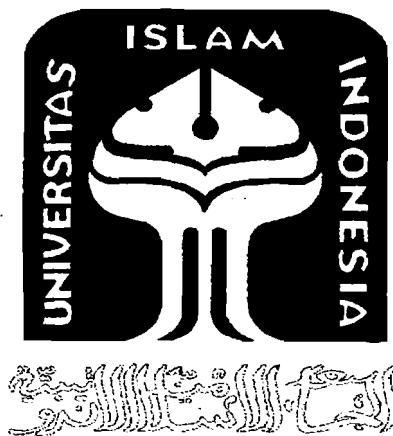


**PENERAPAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL  
DAN LINGKUNGAN PERUSAHAAN**  
(Studi Kasus PT. Newmont Nusa Tenggara Di Nusa Tenggara Barat)

**TESIS**



**Oleh :**  
**SUARDIMAN**

**Nomor Mahasiswa : 12912019**  
**BKU : Hukum Bisnis**  
**Program Studi : Ilmu Hukum**

**MAGISTER ILMU HUKUM**  
**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**  
**YOGYAKARTA**  
**2014**

**PENERAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL  
DAN LINGKUNGAN PERUSAHAAN  
(Studi Kasus PT. Newmont Nusa Tenggara Di Nusa Tenggara Barat)**

**TESIS**

**Oleh :  
SUARDIMAN**

**Nomor Mahasiswa : 12912019  
BKU : Hukum Bisnis  
Program Studi : Ilmu Hukum**

Telah Diperiksa dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk di ajukan ke  
Dewan Penguji dala ujian Tesis.

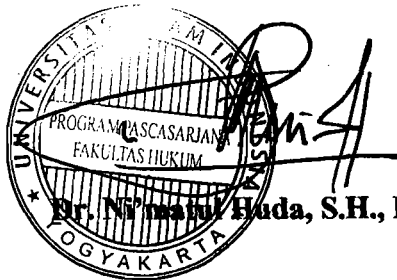


Pembimbing

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

Tanggal, ..... 2014

Mengetahui  
Ketua Program



**Dr. Nuzul Huda, S.H., M.Hum**

Tanggal, ..... 2014

**PENERAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL  
DAN LINGKUNGAN PERUSAHAAN**  
(Studi Kasus PT. Newmont Nusa Tenggara Di Nusa Tenggara Barat)

**TESIS**

**Oleh :**

**SUARDIMAN**

Nomor Mahasiswa : 12912019

BKU : Hukum Bisnis

Program Studi : Ilmu Hukum

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada Tanggal 22 Februari 2014 dan dinyatakan LULUS

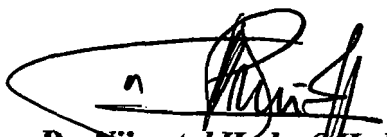
Tim Penguji

Ketua

  
Prof. Dr. Ridwan Khairandy, S.H., M.H Tanggal, ..... 2014

  
Nurjihad, S.H., M.H Tanggal, ..... 2014

  
Ery Arifudih, S.H., M.H Tanggal, *1 Maret* 2014

  
Mengetahui  
Ketua Program  
Dr. Ni'matul Huda, S.H., M.Hum Tanggal, ..... 2014

## **HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**Hidup Adalah Perjuangan Untuk Mencapai Kesuksesan**

**Kesuksesan Adalah Sebuah Hakikat Kehidupan**

**Dan Selalu Berdoa Berikhtiar**

Tesis ini saya persembahkan dengan  
tulus, ihklas dan hati yang suci kepada  
kedua orang tuaku

Bapak Lukman dan Ibunda Aminah  
yang selalu mendoakan dan  
memberikan yang terbaik buat  
anaknyaa.

Para Guru dan Dosen yang telah  
mengajar, mendidik, dan  
membimbing penulis selama ini.

# **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tesis Dengan Judul :

## **PENERAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN PERUSAHAAN**

**(Studi Kasus PT. Newmont Nusa Tenggara Di Nusa Tenggara Barat)**

Benar-benar karya dari penulis, Kecuali bagian-bagian tertentu yang telah diberikan keterangan pengutipan sebagaimana etika akademis yang berlaku, jika terbukti bahwa karya ini bukan penulis sendiri, maka penulis siap untuk menerima sanksi sebagaimana yang telah ditentukan oleh Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 09 Februari 2014

SUARDIMAN

## KATA PENGANTAR

*Assalamu`alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, Dzat yang Maha Agung yang senantiasa setiap perhitungan ada pada genggamannya, yang setiap penciptaan bertasbih, bertahmid, bertahli, dan bertakbir menyebut Asma-Nya atas segala berkah, rahmat serta karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini yang berjudul : PENERAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN PERUSAHAAN

(Studi Kasus di PT. Newmont Nusa Tenggara Di Nusa Tenggara Barat)

Shalawat beriringan salam kepada Habiballah, Rasulullah junjungan Nabi Mulia Muhammad SAW, Sallammualaik` kepada seluruh keluarga dan sahabat Beliau, semoga senantiasa mendapatkan syafaat-Nya di hari perhitungan kelak, Amin.

Tesis ini disusun untuk menyelesaikan jenjang Pendidikan Starata 2 (S2) dan meraih gelar Magister Hukum Universitas Islam Indonesia. Akan tetapi, penulis berharap tesis ini dapat bermanfaat bagi kebaikan dan kemajuan sistem di Indonesia.

Sebagai karya manusia biasa yang tidak pernah luput dari khilaf, salah dan lupa tentunya tesis ini tidaklah sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca.

Karya ini lahir tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih atas segala perhatian, dorongan, bimbingan, kritik dan saran kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Edy Suandi, M.Ec., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Dr. Rusli Muhammad, SH., M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia

3. Ibu Dr. Hj. Ni'matul Huda, S.H., M.Hum., selaku Ketua Program Magister (S2) Ilmu Hukum Progran Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Prof. Ridwan Khaerandy, S.H., M.H. selaku pembimbing Penulis karya ini, terima kasih ilmu, kritik, dan saran serta nasehatnya semoga menjadi amal ibadah dan bekal buat penulis dalam menapaki kehidupan ini.
5. Seluruh Dosen Program Magister Ilmu Hukum, Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah membimbing serta memberikan ilmu pengetahuan khususnya Ilmu Hukum bagi penulis.
6. Seluruh staff karyawan Magister Ilmu Hukum Hukum Universitas Islam Indonesia yang telah membantu kelancara administrasi dalam menyelesaikan penulisan tesis ini.
7. Sembah sujud penulis kepada Ayahnda Lukman dan Ibunda Aminah yang dengan sepenuh cinta dan kasih sayangnya telah berjasa melahirkan, membesarkan, mendidik, membimbing dan memberikan semangat penulis dalam hari-hari menuju kedewasaan. Terima kasih untuk cinta, kasih sayangnya, nasehat dan pengorbanannya yang dengan apapun anandamu ini tidak akan mampu membalas segalanya.
8. Teristiwa untuk adikku Arif Hidayat dan Rahmat Hidayat yang selalu menjadi penyemangat penulis
9. Sahabatku mas Sayfudin, Novendri Nggilu dan Anton yang memberi suppot pada penulis
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada penulis, baik langsung maupun tidak langsung sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini.

Untuk semua yang telah membantu penulis, sungguh hanya Allah SWT yang dapat membalasnya segalanya. Smoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan Hidayah-Nya kepada kita semua. Akhirnya, Penulis berhadap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

*Wasalamualaikum Warahmatullai Wabarakkatuh.*

Yogyakarta, 09 Februari 2014

Penulis

Suardiman



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL TESIS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAAN PENGESAHAN TESIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

<b>A. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>19</b>
<b>C. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>19</b>
<b>D. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>19</b>
<b>E. Kerangka Teori .....</b>	<b>20</b>
<b>F. Metode Penelitiann .....</b>	<b>33</b>
<b>1. Jenis Penelitian .....</b>	<b>34</b>
<b>2. Sifat Penelitian .....</b>	<b>34</b>
<b>3. Sumber dan Jenis Data .....</b>	<b>35</b>
<b>4. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>36</b>
<b>5. Metode Analisa Data .....</b>	<b>37</b>
<b>G. Sistematika Penelitian .....</b>	<b>38</b>

## **BAB II PENGATURAN PENERAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN PERUSAHAAN DALAM PERUNDANG UNDANG DI INDONESIA**

A. Tinjauan umum dan Prinsip Etika Bisnis .....	39
1. Pengertian Etika .....	39
2. Pngertian Bisnis .....	41
B. Konsep dan perkembangan ketentuan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan di Indonesia .....	43
1. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang PerseroanTerbatas .....	57
2. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang TanggungJawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas .....	70
3. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal .....	71
4. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup .....	74
C. Manfaat Penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan .....	79
D. Tata cara Penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan .....	87

**BAB III PENERAPAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL DAN  
LINGKUNGAN PERUSAHAAN**

- A. Penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan  
Perusahaan di PT. Newmont Nusa Tenggara ..... 98
- B. Kendala yang dihadapi PT. Newmont Nusa Tenggara  
dalam Penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan  
Perusahaan ..... 128

**BAB IV PENUTUP**

- A. Kesimpulan ..... 133
- B. Saran ..... 134

**DAFTAR PUSTAKA**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan dari PT. Newmont Nusa Tenggara bagi komunitas lokal. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Maluk, Sumbawa Barat, Propinsi Nusa Tenggara Barat. Subjek penelitian ini adalah masyarakat lokal. Penelitian ini meneliti tentang Penerapan dan Kendala dari program Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan PT. Newmont Nusa Tenggara. Data dalam penelitian ini dianalisis secara kualitatif, yaitu data skunder yang berupa teori, definisi dan substansinyadari berbagai literatur, dan peraturan perundang-undangan, serta data primer yang diperoleh dari wawancara, observasi dan studi lapangan, kemudian dianalisis dengan undang-undang, teori dan pendapat pakar yang relevan, sehingga didapat kesimpulan tentang pelaksanaan Tanggungjawab sosial perusahaan yang berkaitan dengan pengentasan masalah-masalah sosial kemasyarakatan. Berdasarkan hasil Penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa dalam Penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan, PT Newmont Nusa Tenggara melakukan kegiatan-kegiatan Pembangunan Masyarakat yaitu pendidikan, Infrastruktur, Kesehatan, dan Ekonomi. Namun program Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan dari PT. Newmont Nusa Tenggara yang berlangsung selama ini ternyata belum cukup efektif mendorong terjadinya peningkatan kesejahteraan bagi komunitas lokal/masyarakat setempat, khususnya kelompok marginal. Karena program Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan masih belum merata walaupun sebenarnya masyarakat belum memahami hakikat dari Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan itu sendiri. Kendala yang dihadapi oleh PT. Newmont Nusa Tenggara saat ini, ketidakpercayaan masyarakat lokal kepada Perusahaan diakibatkan minimnya sosialisasi yang dilakukan oleh Pemerintah dan PT. Newmont Nusa Tenggara terhadap Operasi Pertambangan.

**Kata Kunci :** Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, Komunitas Lokal

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Seiring dengan peradaban modern eksistensi suatu Perusahaan atau dunia usaha terus menjadi sorotan. Salah satu isu penting yang masih terus menjadi perhatian dunia usaha hingga saat ini adalah soal Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (TJSP) yang selanjutnya dalam penulisan ini disingkat TJSP seperti yang dikenal dalam Peraturan Perundang-undangan di Indonesia. Sebagai bagian dari konfigurasi hubungan antara dunia bisnis dan masyarakat, persoalan Tanggungjawab Sosial Perusahaan mengalami rumusan konseptual yang terus berubah, sejalan dengan perkembangan yang dialami oleh dunia usaha itu sendiri.

Secara filosofis, hal ini sesungguhnya bukanlah sesuatu yang baru untuk Indonesia, di Undang-Undang Dasar Negara Republik tahun 1945 Pasal 33 disebutkan bahwa;

1. perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan.
2. cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara.
3. bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Jadi artinya disini, sistem ekonomi yang berorientasi kebersamaan dan pemanfaatan sumber daya alam dan lingkungan untuk kesejahteraan sosial sudah secara eksplisit sudah menjadi komitmen dari konstitusi di Indonesia.<sup>1</sup> Gari Von Stage mengatakan korporasi tidak boleh hanya mencari keuntungan demi kepentingan pribadi, sebab korporasi yang didirikan berdasarkan hukum di suatu wilayah, seharusnya mengabdikan pada kepentingan masyarakat dimana hukum itu berada. Oleh karena itu, perubahan paradigma dari hukum korporasi terhadap tujuan korporasi dari sekedar mencari keuntungan semata. Rekonstruksi hukum korporasi tersebut harus memberikan ruang bagi terciptanya keadilan sosial. Memang tidak mudah untuk memberikan batasan atau ruang lingkup dari tanggung jawab sosial tetapi pada wacana dan prakteknya mengalami perkembangan yang pesat.

TJSP pada awal mulanya hanya untuk perlindungan bagi buruh, akan tetapi pada perkembangannya telah masuk wilayah Lingkungan Hidup, isu Hak Asasi Manusia, hingga Anti Korupsi,<sup>2</sup> bidang Kesehatan, informasi konsumen, praktek tanpa diskriminasi dan pemeliharaan Lingkungan fisik.<sup>3</sup> Namun A. Sonny Keraf melihat ruang lingkup Tanggungjawab Sosial Perusahaan tersebut kedalam dua kategori.

1. relasi primer misalnya memenuhi kontrak yang sudah dilakukan dengan Perusahaan lain, memenuhi janji, membayar utang, memberi

---

<sup>1</sup> Mukti Fajar. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Di Indonesia studi penerapan ketentuan CSR pada perusahaan multinasional, Swasta Nasional dan BUMN di Indonesia*, cetakan pertama, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm 9.

<sup>2</sup> Mukti Fajar. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Di Indonesia ... Ibid.*, hlm. 14.

<sup>3</sup> Habib Adjie. *Status Badan Hukum (Prinsip-prinsip dan Tanggung jawab sosial perseroan terbatas)*, cetakan Pertama, (Bandung: CV. Mandar Maju, 2008), hlm. 67.

pelayanan pada konsumen, bertanggung jawab dalam menawarkan barang dan jasa kepada masyarakat dengan mutu yang baik, memperhatikan hak karyawan, kesejahteraan karyawan dan keluarganya, meningkatkan keterampilan dan pendidikan karyawan.

2. relasi sekunder bertanggung jawab atas operasi dan dampak bisnis terhadap masyarakat pada umumnya, atas masalah sosial seperti lapangan pekerjaan, pendidikan, prasarana sosial, dan pajak.<sup>4</sup>

Dengan demikian, tanggung jawab para pelaku usaha dalam dunia bisnis adalah keterlibatan perusahaan mereka dalam mengusahakan kebaikan dan kesejahteraan sosial masyarakat.<sup>5</sup> TJSP merupakan pengambilan keputusan perusahaan yang dikaitkan dengan nilai-nilai etika, dapat memenuhi kaidah-kaidah dan keputusan hukum dan menjunjung tinggi harkat manusia, masyarakat dan lingkungan. Tanggungjawab Sosial Perusahaan meliputi bidang Sosial, Ekonomi dan Lingkungan.<sup>6</sup> Nurcholis Madjid menyimpulkan etika subjektif seseorang akan terefleksikan dalam aktivitas bisnisnya. Dengan kata lain, etika bisnis seseorang merupakan perpanjangan sikap-sikap tingkah lakunya atau tindakan-tindakan konstan, yang membentuk keseluruhan citra diri atau akhlak orang itu.<sup>7</sup>

Untuk itu, pengaturan TJSP merupakan salah satu hal yang urgen dalam memberikan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan

---

<sup>4</sup> Ridwan Khairandy. *Perseroan Terbatas, (Doktrin, Peraturan Perundang-undangan dan Yurisprudensi)* edisi revisi, (Yogyakarta, Total Media, 2009), hlm. 139.

<sup>5</sup> Ridwan Khairandy *Perseroan Terbatas ... Ibid.*, hlm 140.

<sup>6</sup> Manuel G. Velasquez, *Business Ethics: Concepts and Cases (Fifth Edition)*, (New Jersey: Pearson Education, Inc., 2002), hlm. 13.

<sup>7</sup> Erni R. Ernawan. *Business Ethics: Etika Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2007), hlm. 12.

isi Pasal 74 Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas (UUPT) yang terbaru, yakni UU Nomer 40 Tahun 2007. Kemudian diperjelas dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang dimuat dalam Pasal 2 menyatakan Setiap Perseroan selaku subjek hukum mempunyai Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan. Ditentukan juga dalam UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal Pasal 15, yang mewajibkan menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan melaksanakan Tanggungjawab Sosial Perusahaan.

Dengan Pengaturan ini menjadi elemen penting sebagai tolak ukur dalam penerapan program TJSP di PT. NNT untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Jika perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban untuk melaksanakan Tanggungjawab Social dan Lingkungan ini akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-Undangan.<sup>8</sup> Seperti yang dicantumkan dalam Pasal 34 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Itu artinya PT. NNT yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya alam mempunyai kewajiban dalam melakukan program TJSP. Melalui Undang-Undang ini, industri atau korporasi-korporasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan suatu beban yang memberatkan. Perlu diingat pembangunan suatu Negara bukan hanya tanggungjawab Pemerintah dan Industri saja, tetapi

---

<sup>8</sup> Jamin Ginting. *Tinjauan Yuridis Terhadap CSR dalam GCG*, *Lex Jurnal* Vol. 5 No.1, (desember 2007)



setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat.

PT. NNT sebagai perusahaan patungan yang sahamnya dimiliki oleh Nusa Tenggara Partnership B.V, PT Multi Daerah Bersaing (PTMDB), PT Pukuafu Indah dan PT Indonesia Masbaga Investama. Newmont dan Sumitomo bertindak sebagai operator PT. NNT yang melakukan penambangan di Batu Hijau dan selanjutnya menandatangani KK dengan Pemerintah Indonesia, juga terikat untuk menerapkan standar profisiensi yang tinggi serta kepemimpinan di bidang-bidang manajemen lingkungan, kesehatan dan keselamatan bagi para karyawannya dan masyarakat sekitar, termasuk melaksanakan TJSP nya.

