kecelakaan kerja, bahkan apabila pengelolaannya salah, maka dapat menyebabkan angka kecelakaan kerja yang tinggi.

Sebagai sebuah perusahaan tambang, PT Freeport tidak memiliki otoritas untuk memberikan akses jalan (izin masuk) melalui wilayah operasi perusahaan ke gletser Carstensz/Meren atau ke Puncak Jaya (Gunung Carstensz). Rute pendakian ke kawasan Carstensz yang telah disetujui pemerintah adalah melalui jalan setapak Illaga. Sampai tahun 2005, PT

²⁷² <http://www.ptfi.com/safety/default.asp>, “Keselamatan Dan Kesehatan Kerja” diakses 11 Agustus 2009.

Freeport telah berhasil menekan tingkat kecelakaan kerja dengan persentase yang cukup rendah.

Apabila dianalisis kegiatan-kegiatan CSR yang telah dilaksanakan oleh PT Freeport tersebut menunjukkan adanya keseriusan untuk melaksanakan CSR. Apabila mengacu pada pendapat Mas Achmad Daniri yang menyatakan bahwa bentuk-bentuk CSR itu ada tiga, yaitu *public relation*, *strategi devensive* dan kegiatan yang berasal dari visi perusahaan. atau pun dari pendapat dari Isa Wahyudi dan Busyra Azheri yang membagi bentuk CSR menjadi empat, yaitu kelestarian lingkungan kerja, kemitraan perusahaan dengan masyarakat, kelestarian lingkungan (alam) dan investasi sosial, maka, program-program CSR PT Freeport telah termasuk dalam bentuk-bentuk tersebut.

Program sosial PT Freeport yang berupa pengembangan kewirausahaan merupakan salah satu bentuk ComDev yang dilakukan oleh PT Freeport. Selain itu juga masih ada kemitraan dengan masyarakat. Adapun program *recognisi* juga dapat dimasukkan dalam program ComDev, karena dana *recognisi* juga digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan infrastruktur dan juga pendidikan. Selain sebagai ComDev program tersebut juga dapat digolongkan sebagai kegiatan *public relation* maupun *strategi defensive*, karena program-program tersebut dilaksanakan untuk memberikan citra yang baik dari masyarakat terutama masyarakat adat yang ada disekitarnya, sehingga dapat menjamin keselamatan dan keamanan perusahaan dalam menjalankan operasinya.

Sebagai perusahaan tambang, PT Freeport memang memiliki kewajiban untuk mengolah limbah dan tailing, mengolah *overburden* dan air asam tambang serta melaksanakan reklamasi dan penghijauan kembali. Jadi kegiatan ini tidak hanya sebagai CSR-nya terhadap lingkungan, akan tetapi merupakan kewajibannya sebagai perusahaan pertambangan. Adapun programnya yang berupa keanekaragaman hayati dan Taman Nasional Lorentz merupakan bentuk CSR PT Freeport terhadap lingkungan sekitarnya, dan merupakan investasi sosial dari PT Freeport.

Adapun program keamanan dan keselamatan merupakan program CSR PT Freeport terhadap para karyawannya, karena dengan adanya program tersebut dapat mengurangi kecelakaan kerja, mengingat kegiatan pertambangan merupakan pekerjaan yang dapat menimbulkan kecelakaan kerja yang cukup tinggi. Dengan program tersebut, PT Freeport telah dapat menekan tingkat kecelakaan kerja tersebut.

Apabila dianalisis dengan kriteria CSR yang harus diterapkan oleh perusahaan, kegiatan-kegiatan CSR PT Freeport tersebut merupakan CSR, karena program-program tersebut dilakukan secara *continue* oleh PT Freeport sejak perusahaan tersebut mulai beroperasi. Selanjutnya, program tersebut memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar, sehingga masyarakat dapat terbantu kebutuhan ekonominya. Tidak hanya sekedar ekonomi, CSR PT Freeport juga sudah mencakup ke lingkungan sekitarnya. Dalam kegiatan CSR, biayanya merupakan biaya yang telah dianggarkan oleh perusahaan. Bagi PT Freeport, CSR merupakan sesuatu yang sangat penting, oleh karena

itu program-program CSR-nya telah dianggarkan sebesar 1 % (satu persen) dari keuntungan kotor perusahaan, dengan begitu, pendanaan CSR disesuaikan dengan keadaan perusahaan.

Adapun model CSR yang digunakan oleh PT Freeport disesuaikan dengan program dan keadaan masyarakat. Semua program tersebut melibatkan langsung pihak perusahaan, karena PT Freeport telah memiliki CEO yang bertugas melaksanakan CSR, selanjutnya dalam penyalurannya ada yang menggunakan model kerjasama dengan masyarakat, perguruan tinggi, lembaga swadaya masyarakat baik nasional maupun internasional, maupun instansi pemerintah. Bahkan ada pula yang dilakukan dengan membentuk suatu organisasi, yaitu LPMK. Selain itu juga ada yang menggunakan model mendukung atau bergabung dengan suatu konsorsium, dalam hal ini dapat dicontohkan dengan program Taman Nasional Lorentz, karena disini PT Freeport mendukung program pemerintah untuk melestarikan Taman Nasional Lorentz dan membantu program penelitian pelestarian ragam hayati.

Program-program CSR PT Freeport tersebut idealnya memang merupakan kegiatan yang akan sangat membantu masyarakat Papua dari keterbelakangan sosial, serta pelestarian lingkungan Mimika. Akan tetapi keberhasilan program CSR tersebut juga membutuhkan kesamaan visi dan langkah dengan *stakeholders* lainnya. Selama ini, Program pengembangan ekonomi kerakyatan masyarakat Papua, tidak berjalan mulus begitu saja, ada berbagai kendala hingga resistensi datang dari masyarakat lokal yang

umumnya belum menghargai uang, atau lebih bersifat konsumtif. Disisi lain, peran kerja sama Pemda Mimika juga dirasakan belum optimal dengan berbagai alasan, mulai dari SDM hingga birokrasi.

c. Program CSR yang dilaksanakan oleh PT Indonesian Satellite Corporation Tbk.

PT Indonesian satellite Corporation Tbk. (atau biasa disebut PT Indosat, Tbk) merupakan salah satu perusahaan dalam bidang telekomunikasi di Indonesia sebagai perusahaan penyedia jasa telekomunikasi. Indosat sudah melaksanakan berbagai program CSR, akan tetapi dalam pelaksanaan program tersebut, ada sebagian program yang disebutkan sebagai program CSR, akan tetapi pada dasarnya program tersebut bukan merupakan CSR, melainkan hanya sekedar *philanthropy* atau juga yang sebenarnya merupakan kegiatan *marketing*.