Melihat pada kondisional semacam ini maka penulis mencoba mengangkat permasalahan ini kepermukaan. Penulis menganggap bahwa pengambilan judul diatas cukup strategis.

1. konsep Tanggungjawab Sosial Perusahaan telah dikenal sejak awal 1970, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Seiring perjalanan waktu, di satu sisi sektor industri atau koperasi-koperasi skala besar telah mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi di sisi lain eksploitasi sumber-sumber daya alam oleh sektor industri sering kali menyebabkan kerusakan lingkungan.

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

Di tahun 1970-an, topik TJSP mengemuka melalui tulisan Milton Friedman tentang bentuk tunggal tanggungjawab sosial dari kegiatan bisnis. Bahkan Estes<sup>9</sup> menilai bahwa roh atau semangatnya telah ada sejak mula berdirinya perusahaan-perusahaan (di Inggris), yang tugas utamanya adalah untuk membantu pemerintah dalam memberikan pelayanan dan memenuhi kebutuhan masyarakat sikap dan pendapat pro-kontra selalu merupakan bagian dari sejarah kehidupan perusahaan dan perkembangan konsep TJSP itu sendiri. Pro dan kontra terhadap perkembangan TJSP terus bergulir. Salah satunya, apakah tanggungjawab sosial tersebut sifatnya wajib atau sukarela, dimana ketika

---

<sup>9</sup> H. Jean Marten, dkk, Corporate Social Responsibility Perusahaan Multinasional Kepada Masyarakat Sekitar: Studi Kasus, *Jurnal Usahawan*, Nomer 03 Tahun XXXVI (Maret 2007), Bagian CSR, Universitas Kristen Satya Wacana, Slatiga. hlm.10.

kegiatan TJSP diwajibkan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU. PT), Sontak menuai protes. Pasalnya aktivitas TJSP diasumsikan sebagai aktivitas berdasarkan kerelaan dan bukannya "paksaan".

Akan tetapi, Banyak kalangan yang menganggap Pasal 74 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 UUPU yang mengatur tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan merupakan Pasal yang menodai UUPU baru ini. Pasal ini menjadi begitu kontroversial karena banyak kalangan memandang aturan mengenai TJSP ini seharusnya tidak perlu menjadi bagian dari sebuah UUPU.<sup>10</sup> Alasannya sederhana, TJSP adalah suatu bentuk Tanggungjawab Sosial korporasi yang seharusnya dilakukan secara sukarela oleh perusahaan. Namun kenyataan berkata lain, tren regulasi TJSP pada setiap level Peraturan Perundang-Undangan berpotensi menjadi beban tambahan bagi pelaku usaha selain beban-beban lain seperti pajak, pungutan liar, birokrasi perijinan, korupsi dan lain-lain.

Penolakan Mahkamah Konstitusi terhadap pembatalan Pasal 74 UU No. 40/2012 seakan menegaskan bahwa Pelaksanaan TJSP yang seharusnya didasarkan atas kesadaran sosial perusahaan (*voluntary based*) kini berubah menjadi kewajiban melalui mekanisme regulasi (*compliance based*). Dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagai Peraturan pelaksanaan atas ketentuan Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 seakan kembali menguatkan bahwa Perusahaan wajib

---

<sup>10</sup> Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, *Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*, Cetakan Pertama, (Jakarta: Forum Sahabat, 2008), hlm. 2.

menjadikan TJSP sebagai bagian operasional bisnisnya dan harus menyisihkan sebagian anggaran Perusahaan untuk melaksanakan program TJSP.<sup>11</sup>

Ketua Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Indonesia MS Hidayat mengatakan kami dari dunia usaha keberatan secara prinsipil kalau TJSP menjadi sesuatu yang wajib seperti membayar pajak itu sama saja dengan pajak tambahan. Akan mengganggu iklim usaha dan Investasi di Indonesia. Tetapi dilain pihak menganggap bahwa kalau tidak diatur maka Perusahaan cenderung abaikan menajalankan Tanggungjawab Sosial. Pihak ini mengharapakan Korporasi untuk dapat ikut serta dalam proses pembangunan berkelanjutan. Korporasi bukan etintas terpisah dari sebuah masyarakat dan lingkungan dimana korporasi berada, tetapi korporasi merupakan bagian yang integral yang hanya bisa eksis jika memiliki legitimasi yang kuat. Untuk memiliki legitimasi yang kuat, korporasi mesti memiliki banyak manfaat dan peduli terhadap lingkungan sosialnya atau menjadi *good corporate citizenship*.<sup>12</sup>

Seberapa penting TJSP bagi Perusahaan tetap menjadi wacana dalam praktis bisnis, pro dan kontra ini tidak bisa dilepaskan dari fenomena perbenturan kepentingan antara pencapaian *profit* dengan pencapaian tujuan sosial. Jika diperhatikan, masyarakat sekarang hidup dalam kondisi yang dipenuhi beragam informasi dari berbagai bidang, serta dibekali kecanggihan ilmu pengetahuan dan tehnologi. Pola seperti ini mendorong terbentuknya cara pikir, gaya hidup, dan tuntutan masyarakat yang lebih tajam. Seiring dengan perkembangan ini, tumbuh

---

<sup>11</sup> [www.lkdi.org/cms/wp-content/uploads/2012/.../tor.pdf](http://www.lkdi.org/cms/wp-content/uploads/2012/.../tor.pdf) diakses 9 juli 2013.

<sup>12</sup> Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, *Risiko Hukum ... Op Cit.*, Hlm. 4.

suatu gerakan konsumen yang dikenal sebagai *vigilante consumerism* yang kemudian berkembang menjadi *ethonical consumerism*.<sup>13</sup>

Riset yang dilakukan oleh Roper Search Worldwide menunjukkan 75% responden memberi nilai lebih kepada produk dan jasa yang dipasarkan oleh perusahaan yang memberi kontribusi nyata kepada komunitas melalui program pembangunan. Sekitar 66% responden juga menunjukkan mereka siap berganti merk kepada merek perusahaan yang memiliki citra sosial yang positif. Hal ini membuktikan terjadinya perluasan "minat" konsumen dari produk menuju korporat. Konsumen menaruh perhatiannya terhadap Tanggungjawab Sosial Perusahaan yang lebih luas, yang menyangkut etika bisnis dan tanggungjawab sosialnya. Kepedulian konsumen telah meluas dari sekedar kepada korporetnya.<sup>14</sup>

Dengan demikian, Konsumen semacam ini tidak hanya peduli pada faktor pemenuhan kebutuhan pribadi sesaat saja. Tetapi juga peduli pada penciptaan kesejahteraan jangka panjang. Kehadiran TJSP dalam bisnis perusahaan perusahaan menjadi jelas dan memberikan dampak positif dengan adanya perkembangan globalisasi, hal ini dapat dilihat;

1. pengelolaan resiko
2. perlindungan dan meningkatkan reputasi dan image perusahaan
3. membangun kepercayaan dan *licensi to operate* bagi perusahaan
4. meningkatkan efisiensi sumber daya yang ada dan meningkatkan akses terhadap modal
5. merespon atau mematuhi peraturan yang berlaku

---

<sup>13</sup> A.B Susanto, *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 3.

<sup>14</sup> A.B Susanto, *Reputation-Driven ... Ibid.*, hlm. 6.

6. membina hubungan baik dengan *stakeholder* seperti pekerja, konsumen, partner bisnis, investor, yang mempunyai tanggung jawab secara sosial, regulator, dan komunitas dimana perusahaan beroperasi
7. mendorong pemikiran yang inovatif membangun kesempatan untuk mengikuti pasar masa depan.<sup>15</sup>

Dengan meningkatnya tingkat kepedulian kualitas kehidupan, harmonisasi sosial dan lingkungan ini juga mempengaruhi aktivitas dunia bisnis, maka lahirlah gugatan terhadap peran perusahaan agar mempunyai tanggungjawab sosial. Disinilah salah satu manfaat yang dapat dipetik perusahaan dari kegiatan TJSP. Dalam konteks inilah aktifitas TJSP menjadi menu wajib bagi perusahaan, di luar kewajiban yang digariskan Undang-Undang.<sup>16</sup> Seperti proyek pembangunan yang dilakukan oleh PT. NNT, diantaranya;<sup>17</sup>

1. Bidang infrastruktur
  - a. Pembangunan drainase desa
  - b. Perbaikan jalan dari desa Jereweh – Tatar
  - c. Pengadaan fasilitas air bersih
  - d. Pembangunan Puskesmas, Pustu dan posyandu
  - e. Pembangunan dan rehabilitasi sekolah dari tingkat TK, SD, SMP/MTs, SMA/MA
  - f. Pembangunan dan pengadaan fasilitas pasar tradisional
  - g. Pembangunan pantai wisata

---

<sup>15</sup> Ridwan Khairandy, *Perseroan Terbatas .... Op. Cit.*, hlm. 139.

<sup>16</sup> A.B. Susanto. *Reputation-Driven ... Op. Cit.*, hlm. 7.

<sup>17</sup> <http://www.ptnnt.co.id/id/fokus-kami.aspx> diakses Akses 02-04-2014

- h. Pembangunan bendung, embung dan saluran irigasi bagi 1250 hektar lahan
2. Bidang kesehatan
- a. Pengadaan air bersih dan sanitasi, tersedia di 10 desa (10.000 warga)
  - b. Pembangunan dan kegiatan Posyandu meningkat dari 15 unit pada 1998 menjadi 47 unit pada 2012
  - c. Pemberian bantuan alat medis untuk enam (6) Puskesmas di KSB dan RSUD Sumbawa Besar
  - d. Pelatihan Juru Pemantau Kesehatan Masyarakat (Jumantara)
  - e. Pelatihan kader kesehatan masyarakat
3. Bidang pendidikan
- a. Pemberian Program Beasiswa bagi siswa-siswi lingkaran tambang hingga 2012 ini mencapai 9.654 orang. Total dana yang telah dikeluarkan mencapai Rp17,5 Miliar.
  - b. Program Bantuan Pendidikan bagi siswa –siswi kurang mampu di lingkaran tambang sejumlah 3.242 orang
  - c. Perpustakaan keliling sejumlah dua (2) unit mobil dengan lebih dari 3.000 buku dan 6.000 anggota
  - d. Bantuan komputer dan LAN (local area network) di 8 SMP/MTs & SMA/MA/SMK (total 107 unit komputer)
  - e. Program penelitian akhir studi bagi mahasiswa, rata-rata 40 orang per tahun

4. Ekonomi Masyarakat (Pertanian dan Usaha lokal)
  - a. Lebih dari 1250 hektar lahan sawah telah mendapatkan irigasi dari embung dan bendung yang dibangun PTNNT
  - b. Rumah kompos 6 unit, mulai operasi 1 unit dengan target 150 ton/tahun
  - c. Demplot pembibitan mencapai lebih dari 70.000 bibit tanaman keras dan perintisan contoh kebun permakultur lahan kering untuk lebih dari 3.000 pohon tanaman keras dan 600 tanaman musiman
  - d. Pembinaan petani rumput laut bagi 100 orang petani dengan total produksi 2,53 ton rumput laut kering per bulan
  - e. Pengembangan Usaha Kecil dan Mikro: Pengembangan industri rumah tangga berupa food processing usaha mikro dengan omset mencapai Rp118 juta/tahun.

Selain itu sebagai bentuk Tanggungjawab Sosial nya PT. NNT kepada masyarakat, diantaranya;<sup>18</sup>

1. Pembangunan Gedung Serba Guna (SBG) dikabupaten sumbawa barat.
2. Doctor Children Fund (DCF) Batu Hijau Melakukan Operasi Katarak.
3. PT Newmont Nusa Tenggara (PT. NNT) Siapkan Dana Bantuan Rp 24,7 Milyar

---

<sup>18</sup><http://www.ptnnt.co.id/id/Blog/ViewCategory.aspx?cat=5&mid=73&pageid=38> diakses 9 juli 2013



4. PT. NNT Serahkan Proyek Senilai Rp61,2 Miliar Lebih kepada Pemprov NTB, dan
5. PT. NNT akan lanjutkan program comdev pada 2012

Dengan Perencanaan program TJSP yang strategis akan mampu menjadikan sebagai investasi social dalam memberdayakan masyarakat sekitar, agar mampu seutuhnya menopang kehidupan ekonomi, social secara mandiri, bertahap dan berkelanjutan. Beberapa prinsip dasar program tanggung jawab sosial PT. NNT didasarkan pada:<sup>19</sup>

1. Kesejahteraan
2. Kemandirian
3. Keterpaduan
4. Keberlanjutan
5. Keterbukaan
6. Partisipatif
7. Akuntabilitas
8. Keadilan

Penguasaan konsensi tambang tersebut ternyata banyak memperoleh tantangan masyarakat. Persoalan kerusakan lingkungan karena kerakusanya dalam mengeksploitasi sumber daya alam oleh PT. NNT, sebagaimana dalam kasus pencemaran oleh PT. NNT karna 110.000 ton tailing dibuang kelaut setiap hari oleh perusahaan. Meskipun perusahaan telah menggunakan pengelolaan limbah memake system *Submarine Tailing Disposal* (STD) dan dinyatakan memenuhi

---

<sup>19</sup> <http://www.ptnnt.co.id> ... *Op. Cit.*, hlm. 3.

ambang keamanan, namun kenyataannya tidak menjadi jaminan keamanan lingkungan. Buktinya, seiring berjalannya waktu, *negative externalities* terjadi semakin meluas. Masyarakat lingkaran tambang di desa tongo sejong dan beberapa sentral pemukiman di lingkaran tambang tersebut tidak dapat menjalankan kegiatan pertanian secara normal. Hal itu disebabkan, praktik pertambangan yang rakus air sehingga berakibat pada kekeringan di lingkungan sekitar. Para nelayan di pesisir pantai Sumbawa barat seperti pante benete, labu lalar, poto tano tidak dapat lagi memperoleh ikan dari perairan sekitar. Tak terkecuali, nelayan di kabupaten Lombok timur yang melaut di selat alas juga mengaku kehilangan hasil tangkapan akibat perairan mereka tercemar limbah.<sup>20</sup>

Kritik lainnya, dalam pelaksanaannya TJSP masih memiliki kekurangan. Program-program TJSP yang banyak dijalankan oleh perusahaan banyak yang hanya memiliki pengaruh jangka pendek dengan skala yang terbatas. Program-program TJSP yang dilaksanakan seringkali kurang menyentuh akar permasalahan komunitas yang sesungguhnya. Seringkali pihak perusahaan masih menganggap dirinya sebagai pihak yang paling memahami kebutuhan komunitas, sementara komunitas dianggap sebagai kelompok pinggiran yang menderita sehingga memerlukan bantuan perusahaan. Di samping itu, aktivitas TJSP dianggap hanya semata-mata dilakukan demi terciptanya reputasi perusahaan yang pasif bukan demi perbaikan kualitas hidup komunitas dalam jangka panjang.<sup>21</sup>

Kritik lain dari pelaksanaan TJSP adalah karena seringkali diselenggarakan dengan jumlah biaya yang tidak sedikit, maka TJSP identik

---

<sup>20</sup> Nor Hadi, Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, cetakan pertama, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), Hlm. 13-14.

<sup>21</sup> Margiono, *Memuju Corporate Social Leadersip*, Suara Pembaruan, 11 Mei 2006

dengan perusahaan besar yang ternama. Yang menjadi permasalahan adalah dengan kekuatan sumberdaya yang ada dengan kekuatan sumber daya yang dimilikinya, perusahaan-perusahaan besar dan ternama ini mampu membentuk opini publik yang mengesankan seolah-olah mereka telah melaksanakan TJSP, padahal yang dilakukannya hanya semata-mata hanya aktivitas *filantropis*, bahkan boleh jadi dilakukan untuk menutupi perilaku-perilaku yang tidak etis serta perbuatan melanggar hukum.<sup>22</sup>

Maka dari itu, Hubungan antara komunitas dan perusahaan telah mengalami pergeseran. Awalnya perusahaan meluncurkan program *Community Development (CD)* dalam upaya membina hubungan dengan komunitas. Kemudian dengan aktivitas TJSP sebagai lisensi social untuk beroperasi. Terakhir, perusahaan dituntut untuk mempunyai peranan kepemimpinan dalam komunitasnya. Namun, ternyata hanya sekedar menjalankan aktivitas TJSP tidaklah lagi mencukupi. Sekali lagi, ini bukan berarti TJSP kehilangan relevansinya. TJSP tetap penting dan harus dijalankan. Namun disamping TJSP, perusahaan perlu mengambil insentif kepemimpinan sosial. Inilah yang diistilahkan oleh Hills dan Gibbon dengan *Corporate Social Leadership (CSL)*.<sup>23</sup>

Konteks CSL menegaskan bahwa perusahaan bukan hanya dituntut untuk menjalankan tanggungjawab sosialnya, namun juga harus menjadi sebuah institusi yang memimpin, memberikan inspirasi bagi terjadinya perubahan sosial dalam masyarakat, sehingga kualitas hidup masyarakat secara umum meningkat dalam jangka panjang. Perusahaan harus menyadari bahwa dirinya adalah bagian yang

---

<sup>22</sup> Ari Margono. *Menuju ... ibid.*, hlm. 6.

<sup>23</sup> A.B. Susanto. *Reputation-Driven ... Op. Cit.*, hlm. 10.

tidak terpisahkan dari masyarakat yang lebih luas, sehingga hal buruk yang menimpa dan merugikan masyarakat pada gilirannya akan berdampak pada mereka juga.

Oleh karena perusahaan harus memerlukan komunitasnya sebagai mitra, program-program yang dilaksanakan harus mampu benar-benar memberdayakan masyarakat, artinya masyarakat yang memiliki daya tahan yang tinggi serta mampu memecahkan setiap persoalan yang dihadapi dengan kekuatan sendiri dalam jangka panjang.

Tekanan dari *stakeholders* yang tumbuh dari kesadaran terhadap kelestarian lingkungan, telah merasuk ke dalam dunia korporasi dan praktik-praktik manajemen, misalnya institusionalisasi yang dituangkan dalam ISO 14000. Demikian juga konsep produksi telah mengalami kemajuan dari konsep *cradle to grave* menjadi daur ulang. *Cradle to cradle* seperti yang diterapkan oleh Xerox. Berarti industri tidak hanya mengamankan agar sampah atau limbah tidak mencemari lingkungan, tetapi juga berusaha agar sampah atau limbahnya dapat didaur ulang. Menjadi "hijau" bukan hanya mengubah proses dan produk, yang hanya berkuat diproses internal pabrik belaka. Tetapi juga memperdulikan ke "hijauan"-nya mulai dari bahan baku yang digunakan dan kualitas perusahaan pemasok dipandang dari kaca mata sadar lingkungan, seperti yang tertuang dalam standarisasi ISO 140000.

Perusahaan juga harus bertanggungjawab terhadap aktivitas-aktivitas untuk meminimalkan dampak negative dari sisa produk yang dihasilkan, penanganan limbah maupun "sampah" dari produk yang sudah terpakai, seperti

kemasan, namun kesemuanya hanya dapat terlaksana secara efektif dan efisien bila didukung sistem manajemen yang baik, serta dilandasi oleh budaya perusahaan yang peduli terhadap lingkungan, dimana hal ini dapat dilakukan terutama pada perusahaan-perusahaan besar. Karena itu salah satu cara untuk menyebarkan ide-ide “hijau” adalah dengan mendorong perusahaan-perusahaan besar agar memaksa para pemasoknya atau sub kontraknya untuk lebih ramah terhadap lingkungan.

Tekanan masyarakat agar perusahaan lebih peduli kepada lingkungan merupakan kesempatan untuk memperkuat antara perusahaan dengan konsumen, bahkan dapat dijadikan keunggulan kompetitif. Konsumen yang semakin sadar terhadap isu lingkungan akan mencari produk yang bersahabat dengan lingkungan. Sebagai dampak ikutannya perusahaan akan mencari pemasok yang bisa memecahkan persoalan-persoalan lingkungan. Hubungan antar perusahaan pun akan berubah, karena sama-sama ditekan untuk menjadi hijau. Maka banyak perusahaan, terutama perusahaan besar, mulai cerewet terhadap perusahaan-perusahaan pemasoknya. Bagi perusahaan-perusahaan besar reputasi adalah aset terpenting perusahaan. Walaupun hanya belakangan ini istilah TJSP dikenal, sesungguhnya aktivitas *community outreach* atau penjangkauan masyarakat sudah dilakukan oleh perusahaan sejak dahulu kala.

Bentuk *community outreach* yang paling primitif adalah *corporate philanthropy*. Yang terakhir ini merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh perusahaan, atau seseorang, untuk memberikan dana kepada individu atau

kelompok masyarakat, misalnya dalam bentuk beasiswa.<sup>24</sup> Seiring waktu berlalu, *Corporate philanthropy* (CP) kemudian berkembang menjadi TJSP. TJSP berbeda dengan *philanthropy* dari dimensi keterlibatan si pemberi dana dalam aktivitas yang dilakukannya. Kegiatan TJSP seringkali dilakukan sendiri oleh perusahaan, atau dengan melibatkan pihak ketiga (misalnya yayasan atau lembaga swadaya masyarakat) sebagai penyelenggara kegiatan tersebut. Yang jelas, melalui TJSP perusahaan jauh lebih terlibat dan terhubung dengan pihak pertama (*beneficiaries*) dalam aktivitas sosial dibandingkan dengan CP.

Aktivitas sosial yang dilakukan melalui TJSP pun jauh lebih beragam.<sup>25</sup> CP maupun TJSP biasanya dilakukan oleh para miliyoner ataupun perusahaan multinasional yang memiliki pendapatan yang tinggi. Oleh karena itu. Banyak kegunaan dari usaha menengah dan kecil untuk melakukan CP dan TJSP. Namun dalam praktiknya, CP maupun TJSP sering dilakukan sebagai salah satu bagian dari promosi produk, atau yang sering disebut sebagai social-marketing.<sup>26</sup>

Berdasarkan polemik dan problematik pada proses penerapan TJSP terhadap PT. NNT tersebut, sebenarnya telah mendapatkan payung hukum dari berbagai aturan yang telah ada, aturan tersebut menurut Penulis akan mampu mengakomodir terhadap problema dalam pelaksanaan program TJSP di PT. NNT. Keseimbangan perusahaan dengan masyarakat merupakan sinergisitas terhadap barometer berhasil dan tidaknya program yang TJSP diterapakap.

---

<sup>24</sup> Dikutip dari Ari Margono, *Menuju Corporate social Leadership*, Suara Pembaharuan, 11 Mei 2006

<sup>25</sup> Ari Margono, *Menuju ... Ibid.*, Hlm. 7.

<sup>26</sup> Ari MArgono, *Menuju ... Ibid.*, Hlm. 7.

**B. Rumusan masalah**

1. Bagaimanakah Penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan perusahaan (TJSP/CSR) PT. Newmont Nusa Tenggara di Nusa Tenggara Barat.?
2. Kendala-kendala apa saja yang dihadapi oleh PT. Newmont Nusa Tenggara dalam Penerapan Tanggungjawab sosial dan Lingkungan perusahaan (TJSP/CSR) di Nusa Tenggara Barat.?

**C. Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui Penerapan TJSP yang sesuai dengan Visi korporasi dan amanat Pasal 74 Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-undang Nomor. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal
2. Untuk mengetahui dan menganalisa apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh PT Newmont dalam Penerapan Tanggungjawab sosial dan Lingkungan perusahaan (TJSP)

**D. Manfaat penelitian**

1. Manfaat Teoritis, Secara teoritis diharapkan dapat menambah informasi atau wawasan yang lebih konkrit bagi lembaga legislatif, pemerintah, para praktisi ekonomi, dan khususnya para pengusaha mengenai manfaat penerapan Tanggungjawab sosial dan Lingkungan perusahaan (TJSP). Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan

sumbangan pemikiran ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan hukum pada umumnya dan khususnya yang berkaitan dengan pengkajian hukum bisnis.

2. Manfaat Praktis, Secara praktiknya hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak yang berkepentingan diantaranya, perusahaan yang menjalankan kegiatannya, pemerintah daerah dan masyarakat pada umumnya.

#### **E. Kerangka teori**

Teori menempati kedudukan yang penting sebagai sarana untuk merangkum serta memahami masalah secara lebih baik. Hal-hal yang semula tampak tersebar dan berdiri sendiri bisa disatukan dan ditunjukkan kaitannya satu sama lain secara bermakna. Teori memberikan penjelasan melalui cara mengorganisasikan dan mensistematisasikan masalah yang dibicarakannya.<sup>27</sup> Teori adalah untuk menerangkan atau menjelaskan mengapa gejala spesifik atau proses tertentu terjadi,<sup>28</sup> dan satu teori harus diuji dengan menghadapkannya pada fakta-fakta yang dapat menunjukkan ketidakbenarannya.<sup>29</sup> Kerangka teori adalah kerangka pemikiran atau butir-butir pendapat, teori, thesis mengenai sesuatu kasus atau permasalahan (*problem*) yang menjadi bahan perbandingan, pegangan teoritis.<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000), hlm. 253.

<sup>28</sup> M. Hisyam & J.J.J.M Wuisman, *Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, Jilid I, (Jakarta: FE UI, 1996), hlm. 203

<sup>29</sup> M. Hisyam & J.J.J.M Wuisman, *Penelitian .... Ibid.*, hlm. 16.

<sup>30</sup> M. Solly Lubis, *Filsafat Ilmu dan Penelitian*, (Bandung: Mandar Maju, 1994), hlm. 80.



Kerangka teori tesis ini menggunakan *teori Triple Bottom Line*, Istilah *Triple Bottom Line* dipopulerkan oleh John Elkington pada tahun 1997 melalui buku “*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*” Elkington mengembangkan konsep *Triple Bottom Line* dalam istilah *economic prosperity, environmental quality and social justice*. Yusuf Wibisono dalam bukunya membedah konsep dan aplikasi TJSP/ CSR, mengatakan bahwa dunia usaha semakin menyadarinya 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, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya. Dunia usaha bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan *profit* demi kelangsungan usahanya, melainkan juga mempunyai tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungannya.<sup>31</sup>

John Elkington memberi pandangan bahwa jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya maka perusahaan tersebut harus memperhatikan *profit, people, dan planet*. Selain mengejar keuntungan (*profit*) perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan. Perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada *single bottom line* yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja namun juga harus memperhatikan lingkungan dan aspek

---

<sup>31</sup> Gunawan Widjaja dan Yereimi Ardi Pratama, *Risiko Hukum ... Op. Cit.*, hlm. 18.

sosialnya.<sup>32</sup> Aspek – aspek yang terdapat dalam *Triple Bottom Line*, sebagai berikut:<sup>33</sup>

1. *Profit*.

*Profit* merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Tak heran bila fokus utama dari seluruh kegiatan dalam perusahaan adalah mengejar profit atau menaikkan harga saham setinggi-tingginya, baik secara langsung maupun tidak langsung. *Profit* sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan aktivitas yang dapat ditempuh untuk menaikkan profit perusahaan antara lain dengan meningkatkan *produktivitas* dan melakukan efisiensi biaya. Sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah baginya.

2. *People*

Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu dari pihak pemegang kepentingan yang penting bagi perusahaan. Karena dukungan 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 sebanyak-banyaknya kepada masyarakat. Selain

---

<sup>32</sup> Gunawan Widjaja dan Yeremi Ardi Pratama, *Risiko Hukum ... Ibid.*, hlm. 33.

<sup>33</sup> Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*, (Gresik, Fasco Publishing, 2007), hlm. 20.

itu juga perlu disadari bahwa operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat sekitar. Karenanya pula perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang dapat membantu kebutuhan masyarakat.

### 3. *Planet.*

Jika perusahaan ingin tetap eksis maka disertakan pula tanggung jawab kepada lingkungan. Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Namun sayangnya, sebagian besar dari kita masih kurang peduli dengan lingkungan sekitar. Hal ini antara lain disebabkan karena tidak ada keuntungan langsung di dalamnya. Keuntungan merupakan inti dari dunia bisnis dan itu merupakan hal yang wajar. Maka, kita melihat banyak pelaku industri yang hanya mementingkan bagaimana menghasilkan uang sebanyak-banyaknya tanpa melakukan upaya untuk melestarikan lingkungan. Padahal dengan melestarikan lingkungan, mereka justru akan memperoleh keuntungan lebih, terutama dari sisi kesehatan, selain ketersediaan sumber daya alam yang lebih banyak dan terjamin kelangsungannya.

TJSP adalah sebuah tanggung jawab untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui tindakan bebas untuk menentukan praktek bisnis dan kontribusi sumber daya perusahaan, Kotler and Lee. Maksud dari bebas menentukan praktek bisnis bukan berarti melanggar hukum atau tidak bermoral melainkan tindakan sukarela dari sebuah perusahaan untuk berkontribusi secara

sosial terhadap komunitas-nya. Istilah komunitas termasuk kondisi manusia dan lingkungan sekitarnya.<sup>34</sup>

Menurut *World Business Council for Sustainable Development*, menjelaskan TJSP/CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak secara etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat secara luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjajanya beserta seluruh keluarganya. Kotler. *The Organization Business for Social Responsibility* menjabarkan TJSP sebagai operasional bisnis yang mampu memenuhi bahkan melebihi kode etik, legalitas, komersial, dan ekspektasi publik. Definisi ini menggambarkan bahwa sebuah keputusan bisnis haruslah memenuhi kode etik, legalitas, menghargai orang lain termasuk masyarakat sekitar, dan lingkungan. Menurut versi Bank Dunia, TJSP adalah sebuah tanggung jawab perusahaan untuk berkontribusi terhadap perkembangan perekonomian atas karyawan dan keluarganya, komunitas, dan sosial dalam skala besar untuk meningkatkan kualitas hidup sehingga baik untuk bisnis perusahaan dan juga untuk perkembangan perekonomian. TJSP dikembangkan dalam konsep *triple bottom line*, dalam istilah *economic prosperity, environmental quality, dan social justice*.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Hatane Samuel dan Elianto Wijaya, *Corporate Social Responsibility, purchase intention dan corporate image pada restoran di surabaya dari perspektif pelanggan*, *jurnal manajemen pemasaran*, vol.3, no. 1, (april 2008: 35-54), hlm. 36.

<sup>35</sup> Hatane Samuel dan Elianto Wijaya, *Corporate ... Ibid.*, Hlm. 37.

Menurut Chahal & Sharma dan Russo & Tencati, konsep TJSLP sering kali diibaratkan seperti kuil/candi Yunani dengan tiga pilarnya, mencerminkan tiga dimensi TJSLP, yaitu.<sup>36</sup>

1. *Economic Dimension*

Dimensi ekonomi dari *Corporate Social Responsibility* meliputi dampak ekonomi dari kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan. Dimensi ini sering kali disalahartikan sebagai masalah keuangan perusahaan sehingga dimensi ini diasumsikan lebih mudah untuk diimplementasikan daripada dua dimensi dari lainnya, yaitu dimensi sosial dan lingkungan. Dimensi ekonomi tidak sesederhana melaporkan keuangan/neraca perusahaan saja, tetapi juga meliputi dampak ekonomi baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap operasional perusahaan di komunitas lokal dan di pihak-pihak yang berpengaruh terhadap perusahaan lainnya. Kunci sukses dari dimensi ekonomi adalah *economic performance/kinerja* keuangan perusahaan. Indikator-indikatornya seperti:

- a. *Product*, adalah faktor yang sangat mempengaruhi sebuah perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerja keuangannya adalah produk itu sendiri. Produk yang dihasilkan sebaiknya memiliki kualitas yang tinggi, aman dipakai, dan inovatif.
- b. *Service*, selain produk yang dihasilkan harus berkualitas, pelayanan yang baik perlu diterapkan agar dapat memuaskan

---

<sup>36</sup> Hatane Semuel dan Elianto Wijaya, *Corporate ... Ibid.*, hlm. 37-38.

konsumen. Mulai dari *delivery service* hingga *after sales service* sudah banyak dilakukan oleh beberapa perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumennya. Tidak hanya itu, pemenuhan kebutuhan konsumen dan penanganan komplain yang baik juga dapat mendorong kinerja keuangan perusahaan.

- c. *Avoiding Actions that Damage Trust*, artinya sebuah perusahaan dapat beroperasi bergantung pada kepercayaan dan dukungan masyarakat dan komunitas lokal lainnya. Beberapa perusahaan sebaiknya menghindari kegiatan yang mungkin dapat mengganggu masyarakat ataupun dapat merusak lingkungan.

## 2. *Social Dimension*

Dimensi TJSP ini merupakan dimensi yang terbaru daripada dimensi lainnya dan menjadi perhatian utama bagi beberapa perusahaan saat ini. Dimensi sosial memiliki arti untuk bertanggung jawab terhadap dampak sosial yang diakibatkan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Inti dari dimensi sosial sebenarnya adalah *respect for people* atau menghargai orang lain. Dimensi sosial meliputi antara lain:

- a. *Labour Practises*, indikator ini berbicara banyak mengenai pekerja dalam perusahaan. Misalnya saja, perusahaan dituntut untuk menjaga keselamatan pekerjanya, memperlakukannya secara adil, menghargai pekerjanya sebagai satu individu, melakukan pembagian hasil keuntungan perusahaan, dan masih

banyak lagi hal-hal yang bias dilakukan perusahaan untuk kesejahteraan pekerjanya.

- b. *Social Activities*, Chahal & Sharma mengemukakan bahwa kegiatan-kegiatan sosial sudah mulai banyak dilakukan oleh perusahaan karena memang kegiatan-kegiatan ini memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Menurut Kotler & Lee, kegiatan-kegiatan sosial ini dapat dibagi menjadi 3 bagian, yaitu *corporate philan-trophy*, *corporate volunteering*, dan *cause-related marketing*.

### 3. *Environment Dimension*

Dimensi ini merupakan dimensi TJSP yang paling lama didiskusikan yaitu sekitar 30 tahun. Banyaknya perusahaan manufaktur pada saat ini, memiliki dampak negatif terhadap lingkungan. Oleh sebab itu, inti dari dimensi ini adalah *management of environment*, bagaimana kita bertindak agar dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan yang kita timbulkan. Indikator-indikator dari dimensi ini adalah :

- a. *Waste Management*, banyak sekali perusahaan yang sudah mulai peduli akan lingkungannya. Perusahaan tersebut melakukan *recycle*, *reduce*, *reuse* untuk mengurangi limbah yang dihasilkan.
- b. *Producing Environment Friendly Product*, untuk menghasilkan produk yang ramah lingkungan tentu bukanlah hal yang mudah. *Cost of Good Soldnya* lebih tinggi daripada produk yang tidak ramah lingkungan sehingga akan sulit bersaing dengan kompetitornya.

Menurut sifatnya, bentuk TJSP adalah tanggung jawab sosial perusahaan dimana perusahaan bertindak secara aktif untuk melakukan kegiatan-kegiatan sosial entah itu karena kesadaran sosial perusahaan ataupun karena tuntutan aturan pemerintah. Menurut Kotler dan Lee, penerapan TJSP dapat dikategorikan menjadi enam kategori, yaitu:

1. *Cause Promotions*

*Cause Promotions* merupakan penerapan sebuah perusahaan untuk menyediakan dana atau kontri-busi yang serupa untuk meningkatkan kesadaran dan perhatian mengenai tujuan sosial ataupun untuk mendukung penggalangan dana, partisipasi, dan pencarian sukarelawan untuk tujuan sosial. Perusahaan dapat memprakarsai dan mengelola promosinya sendiri.

2. *Cause-Related Marketing*

*Cause-Related Marketing* merupakan tanggung jawab perusahaan untuk membuat kontribusi atau donasi atas sebagian dari pendapatan lembaga sosial tertentu berdasarkan penjualan.