Indosat Cinta Indonesia merupakan tema CSR PT Indosat Tbk sejak tahun 2008 sampai sekarang.²⁷³ Program ini diterapkan pada beberapa aktivitas, yaitu:

1) Indonesia belajar²⁷⁴

Program belajar ini ditujukan dalam upaya meningkatkan Sumber Daya Manusia melalui pendidikan. Program ini meliputi :

a) ISMS (*Indosat Science and Multimedia School*)

²⁷³ http://www.indosat.com/corporate_responsibility, Diakses 3 Juli 2009.

²⁷⁴ http://www.indosat.com/Corporate_Responsibility/Corporate_Social_Responsibility_CSR/Indonesia_Belajar, “Indonesia Belajar”, diakses 3 Agustus 2009.

ISMS merupakan program Indosat dalam menyediakan sarana pembelajaran sains bagi sekolah-sekolah di seluruh Indonesia. Melalui program ini Indosat memberikan fasilitas pembelajaran berupa laptop, akses *wireless broadband*, *projector (infocus)* dan *software* modul pembelajaran. Tujuan dari program ini adalah agar sekolah-sekolah mendapatkan fasilitas multimedia yang dapat menunjang guru dan siswa untuk dapat lebih mudah dalam mempelajari dan mencintai sains. Dengan demikian, dapat tercipta generasi cerdas yang di cita-citakan.

Dalam upayanya membangkitkan budaya inovasi di kalangan generasi muda nasional, Indosat membangun suatu wadah kompetisi dalam bidang teknologi *wireless*, *Indosat Wireless Innovation Contest* yang khusus diperuntukkan untuk para generasi muda. Program ini telah dilaksanakan selama 3 (tiga) tahun dengan jumlah peserta yang terus meningkat.

b) Peningkatan Kompetensi Guru IPA dalam Pengelolaan dan Pemanfaatan Laboratorium Serta Peningkatan Kecerdasan Matematika

Tujuan diadakannya program ini adalah dalam upayanya meningkatkan kemampuan dan kompetensi para guru IPA dan Matematika. Untuk melaksanakan program ini Indosat berkerjasama dengan tiga universitas di Sumatera Barat, yakni: Universitas Andalas, Universitas Bung Hatta, dan Universitas Negeri Padang,

mengadakan program “Kompetensi Guru IPA dalam Pengelolaan dan Pemanfaatan Laboratorium serta Peningkatan Kecerdasan Matematika”. Program ini telah berjalan selama dua tahun dan mendapat respon yang cukup baik, terlihat dari tingginya jumlah peserta yang mengikuti program ini.

- c) 2 (dua) sekolah dasar unggulan untuk masyarakat Nangroe Aceh Darussalam (NAD).

Program ini merupakan kelanjutan dari berbagai program bantuan tanggap darurat bagi para korban bencana nasional tsunami, Indosat juga menyelenggarakan program bantuan jangka panjang dalam rangka menciptakan masa depan yang lebih baik bagi anak-anak Aceh berupa pendirian dua sekolah dasar di Aceh, yaitu: Sekolah Dasar Unggulan (SDU) Iqro di Sigli dan Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Nurul Fikri di Aceh Besar.

Program ini adalah implementasi komitmen bantuan jangka panjang Indosat bagi generasi muda Aceh atas meningkatnya minat siswa terhadap aktifitas belajar mengajar, dan juga sebagai perwujudan atas komunitas masyarakat yang berkualitas baik secara pendidikan, mental, dan spiritual (akhlak).

- d) Program Beasiswa

Indosat juga turut memberikan beasiswa kepada 110 mahasiswa yang kurang mampu dari 6 perguruan tinggi. Adapun kriteria penerima beasiswa ini adalah, mahasiswa yang berasal dari fakultas

teknik elektro semester V dengan IPK ≥ 3.0 , dengan kondisi kurang mampu dalam hal biaya, namun tetap aktif berorganisasi serta bebas narkoba.

Indosat juga memberikan beasiswa kepada Duta Belia, yaitu team siswa pelajar yang merupakan anggota dari eks. Paskibraka, para juara olimpiade science (Fisika, Kimia, Biologi, dan Matematika), duta asean, duta pesantren, pelajar teladan dan seminari.

e) Bantuan Panahan Yuniior

Indosat turut mendukung pembinaan olahraga panahan bagi siswa tingkat dasar dan menengah di 11 propinsi dan pembinaan bagi para atlet yuniior Persatuan Panahan Indonesia (PERPANI). Pembinaan tersebut meliputi penyelenggaraan alat-alat olahraga panahan, pelaksanaan pelatihan yang berkesinambungan, penyelenggaraan event kejuaraan, dan biaya operasional. Selain itu program ini juga bertujuan untuk membentuk olahragawan muda yang berbakat untuk berkontribusi di olah raga panahan.

Tidak itu saja, Indosat juga turut memberikan dukungan bagi Komite Olah raga Nasional Indonesia (KONI) untuk pengadaan system informasi yang baik dan akurat, baik untuk kebutuhan internal maupun eksternal. Dukungan yang diberikan secara terintegrasi tersebut tidak hanya terbatas dalam hal system informasi, namun berkembang hingga distribusi informasi dan program melalui SMS (*content provider*).

Apabila kita melihat uraian tentang program Indonesia Belajar ini, maka dapat kita lihat bahwa program ini merupakan suatu kegiatan CSR. Konsep CSR yang diusung dalam program ini adalah *social responsibility* dalam rangka pembangunan masyarakat (ComDev), karena tujuan dari program ini adalah memberikan sarana bagi sekolah-sekolah untuk menunjang para guru dan siswa untuk lebih meningkatkan minat belajar siswa dan semangat mengajar para guru dan juga agar lebih mencintai sains, sehingga akan tercipta guru dan murid yang cerdas. Comdev yang dilaksanakan oleh Indosat dalam program ini adalah bentuk *community relation* dan *community service*.

Apabila dianalisis menggunakan kriteria CSR yang harus diterapkan oleh perusahaan, program ini termasuk dalam kriteria kegiatan CSR. Hal ini dikarenakan program ini sudah dilaksanakan secara *continue* oleh perusahaan, yaitu saat ini sudah berlangsung selama 3 (tiga) tahun dengan jumlah peserta yang terus meningkat, hal ini menunjukkan bahwa tingginya partisipasi dan keterlibatan masyarakat (*stakeholders*). Dengan adanya program ini memberikan keuntungan bagi masyarakat maupun perusahaan, karena karya dan inovasi yang dihasilkan memberikan nilai ekonomis bagi masyarakat dan juga dapat menciptakan layanan baru. Dengan keberhasilan program ini, Indosat sudah pasti akan memiliki citra dan imej yang sangat baik di mata masyarakat.

Program ini termasuk dalam agenda CSR Indosat, sehingga anggaran dana untuk program ini sudah di anggarkan dalam biaya operasional

perusahaan. Untuk dana CSR, Indosat telah menganggarkan Rp. 40 Miliar untuk tahun 2008. Anggaran ini meningkat dari tahun lalu yang hanya Rp. 30 Miliar.²⁷⁵

Model implementasi CSR yang digunakan oleh Indosat adalah berbeda-beda pada setiap programnya. Untuk program ISMS, dan pendirian sekolah di Nanggroe Aceh Darussalam, Indosat menggunakan model keterlibatan langsung, sedangkan dalam program Peningkatan Kompetensi Guru IPA dalam Pengelolaan dan Pemanfaatan Laboratorium Serta Peningkatan Kecerdasan Matematika, Indosat menggunakan model kerjasama atau bermitra dengan lembaga lain. Dalam hal ini Indosat bekerja sama dengan Universitas Andalas, Universitas Bung Hatta, dan Universitas Negeri Padang, begitu juga dengan program beasiswa yang bekerja sama dengan 6 (enam) Universitas dan program bantuan Panahan Junior yang bekerja sama dengan KONI.

Untuk program Panahan Junior, Indosat juga menggunakan bentuk CSR investasi sosial, karena dalam program ini Indosat melaksanakan CSR dalam bentuk dukungan terhadap program yang dilaksanakan oleh KONI. Dukungan tersebut diberikan dalam bentuk pembinaan olahraga panahan bagi siswa tingkat dasar dan menengah di 11 propinsi dan pembinaan bagi para atlet junior PERPANI. Hal ini sama dengan program beasiswa dan pengadaan sekolah unggulan di NAD, juga merupakan investasi sosial bagi perusahaan.

²⁷⁵ <http://www.detikinet.com/read/2008/11/21/182336/1040996/328/alokasi-dana-csr-indosat-naik-30>, "Alokasi Dana CSR Indosat Naik 30%", diakses 4 Agustus 2009.

2) Indonesia sehat²⁷⁶

Program ini merupakan program sosial Indosat yang terfokus pada masalah kesehatan, terutama kesehatan ibu dan anak dan juga masyarakat yang ada di sekitar lingkungan operasional Indosat. Dalam program ini Indosat mengadakan “mobil klinik sehat keliling”. Hal ini dilakukan dalam rangka meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat dengan memberikan pelayanan kesehatan gratis. Hal ini juga dilakukan untuk mengurangi angka kematian ibu melahirkan. Oleh karena itu diberikan pelayanan kesehatan gratis kepada ibu hamil dan anak-anak.

Saat ini sudah disediakan 16 (enam belas) unit mobil klinik yang dioperasikan di 8 (delapan) daerah regional, yaitu :

- a) Sumatera Bagian Utara (base di Padang dan Medan)
- b) Sumatera Bagian Selatan (based di Bengkulu dan Lampung)
- c) Jabodetabek (based di Jakarta dan Serang)
- d) Jawa Barat (based di Bandung dan Tasikmalaya)
- e) Jawa Tengah dan DIY (based di Yogyakarta dan Semarang/ Tegal)
- f) Jawa Timur (based di Surabaya dan Jember)
- g) Kalimantan (based di Banjarmasin dan Pontianak)
- h) Sulawesi (based di Makasar dan Jayapura).

Program ini termasuk dalam kegiatan CSR yang berupa *community development* yang berupa *community service*, karena dengan program ini Indosat menyediakan fasilitas dan layanan kesehatan sebagai upaya untuk

²⁷⁶ http://www.indosat.com/Corporate_Responsibility/Corporate_Social_Responsibility_CSR/Indonesia_Sehat, ‘Indonesia Sehat’, diakses 5 Agustus 2009

meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, program ini juga termasuk dalam kriteria CSR yang harus diterapkan oleh perusahaan, karena program ini telah dilaksanakan secara *continue* oleh Indosat. Program ini telah melibatkan semua pihak, baik masyarakat maupun perusahaan dan *stakeholder* lainnya. Tidak kurang dari 150.000 (seratus lima puluh ribu) orang masyarakat yang sudah menikmati pelayanan kesehatan mobil klinik sehat keliling ini. Program ini sangat membantu dan sangat bermanfaat, terutama bagi masyarakat yang saat ini merasakan pelayanan kesehatan merupakan hal yang sangat mahal. Dengan program ini masyarakat jadi dapat merasakan manfaat keberadaan perusahaan.

Dalam menjalankan program ini, Indosat menggunakan model kerjasama atau bermitra dengan lembaga lain, yaitu mitra-mitra yang ahli di bidangnya antara lain Rumah Zakat Indonesia (RZI), Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU), Bulan Sabit Merah Indonesia (BSMI) dan Dompet Dhuafa Republika. Untuk program ini Indosat telah mendapatkan MDGs Award Goal 5: *Improvement for Maternal Health* (peningkatan Kesehatan Ibu Hamil).

3) Indonesia hijau

Indonesia hijau ini merupakan program kepedulian CSR terhadap masalah lingkungan. Program ini dilaksanakan dalam 3 kegiatan, yaitu:

a) Implementasi *Base Transceiver Station* (BTS) Energi alternatif²⁷⁷

²⁷⁷ http://www.indosat.com/Corporate_Responsibility/Corporate_Social_Responsibility_CSR/Indonesia_Hijau, "Indonesia Hijau", diakses 3 Agustus 2009.

Penggunaan tenaga alternatif, adalah sebagai salah satu langkah antisipasi kelangkaan bahan bakar hewani di beberapa lokasi yang terjadi akhir-akhir ini. Setelah melalui *research*, di beberapa wilayah kerja (termasuk coverage BTS), maka diupayakan untuk penggunaan bahan bakar terbarukan yang ramah lingkungan yang memang melimpah di beberapa lokasi BTS tersebut.

Saat ini Indosat telah selesai melakukan uji komersial BTS energi alternatif di 2 wilayah, yaitu BTS di Girisari, Uluwatu, Bali dan BTS di Labuan, Lombok. Diharapkan keberhasilan uji coba ini akan dapat diperluas bagi BTS-BTS Indosat lainnya di seluruh wilayah Indonesia.

Uji komersial program ini dilakukan bekerja sama dengan Institut Teknologi Bandung (ITB) dan PT LEN industri (Persero).

Program Uji Komersial BTS Energi Alternatif merupakan inisiatif Indosat dalam mencari alternatif bahan bakar bagi BTS di luar BBM yang selama ini digunakan. Sumber energi alternatif yang diujicobakan bagi BTS adalah sinar matahari, angin dan biofuel berbahan dasar kelapa sawit dan biji jarak.

b) Penanaman pohon

Sebagai bentuk komitmen Indosat dalam mendukung program pelestarian lingkungan, mulai tahun 2008 Indosat meluncurkan program penanaman sejuta pohon di wilayah operasional di nusantara. Dalam pelaksanaan program ini, Indosat bekerjasama dengan beberapa mitra yang ahli dalam bidangnya seperti WWF Indonesia

untuk penanaman pohon di kawasan hutan lindung di Rinjani – Lombok, serta menggandeng pemerintah daerah dan Perguruan Tinggi di Indonesia.

c) Aksi internal ramah lingkungan

Berbagai Inisiatif Internal telah dilakukan dalam upaya mendorong kesadaran masyarakat internal untuk dapat lebih melestarikan lingkungan. Beberapa hal yang telah dilakukan antara lain adalah: Hemat Kertas, Hemat Air, Hemat Listrik, Pemilahan Sampah Organik dan Non Organik, Tidak Merokok di tempat kerja, Pembuatan Biopori di lingkungan kantor dan Green Office.