3. *Corporate Social Marketing*

*Corporate Social Marketing* merupakan penerapan dari TJSP dimana perusahaan mendukung sebuah perkembangan dan/atau penerapan dari perubahan tingkah laku dengan maksud untuk meningkatkan kesehatan umum, keamanan, dan kesejahteraan lingkungan.



4. *Corporate Philanthropy*

*Corporate Philanthropy* adalah penerapan dari TJSP dimana perusahaan melakukan kontribusi langsung kepada lembaga sosial, pada umumnya dalam bentuk uang tunai, sumbangan barang, dan hal lain yang serupa. Penerapan ini merupakan penerapan TJSP yang paling tradisional dan umum dilakukan.

5. *Community Volunteering*

*Community Volunteering* merupakan inisiatif dari perusahaan untuk mendukung dan mendorong para pekerjanya, rekan bisnis, dan/atau anggota waralaba untuk merelakan sedikit waktunya untuk mendukung komunitas organisasi.

6. *Social Responsibility Business Practice*

*Social Responsibility Business Practice* adalah inisiatif dari sebuah perusahaan untuk mengadopsi dan mengatur praktek bisnis dan investasinya agar dapat mendukung lembaga sosial dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan melindungi lingkungan.

Menurut Chahal & Sharma, konsep dari Kotler & Lee ini dapat dikonstruksikan menjadi tiga dimensi besar, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Akan tetapi setiap kategori mungkin saja masuk ke dalam satu dimensi atau lebih, misalnya dimensi ekonomi dan dimensi sosial. Kategori yang termasuk dalam dimensi ekonomi adalah *Cause Promotions*, *Cause-Related Marketing*, *Corporate Social Marketing*, *Corporate Philanthropy*, *Community Volunteering*, dan *Social Responsibility Business Practice*. Kategori yang

termasuk dalam dimensi sosial adalah *Cause Promotions*, *Cause-Related Marketing*, *Corporate Social Marketing*, *Corporate Philanthropy*, dan *Community Volunteering*. Kategori yang termasuk dalam dimensi lingkungan adalah *Corporate Social Marketing*, *Corporate Philanthropy*, *Community Volunteering*, dan *Social Responsibility Business Practice*.<sup>37</sup>

Menurut Prince of Wales International Business Forum, TJSP menyangkut lima pilar, yaitu:<sup>38</sup>

1. *Building human*, menyangkut kemampuan perusahaan untuk memiliki dukungan sumber daya manusia yang andal (internal) dan masyarakat (eksternal). Perusahaan dituntut untuk melakukan pemberdayaan.
2. *Strengthen economies*, perusahaan dituntut untuk memberdayakan ekonomi kuantitas sekitarnya.
3. *Assessing social cohesion*, perusahaan menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar tidak menimbulkan konflik.
4. *Encouraging good governance*, perusahaan dijalankan dengan tata kelola bisnis yang baik.
5. *Protecting the environment*, perusahaan harus menjaga kelestarian lingkungan dalam melakukan segala aktivitasnya.

Untuk mendukung teori *Triple Bottom Line* di atas, maka penelitian ini juga menggunakan konsep *stakeholder theory*. Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik (*shareholders*), tetapi bergeser menjadi lebih luas, yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholders*) yang

<sup>37</sup> Hatane Samuel dan Elianto Wijaya, *Corporate .... Ibid.*, Hlm 32.

<sup>38</sup> Hatane Samuel dan Elianto Wijaya, *Corporate .... Ibid.*, Hlm. 34.

selanjutnya disebut sebagai TJSP. Fenomena seperti itu terjadi karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi. Perusahaan hendaknya memerhatikan *stakeholders* karena mereka adalah pihak yang memengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan oleh perusahaan.<sup>39</sup>

*Stakeholders* adalah seseorang atau grup yang dapat mempengaruhi ataupun dipengaruhi oleh keputusan, kebijaksanaan, dan operasional organisasi atau perusahaan. Post, Lawrence, dan Weber Tanggung jawab perusahaan terhadap *stakeholders* merupakan inti sari dari *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut Post, Lawrence, dan Weber, jenis-jenis dari *stakeholders* diantaranya. *Pertama, Primary Stakeholders*, merupakan seseorang atau grup yang sangat berpengaruh terhadap keberadaan dan aktivitas perusahaan. *Kedua, Secondary Stakeholders*, merupakan seseorang atau grup yang dipengaruhi, baik secara langsung ataupun tidak langsung, oleh keputusan dan aktivitas perusahaan.<sup>40</sup>

*Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung atau tidak langsung oleh perusahaan. Dengan demikian, *Stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal seperti pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan, seperti LSM, lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum

---

<sup>39</sup> Nor Hadi, *Corporate ... Op. Cit.*, hlm 93.

<sup>40</sup> Hatane Samuel dan Elianto Wijaya *Corporate.... Op. Cit.*, hlm. 39.

minoritas, dan lain-lain. Jones, Thomas dan Adrew menyatakan pada hakikatnya *stakeholder theory* mendasarkan diri pada asumsi, diantaranya.<sup>41</sup>

1. Perusahaan memiliki hubungan dengan banyak kelompok *stakeholders* yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan perusahaan.
2. Teori ini ditekankan pada sifat alami hubungan dalam proses dan keluaran bagi perusahaan dan *stakeholdersnya*.
3. Kepentingan seluruh legitimasi *stakeholders* memiliki nilai secara hakiki, dan tidak membentuk kepentingan yang didominasi satu sama lain.
4. Teori ini memfokuskan pada pengambilan keputusan manajerial.

Berdasarkan pada asumsi *stakeholder theory* tersebut, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial (*social setting*) sekitarnya. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan going concern. Esensi *stakeholder theory* perusahaan hendaknya menjaga reputasinya yaitu dengan menggeser pola orientasi atau tujuan yang semula semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation* kearah memperhitungkan faktor sosial sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan (*stakeholder orientation*).<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Hatane Samuel dan Elianto Wijaya *Corporate... Ibid.*, hlm. 94.

<sup>42</sup> Hatane Samuel dan Elianto Wijaya, *Corporate ... Ibid.*, hlm. 95.

Teori *stakeholder* menjelaskan pengungkapan TJSP perusahaan sebagai cara untuk berkomunikasi dengan *stakeholders*. Implikasinya adalah perusahaan akan secara sukarela melaksanakan TJSP, karena pelaksanaan TJSP adalah merupakan bagian dari peran perusahaan ke *stakeholders*. Teori ini jika diterapkan akan mendorong perusahaan melaksanakan TJSP. Dengan pelaksanaan TJSP diharapkan keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (*sustainability*).

Pendekatan *stakeholder* mengamati dan menjelaskan secara analitis bagaimana berbagai unsur dipengaruhi dan mempengaruhi keputusan dan tindakan bisnis. Pendekatan ini memetakan hubungan-hubungan yang terjalin dalam kegiatan bisnis pada umumnya. Pada akhirnya pendekatan ini mempunyai satu tujuan Imperatif yaitu bahwa bisnis harus dijalankan sedemikian rupa agar hak dan kepentingan semua pihak terkait yang berkepentingan (*stakeholder*) dengan sesuatu kegiatan bisnis dijamin, diperhatikan, dan dihargai.<sup>43</sup>

## **F. Metode Penelitian**

Metode adalah cara kerja atau tata kerja untuk dapat memahami objek yang menjadi sasaran dari ilmu pengetahuan yang bersangkutan.<sup>44</sup> penelitian merupakan suatu kerja ilmiah yang bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran

---

<sup>43</sup> A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Realisasinya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), hlm. 89.

<sup>44</sup> Soerjono Soekanto, *Ringkasan Metodologi Penelitian Hukum Empiris*, (Jakarta: Indonesia Hillco, 1990), hlm. 106.

secara sistematis, metodologis dan konsisten.<sup>45</sup> Penelitian hukum merupakan suatu kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika dan pemikiran tertentu yang bertujuan untuk mempelajari sesuatu atau beberapa gejala hukum tertentu dengan cara menganalisisnya.<sup>46</sup> Dengan demikian metode penelitian adalah upaya ilmiah untuk memahami dan memecahkan suatu masalah berdasarkan metode tertentu.

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian yuridis Empiris, yaitu dengan menginventarisasi hukum positif yang mengatur dengan melihat dan mengkaji persoalan yang timbul dalam Penerapan TJSP. Penelitian tentang Penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (TJSP) pada masyarakat dan Lingkungan ini bersifat deskriptif analisis karena akan menggambarkan dan menerangkan permasalahan hukum yang berkaitan dengan Penerapan TJSP, kemudian akan dianalisis secara cermat apa saja yang menjadi dampak atau akibat yang timbul dari Pelaksanaan TJSP terhadap masyarakat dan lingkungan pada PT. NNT.

### 2. Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian secara Deskriptif Analitis yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan (menggambarkan) secara sistematis, faktual, dan akurat terhadap populasi tertentu atau daerah tertentu,

---

<sup>45</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mumadji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: Raja grafindo Persada, 2001), hlm. 1.

<sup>46</sup> Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, (Jakarta: Sinar Grafika, 1996), hlm. 6.

mengenai sifat-sifat atau faktor-faktor tertentu.<sup>47</sup> Kemudian, dilakukan analisis terhadap aspek hukum yang berkaitan dengan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masalah-masalah sosial yang ada, serta kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya.

### 3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data yang dibutuhkan meliputi data primer, yaitu pandangan, sikap, atau persepsi pelaku usaha mengenai tanggungjawab sosial perusahaan dalam kaitannya dengan pengentasan masalah-masalah sosial. Di samping itu, juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, Sumber data dalam penelitian ini adalah PT. Newmont Nusa Tenggara.

- a. Bahan hukum primer, yakni dokumen peraturan yang mengikat dan ditetapkan oleh pihak yang berwenang.<sup>48</sup> Yakni Undang-Undang Dasar 1945, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas dan peraturan perundang-undangan lain yang terkait.
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang memberikan penjelasan tentang bahan hukum primer, yaitu berupa dokumen atau risalah perundang-undangan.

---

<sup>47</sup> Bambang Suggono, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997), hlm. 36

<sup>48</sup> Soedikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)*, (Yogyakarta: Liberty, 1988), hlm. 19.

- c. Bahan hukum tersier, yang memberikan penjelasan lebih mendalam mengenai bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder antara lain;
  - 1) Kamus Hukum
  - 2) Berbagai majalah maupun jurnal hukum.

Sebagai data penunjang dalam penelitian ini juga didukung dengan penelitian lapangan *field research* untuk mendapatkan data primer guna akurasi terhadap hasil yang dipaparkan, yang dapat berupa pendapat dari informan, laporan-laporan perusahaan, dan lain-lain yang relevan dengan objek telaah penelitian ini.<sup>49</sup> Oleh karena itu, penelitian ini juga didukung dengan data wawancara dengan pihak-pihak terkait mengenai pelaksanaan Aspek Hukum Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Masyarakat di Lingkungan Perusahaan PT. Newmont Nusa Tenggara.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

- a. Studi dokumen/kepuustakaan,  
menggunakan alat pengumpulan data berupa studi dokumen untuk mengumpulkan bahan hukum primer yang diperoleh melalui peraturan perundang-undangan, bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang memberikan penjelasan tentang bahan hukum primer, yaitu berupa dokumen atau risalah perundang-undangan, dan bahan hukum tersier, yang memberikan penjelasan lebih mendalam mengenai bahan hukum

---

<sup>49</sup> Ronny Hanitjo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1982) hlm. 24.



primer maupun bahan hukum sekunder antara lain: kamus hukum berbagai majalah maupun jurnal hukum.

b. Wawancara,

proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan yang ada.<sup>50</sup>

Wawancara dilakukan secara terarah dan mendalam. Penentuan sampel dipilih secara purposive-sampling, yaitu dengan menentukan 1 (satu) perusahaan yang bergerak di bidang pertambangan yakni PT Newmont Nusa Tenggara dengan pertimbangan bahwa perusahaan tersebut merupakan salah satu perusahaan besar yang keberadaannya berdampak baik positif maupun negatif terhadap masyarakat sekitar.

c. Observasi

dilakukan dengan cara melihat, mengamati fenomena-fenomena di masyarakat yang terkait dengan kegiatan atau implementasi TJSP yang sedang dilakukan.

## 5. Metode Analisa Data

Data dalam penelitian ini dianalisis secara kualitatif,<sup>51</sup> yaitu data skunder yang berupa teori, definisi dan substansinya dari berbagai literatur, dan peraturan perundang-undangan, serta data primer yang diperoleh dari wawancara, observasi dan studi lapangan, kemudian dianalisis dengan undang-undang, teori dan

---

<sup>50</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), hlm. 81.

<sup>51</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 2006), hlm. 250.

pendapat pakar yang relevan, sehingga didapat kesimpulan tentang pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan yang berkaitan dengan pengentasan masalah-masalah sosial kemasyarakatan.

### **G. Sistematika Penulisan**

Bab I Pendahuluan, berisi uraian tentang Latar Belakang, Permasalahan, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, kerangka Teori, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka, berisi tinjauan pustaka yang menjabarkan mengenai latar belakang sejarah perkembangan dan definisi-definisi tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (TJSLP), selanjutnya tentang Pengaturan Penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan di Nusa Tenggara Barat maupun perkembangan TJSLP dari waktu ke waktu di Indonesia, khususnya di Nusa Tenggara Barat.

Bab III Hasil Penelitian dan Pembahasan, berisi uraian hasil penelitian tentang Penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan sebagai modal sosial yang bersinergi dalam pengentasan masalah-masalah sosial di wilayah Nusa Tenggara Barat, yang meliputi latar belakang sejarah lahirnya konsep Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (TJSP) pada perusahaan-perusahaan di Nusa Tenggara Barat, penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan pada perusahaan-perusahaan yang bersangkutan, keefektifan berlakunya konsep Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan dalam menangani permasalahan-permasalahan sosial yang ada, dan lain-lain.

Bab IV Kesimpulan, berisi Kesimpulan dari Pembahasan yang telah diuraikan, dan Saran berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh dalam penelitian.

## BAB II

# PENGATURAN PENERAPAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (TJSP) DALAM PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN DI INDONESIA

### A. Tinjauan Umum dan Prinsip Etika Bisnis

#### 1. Pengertian Etika

Secara *etimologi* kata etika berasal dari bahasa Yunani yang dalam bentuk tunggal yaitu *ethos* dan dalam bentuk jamaknya yaitu *ta etha*. *Ethos* berarti sikap, cara berpikir, watak kesusilaan atau adab. Kata ini identik dengan perkataan moral yang berasal dari kata latin *mos* yang dalam bentuk jamaknya *mores* yang berarti juga adat-istiadat atau cara hidup.<sup>52</sup> Etika dan moral memiliki arti yang sama, namun dalam pemakaian terdapat perbedaan. Moral biasanya dipakai untuk perbuatan yang sedang dinilai/dikaji (dengan kata lain perbuatan itu dilihat dari dalam diri orang itu sendiri), artinya moral merupakan subjek, sedangkan etika dipakai untuk pengkajian sistem nilai-nilai yang ada dalam kelompok atau masyarakat tertentu (merupakan aktivitas atau hasil pengkajian).<sup>53</sup>

Etika merupakan penilaian terhadap baik atau buruknya bagi perilaku manusia. Etika mencari perilaku manusia yang manakah yang baik, artinya etika merupakan suatu penilaian terhadap perilaku yang paling baik dilakukan manusia. Penilaian ini bersifat sebuah keharusan, hal ini berbeda dengan moral yang tidak

---

<sup>52</sup> W.Poespoprodjo, *Filsafat Moral*, Bandung: Remaja Karya, 1986 dikutip dari Erni R. Ernawan, *Op.cit.*, hlm. 1

<sup>53</sup> W.Poespoprodjo, *Filsafat ... Ibid.*, hlm. 6.

merupakan sebuah keharusan. Moral hanya merupakan penilaian yang hanya terbatas pada pengetahuan yang dihasilkan dari tenaga manusianya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia istilah etika diartikan sebagai:

1. Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral
2. Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak
3. Nilai mengenai benar dan salah yang dianut oleh suatu golongan atau masyarakat.<sup>54</sup>

Jadi, dapat disimpulkan bahwa etika adalah merupakan suatu cabang ilmu filsafat. Tujuannya adalah mempelajari perilaku, baik moral maupun immoral, dengan tujuan membuat pertimbangan yang cukup beralasan dan akhirnya sampai pada rekomendasi yang memadai tentunya dapat diterima oleh suatu golongan tertentu atau individu.<sup>55</sup> Etika merupakan penelahan standar moral, proses pemeriksaan standar moral atau masyarakat untuk menentukan apakah standar tersebut masuk akal atau tidak untuk diterapkan dalam situasi dan permasalahan yang konkrit.<sup>56</sup> Tujuan akhir standar moral adalah mengembangkan bangunan standar moral yang kita rasa masuk akal untuk dianut dan standar yang telah kita pertimbangkan dan kita putuskan secara cermat adalah standar yang benar untuk kita terima dan terapkan pada pilihan untuk mengisi hidup kita. Etika merupakan bagian penting di dalam masyarakat, dimana etika sebagai suatu penilaian terhadap sikap baik dan buruknya perilaku individu di tengah masyarakat.

---

<sup>54</sup> Ernie R. Ermawan, *Etika ... Op. Cit.*, Hlm. 2.

<sup>55</sup> Ernie R. Ermawan, *Etika ... Ibid.*, hlm. 7.

<sup>56</sup> Manuel G Velazquez, diterjemahkan oleh Ana Purwaningsih, Kurnianto, dan Totok Budi Santoso, *Op. Cit.*, hlm. 12.