Program Indonesia hijau ini bentuk CSR Indosat terhadap masyarakat luas maupun lingkungan kerja. *BTS energy alternatif* dan penanaman pohon merupakan bentuk kepedulian terhadap lingkungan. Dan aksi internal ramah lingkungan merupakan bentuk kepedulian terhadap kelestarian lingkungan dalam lingkup perusahaan, selain itu juga sebagai upaya untuk melatih karyawan dan juga internal perusahaan untuk selalu menjaga lingkungan. Hal ini termasuk dalam kegiatan CSR dan sesuai dengan kriteria CSR yang harus diterapkan oleh perusahaan. program-program tersebut memberikan dampak bagi lingkungan untuk masa depan.

Dalam menjalankan program implementasi *BTS energi alternatif* dan penanaman pohon, Indosat menggunakan model kerjasama atau bermitra dengan lembaga lain dan juga dengan pemerintah daerah. Dalam program

Uji komersial BTS energi alternatif bekerja sama dengan Institut Teknologi Bandung (ITB) dan PT LEN industri (Persero). PT Indosat bekerja sama dengan WWF Indonesia untuk penanaman pohon di kawasan hutan lindung di Rinjani – Lombok, serta menggandeng pemerintah daerah dan Perguruan Tinggi di Indonesia.

4) Berbagi bersama Indosat²⁷⁸

Program Berbagi Bersama Indosat ini merupakan program CSR Indosat dalam mengajak para pelanggan untuk turut menyumbangkan donasi dalam membantu masyarakat yang membutuhkan, baik melalui sms, melalui percakapan telepon serta layanan Indosat lainnya. Program berbagi bersama Indosat ini terwujud dalam berbagai aktivitas antara lain:

a) SMS Donasi 17-8-45

Program ini dilakukan dengan cara penyesihan pendapatan dari setiap penggunaan layanan Indosat oleh pelanggan, dimana donasi yang terkumpul disumbangkan untuk membantu peningkatan kualitas sekolah-sekolah di 8 wilayah operasi Indosat. Dana yang terkumpul digunakan untuk renovasi sekolah yang rusak di wilayah-wilayah tersebut, disamping bantuan perangkat pendidikan lainnya.

b) SMS Cinta Dhuafa

Melalui program sms Cinta Dhuafa, dengan mengetik CDF, kirim ke 5000, para pelanggan Indosat dapat berpartisipasi untuk menyisihkan

²⁷⁸ http://www.indosat.com/Corporate_Responsibility/Corporate_Social_Responsibility_CSR/Berbagi_Bersama_Indosat, “Berbagi Bersama Indosat”, diakses 5 Agustus 2009.

sebagian rezekinya bagi mereka yang membutuhkan di Bulan Puasa Ramadhan.

c) SMS Donasi Korban Bencana

Dalam program Donasi Korban bencana, pelanggan Indosat dapat memberikan donasi bantuan melalui SMS. Dana yang terkumpul akan diberikan kepada para korban yang membutuhkan bantuan untuk kebutuhan mereka pasca bencana.

Program Berbagi Bersama Indosat ini, Indosat menyebutnya sebagai program CSR, akan tetapi apabila kita perhatikan dan analisis kembali program ini bukan merupakan kegiatan CSR, karena tidak memenuhi kriteria CSR yang harus diterapkan oleh perusahaan. meskipun kegiatan ini dilakukan secara *continue* oleh perusahaan, melibatkan para *stakeholders*, perusahaan, masyarakat, pelanggan dan pihak terkait lainnya, dan juga memberikan manfaat bagi masyarakat, akan tetapi biaya yang digunakan untuk melaksanakan program ini bukan berasal dari perusahaan. Biaya untuk program ini diperoleh dari pelanggan yang menggunakan layanan Indosat, baik telpon maupun SMS, atau juga dari donasi pelanggan yang akan disalurkan melalui Indosat. Oleh karena itu, program ini merupakan kegiatan donasi (amal atau *philanthropy* atau *charity*), bukan merupakan CSR. dalam kegiatan *marketing*, kegiatan ini disebut dengan *social-marketing*. Pelanggan Indosat diajak untuk menyisihkan sebagian dananya untuk disumbangkan kepada orang-orang

yang tidak mampu. Sumbangan tersebut disalurkan melalui program yang sudah dirancang oleh PT Indosat.

5) Indosat Peduli

Program Indosat Peduli ini Merupakan program Indosat dalam memberikan bantuan tanggap darurat bagi korban bencana dan juga kegiatan pembinaan komunitas di daerah yang rawan bencana. Program ini diimplementasikan dalam beberapa aktivitas, yaitu:

a) Penanganan dan pemulihan pasca bencana

Dengan program ini perusahaan berupaya memberikan bantuan sosial, pendidikan dan kesehatan, dan diperuntukkan membantu masyarakat di wilayah bencana. Program ini telah dilaksanakan sejak dahulu antara lain dalam bentuk bantuan makanan, pakaian dan kebutuhan primer lainnya, layanan kesehatan, dan juga dukungan telekomunikasi gratis bagi para korban. Program ini telah sering dilaksanakan oleh Indosat, seperti pada saat terjadi bencana tsunami di Aceh, tsunami di Pangandaran Ciamis, gempa di Yogya, Padang dan Bengkulu, banjir di Jakarta, Morowali, serta bencana di tempat-tempat lain.

b) Kampung siaga

Ini adalah program dalam upaya memberikan pembinaan pada masyarakat atau komunitas tertentu khususnya daerah yang pernah terkena bencana banjir, seperti Manggarai, Jakarta Selatan. Pembinaannya meliputi: pendidikan akhlaq (TPA), pendidikan (pendidikan anak usia dini, komputer, kursus menjahit, taman bacaan),

layanan kesehatan (pondok gizi, layanan kesehatan, kunjungan warga/sanitasi lingkungan, pengobatan gratis, pembentukan kader), perbaikan kualitas hidup (ekonomi dengan pemberian modal kerja, pelatihan kompos), serta penanganan bencana secara dini ini bertujuan untuk membuat masyarakat menjadi lebih mandiri dan dapat hidup dengan baik.

Sama halnya dengan program Berbagi Bersama Indosat, Program Indosat Peduli ini juga Indosat menyebutnya sebagai program CSR, akan tetapi perlu dianalisis kembali, karena Program Penanganan dan Pemulihan Pasca Bencana dan program Kampung Siaga tidak dapat dikatakan sebagai program CSR, karena ini hanya merupakan suatu bentuk *philanthropy* (donasi) dari perusahaan, tidak memenuhi kriteria CSR yang harus diterapkan oleh perusahaan. Program ini merupakan program yang dibiayai oleh Indosat, melibatkan para *stakeholders* dan memberikan manfaat bagi masyarakat, akan tetapi kegiatan ini tidak dilakukan secara *continue*, melainkan secara insidental, yaitu ketika terjadi bencana alam. Indosat hanya memberikan bantuan, setelah bantuan diterima, Indosat tidak memiliki tanggung jawab lagi terhadap kegiatan tersebut. Indosat hanya memberikan pelatihan singkat untuk keterampilan korban bencana.

Uraian di atas menunjukkan bahwa tidak semua kegiatan sosial yang dilaksanakan oleh Indosat termasuk dalam kegiatan CSR. Kegiatan-kegiatan yang dapat dimasukkan sebagai kategori CSR adalah program Indonesia belajar, Indonesia sehat dan Indonesia hijau. Meskipun begitu,

dari ketiga kegiatan tersebut Indosat telah memenuhi konsep CSR yang harus diterapkan, yaitu *social responsibility*, *economic growth* dan *environment sustainability*. Ketiga program tersebut telah meliputi tanggung jawab sosial perusahaan atau ComDev, pertumbuhan ekonomi dan juga pelestarian lingkungan. Adapun untuk program Indosat Peduli dan Berbagi Bersama Indosat bukan merupakan CSR, akan tetapi merupakan kegiatan *philanthropy*.

Oleh karena itu, PT Indosat sudah dapat dikatakan sebagai perusahaan yang telah melaksanakan CSR. Hanya saja dalam menerapkannya, PT Indosat masih belum memisahkan dengan *philanthropy* dan juga *marketing*.

d. Kegiatan-kegiatan *marketing* yang sering disebut sebagai CSR

Setelah diuraikan beberapa kegiatan CSR yang telah dilaksanakan oleh beberapa perusahaan di Indonesia, dan dari sana juga kita mengetahui bahwa masih adanya penyatuan antara CSR, *philanthropy* dan kegiatan *marketing*. Oleh karena itu, berikut akan diuraikan beberapa contoh kegiatan *marketing* yang sering disebut sebagai kegiatan CSR. Kegiatan-kegiatan *marketing* tersebut sering kali kita lihat di iklankan, baik di media cetak maupun elektronik, karena tidak jarang kegiatan ini diumumkan ke publik. Kegiatan *marketing* yang paling sering dipersamakan dengan CSR adalah kegiatan *Cause Related Marketing* (CRM).

1. Program Aqua 1 untuk 10 (Aqua Satu Untuk Sepuluh/Aqua SuS)

Program Aqua SuS ini merupakan program yang dilaksanakan oleh PT Danone Aqua Indonesia, Tbk. Sebagai bagian dari program Aqua Untuk Anak Indonesia (AuAI). Program ini dilaksanakan untuk membantu meningkatkan kesejahteraan anak-anak Indonesia terutama yang berada di daerah Timor Timur Selatan, Nusa Tenggara Timur (TTS, NTT). Dengan program ini diharapkan masyarakat TTS dapat memiliki akses air bersih.

Mekanisme program Aqua SuS ini adalah, setiap pembelian 1 liter botol aqua ukuran 600 mililiter dan 1.500 mililiter yang berlabel khusus yang terjual sejak Juli 2007 sampai September 2007, Danone Aqua Indonesia akan menyediakan 10 liter air bersih bagi masyarakat TTS.²⁷⁹

Apabila melihat mekanisme pelaksanaan program Aqua SuS ini, dan dikaitkan dengan kriteria CSR yang harus diterapkan oleh perusahaan, maka dapat dikatakan bahwa program ini tidak termasuk dalam program CSR. Meskipun program ini dilakukan secara *continue* oleh Danone Aqua Indonesia, yaitu untuk tahap pertama akan dilaksanakan sejak 2007 dan akan berakhir pada 2009, selanjutnya akan diadakan SuS lanjutan. Program ini juga melibatkan masyarakat TTS dan memberikan manfaat bagi masyarakat, karena masyarakat menjadi memiliki akses air bersih, bahkan jarak yang harus ditempuh oleh masyarakat untuk mendapatkan air bersih menjadi lebih dekat, dengan adanya pemasangan pipa-pipa untuk menyalurkan air bersih tersebut. Akan tetapi program ini dibiayai bukan

²⁷⁹<http://www.rmexpose.com/detail.php?id=2180&judul=Aqua%20Danone%20Luncurkan%20Program%20%E2%80%99Satu%20untuk%20Sepuluh%E2%80%99>, “Aqua Danone Luncurkan Program ‘Satu Untuk Sepuluh’”, Diakses Pada 6 Agustus 2009.

dari perusahaan, akan tetapi dengan menyisihkan sebagian volume air yang terjual.

Oleh karena itu, program Aqua SuS ini bukan merupakan kegiatan CSR, akan tetapi termasuk dalam program *Cause Related Marketing* (CRM). Program ini sama seperti program “berbagi 1000 kebaikan” yang diadakan oleh Es Krim Vinetta dan program “berbagi sehat” oleh Lifebuoy, yang diadakan oleh PT Unilever, Tbk.

2. Program Pundi Amal SCTV Peduli yang diadakan oleh PT Surya Citra Media, Tbk.

Dalam program ini para pemirsa SCTV diajak untuk menyalurkan bantuannya melalui SCTV dengan mentransfer sejumlah dana ke rekening bank yang telah ditentukan. Bantuan tersebut akan disalurkan melalui program Pundi Amal SCTV Peduli. Dengan adanya program ini, SCTV mengharapkan keterlibatan para pemirsanya untuk ikut serta dalam program sosialnya, untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.²⁸⁰ Dengan program ini, jika dilaksanakan dengan baik, maka sudah pasti akan memberikan imej dan citra baik bagi perusahaan.

Apabila dianalisis menggunakan kriteria CSR yang harus diterapkan oleh perusahaan, maka kegiatan ini bukan merupakan CSR, akan tetapi merupakan kegiatan *social marketing*. Program ini dilaksanakan secara *continue* oleh SCTV dengan melibatkan seluruh *stakeholders*-nya, baik perusahaan, masyarakat, pers dan juga pemirsa SCTV. Program ini sangat

²⁸⁰ <http://www.sctv.co.id/view.php?138,22188,,1242061200,0>, “Pundi Amal Sctv Peduli”, Diakses Pada 5 Agustus 2009.

memberikan manfaat bagi masyarakat, karena masyarakat akan mendapat bantuan, terutama masyarakat yang sedang terkena musibah, atau pun anak-anak yatim dan masyarakat yang membutuhkan lainnya. Akan tetapi, biaya yang digunakan untuk melaksanakan program tersebut tidak dianggarkan dari biaya perusahaan, melainkan bantuan yang disalurkan oleh para pemirsa SCTV. Oleh karena itu, program ini merupakan program yang dibuat oleh PT Surya Citra Media, Tbk. Akan tetapi melalui ini perusahaan ingin menggugah kesadaran dan kerelaan pemirsanya untuk menyalurkan bantuannya untuk ikut serta mensejahterakan masyarakat. Oleh karena itu, program ini termasuk dalam *social marketing*.