## 2. Pengertian Bisnis

Bisnis adalah kegiatan manusia dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat.<sup>57</sup> Bisnis adalah kegiatan dalam mencari keuntungan. Bisnis menitik beratkan suatu kegiatan yang menghasilkan sesuatu yang bernilai secara ekonomis. Pengertian Bisnis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia:

- a. Kegiatan dengan mengarahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai sesuatu maksud.
- b. Kegiatan di bidang perdagangan/perbisnisan.<sup>58</sup>

Bisnis erat kaitannya dengan pencapaian tujuan secara ekonomis. Dengan kata lain bisnis hanya mencari keuntungan sebesar-besarnya. Bisnis mencari keuntungan sebesar-besarnya untuk kepentingan *stakeholders* dan *shareholders*. Etika bisnis merupakan salah satu dari bagian dari prinsip etika yang diterapkan dalam dunia bisnis.<sup>59</sup> Etika bisnis merupakan suatu aplikasi dalam mempelajari kebijakan pelaku bisnis dalam kegiatan bisnis yang dilakukan pelaku bisnis. Atau dengan kata lain etika bisnis adalah kegiatan pelaku bisnis. Pelaku bisnis mencakup karyawan, konsumen dan masyarakat sekitar tempat bisnis tersebut beroperasi. Dalam kerangka konsep etika bisns terdapat pengertian tentang etika

---

<sup>57</sup> Erni R Ernawan, *Etika... Op.it.*, hlm. 7.

<sup>58</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, dikutip dari *Ibid.*, hlm. 11

<sup>59</sup> A.B Susanto, *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 10.

perusahaan, etika kerja, dan etika perorangan yang menyangkut hubungan-hubungan sosial antara perusahaan, karyawan, dan lingkungannya.<sup>60</sup>

Secara umum, prinsip-prinsip dalam etika bisnis sesungguhnya adalah penerapan dari prinsip etika pada umumnya. Oleh karena itu, tanpa melupakan kekhasan sistem nilai dari setiap masyarakat bisnis, dikemukakan beberapa prinsip etika bisnis.<sup>61</sup>

1. Prinsip otonom,
2. Prinsip kejujuran
3. Prinsip tidak berbuat jahat (*non-maleficence*) dan prinsip berbuat baik (*beneficence*)
4. Prinsip keadilan
5. Prinsip hormat pada diri sendiri

Etika bisnis pada hakikatnya merupakan kajian moralitas atau kesadaran moral yang berfokus pada penerapan standar-standar moral dalam usaha bisnis.<sup>62</sup> Etika bisnis harus dipandang sebagai unsur dalam dunia bisnis itu sendiri. Bisnis tanpa etika dalam jangka panjang justru tidak akan berhasil. Standar etika termasuk syarat-syarat keberhasilan dalam dunia bisnis. Pertaruhan dalam bisnis tidak sekedar menyangkut nilai material, melainkan menyangkut pula nilai manusiawi. Bisnis lebih daripada mencari keuntungan saja.

Bisnis menyangkut hubungan antar manusia. Sebagai kegiatan manusia, bisnis juga membutuhkan etika sebagai pedoman dan orientasi bagi keputusan dan

---

<sup>60</sup> A.B Susanto, *Etika Bisnis*, Harian Bisnis Indonesia, 14 Juli 2002

<sup>61</sup> Ridwan khairandi, *Perseroan ... Op. Cit.*, hlm 132.

<sup>62</sup> Manuel G. Velasquez, diterjemahkan oleh Ana Purwaningsih, Kurnianto, dan Totok Budi Santoso, *Op. cit.*, hlm. 9-11

kegiatan manusia dalam berhubungan (bisnis) satu dengan lainnya. dari sudut pandangan bisnis sendiri, semakin disadari bahwa bisnis yang berhasil adalah bisnis yang memperhatikan norma-norma moral. Para pengusaha menyadari bahwa bisnisnya akan mengalami krisis apabila konsumen, mitra bisnis atau masyarakat secara keseluruhan tidak lagi percaya kepadanya, akibat tindakan pengusaha yang tidak etis. Semakin terbukanya informasi menyebabkan konsumen cepat sekali mengetahui nama produk, perusahaan atau bisnis yang baik dan mana yang tidak baik.<sup>63</sup>

## **B. Konsep dan Perkembangan Ketentuan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia**

Tanggungjawab Sosial Perusahaan (TJSP) merupakan tanggungjawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan (*stakeholders*), dan juga tanggungjawab perusahaan terhadap para pemegang saham (*shareholders*). Sebenarnya hingga pada saat ini mengenai pengertian TJSP masih beraneka ragam dan memiliki perbedaan defenisi antara satu dengan yang lainnya. Secara global bahwa TJSP adalah suatu komitmen perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. TJSP berhubungan erat dengan “pembangunan berkelanjutan”, dimana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau deviden

---

<sup>63</sup> A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*, (Yogyakarta: Kanisius, 1993), hlm. 61-63.

melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang.

TJSP/CSR dalam sejarah modern di kenal sejak Howard R. Bowen menerbitkan sebuah buku yang berjudul *Social Responsibilities of The Businessman* pada era 1950-1960 di Amerika Serikat. Pengakuan publik terhadap prinsip-prinsip tanggung jawab sosial yang beliau kemukakan membuat dirinya dinobatkan secara aklamasi sebagai Bapak CSR. Bahkan dalam dekade 1960-an, pemikiran Bowen terus di kembangkan oleh berbagai ahli sosialogi bisnis lainnya seperti Keith Davis yang memperkenalkan konsep *Iron Laws of Responsibility*.<sup>64</sup>

Defenisi TJSP menurut Edi Suharto, adalah “kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional”.<sup>65</sup>

Defenisi TJSP menurut Ismail Solihin, adalah “salah satu dari bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap pemangku kepentingan (*stakeholders*)”.<sup>66</sup>

Suhandari M. Putri mengenai TJSP menyatakan adalah, “Komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab

---

<sup>64</sup> Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta, Sinar Grafika, 2008), hlm. 37.

<sup>65</sup> Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri, Memperkuat CSR*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), hlm. 105.

<sup>66</sup> Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility From Charity to Sustainability*, (Jakarta: PT. Riau Andalan Pulp and Paper, 2008), hlm. 2.



sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan”.

Reza Rahman memberikan 3 (tiga) definisi TJSP sebagai berikut:<sup>67</sup>

1. Melakukan tindakan sosial (termasuk kepedulian terhadap lingkungan hidup, lebih dari batas-batas yang dituntut dalam peraturan perundang-undangan;
2. Komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat yang lebih luas; dan
3. Komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat (local) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup;

Secara umum TJSP merupakan peningkatan kualitas hidup mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada, dan dapat menikmati, memanfaatkan serta memelihara lingkungan hidup atau dapat dikatakan sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dan *stakeholders* baik secara eksternal maupun secara internal.<sup>68</sup>

Oleh karena itu sifat TJSP yang ada di Indonesia yang pada mulanya bersifat sukarela menjadi wajib bagi perusahaan-perusahaan untuk menjalankan

---

<sup>67</sup> Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility Antara Teori dan Kenyataan*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2009), hlm. 10.

<sup>68</sup> Erni. R Ermawan, *Etika ... Op. Cit.*, hlm. 110.

program TJSP. Dan tidak ada alasan bagi perusahaan untuk tidak melaksanakan prinsip TJSP dalam aktivitas usahanya. Walaupun kewajiban ini bersifat imperatif maka harus disertai dengan adanya regulasi sehingga munculah Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) yang memasukkan klausul TJSP dalam Pasal 74 UUPT tersebut.

Selama ini pelaksanaan aturan TJSP dibarengi oleh Undang-Undang yang lain yang diharapkan mendukung pelaksanaan TJSP di Indonesia, seperti UUPM, UUPT, dan Peraturan Pemerintah pelaksana UUPT. Dengan adanya aturan yang lebih khusus membahas TJSP memang harus dibarengi oleh sanksi apa yang akan diterapkan dalam pelaksanaan TJSP. Kalau dalam UU selain UUPT sudah diatur sanksinya tapi masih bersifat umum.

Selain itu pengaturan yang ada di Indonesia masih bersifat khusus yaitu hanya perusahaan yang bergerak dalam bidang Sumber Daya Alam yang wajib terkena TJSP sehingga perusahaan-perusahaan lain tidak wajib melakukan TJSP. Dalam hal ini akan berkaitan dengan pelaporan tahunan perusahaan, bursa efek Indonesia bukan lembaga yang secara khusus memeriksa laporan TJSP, akan tetapi peranan bursa efek Indonesia lebih karena adanya kewajiban keterbukaan di pasar modal, sehingga belum ada penekanan yang jelas terkait seberapa pentingnya laporan tahunan perusahaan yang melaporkan kegiatan TJSP mereka. Bahkan belum ada sebuah kesadaran bagi perusahaan akan pentingnya laporan TJSP.

Pada dasarnya pembentukan pengaturan terkait TJSP juga tidak terlepas dari adanya teori *stakeholders*. Dalam hal ini adanya pengaturan TJSP dalam

Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tidak terlepas peran dari Pemerintah mencoba untuk mempertimbangkan kondisi *stakeholders* yang berada di sekitar perusahaan-perusahaan besar yang terdapat di Indonesia. Selain itu tidak mengherankan jika saat ini masyarakat resah, bahkan ketakutan akan dampak dan implikasi langsung yang ditimbulkan terhadap aktivitas perusahaan yang melakukan eksplorasi sumber daya alam. Mengingat pengaturan TJSP di Indonesia lebih dikhususkan pada perusahaan sumber daya alam, seperti PT. NNT, dan lain-lain. Kegiatan-kegiatan perusahaan SDA tersebut terkadang menimbulkan dampak psikologis yang buruk bagi masyarakat. Hal tersebut juga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi logis bagi masyarakat sekitarnya. Diantaranya adalah berubahnya struktur dan tatanan sosial ekonomi dan budaya masyarakat, kondisi fisik dan kerusakan lingkungan, serta beban psikologis dan trauma masyarakat sekitar.

Atas dasar kekhawatiran dari masyarakat sekitar perusahaan-perusahaan Sumber Daya Alam tersebut yang membuat pemerintah untuk menggoalkan aturan terkait TJSP di dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Sehingga dengan itu teori *stakeholder* yang mengartikan bahwa perusahaan akan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan kepada *stakeholder* khususnya masyarakat sekitar agar perusahaan tersebut mampu untuk bertahan dalam usahanya. Pada saat ini kegiatan bisnis perusahaan eksplorasi pertambangan dituntut untuk mengerjakan lebih dari sekedar menghasilkan keuntungan atau laba perusahaan. Sebagai wujud

tanggungjawab sosial perusahaan eksplorasi pertambangan haruslah memberikan manfaat pada masyarakat yang ada di lingkungan perusahaan.

Fakta menunjukkan bahwa banyak sekali perusahaan yang hanya melakukan kegiatan operasional tetapi kurang sekali memberikan perhatian terhadap kepentingan sosial dan ekonomi masyarakat disekitarnya, seperti lumpur Lapindo di Porong, lalu konflik masyarakat Papua dengan PT. Freeport Indonesia, konflik masyarakat Aceh dengan Exxon Mobile yang mengelola gas bumi di Arun, pencemaran lingkungan oleh Newmont di Teluk Buyat, dan sebagainya.<sup>69</sup> Dalam pelaksanaan TJSP sedikitnya ada empat model atau pola TJSP yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu<sup>70</sup>:

1. Keterlibatan langsung.

Perusahaan menjalankan program TJSP secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas pejabat *public relation*.

2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan.

Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau groupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di negara maju. Biasanya,

---

<sup>69</sup> Isya W., dan Busyra A., *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan, dan Implementasi*, (Malang: In-TRANS Institut, 2008), hlm. 187.

<sup>70</sup> Saidi Zaim dan Hamid Abidin., *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Piramida, 2004), hlm. 32.

perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan. Beberapa yayasan yang didirikan perusahaan diantaranya adalah Yayasan Coca Cola Company, Yayasan Rio Tinto (perusahaan pertambangan), Yayasan Dharma Bhakti Astra, Yayasan Sahabat Aqua, GE Fund.

3. Bermitra dengan pihak lain.

Perusahaan menyelenggarakan TJSP melalui kerjasama dengan lembaga sosial/organisasi non-pemerintah (NGO/LSM), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya. Beberapa lembaga sosial/Ornop yang bekerjasama dengan perusahaan dalam menjalankan CSR antara lain adalah Palang Merah Indonesia (PMI), Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), Dompot Dhuafa; instansi pemerintah (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia/LIPI, Depdiknas, Depkes, Depsos); universitas (UI, ITB, IPB); media massa (DKK Kompas, Kita Peduli Indosiar).

4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium.

Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat "hibah pembangunan". Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara pro aktif mencari

mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

Maka dari itu, TJSP menjadi tuntutan yang tak terelakkan seiring dengan bermunculannya tuntutan komunitas terhadap perusahaan. Perusahaan sadar bahwa keberhasilannya dalam mencapai tujuannya bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal saja melainkan juga faktor komunitas yang berada disekelilingnya. Ini artinya, telah terjadi pergeseran antara perusahaan dengan komunitas. Perusahaan yang semula memosisikan diri sebagai pemberi donasi melalui kegiatan *charity* dan *philanthropy*, kini memosisikan komunitas sebagai mitra yang turut andil dalam kelangsungan sebuah perusahaan. Defenisi TJSP sendiri begitu beragam, tergantung visi dan misi perusahaan yang disesuaikan dengan kebutuhan, tujuan, keinginan dan kepentingan dari komunitas. Defenisi TJSP telah dikemukakan oleh beberapa pakar diantaranya adalah defenisi yang dikemukakan oleh Maignan & Ferrel yang mendefenisikan TJSP sebagai *A bussiness acts in socially responsible manner when its desicion and action account for and balance diverse stakeholder interest.*<sup>71</sup> Defenisi ini menekankan perlunya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholder* yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku secara sosial bertanggung jawab. Sedangkan Komisi Eropa memberikan defenisi secara praktis, adalah bagaimana perusahaan

---

<sup>71</sup> A.B Susanto ... *Op. Cit.*, hlm. 10.

secara sukarela memberikan kontribusi bagi terbentuknya masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih.<sup>72</sup>

TJSP yang terdapat dalam bahasa Indonesia merupakan tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu konsep bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap lingkungannya khususnya di tempat mereka melakukan kegiatan usahanya. Dalam pernyataan yang lebih luas tanggung jawab sosial di sini meliputi konsumen, karyawan, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Upaya tersebut secara umum dapat disebut *Corporate Citizenship* dan di maksudkan untuk mendorong dunia usaha untuk lebih etis dalam menjalankan aktivitas agar tidak terpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidup. pada akhirnya dunia usaha akan dapat bertahan secara berkelanjutan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang menjadi tujuan di bentuknya dunia usaha sebuah perusahaan. Keberadaan suatu perusahaan yang berbadan hukum dalam suatu tata hukum, sama saja layaknya dengan keberadaan manusia sebagai subjek hukum, dalam hal ini badan hukum tersebut bertindak melalui organ-organnya.<sup>73</sup>

TJSP yang marak diterapkan oleh banyak perusahaan mengalami evolusi dan metamorfosis dalam rentang waktu yang cukup panjang. Konsep ini tidak lahir begitu saja. Ada beberapa tahapan sebelum gemanya lebih terasa. Pada saat industri berkembang setelah terjadi revolusi industri, kebanyakan perusahaan masih memfokuskan dirinya sebagai organisasi yang mencari untung belaka. Mereka memandang bahwa sumbangan kepada masyarakat cukup diberikan

---

<sup>72</sup> A.B Susanto, *Reputation .... Ibid.*, hlm. 11.

<sup>73</sup> Munir Fuady, *Doktrin-Doktrin Modern dalam Corporate Law, Eksistensinya dalam Hukum Indonesia*, (Bandung, Citra Aditya Bakti, 2002), hlm. 4.

dalam bentuk penyediaan lapangan kerja, pemenuhan kebutuhan masyarakat melalui produknya, dan pembayaran pajak kepada Negara. Seiring dengan berjalannya waktu. Masyarakat tidak sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang yang diperlukannya, melainkan juga menuntut untuk bertanggung jawab secara sosial. Karena selain terdapat ketimpangan ekonomi antara pelaku usaha dengan masyarakat sekitarnya, kegiatan operasional perusahaan umumnya juga memberikan dampak negatif, misalnya eksploitasi sumber daya dan rusaknya lingkungan disekitar operasi perusahaan. Itulah yang kemudian melatarbelakangi konsep TJSP yang paling primitif: kedermawanan yang bersifat karikatif.<sup>74</sup>

Setiap Negara mempunyai budaya yang berbeda-beda, misalnya perusahaan di Inggris diikat dengan kode etik usaha, selain itu perusahaan telah menyadari begitu pentingnya TJSP untuk mendukung kelangsungan hidup perusahaan. Perkembangan TJSP di negara-negara tersebut sudah sedemikian populer, sehingga TJSP tidak saja hanya sebagai tuntutan perusahaan kepada masyarakat dan lingkungannya, tetapi TJSP digunakan sebagai salah satu indikator penilaian kinerja sebuah perusahaan, bahkan TJSP digunakan sebagai persyaratan bagi perusahaan yang akan go public. Budaya-budaya yang demikian itu belum terjadi di Indonesia, oleh karena itu diperlukan regulasi untuk menegakkan TJSP.<sup>75</sup>

---

<sup>74</sup> Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*, (Gresik, Fasco Publishing, 2007), hlm. 4.

<sup>75</sup> Mahkamah Konstitusi, Putusan Nomor 53/PUU-VI/2008, Perkara Permohonan Pengujian Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, terhadap UUD 1945. Tanggal 15 April 2009. "Pertimbangan Mahkamah mengenai konstitusionalitas Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas", hlm. 91.



Di Indonesia, definisi TJSP secara etimologis kerap diterjemahkan sebagai tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Namun setelah tanggal 16 Agustus 2007, TJSP di Indonesia telah di atur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menggantikan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas. TJSP yang dikenal dalam Undang-Undang ini sebagaimana yang termuat dalam

Pasal 1 ayat 1, 2, 3 yang berbunyi:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.<sup>76</sup>
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang- undangan.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Penjelasan Pasal 74 ayat (1). Ketentuan ini bertujuan untuk tetap menciptakan hubungan Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Yang dimaksud dengan “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam” adalah perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Yang dimaksud dengan “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam” adalah perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam.