Selain program Pundi Amal SCTV Peduli ini, program Berbagi Bersama Indosat yang telah diuraikan di atas juga termasuk dalam kegiatan *social marketing*.

Selain program-program CRM dan *social marketing* di atas, kegiatan marketing yang sering dipersamakan dan dianggap sebagai kegiatan CSR adalah *green marketing*. Salah satu bentuk dari CSR perusahaan terhadap masyarakat adalah memproduksi barang dan atau jasa yang ramah lingkungan dan memperhatikan aspek-aspek sosial dan HAM. Seperti membuat produk yang tidak menyebabkan pencemaran udara, air, dan tanah, tidak mempekerjakan anak di bawah umur dalam kegiatan produksinya, dan sebagainya. Hal-hal tersebut merupakan bentuk CSR. Akan tetapi pernyataan perusahaan mengenai produk yang dihasilkan tersebut merupakan produk yang ramah lingkungan, tidak termasuk dalam kategori CSR, akan tetapi

merupakan *green marketing*. Hal ini disebabkan karena kegiatan tersebut dilakukan untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan untuk menarik konsumen. kegiatan ini dapat dicontohkan dengan iklan sepeda motor. Pada setiap iklan sepeda motor biasanya akan ditemukan sebuah pernyataan yang menyatakan bahwa sepeda motor tersebut ramah lingkungan, dan hemat energy, hal ini semata dilakukan untuk mendapatkan simpati dan menarik minat masyarakat terhadap sepeda motor tersebut. Atau juga dapat dicontohkan dengan iklan dari PT Sari Husada, Tbk yang mengundang ibu-ibu dari Condong Catur Yogyakarta untuk melihat proses pembuatan produk SGM yang aman, bersih dan baik untuk dikonsumsi. Program-program tersebut hanya dilakukan untuk mendapatkan simpati dan kepercayaan dari masyarakat terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Kegiatan-kegiatan tersebut diatas menunjukkan bagaimana perkembangan penerapan CSR saat ini di Indonesia. Belum adanya acuan atau kriteria yang baku mengenai CSR yang harus dilaksanakan oleh perusahaan membuat perusahaan bebas melaksanakan CSR sesuai dengan kreatifitas dan kemampuan perusahaan itu sendiri. Akan tetapi, dengan begitu terjadi kerancuan antara kegiatan CSR, *marketing* dan sekedar *philanthropy*. Meskipun demikian tidak sedikit dari perusahaan yang telah sukses dan serius melaksanakan program CSRnya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perseroan Terbatas (PT) merupakan salah satu subjek hukum yang salah satu kewajibannya adalah tanggung jawab sosial (CSR). CSR merupakan derivatif dari etika bisnis dan perwujudan *Good Corporate Governance* (GCG). Pengertian, konsep dan prinsip CSR belum ditemukan secara utuh. Di Indonesia kewajiban CSR telah diatur secara implisit pada beberapa Undang-Undang, akan tetapi secara eksplisit diatur dalam Undang-Undang Penanaman Modal dan Undang-Undang Perseroan Terbatas, akan tetapi belum memiliki kriteria CSR yang baku yang harus diterapkan oleh perusahaan. Apabila melihat perkembangan definisi, konsep, prinsip dan pengaturannya dalam Undang-undang, dapat dilihat bahwa kriteria CSR yang harus diterapkan oleh perusahaan adalah:
 - a. Program CSR dilakukan secara berkelanjutan, tidak hanya sebuah sumbangan atau derma dari perusahaan yang bersifat insidental.
 - b. Program CSR harus melibatkan semua *stakeholders*. Dalam hal ini pelaksanaan CSR tidak hanya oleh perusahaan, akan tetapi masyarakat dan *stakeholders* yang lain pun harus dilibatkan. Perusahaan tidak hanya

memberi dan masyarakat menerima, akan tetapi harus saling terlibat dan menguntungkan.

- c. Program CSR harus memberikan manfaat kepada perusahaan, masyarakat dan lingkungan dalam upaya pembangunan berkelanjutan. Jadi program CSR harus memenuhi seluruh prinsip pembangunan berkelanjutan, yaitu tanggung jawab sosial, pertumbuhan ekonomi dan pembangunan lingkungan.
 - d. Biaya program CSR harus dianggarkan sebagai biaya operasional perusahaan, bukan disisihkan dari keuntungan perusahaan atau dari harga pembelian oleh konsumen.
2. Ketidakteragaman definisi CSR dan juga prinsip dan konsep CSR yang semakin berkembang menyebabkan pelaksanaan CSR pun tidak seragam, tergantung pada kemampuan dan kreatifitas perusahaan. Bentuk-bentuk CSR yang lazim digunakan adalah :
- a. pengelolaan lingkungan secara baik terutama lingkungan kerja,
 - b. kemitraan perusahaan dengan masyarakat, terutama masyarakat lokal.
 - c. Penanganan kelestarian lingkungan
 - d. Investasi sosial.

Tidak sedikit dari PT Terbuka di Indonesia yang telah memandang CSR sebagai suatu kegiatan yang penting karena menjadi investasi jangka panjang bagi perusahaan. Perusahaan-perusahaan tersebut berusaha untuk melaksanakan CSR dengan baik dan benar, seperti PT Kaltim Prima Coal, Tbk dan PT Freeport Indonesia, Tbk. dan sebagian dari program PT

Indonesian Satellite Corporation, Tbk. Akan tetapi, dalam kenyataannya tidak sedikit pula yang menyatakan telah melaksanakan CSR, namun pada dasarnya kegiatan tersebut bukan merupakan CSR, melainkan kegiatan *philanthropy* dan kegiatan *marketing*. Seperti program Indonesia Peduli dan Berbagi Bersama Indosat yang diselenggarakan oleh PT Indonesian Satellite Corporation, Tbk., Program Aqua 1 Untuk Sepuluh, dan Program Pundi Amal SCTV. Selain itu, bentuk CSR yang paling banyak digunakan pada PT Terbuka di Indonesia adalah dalam bentuk *Community Development* (ComDev), baik yang berupa *community relation*, *community service* maupun *community empowering*.