<sup>77</sup> Penjelasan Pasal 74 ayat (3). Yang dimaksud dengan “dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan” adalah dikenai segala bentuk sanksi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang terkait.

4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pasal 74 ini banyak sekali perdebatan yang terjadi khususnya di kalangan pengusaha, sebagian masyarakat dan pengusaha merasa bahwa penerapan Pasal 74 ini menimbulkan diskriminasi karena hanya mewajibkan TJSP kepada perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, Putusan MK menegaskan dengan melakukan pertimbangan terhadap beberapa hal yakni salah satunya adalah bahwa kerusakan sumber daya alam dan lingkungan di Indonesia telah sampai pada tingkat yang sangat mengkhawatirkan, baik untuk generasi sekarang maupun generasi yang akan datang. Oleh sebab itu, peranan negara dengan menguasai atas bumi, air, udara dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya termasuk untuk mengatur, mengusahakan, memelihara dan mengawasi, dimaksudkan agar terbangun lingkungan yang baik dan berkelanjutan (*sustainable development*) yang ditujukan kepada semua pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang tidak boleh diabaikan.<sup>78</sup>

Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada dasarnya telah mengakhiri perdebatan tentang wajib tidaknya TJSP atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSP) bagi Perseroan Terbatas. Undang-Undang ini secara imperative menjelaskan bahwa TJSP merupakan sebuah kewajiban hukum bagi perusahaan yang memenuhi kriteria yang

---

<sup>78</sup> Mahkamah Konstitusi, Putusan Nomor 53/PUU-VI/2008, Perkara Permohonan Pengujian Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, terhadap UUD 1945. Tanggal 15 April 2009." Pendapat Mahkamah tentang Pertimbangan konstitusionalitas norma pengujian Pasal 74 UUP", hlm 90.

ditetapkan Undang-Undang. TJSP yang diatur dalam UUPT 2007 di ilhami oleh pandangan yang berkembang belakangan ini yang mengajarkan perseroan sebagai perusahaan yang melakukan kegiatan ditengah-tengah kehidupan masyarakat, maka perusahaan harus ikut bertanggung jawab terhadap masalah-masalah sosial yang dihadapi masyarakat setempat.

Untuk itu perlu adanya pemaparan terkait isi Pasal 74 UUPT, dimana aspek empirik hukumnya mampu dilihat secara satu persatu. Rumusan Pasal 74 UUPT dapat dijabarkan sebagai berikut:<sup>79</sup>

1. Pada ayat (1) disebutkan bahwa kewajiban pelaksanaan TJSP bagi perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam ini hanya melihat pada sisi bisnis inti dari perusahaan tersebut. Walaupun perusahaan tersebut tidak melakukan eksploitasi secara langsung, tetapi selama kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam, maka perusahaan tersebut wajib melaksanakan TJSP. Dengan demikian sudah jelas bahwa konsep TJSP yang semula hanya merupakan kewajiban moral, maka dengan berlakunya UUPT maka akan berubah menjadi kewajiban yang dipertanggungjawabkan secara hukum. Hal tersebut dengan memperhatikan segala potensi yang ada pada lingkungan perusahaan tersebut.
2. Pada ayat (2) disebutkan bahwa biaya pelaksanaan TJSP diperhitungkan sebagai salah satu komponen biaya perusahaan. Biaya

---

<sup>79</sup> Hendrik Budi Untung, *Corpoate ... Op. Cit.*, hlm. 93-100.

yang dikeluarkan untuk melaksanakan TJSP ini seharusnya pada akhir tahun buku diperhitungkan sebagai salah satu pengeluaran perusahaan. Dalam hal ini agar dapat dijadikan sebagai biaya pengurangan pajak, maka rencana kegiatan TJSP dan lingkungan yang akan dilaksanakan dan anggaran yang dibutuhkan wajib untuk dimuat atau dimasukkan ke dalam rencana kerja tahunan. Mengenai anggaran untuk pelaksanaan TJSP dilakukan dengan kepatutan dan kewajaran, yaitu dengan pengertian bahwa biaya-biaya tersebut harus diatur besarnya sesuai dengan manfaat yang akan dituju dari pelaksanaan TJSP itu sendiri berdasarkan kemampuan keuangan perusahaan.

3. Pada ayat (3) disebutkan bahwa sanksi yang dikenakan bagi perusahaan yang melanggar ketentuan mengenai tanggung jawab social lingkungan ini adalah sanksi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang terkait. Hal tersebut berarti bahwa sanksi yang diberikan bukan sanksi karena tidak melakukan TJSP menurut UUPA akan tetapi karena perusahaan mengabaikan TJSP sehingga perusahaan tersebut melanggar aturan-aturan terkait bidang social dan lingkungan yang berlaku.
4. Pada ayat (4) disebutkan bahwa peraturan yang memayungi peraturan TJSP di Indonesia, pemerintah perlu membuat aturan pelaksanaannya dalam bentuk Peraturan Pemerintah ini. Pemerintah diharapkan tidak salah tafsir dalam menafsirkan TJSP sehingga aturan yang dibuat nantinya justru memberatkan perusahaan dan akan menghilangkan arti

dari TJSP itu sendiri. Dengan dimasukkannya TJSP yang pada awalnya muncul karena kesadaran perusahaan dan lebih merupakan *moral liability* menjadi *legal liability*, walaupun sanksi yang diterima perusahaan dari UU yang terkait.

Perseroan harus mempunyai maksud dan tujuan serta kegiatan usaha yang tidak bertentangan dengan ketentuan Peraturan Perundang-Undangan, ketertiban umum, dan atau kesusilaan.<sup>80</sup> UU No. 1 Tahun 1995 diganti dengan UU No. 40 Tahun 2007 adalah dikarenakan UU No. 1 Tahun 1995 dirasakan sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan hukum dan kebutuhan masyarakat di masa sekarang. Karena itulah UU No. 1 Tahun 1995 ini diganti dengan UU No. 40 Tahun 2007 sebagai UUPT yang baru. Penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan tidak terlepas dari pengaturan Perundang-undangan Indonesia, diantaranya;

#### **1. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas**

Perkembangan TJSP mengalami perubahan dari mulai konsep TJSP yang bersifat kedermawanan dan sukarela kemudian beralih ke arah filantropis lalu *community development*. Perwujudan TJSP sebenarnya telah ada dari sejak dahulu tetapi namanya saja yang berubah yakni bakti sosial atau bantuan sosial.

Kaitan antara konsep CSR dengan GCG bahwa GCG adalah prinsip yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan serta kewenangan perusahaan dalam memberikan pertanggungjawabannya kepada para *shareholders* khususnya, dan *stakeholders* pada umumnya.

---

<sup>80</sup> Pasal 2 Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Indonesia sendiri mengenai istilah GCG biasa diartikan sebagai tata kelola perusahaan yang baik. Dalam hal ini, GCG kemudian didefinisikan sebagai suatu pola hubungan, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ perusahaan guna memberikan nilai tambah kepada pemegang saham secara berkesinambungan dalam jangka panjang, dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholders* lainnya, dengan berlandaskan peraturan perundang-undangan dan norma yang berlaku.

Pelaksanaan TJSP merupakan bagian dari GCG bahwa intinya GCG merupakan suatu sistem, dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan yang menggambarkan 5 (lima) prinsip GCG tersebut yang disingkat dengan TARIF, yaitu sebagai berikut:<sup>81</sup>

a. *Transparency*

Pada prinsipnya suatu perusahaan dituntut untuk menyediakan informasi yang cukup, tepat waktu, akurat, kepada setiap pemegang saham dan pihak-pihak yang berkepentingan.

b. *Accountability*

Adanya kejelasan fungsi, struktur, sistem dan pertanggungjawaban elemen perusahaan. Apabila prinsip ini diterapkan secara efektif, maka akan ada kejelasan akan fungsi, hak, kewajiban, dan wewenang serta tanggung jawab antara pemegang saham, dewan komisaris dan dewan direksi.

---

<sup>81</sup> Yusuf Wibisono, *Membedah ... Op. Cit.*, hlm. 11-12.

c. *Responsibility* (pertanggungjawaban)

Pertanggungjawaban perusahaan adalah kepatuhan perusahaan terhadap peraturan yang berlaku, diantaranya termasuk masalah pajak, hubungan industrial, kesehatan dan keselamatan kerja, perlindungan lingkungan hidup, memelihara lingkungan bisnis yang kondusif bersama masyarakat dan sebagainya. Dengan penerapan prinsip ini diharapkan perusahaan tidak hanya mementingkan kegiatan operasional perusahaan tetapi juga lingkungan sekitar perusahaan. Dengan kata lain perusahaan tidak hanya melakukan kepentingan *shareholders* (pemegang saham) tetapi juga *stakeholders* (pemangku kepentingan).

d. *Independency* (kemandirian)

Intinya prinsip ini mensyaratkan agar perusahaan dikelola secara profesional tanpa adanya campur tangan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

e. *Fairness* (kesetaraan dan kewajaran)

Menuntut adanya perlakuan yang adil dalam memenuhi hak *stakeholders* (pemangku kepentingan) dan *shareholders* (pemegang saham) sesuai dengan peraturan yang berlaku. Diharapkan juga prinsip ini dapat sebagai alat monitor berbagai kepentingan di dalam perusahaan.

Tata kelola perusahaan yang baik (GCG) sangat diperlukan dalam menerapkan etika bisnis di dalam perusahaan. Prinsip *responsibility* yang terdapat

di dalam GCG merupakan prinsip yang sangat berhubungan erat dengan TJSP. Penerapan TJSP merupakan salah satu implementasi dari konsep GCG sebagai entitas bisnis yang bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungannya.<sup>82</sup> Salah satu dari empat prinsip GCG adalah prinsip *responsibility* (pertanggung jawaban). Ada perbedaan yang cukup mendasar antara prinsip *responsibility* dan tiga prinsip GCG lainnya. Tiga prinsip GCG pertama lebih memberikan penekanan terhadap kepentingan pemegang saham perusahaan (*shareholders*) sehingga ketiga prinsip tersebut lebih mencerminkan *shareholders-driven concept*. Contohnya perlakuan yang adil terhadap pemegang saham minoritas (*fairness*), penyajian laporan keuangan yang akurat dan tepat waktu (*transparency*), dan fungsi dan kewenangan RUPS, komisaris, dan direksi (*accountability*).<sup>83</sup> 119

Terlepas pro dan kontra tentang regulasi TJSP, sejumlah produk hukum di Indonesia yang mengatur TJSP telah muncul, antara lain:

- a. Keppres Nomor 90 Tahun 1995 Tentang Perlakuan Pajak Penghasilan atas bantuan yang diberikan untuk pembinaan keluarga prasejahtera dan keluarga sejahtera 1. Keppres ini berbunyi: "Wajib pajak badan maupun orang pribadi dapat membantu sampai dengan setinggi-tingginya 2 persen dari laba atau penghasilan yang diperolehnya

<sup>82</sup> Yusuf Wibisono, *Membedah ... Ibid.*, hlm. 79.

<sup>83</sup> Isa W dan Busyra A. *Corporate, Op. Cit.*, hal. 156-157. Dalam prinsip *responsibility*, penekanan yang signifikan diberikan pada kepentingan stakeholders perusahaan. Di sini perusahaan diharuskan memperhatikan kepentingan stakeholders perusahaan, menciptakan nilai tambah (*value added*) dari produk dan jasa bagi stakeholders perusahaan, dan memelihara kesinambungan nilai



dalam satu tahun pajak untuk pembinaan keluarga prasejahtera dan keluarga sejahtera”<sup>84</sup>

- b. Keppres Nomor 92 Tahun 1996 menggantikan Keppres Nomor 90 Tahun 1995. Keppres ini berbunyi: “Wajib pajak badan maupun orang pribadi wajib memberikan bantuan untuk pembinaan keluarga prasejahtera dan sejahtera 1 sebesar 2 persen dari laba atau penghasilan setelah pajak penghasilan dalam satu tahun pajak”<sup>85</sup>
- c. Keppres Nomor 98 Tahun 1998, melalui Keppres ini kedua keppres di atas dicabut.
- d. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, yaitu:
  - 1) Pasal 15 huruf b menyebutkan: “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”
  - 2) Pasal 17 menyebutkan: “Penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan”
  - 3) Pasal 34 menyebutkan: “Badan usaha atau usaha perseorangan tidak memenuhi kewajiban melaksanakan tanggung jawab social akan dikenai sanksi administratif”

---

<sup>84</sup> Keppres Nomor 90 Tahun 1995 Tentang Perlakuan Pajak Penghasilan atas bantuan yang diberikan untuk pembinaan keluarga prasejahtera dan keluarga sejahtera 1

<sup>85</sup> Kepres Nomor 92 Tahun 1996 menggantikan Keppres Nomor 90 Tahun 1995 Tentang Perlakuan Pajak Penghasilan atas bantuan yang diberikan untuk pembinaan keluarga prasejahtera dan sejahtera 1

Dengan situasi yang berkembang bahwa TJSP memerlukan regulasi hukum yang tepat maka lahirlah Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menggantikan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas yang selanjutnya disebut dengan UU PT bahwa yang mewajibkan TJSP yang dikenal dalam undang-undang ini sebagaimana yang termuat dalam Pasal 1 angka 3 yang berbunyi :”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”<sup>86</sup> selanjutnya, dalam Pasal 66 ayat (2) butir c juga menyebutkan “Laporan tahunan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memuat sekurang-kurangnya laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan”<sup>87</sup>

Tanggung jawab sosial dan lingkungan ini merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan perseroan yang kaitan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam sebagaimana tercantum di dalam Pasal 74 ayat 1 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.<sup>88</sup>

Dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas ini, khususnya di dalam Pasal 74 akan mengandung 6 (enam) buah unsur, yaitu:

---

<sup>86</sup> Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

<sup>87</sup> Pasal 66 ayat (2) butir c Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

<sup>88</sup> Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

- a. Kewajiban bagi;
- b. Perseroan yang bergerak dibidang pengelolaan atau berkaitan dengan sumber daya alam;
- c. Dianggarkan sebagai biaya;
- d. Dilakukan dengan memperhatikan aspek “kepatutan dan kewajaran”;
- e. Bagi pelanggarnya dikenai sanksi;
- f. Pengaturan lebih jauh akan ditunagkan dalam peraturan pemerintah.

Unsur-unsur inilah yang menjadi titik tolak dalam pengaturan TJSP yang tercantum di dalam Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

a. TJSP sebagai kewajiban

TJSP merupakan sebuah kewajiban walaupun di dalam prakteknya muncul berbagai pro dan kontra atas keberadaan TJSP. Dalam hal memperdebatkan apakah TJSP itu sukarela atau wajib adalah sia-sia belaka karena pada TJSP sudah terdapat unsur kewajiban. Supaya TJSP dapat berjalan dengan baik perlu diperkuat dengan peraturan yang mendorong perusahaan bisnis untuk lebih serius dalam menjalankannya. Pada dasarnya ada 2 (dua) pendirian mengenai TJSP, yaitu;

- 1) TJSP merupakan kewajiban bagi perusahaan, yaitu kubu mendatori (yang mewajibkan)
- 2) voluntary (yang menginginkan tetap bersifat sukarela)<sup>89</sup>.

---

<sup>89</sup> Belajar CSR, <http://www.csrindonesia.com>, diakses tanggal 20 Juni 2013

Kedua kubu ini masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Tanggung jawab sendiri adalah konsep mandatori, yang berarti harus dilaksanakan. Namun, kubu voluntari berkeyakinan perusahaan wajib menjalankan ketetapan-ketetapan hukum yang berlaku dimana operasinya dijalankan. Perkembangan yang ada saat ini tengah menempatkan kubu voluntari di posisi terdepan, dengan dikembangkannya berbagai standar yang bisa diadopsi secara sukarela atas basis kehendak menjadi lebih kompetitif. Sedangkan kubu mandatori kini memperjuangkan masuknya seluruh manajemen dampak dalam kerangka hukum dan menamakan perjuangannya sebagai *corporate accountability movement*.<sup>90</sup>

Pengelolaan TJSP diatur oleh pemerintah dan perusahaan bertanggung jawab akan proses kelangsungan TJSP tersebut. Pelaksanaan TJSP bukan hanya sebuah pengharapan, melainkan sebuah keharusan untuk memenuhinya, dan pemerintah ikut andil dalam hal tersebut dengan melahirkan peraturan perundang-undangan yang terkait. Ketentuan kewajiban melaksanakan TJSP ini bertujuan untuk tetap menciptakan hubungan perusahaan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat.

b. Perseroan yang bergerak di bidang pengelolaan atau berkaitan dengan sumber daya alam (SDA)

Korporasi merupakan bagian yang paling bertanggung jawab atas timbulnya polusi, pemanasan global, pengurasan sumber daya di seluruh dunia serta memiliki andil besar pada munculnya pola-pola konsumsi sesaat dan budaya

---

<sup>90</sup> Yusuf Wibisono, *Membedah .... Op.Cit.*, hlm. 59.

konsumtif, sebagian besar korporasi memunculkan produk-produk yang tidak ramah lingkungan. Kondisi ini terus berlanjut dan mengakibatkan eksploitasi besar-besaran terhadap sumber daya alam yang dapat diperbaharui. Eksploitasi ini dilakukan sebagian besar korporasi guna memenuhi kebutuhan manusia yang semakin konsumtif. Situasi ini memunculkan aspek pelaksanaan TJSP oleh perusahaan. Bahkan beberapa korporasi sengaja menempatkan aspek lingkungan sebagai keunggulan utama.<sup>91</sup>

Oleh karena perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam (SDA) dan pengelolaannya memegang peranan penting terutama berkaitan dengan keberlanjutan lingkungan hidup sebagai warisan untuk anak-cucu kita di masa yang akan datang. Sumber daya alam yang dimaksud merupakan sumber daya alam yang bias diperbaharui (*renewable resources*) maupun sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui (*unrenewable resources*). Dalam UU PT, perseroan yang diwajibkan melakukan TJSP/CSR terdiri dari:<sup>92</sup>

- 1) Perseroan yang menjalani kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam, yaitu perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam; maksudnya adalah perseroan yang benar-benar bergerak di bidang SDA.
- 2) Perseroan yang menjalani kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam yaitu perseroan yang tidak mengelola dan tidak

---

<sup>91</sup> Khudori, *Tanggung Jawab Sosial (semu) Perusahaan*, <http://www.ti.or.id> diakses pada tanggal 20 Juni 20103

<sup>92</sup> Penjelasan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usaha berdampak pada fungsi kemampuan SDA.

Dengan melihat kualifikasi perseroan yang diwajibkan TJSP seperti yang disebutkan di atas maka pemerintah sebagai regulator dalam membuat peraturan pelaksanaannya harus memperjelas konteks kegiatan usaha pada bidang sumber daya alam tersebut. Dan lebih jelas tercantum di dalam Pasal 33 ayat (3) UUD 1945 "Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh Negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat".<sup>93</sup> Di dalam Pasal 74 UUPM ini menitik beratkan pelaksanaan TJSP diemban oleh perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam (SDA) dan yang berkaitan dengan pengelolaan Sumber Daya Alam (SDA), hal ini dikarenakan perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam (SDA) dan pengelolaan Sumber Daya Alam (SDA) lah yang berhubungan langsung dengan masyarakat dan lingkungan hidup sekitar. Dimana perusahaan dalam menjalankan bisnisnya memperoleh manfaat dari masyarakat dan lingkungan hidup sekitar.

Dengan demikian, sebagai sebuah perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam (SDA) dan pengelolaan Sumber Daya Alam (SDA) memiliki tanggung jawab yang menjadi sebuah kewajiban untuk melestarikan lingkungan serta mensejahterakan kehidupan masyarakat sekitar. Hubungan yang begitu erat dimana perusahaan mengambil hasil dari masyarakat dan lingkungan hidup sekitar, oleh karena itu perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam (SDA) dan pengelolaan Sumber Daya Alam (SDA) memiliki kewajiban yang

---

<sup>93</sup> Pasal 33 ayat (3) Undang-undang dasar Tahun 1945

merupakan tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan hidup sekitar. Peraturan pelaksana nantinya diharapkan dapat secara jelas memberikan kebijakan cakupan kewajiban perusahaan yang merupakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

c. TJSP dianggarkan sebagai biaya

TJSP dianggarkan sebagai biaya di dalam laporan rencana kerja yang tercantum di dalam Pasal 66 ayat (2) butir c Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal tersebut menjelaskan bahwa perusahaan diwajibkan untuk membuat laporan tahunan yang sekurang-kurangnya memuat laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Laporan tahunan ini dianggarkan sebagai biaya terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Baik-buruknya pelaksanaan TJSP tergantung pemerintah yang akan mengeluarkan peraturan pelaksana nantinya. Apabila TJSP dianggarkan sebagai biaya, maka hal ini memungkinkan munculnya kritikan pedas dari kalangan pebisnis, dimana perusahaan memiliki tanggung jawab double, yang pertama perusahaan harus membayar pajak kepada negara dan kemudian perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap biaya TJSP yang harus dianggarkan di dalam laporan keuangan.

Secara logis, hal ini tidak memungkinkan karena mana mungkin perusahaan mau mengeluarkan dana berlebih sedangkan mereka mengalami defisit dalam hal keuangan karena besarnya pajak yang harus mereka bayar kepada negara. Hal ini menjadi sulit bagi penerapan TJSP di lapangan, perusahaan sebagai wadah dalam mencari keuntungan sebesar-besarnya diminta untuk rugi

dengan membiayai program TJSP yang harus dianggarkan dalam laporan keuangan perusahaan. Pemegang saham (*shareholders*) dari perusahaan tidak dengan mudahnya memberikan dana kepada masyarakat dan lingkungan hidup sekitar dalam rangka membiayai program TJSP, karena pemegang saham tidak menginginkan kerugian di dalam perusahaan. Tetapi di lain pihak perusahaan diketuk pintu hatinya untuk lebih peduli peduli kepada masyarakat dan lingkungan hidup sekitar. Dua hal yang bertolak belakang inilah yang menimbulkan polemik di tengah perusahaan. Jadi diharapkan kepada pemerintah dengan nantinya dikeluarkan peraturan pelaksana untuk lebih mempertimbangkan mengenai pengurangan pajak bagi perusahaan yang telah melakukan program TJSP sehingga program TJSP dapat terus dilaksanakan oleh perusahaan.

d. TJSP dilakukan dengan memperhatikan aspek kepatutan dan kewajaran

Pelaksanaan TJSP yang diperhitungkan dan dianggarkan harus memperhatikan aspek kepatutan dan kewajaran. Hal ini semakin sulit karena tidak ada batasan mengenai kepatutan dan kewajaran tersebut. Penilaian terhadap kepatutan dan kewajaran bagi masing-masing perusahaan pastilah berbeda tidak ada standar jelas dalam menilai kepatutan dan kewajaran tersebut. Dalam teknis pelaksanaannya, TJSP harus dirancang dalam rencana kerja tahunan. Rencana ini juga perlu mencantumkan anggaran yang dibutuhkan. Anggaran itu disusun dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran serta diperhitungkan sebagai biaya perseroan.

Klausul “kepatutan dan kewajaran” menurut rancangan peraturan pemerintah ini adalah sesuai dengan kemampuan keuangan perseroan dan potensi



resiko serta tanggung jawab yang harus ditanggung oleh perseroan sesuai dengan kegiatan usahanya. Tidak ada berapa persen “tarif” TJSP dalam rancangan peraturan pemerintah itu. Pelaksanaan TJSP ini harus dimuat dalam laporan tahunan untuk dipertanggung jawabkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Masyarakat dapat melakukan keberatan kepada perseroan jika perseroan tidak melaksanakan TJSP sebagaimana mestinya. Keberatan ini disampaikan secara tertulis kepada perseroan. Nantinya keberatan ini akan ditindak lanjuti oleh perusahaan.

e. Adanya sanksi

Konsekuensi dari kewajiban melaksanakan TJSP menimbulkan sanksi bagi pelanggarnya. Sanksi yang diberikan pun beraneka ragam dengan memperhatikan hukum positif yang sudah ada dan berkaitan dengan sumber daya alam seperti: Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2004 tentang Sumber Daya Air, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2004 jo Undang-Undang Nomor 41 Tahun 1999 tentang Kehutanan maupun Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Pengelolaan dan Perlindungan Lingkungan Hidup. Artinya bahwa pengaturan maupun sanksi yang akan diterapkan tidak menjadi *overlapping* dengan aturan-aturan yang sudah ada. Sanksi yang diterapkan secara umum berupa sanksi administratif, perdata maupun pidana. Meskipun demikian, TJSP sebagai konsep kewajiban tidak dapat menetapkan eksekusi atau hukuman hingga diterbitkannya peraturan pelaksanaan yang dibuat oleh pemerintah (PP) yang mengatur TJSP

lebih lanjut.<sup>94</sup> Seharusnya penerapan TJSP tidak hanya mencantumkan kewajiban dan ancaman hukuman bagi yang tidak melaksanakannya, tapi juga memperhatikan sisi insentif bagi yang menerapkan dengan baik, dan di atas kewajiban-kewajiban peraturan perundangan-undangan. Dengan cara itu, *sistem reward and punishment* akan berjalan, dan perusahaan (PT) akan termotivasi melaksanakan TJSP.

## **2. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas**

Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas merupakan peraturan pelaksana dari Pasal 4 Undang Undang No 40 Tahun 200 tentang Perseroan Terbatas.

Pasal 2 disebutkan “Setiap Perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Hal ini berarti bahwa setiap perseroan yang telah berbadan hukum yang sah oleh undang undang mempunyai tanggung jawab social dan lingkungan. Namun dalam hal ini bukan merupakan kewajiban dari perseroan kecuali yang diatur dalam Pasal 3.

Pasal 3 menyatakan “Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 menjadi kewajiban bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang”. Dari kedua Pasal diatas tampak adanya perbedaan

---

<sup>94</sup> Yu un Oppusunggu, *Mandatory Corporate Social and Ervironmental Responsibilities in The New Indonesia Limited Liability Law*, disampaikan pada 5th Asian Law Institute Conference, tanggal 22-23 Mei 2008, di Singapura hal. 6 sebagaimana dikutip dari Ika Safitri, *Op.cit.*, hlm. 128.

tanggung jawab social dan lingkungan, dimana dibedakan tanggung jawab social yang bersifat filantropi dan tanggung jawab yang bersifat mandatory.

Kemudian Pasal 4 ayat 2 terlihat bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan dapat ditujukan ke Internal *stakeholders* perusahaan maupun eksternal *stakeholder* perusahaan.

Selanjutnya juga diatur mengenai penganggaran biaya tanggung jawab social dan lingkungan yang dilakukan Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan yang memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Secara keseluruhan peraturan pemerintah ini belumlah secara rinci menjelaskan pelaksanaan tanggung jawab social dan lingkungan oleh perseroan, berapa batas kewajaran dan bentuk dari pelaksanaannya.

### **3. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal**

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU Penanaman Modal) yang mengatur terkait TJSP, terdapat pada Pasal 15 berbunyi Setiap penanam modal berkewajiban:

- a. Menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik;
- b. Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan;<sup>95</sup>

---

<sup>95</sup> Penjelasan atas Pasal 15(b) Undang-undang No.25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat

- c. Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal;
- d. Menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal; dan
- e. Mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dalam Pasal 16 UU Penanaman Modal dicantumkan pula kewajiban-kewajiban yang dipenuhi bagi penanam modal tersebut, berkewajiban itu adalah:

- a. Menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik;
- b. Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan;
- c. Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal;
- d. Menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal; dan
- e. Mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.

Hanya (1) dan (2) dalam Pasal 16 ini yang berkaitan dengan penanam modal bertanggung jawab terhadap pelaksanaan CSR yaitu, menjaga kelestarian lingkungan hidup, dan menciptakan keselamatan, kesehatan, kenyamanan, dan kesejahteraan pekerja.

Sehubungan dengan Pasal-Pasal dalam UU Penanaman Modal tersebut, dapat dipahami bahwa UU Penanaman Modal mewajibkan tanggung jawab investor dalam menanamkan modal di Indonesia, yaitu:

- a. Menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik;
- b. Tanggung jawab sosial;

- c. Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal kepada BKPM;
- d. Menghormati tradisi budaya masyarakat; dan
- e. Mematuhi peraturan perundang-undangan.

Dilihat dari ketentuan di atas, tampak bahwa TJSP yang termuat dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 adalah *Corporate Code of Conduct* yang merupakan pedoman untuk berperilaku bagi perusahaan, maka menjadi suatu kebutuhan diperlukannya rambu-rambu etika bisnis, agar tercipta praktik bisnis yang beretika. Dalam hal ini etika bisnis merupakan seperangkat kesepakatan umum, yaitu mengatur antara relasi antar pelaku bisnis dan antara pelaku bisnis dengan masyarakat, agar hubungan tersebut terjalin dengan baik dan fair.

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dalam Pasal 15 butir b jo Pasal 17 jo Pasal 34 ditegaskan dan diamanatkan bahwa setiap penanam modal berkewajiban menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya setempat.<sup>96</sup>

---

<sup>96</sup> Lihat Undang – Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Pasal 15 butir b menyebutkan ”Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”, dan Pasal 17 menyebutkan : “ Penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup, yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang - undangan” serta Pasal 34 menyebutkan :

(1) Badan usaha atau usaha perseorangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administratif berupa:

- a. peringatan tertulis
- b. pembatasan kegiatan usaha
- c. pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; atau
- d. pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal

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

#### **4. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup**

Perwujudan untuk pemenuhan hak atas lingkungan hidup yaitu dengan munculnya Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 tentang Ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup yang telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) dan kemudian diubah lagi menjadi nomor 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Apabila UUPLH ini dikaitkan dengan TJSP/CSR, maka hak atas lingkungan memang harus dipenuhi oleh perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan Pasal-Pasal yang menyangkut TJSP dalam UUPLH, yaitu:

- a. Pasal 5 Ayat (1) ditentukan bahwa, "Setiap orang mempunyai hak yang sama atas lingkungan hidup yang baik dan sehat".
- b. Pasal 6 ayat (2) "Setiap orang yang melakukan usaha dan/atau kegiatan berkewajiban memberikan informasi yang benar dan akurat mengenai pengelolaan lingkungan hidup".
- c. Pasal 14 ayat (1) "Untuk menjamin pelestarian fungsi lingkungan hidup, setiap usaha dan/atau kegiatan dilarang melanggar baku mutu dan kriteria baku kerusakan lingkungan hidup".
- d. Pasal 15 ayat (1) "Setiap rencana usaha dan/atau kegiatan yang kemungkinan dapat menimbulkan dampak besar dan penting terhadap lingkungan hidup, wajib memiliki analisis mengenai dampak lingkungan hidup".

---

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

- e. Pasal 16 ayat (1) dan ayat (2) (1) Setiap penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan wajib melakukan pengelolaan limbah hasil usaha dan/atau kegiatan; (2) Penanggungjawab usaha dan/atau kegiatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat menyerahkan pengelolaan limbah tersebut kepada pihak lain;
- f. Pasal 17 ayat (1) dan ayat (2) (1) Setiap penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan wajib melakukan pengelolaan bahan berbahaya dan beracun. (2) Pengelolaan bahan berbahaya dan beracun meliputi: menghasilkan, mengangkut, mengedarkan, menyimpan, menggunakan dan/atau membuang;
- g. Pasal 18 ayat (1) Setiap usaha dan/atau kegiatan yang menimbulkan dampak besar dan penting terhadap lingkungan hidup wajib memiliki analisis mengenai dampak lingkungan hidup untuk memperoleh izin melakukan usaha dan/atau kegiatan;
- h. Pasal 19 ayat (1) Dalam menerbitkan izin melakukan usaha dan/atau kegiatan wajibdiperhatikan:
  - 1) rencana tata ruang;
  - 2) pendapat masyarakat;
  - 3) pertimbangan dan rekomendasi pejabat yang berwenang yangberkaitan dengan usaha dan/atau kegiatan tersebut.
- i. Pasal 20 Ayat (1) ditentukan bahwa: “Tanpa suatu keputusan izin, setiap orang dilarang melakukan pembuangan limbah ke media lingkungan hidup. Setiap orang dilarang membuang limbah yang

berasal dari luar wilayah Indonesia ke media lingkungan hidup Indonesia. Kewenangan menerbitkan atau menolak permohonan izin sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) berada pada Menteri. Pembuangan limbah ke media lingkungan hidup sebagaimana dimaksud pada aAyat (1) hanya dapat dilakukan di lokasi pembuangan yang ditetapkan oleh Menteri. Ketentuan pelaksanaan pasal ini diatur lebih lanjut dengan peraturan perundang-undangan”.

- j. Pasal 28, Dalam rangka peningkatan kinerja usaha dan/atau kegiatan, Pemerintah mendorong penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan untuk melakukan audit lingkungan hidup;
- k. Pasal 35 ayat (1) dan ayat (2). (1) Penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan yang usaha dan kegiatannya menimbulkan dampak besar dan penting terhadap lingkungan hidup, yang menggunakan bahan berbahaya dan beracun, dan/atau menghasilkan limbah bahan berbahaya dan beracun, bertanggung jawab secara mutlak atas kerugian yang ditimbulkan, dengan kewajiban membayar ganti rugi secara langsung dan seketika pada saat terjadinya pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup; (2) Penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan dapat dibebaskan dari kewajiban membayar ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) jika yang bersangkutan dapat membuktikan bahwa pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup disebabkan salah satu alasan di bawah ini:
  - 1) adanya bencana alam atau peperangan; atau



- 2) adanya keadaan terpaksa di luar kemampuan manusia; atau
  - 3) adanya tindakan pihak ketiga yang menyebabkan terjadinya pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup.
- l. Pasal 33 ditentukan bahwa: “Pemerintah dan/atau masyarakat dapat membentuk lembaga penyedia jasa pelayanan penyelesaian sengketa lingkungan hidup yang bersifat bebas dan tidak berpihak. Ketentuan mengenai penyedia jasa pelayanan penyelesaian sengketa lingkungan hidup diatur lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah”.
  - m. Pasal 34 ditentukan bahwa: Setiap perbuatan melanggar hukum berupa pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup yang menimbulkan kerugian pada orang lain atau lingkungan hidup, mewajibkan penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan untuk membayar ganti rugi dan/atau melakukan tindakan tertentu. Selain pembebanan untuk melakukan tindakan tertentu sebagaimana dimaksud pada Ayat (1), hakim dapat menetapkan pembayaran uang paksa atas setiap hari keterlambatan penyelesaian tindakan tertentu tersebut.

Kenyataannya masih banyaknya kasus – kasus pencemaran lingkungan hidup akibat proses pembangunan dan kegiatan perusahaan yang merupakan kerugian bagi lapisan masyarakat dan pelanggaran hak asasi manusia.<sup>97</sup> UU PLH.

---

<sup>97</sup> Lihat Undang – Undang No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UU PLH) dalam Pasal 5 ayat (1) menyebutkan “ Setiap orang mempunyai hak yang sama atas lingkungan hidup yang baik dan sehat.” Konsep pembangunan berkelanjutan sebagai dasar pemikian konsep CSR juga diamanatkan dalam UU ini bahwa dalam Pasal 1 ayat (3) UU PLH bahwa pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan hidup adalah upaya sadar dan terencana, yang memadukan lingkungan hidup, termasuk sumber daya, ke dalam proses

Dari uraian ini, undang – undang mengamanatkan untuk perusahaan dapat menerapkan tanggung jawab sosialnya.<sup>98</sup> Sehubungan dengan pengaturan TJSP dalam UUPPLH tersebut, dalam memenuhi haknya terhadap suatu perusahaan, masyarakat dapat menuntut hak atas lingkungannya, seperti pendapat dari Heinhard Streiger C.S. tuntutan itu mempunyai dua fungsi, yaitu:<sup>99</sup>

1. *The Function of Defence.* Yaitu hak membela diri terhadap hal-hal gangguan luar yang merugikan lingkungan terdapat dalam Pasal 20 Ayat (1) UUPPLH; dan
2. *The Function of Performance.* Yaitu hak menuntut dilakukannya suatu tindakan agar lingkungan dapat dilestarikan, dipulihkan atau diperbaiki terdapat dalam Pasal 20 ayat (3) UUPPLH.