B. Saran

1. Pemerintah sebaiknya segera membuat Peraturan Pemerintah yang akan memberikan dan menjelaskan kriteria-kriteria CSR yang harus dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan, sehingga tidak terjadi salah pengertian antara kegiatan CSR, *Philanthropy* dan *marketing*.
2. Badan Pengawasan Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam LK) sebagai lembaga yang mewadahi PT Terbuka di Indonesia sebaiknya memiliki peraturan Bapepam LK untuk memberikan pedoman bagi Perseroan Terbatas Terbuka yang tercatat di Bapepam LK dalam menjalankan program CSR, dan yang lebih penting lagi adalah mengenai pelaporan hasil kegiatan CSRnya agar jangan dipersamakan dengan kegiatan *philanthropy* dan *marketing*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-Buku

- A.B.Susanto, 2007, *Corporate Social Responsibility*, The Jakarta Consulting Group, Jakarta.
- A.Sony Keraf, 1998, *Etika Bisnis*, Kanisius, Yogyakarta.
- Abdul Kadir Muhammad, 1996, *Hukum Perseroan Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Ali Rido, 2001, *Badan Hukum dan Kedudukan Badan Hukum Perseroan, Perkumpulan, Koperasi, Yayasan, Wakaf*, Alumni, Bandung.
- Arif Budimanta, et. al., *Corporate Social Responsibility*, Indonesia Center for Sustainable Development, Jakarta.
- C.S.T. Kansil, 1995, *Hukum Perusahaan Indonesia Aspek Hukum Dalam Ekonomi Bagian I*, Pradnya Paramita, Jakarta.
- Gunawan Wijaya dan Yeremia Ardi Pratama, 2008, *Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*, Forum Sahabat, Jakarta.
- H. Budi Untung, 2008, *Corporate Social Responsibility*, Sinar Grafika, Jakarta.
- H.M.N. Purwosutjipto, 1981, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indoneisa Jilid 1*, Djambatan, Jakarta,
- H.M.N. Purwosutjipto, 1981, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indoneisa Jilid 2*, Djambatan, Jakarta,
- Habib Adjie, 2008, *Status Badan Hukum, Prinsip-Prinsip dan Tanggung Jawab Sosial Perseroan Terbatas*, Mandar Maju, Bandung.
- Isa Wahyudi dan Busyra Azheri, 2008, *Corporate Social Responsibility :Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*, In-Trans Publishing, Malang.
- Jackie Ambadar, 2008, *CSR: Dalam Praktik Di Indonesia*, Elex MediaComputindo, Jakarta,
- Jamin Ginting, 2007, *Hukum Perseroan Terbatas (UU No. 40 Tahun 2007)*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- K. Bertens, 2000, *Etika Bisnis*, Kanisius, Yogyakarta.

- Nindyo Pramono, 2006, *Bunga Rampai Hukum Bisnis Aktual*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- R.T Sutantya R. Hadhikusuma dan Sumantoro, 1995, *Pengertian Pokok Hukum Perusahaan*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Reza Rahman, 2009, *Corporate Social Responsibility, Antara Teori dan Kenyataan*, Medpress, Yogyakarta.
- Reza Rahman, 2009, *Corporate Social Responsibility, Antara Teori dan Kenyataan*, Buku Kita, Jakarta.
- Ridwan Khairandy dan Camelia Malik, 2007, *Good Corporate Governance*, Total Media, Yogyakarta.
- Ridwan Khairandy et. al., 1999, *Pengantar Hukum Dagang Indonesia I*, Pusat Studi Hukum FH UII dan Gama Media, Yogyakarta.
- Ridwan Khairandy, 2009, *Perseroan Terbatas Doktrin, Peraturan Perundang-Undangan, dan Yurisprudensi*, Total Media, Yogyakarta.
- Sri Redjeki Hartono, 2000, *Kapita Selekta Hukum Perusahaan*, Mandar Maju, Bandung.
- Sudikno Mertokusumo, 2003, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono Darmadji dan Hendy M. Fakhruddin, 2006, *pasar Modal di Indonesia Pendekatan Tanya Jawab Edisi 2*, Salemba Empat, Jakarta.
- Yusuf Wibisono, 2007, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, Fascho Publishing, Gresik.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Dasar 1945

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Kitab Undang-Undang Hukum Dagang

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

Artikel dan Data Elektronik

Adler Manurung, “Faktor CSR di Bursa Saham” dalam *Majalah Bisnis dan CSR,reference For Decision Maker*, Vol. 1 No. 4 edisi Maret 2008.

Edi Suharto,”*Corporate Social Responsibility: What is and Benefits for Corporate*”, *Majalah Bisnis dan CSR*, Edisi maret 2008,

Edward Malik, “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Sebuah Konteks Indonesia”, *Competitiveness at The Frontier*, Edisi Juni 2008.

HMS Sembiring, “Faktor CSR di Bursa Saham”, *Majalah Bisnis dan CSR*, Vol. 1 No. 4 Edisi Maret 2008.

[http://andawat-papua.blogspot.com/2009/07/peristiwa - penembakan - di-wilayah.html](http://andawat-papua.blogspot.com/2009/07/peristiwa-penembakan-di-wilayah.html), “Peristiwa Pnembakan di Wilayah Penambangan PT Freeport Tembagapura-Timika, Semoga Bukan “Skenario Satu Piring Dua Sendok””, diakses 11 Agustus 2009.

[http://nasional.vivanews.com/news/read/78712-kontribusi_ freeport_ untuk_ warga_ papua_ minim](http://nasional.vivanews.com/news/read/78712-kontribusi-freeport-untuk-warga-papua-minim),”Kontribusi Freeport Untuk Warga Papua Minim”, diakses 11 Agustus 2009.

<http://www.asprosbinareka.com/info.php?act=artDet&id=115> “Kalau Bukan Kita Siapa Lagi?-Penting CSR Dalam Kehidpan Masyarakat”, diakses 11 Mei 2009.

<http://www.beritabarur.com/special.php?id=1416> “Program CSR Freeport Rp 500 Milyar Untuk Masyarakat Papua” diakses 10 Agustus 2009.

<http://www.csrindonesia.com/data/articles/20080522135849-a.pdf>, “sejarah dan masa depan CSR Menurut Min-Dong Paul Lee” diakses 30 April 2009.

<http://www.detikfinance.com>, diakses 3 Mei 2009.

<http://www.detikfinance.com/read/2006/09/07/131545/670628/4/csr-tak-perlu-diikat-aturan>, “CSR Tak Perlu Diikat Aturan”, diakses 2 Mei 2009

<http://www.detikinet.com/read/2008/11/21/182336/1040996/328/alokasi-dana-csr-indosat-naik-30>, “Alokasi Dana CSR Indosat Naik 30%” diakses 4 Agustus 2009.

<http://www.donhangga.com/csr-sekilas-sejarah-dan-konsep/2007/11/28/m> “CSR: Sekilas sejarah dan Konsep”, diakses Pada Tanggal 28 April 2009.

http://www.indosat.com/corporate_responsibility, diakses Pada Tanggal 3 Juli 2009.

http://www.indosat.com/Corporate_Responsibility/Corporate_Social_Responsibility_CSR/Indonesia_Belajar, “Indonesia Belajar” diakses Tanggal 3 Agustus 2009.

http://www.indosat.com/Corporate_Responsibility/Corporate_social_Responsibility_CSR/Indonesia_Hijau, ”Indonesia Hijau” diakses 3 Agustus 2009.

http://www.indosat.com/Corporate_Responsibility/Corporate_Social_Responsibility_CSR/Indonesia_Sehat, ‘Indonesia Sehat” diakses 5 Agustus 2009

http://www.indosat.com/Corporate_Responsibility/Corporate_Social_Responsibility_CSR/Berbagi_Bersama_Indosat, “Berbagi Bersama Indosat”, diakses 5 Agustus 2009.

<http://www.keepandshare.com/doc/view.php?id=764997&da=y>, “Memahami Corporate Social Responsibility sebagai Wujud Investasi Perusahaan,” diakses 3 Me 2009.

http://www.kpc.co.id/index.php?option=com_content&task=view&id=36&Itemid=50, “Health And Safety” diakses 23 Juli 2009.

http://www.kpc.co.id/index.php?option=com_content&task=view&id=37&Itemid=51, “Environment”, diakses 23 Juli 2009.

http://www.kpc.co.id/index.php?option=com_content&task=view&id=38&Itemid=52 diakses 23 Juli 2009.

<http://www.legalitas.org> diakses 17 Juni 2009.

<http://www.legalitas.org/?q=content/tanggung-jawab-sosial-perusahaan-corporate-social-responsibility-dan-iklim-penanaman-modal-i> “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) dan iklim penanaman modal di Indonesia” diakses 17 Juni 2009.

<http://www.pkbl.bumn.go.id/file/PSICSRComDev-edi%20suharto.pdf> “Pekerjaan Sosial Industri, CSR dan ComDev”, diakses 13 Juni 2009.

<http://www.pkblbumncsrakah.blogspot.com/> “PKBL BUMN, CSRkah?” diakses 20 Mei 2009.

<http://www.ptfi.com/environment/default.asp>,” tanggung Jawab Terhadap Lingkungan” diakses 10 Agustus 2009.

http://www.ptfi.com/environment/hayati_taman_nasional.asp, “Keanekaragaman Hayati dan Taman Nasional Lorentz”, diakses 11 Agustus 2009.

http://www.ptfi.com/environment/overburden_dan_air_asam.asp, “pengelolaan *overburden* dan air asam tambang” diakses 11 Agustus 2009.

http://www.ptfi.com/environment/pengelolaan_tailing.asp, “Program Pengelolaan Tailing” diakses 10 Agustus 2009.

<http://www.ptfi.com/environment/reklamasi.asp>, “reklamasi dan penghijauan kembali” diakses 11 Agustus 2009.

<http://www.ptfi.com/safety/default.asp>, “Keselamatan Dan Kesehatan Kerja” diakses 11 Agustus 2009.

http://www.ptfi.com/social/hubungan_saling_menguntungkan.asp, “Hubungan Saling Menguntungkan”, diakses 1 Agustus 2009.

http://www.ptfi.com/social/komitmen_sosial_budaya.asp, “Komitmen Sosial Budaya”, diakses pada 10 Agustus 2009.

http://www.ptfi.com/social/pengembangan_wirusaha.asp, “Pengembangan wirusaha”, diakses 10 Agustus 2009.

http://www.ptfi.com/social/program_rekognisi.asp,”rogram rekognisi hak ulayat”, diakses 10 Agustus 2009.

<http://www.rafflesia.wwf.or.id/library/admin/attachment/clips/2006-08-15-019-0094-001-03-0922.pdf>. “CSR dan Wilayah Etika Bisnis”. diakses 29 April 2009.

<http://www.rmexpose.com/detail.php?id=2180&judul=Aqua%20Danone%20Luncurkan%20Program%20%E2%80%99Satu%20untuk%20Sepuluh%E2%80%99>, “Aqua Danone Luncurkan Program ’Satu Untuk Sepuluh’”, diakses 6 Agustus 2009.

<http://www.rumah-yatim.org/print/?/80/corporate-social-responsibility/>, “Corporate Social Responsibility” diakses 3 Mei 2009.

<http://www.sctv.co.id/view.php?138,22188,,1242061200,0>, “Pundi Amal Sctv Peduli”, diakses 5 Agustus 2009.

http://www.unilever.co.id/id/ourcompany/beritaandmedia/beritaterbaru/CSR_ULI_Mendapat_Pengakuan_Internasional.asp. “Program CSR Unilever Indonesia Mendapat Pengakuan Internasional”. diakses tanggal 15 Mei 2009.

http://www.unilever.co.id/Images/ULI-CSR2004_English_tcm110-95885.pdf. ‘berpadu dalam cita bersama masyarakat dan Lingkungan”. diakses 2 Mei 2009

Irna Nurhayati, “Ulasan Tentang Status Badan Hukum Perseroan Terbatas Menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 Tentang Perseroan

Terbatas”, diakses melalui <http://www.mhugm.wikidot.com/artikel:002> pada 15 Juni 2009.

Jalal, “Cause Related Marketing Sebagai Bagian dari CSR”, diakses melalui <http://www.kabarindonesia.com/berita.php?pil=20&dn=20071106065142..> pada tanggal 19 Mei 2009.

Mas Achmad Daniri, *Standarisasi tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, diakses melalui <http://www.governance-indonesia.com/donlot/Standarisasi%20Tanggung%20Jawab%20Sosial%20Perusahaan%2016%20Jan%2008.pdf> pada 3 Juni 2009.

Nopriandi M.Iqbal dan Oop Sopyan, “Corporate Socia Responsibility”, diakses melalui <http://www.operedzone.wordpress.com/2009/01/21/corporate-social-cesponsibility-csr/> pada 20 Juni 2009.

Taufik Rahman, “Masalah Hukum CSR di 2007 : Bukan Sekedar Pewajiban di UU perseroan Terbatas”, diakses melalui www.csrindonesia.com/data/articles/20080327151023-a.pdf Pada 3 Juni 2009.

Kamus

http://www.id.wikipedia.org/wiki/Pembangunan_berkelanjutan, “Pembangunan berkelanjutan”, diakses 3 Mei 2009.

<http://www.id.wikipedia.org/wiki/Koperasi>. diakses 14 Juni 2009.

http://www.id.wikipedia.org/wiki/Tanggung_jawab_sosial_perusahaan, “Tanggung Jawab Sosial,” diakses 3 Mei 2009.

http://www.id.wikipedia.org/wiki/Tanggung_jawab_sosial_perusahaan, “Tanggung Jawab Sosial,” diakses 3 Mei 2009. diakses 11 Mei 2009.

Pius A Partanto dan M. Dahlan Al Barry, 1994, *Kamus Istilah Populer*, Arkola, Surabaya.

R. Subekti dan Tjitrosoedibyo, 2003, *Kamus Hukum*, Pradnya Paramita, Jakarta.

Tim Reality, 2008, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Reality Publisher, Surabaya.

Putusan Pengadilan

Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 53/PUU-VI/2008