Berdasarkan uraian diatas kepastian hukum bagi perusahaan untuk melaksanakan TJSP telah secara jelas diatur dalam peraturan perundang undangan diatas. Oleh karena itu tidak ada alasan dan merupakan suatu kewajiban bagi perusahaan untuk menganggarkan dalam anggaran tahunan perusahaan dalam rangka pelaksanaan TJSP.

---

pembangunan untuk menjamin kemampuan, kesejahteraan, dan mutu hidup generasi masa kini dan generasi masa depan. Ada suatu hak menuntut dilakukannya suatu tindakan agar lingkungan dapat dilestarikan, dipulihkan atau diperbaiki, kedua fungsi tersebut kemudian diakomodasikan dalam Pasal 34 ayat (1)

<sup>98</sup> Hendrik Budi Untung, Op. Cit., hal. 20 - 21 Pasal 34 ayat (1) UU PLH menyebutkan “ setiap perbuatan melanggar hukum berupa pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup yang menimbulkan kerugian pada orang lain atau lingkungan hidup, mewajibkan penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan untuk membayar ganti rugi dan/ atau melakukan tindakan tertentu. “

<sup>99</sup> Hendrik Budi Untung, Ibid., hal. 20-21. Kedua fungsi tersebut direkomendasikan dalam Pasal 34 UUPPLH, sehingga tampak bahwa UUPPLH mengamanatkan perusahaan untuk menerapkan Corporate Social Responsibility.

### **C. Manfaat Penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (TJSP)**

Ketika menjalankan tanggung jawab sosialnya perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada 3 (tiga) hal yaitu : profit, lingkungan dan masyarakat. Perhatian terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki di berbagai bidang. Kompetensi yang meningkat ini pada gilirannya diharapkan akan mampu dimanfaatkan bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat. Dengan menjalankan CSR, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Elkington menjelaskan bahwa ketiga unsur yakni *profit, people, dan planet* senantiasa berada dalam kondisi kait-mengkait.<sup>100</sup> Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun turut juga berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Dalam artian bahwa tanggung jawab sosial yang dilakukan tidak hanya untuk mendapatkan nilai tambah dari masyarakat tetapi tanggung jawab ini haruslah berkesinambungan sampai waktu yang cukup panjang.

---

<sup>100</sup> Matias Siagian & Agus Suriadi, *CSR Perspektif Pekerjaan Sosial*, (Medan: FISIP USU Press, 2010), hlm. 50.

Dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas TJSP, yaitu:<sup>101</sup>

1. Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan yang luas dari komunitas yang telah merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankan. TJSP akan mendongkrak citra positif dari perusahaan dalam rentang waktu panjang dan akan meningkatkan reputasi perusahaan.
2. Sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan krisis. Demikian pula ketika perusahaan diterpa kabar miring bahkan ketika perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat lebih mudah memahami serta memaafkan perilaku perusahaan. Ini merupakan implikasi terhadap perusahaan yang telah menanamkan benih kebaikan di tengah masyarakat, efeknya apabila perusahaan berbuat kesalahan maka masyarakat akan dengan mudahnya memaafkan. Ini merupakan sebuah ikatan batin antara perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial perusahaan dengan masyarakat sekitar.
3. Keterlibatan dan kebanggaan bagi karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu

---

<sup>101</sup> A.B Sutanto. *Reputation ... Op.cit.*, hlm. 28-32

meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kebanggaan ini pada akhirnya akan menghasilkan loyalitas, sehingga mereka merasa lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras demi kemajuan perusahaan. Hal ini akan berujung pada peningkatan kinerja dan produktivitas. Dengan peningkatan kinerja dan produktivitas perusahaan, maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan karena semangat kerja karyawan yang bertambah sehingga produksi pun semakin banyak.

4. Mampu memperbaiki dan mempererat hubungan-hubungan antara perusahaan dengan para stakeholdersnya bila TJSP dilaksanakan secara konsisten. Pelaksanaan TJSP yang konsisten menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap pihak-pihak yang selama ini berkontribusi terhadap lancarnya berbagai aktivitas serta kemajuan yang diraih perusahaan. Hal ini mengakibatkan para stakeholders senang dan merasa nyaman dalam menjalin hubungan dengan perusahaan.
5. Meningkatnya penjualan seperti yang terungkap dalam Riset Roper Search Worldwide<sup>102</sup>, konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

---

<sup>102</sup> Bambang Rudito dan Melia Famiola, *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*, (Bandung : Rekayasa Sains, 2007), hlm. 5.

6. Insentif-insentif lainnya seperti pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya. Hal itu perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat menjalankan tanggung jawab sosialnya.

Karena dengan perusahaan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan maka perusahaan telah melakukan sebuah perubahan yang penting bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Bahkan A. Sonny Keraf juga menyebutkan beberapa alasan perlunya keterlibatan sosial perusahaan:<sup>103</sup>

1. Kebutuhan dan harapan masyarakat semakin berubah

Masyarakat semakin kritis terhadap perilaku perusahaan, masyarakat saat ini lebih mengetahui akan hak yang harus mereka terima dari perusahaan. Masyarakat tidak dapat lagi dimanipulasi dengan perusahaan, karena seiring perkembangan masyarakat lebih mengetahui apa yang menjadi hak-hak mereka yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Masyarakat semakin cerdas dalam peningkatan kualitas hidup kearah yang lebih baik.

2. Terbatasnya sumber daya alam

Bisnis diharapkan untuk tidak hanya mengeksploitasi sumber daya alam yang terbatas, namun juga harus memelihara dan menggunakan sumber daya alam dengan bijak. Jangan sampai sumber daya alam yang ada habis sehingga menimbulkan kepunahan. Perusahaan dituntut untuk lebih peka dalam hal ini jangan sampai sumber daya alam yang

---

<sup>103</sup> Erni R. Ernawan, *Etika ... Op.cit.*, hal. 114-115

akan menjadi warisan buat anak cucu kita nantinya punah sebelum waktunya.

3. Lingkungan sosial yang lebih baik

Lingkungan sosial akan mendukung keberhasilan bisnis untuk jangka panjang, semakin baik lingkungan sosial dengan sendirinya akan ikut memperbaiki iklim bisnis yang ada. Antara lingkungan sosial dan iklim bisnis memiliki hubungan erat yang sulit dipisahkan satu dengan lainnya. Dengan lingkungan sosial yang mendukung maka perkembangan iklim bisnis semakin berkembang.

4. Perimbangan tanggung jawab dan kekuasaan

Kekuasaan yang terlalu besar jika tidak diimbangi dan dikontrol dengan tanggung jawab sosial akan menyebabkan bisnis menjadi kekuatan yang merusak masyarakat. kekuasaan penuh berada di tangan perusahaan bukan tidak mungkin akan terjadi ketidakadilan kepada berbagai pihak terutama masyarakat dan lingkungan sekitar.

5. Keuntungan jangka panjang

Tanggung jawab dan keterlibatan sosial tercipta suatu citra positif di mata masyarakat, karena terciptanya iklim sosial politik yang kondusif baik kelangsungan perusahaan. Dengan dilakukannya tanggung jawab sosial akan dapat meningkatkan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan.

Dengan demikian, Yusuf Wibisono setidaknya ada 3 (tiga) alasan penting kalangan dunia usaha harus merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya, yaitu:<sup>104</sup>

1. Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan harus menyadari bahwa mereka beroperasi dalam suatu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial ini berfungsi sebagai kompensasi atau upaya timbal balik atas penguasaan sumber daya alam dan ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, disamping sebagai kompensasi sosial karena timbulnya ketidaknyamanan pada masyarakat.
2. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, setidaknya *lisence to operate*, wajar bila perusahaan juga dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga dapat tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan.
3. Kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial. Potensi konflik itu dapat berasal akibat dampak operasional perusahaan ataupun akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen masyarakat.

---

<sup>104</sup> Yusuf Wibisono, *Membedah ... Op.cit.*, hlm. 71-72.



Oleh sebab itu, Pelaksanaan tanggungjawab sosial menjadi faktor yang diperhitungkan dalam pasar modal sehingga investor memiliki sudut pandang baru ketika ingin berinvestasi.<sup>105</sup> Beberapa kajian empiris yang mendukung bahwa penerapan TJSP mempunyai dampak positif terhadap kinerja ekonomi perusahaan adalah sebagai berikut.<sup>106</sup>

1. pengaruh TJSP terhadap *Return on Assets* (ROA) dengan memasukkan variabel kontrol (*sizedan leverage*) menunjukkan hubungan yang positif signifikan yang mengindikasikan bahwa perusahaan melakukan tanggung jawab sosial akan meningkatkan profitabilitas perusahaan dengan *variable control sizedan leverage* perusahaan.
2. Memberikan bukti empiris hubungan yang positif dan signifikan antara kinerja sosial dan lingkungan perusahaan dengan kinerja keuangan (*Return on Equity/ROE dan Return on Assets/ROA*).
3. Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap TJSP *disclosure*, dan TJSP *disclosure* berpengaruh terhadap *Return on Assets(ROA)*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kinerja lingkungan perusahaan, maka akan semakin luas pengungkapan TJSP dalam laporan tahunannya, dan hal ini mempengaruhi ROA. Perusahaan yang mampu menciptakan lingkungan yang baik (*green*) dan mengungkapkannya dalam TJSP *disclosure* maka akan memberikan “*good news*” bagi masyarakat, yang diharapkan dapat menjadi sarana

---

<sup>105</sup> Bambang Banu Siswoyo, Implementasi CSR Urgensi dan Permasalahannya, *pidato pengukuhan guru besar*. (7 november 2012), hlm. 8.

<sup>106</sup> Bambang Banu Siswoyo, *Implentasi ... Ibid*, hlm. 13.

pencitraan yang baik sehingga meningkatkan penjualan yang berdampak pula pada profitabilitas perusahaan.

4. Perusahaan-perusahaan *high profile* membuktikan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori *high profile*.

Menurut Hopkins (2004), perusahaan yang dalam proses menghasilkan keuntungannya secara sosial bertanggungjawab akan memberikan sumbangan dalam beberapa aspek pembangunan sosial (meskipun tidak semua aspek). Meskipun demikian perusahaan tidaklah dapat diharapkan untuk meyumbang dalam semua aspek sosial, hal tersebut adalah sesuatu yang tidak masuk akal dan akan membebani perusahaan.<sup>107</sup>

Meskipun demikian perusahaan yang terlibat dalam beberapa aspek sosial didalam dan diluar perusahaan akan membuat produk dan jasanya lebih menarik bagi konsumen secara keseluruhan, dengan demikian akan membuat perusahaan mendapatkan lebih banyak pendapatan. Memang ada cost tambahan yang harus diberikan jika perusahaan ingin menerapkan TJSP, namun benefit yang didapatkan akan jauh melebihi cost yang dikeluarkan.

Diungkapkan lagi oleh Tsoutsoura (2004) adalah bahwa meskipun isu-isu sosial merupakan tanggungjawab pemerintah, namun dalam kenyataannya telah terjadi pergeseran kekuatan ekonomi, dimana kini perusahaan-perusahaan

---

<sup>107</sup> Dikutip dalam makalah dari Margarita Tsotsoura Mengungkapkan bahwa berdasarkan data dari OECD dari 100 kekuatan ekonomi terbesar di dunia, 51 diantaranya adalah perusahaan swasta (AS) dan hanya 49 diantaranya yang merupakan perusahaan negara, hlm 10. di akses 04 juli 2013

besarlah yang memiliki kekuatan ekonomi, sehingga mereka harus memiliki peran dan tanggungjawab yang lebih dalam mengatasi masalah-masalah sosial.<sup>108</sup>

Lebih lanjut lagi perusahaan sendiri tidak dapat menutup matanya terhadap keadaan lingkungan dimana ia beroperasi. Masyarakat yang miskin, situasi politik yang tidak stabil dan kerusakan sumber daya alam dapat memberikan imbas yang buruk bagi perusahaan sendiri. Hal ini pun sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Menko Perekonomian Boediono dalam forum *Indonesia Business Links Conference on TJSP* (2006). Sejalan dengan Hopkins, Tsoutsoura (2004) juga mengakui mengenai adanya cost tambahan yang harus dikeluarkan guna menerapkan TJSP. Cost ini dapat berupa pembelian peralatan yang ramah lingkungan, penggantian jajaran manajemen atau penerapan kontrol kualitas yang lebih ketat, dan bersifat langsung atau terus - menerus. Dikarenakan perusahaan tidak mungkin terus-menerus melakukan suatu kebijakan yang memberikan cashflow negatif maka cost yang dikeluarkan untuk menerapkan TJSP seharusnya memiliki efek yang menguntungkan bagi *bottom line* perusahaan.<sup>109</sup>

#### **D. Tata Cara Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (TJSP)**

Aktifitas bisnis merupakan masalah kompleks di bicarakan ditengah-tengah usaha pemerintah untuk mengembalikan gairah dunia perekonomian Indonesia. Roda bisnis tidak akan berjalan dengan baik apabila dijalankan dengan kecurangan dan penipuan baik di lingkungan internal maupun eksternal

---

<sup>108</sup> Margarita Tsotsoura, *Ibid.*, hlm 12.

<sup>109</sup> Margarita Tsotsoura, *Ibid.*, hlm. 12.

perusahaan. Dalam lingkungan internal, perlu di perhatikan hubungan antara berbagai jenjang kedudukan yang ada, kultur perusahaan, peraturan dan system di perusahaan, serta budaya keterbukaan informasi, sedangkan lingkungan eksternal merupakan hubungan perusahaan dengan *stakeholder* serta masyarakat sekitar perusahaan.<sup>110</sup>

Ketika menjalankan aktivitas TJSP tidak ada standar atau praktik-praktik tertentu yang dianggap terbaik. Setiap perusahaan memiliki karakteristik dan situasi yang unik yang berpengaruh terhadap bagaimana mereka memandang tanggung jawab sosial. Dan setiap perusahaan memiliki kondisi yang beragam dalam hal kesadaran akan berbagai isu berkaitan dengan TJSP serta seberapa banyak hal yang telah dilakukan dalam mengimplementasikan pendekatan TJSP.

Penerapan TJSP yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan sangat bergantung kepada misi, budaya, lingkungan dan profil resiko, serta kondisi operasional masing-masing perusahaan. Banyak perusahaan yang telah melibatkan diri dalam aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan pelanggan, karyawan, komunita dan lingkungan sekitar, yang merupakan titik awal yang sangat baik menuju pendekatan TJSP yang lebih luas. Pelaksanaan TJSP dapat dilaksanakan menurut prioritas yang didasarkan pada ketersediaan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan.

Adapun tahapan-tahapan yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam implementasi TJSP antara lain:<sup>111</sup>

---

<sup>110</sup> I Nyoman Tjager, et al, "*Corporate Governance Tantangan dan Kesempatan Bagi Komunitas Bisnis Indonesia*", (Jakarta: PT Pretalindo, 2000), hlm. 142, uraian mengenai peranan *Good Corporate Governance* terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

<sup>111</sup> I Nyoman Tjager, *Corporate ... Ibid.*, hlm. 121-125.

1. Tahapan perencanaan, Perencanaan terdiri dari 3 (tiga) langkah utama yakni:

a. *Awareness building,*

Merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai pentingnya arti TJSP dan komitmen manajemen. Upaya ini dilakukan melalui seminar, lokarya, diskusi dan lain sebagainya.

b. *TJSP assesment,*

Merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapan TJSP secara efektif.

c. *TJSP manual building,*

Merupakan pedoman implementasi dari hasil *assesment* yang telah dilakukan. Upaya yang mesti dilakukan antara lain melalui benchmarking (mempelajari program TJSP dari perusahaan lain yang dinilai lebih sukses dalam implementasi program ini), menggali dari referensi atau bagi perusahaan yang menginginkan langkah instan, penyusunan manual ini dapat dilakukan dengan meminta bantuan tenaga ahli *independen* dari luar perusahaan. Penyusunan manual TJSP dibuat sebagai

acuan, pedoman dan panduan dalam pengelolaan kegiatan-kegiatan sosial kemasyarakatan yang dilakukan oleh perusahaan.

2. Tahapan implementasi ini terdiri dari 3 (tiga) langkah utama yaitu:
  - a. Sosialisasi

sosialisasi diperlukan untuk memperkenalkan kepada komponen perusahaan mengenai berbagai aspek yang terkait dengan implementasi TJSP khususnya mengenai pedoman penerapan TJSP dengan tujuan untuk mendapatkan dukungan penuh seluruh komponen perusahaan
  - b. Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada dasarnya harus sejalan dengan pedoman TJSP yang ada, berdasarkan roadmap yang telah disusun.
  - c. Internalisasi

Internalisasi adalah tahap jangka panjang mencakup upaya-upaya untuk memperkenalkan TJSP di dalam seluruh proses bisnis perusahaan seperti melalui sistem manajemen kinerja.
3. Tahapan evaluasi adalah tahap yang perlu dilakukan secara konsisten dari waktu untuk mengukur sejauh mana efektivitas penerapan TJSP. Evaluasi dilakukan dengan pengambilan keputusan selanjutnya. Evaluasi juga bisa dilakukan dengan meminta pihak independen untuk melakukan audit implementasi atas praktik TJSP yang telah dilakukan.

4. Tahapan pelaporan, Pelaporan diperlukan dalam rangka membangun sistem informasi baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai perusahaan. Oleh karena itu selain berfungsi untuk keperluan shareholder juga untuk stakeholder yang memerlukan informasi tersebut. Perusahaan bebas menentukan bentuk atau format reporting yang dibuatnya karena memang belum ada standar baku yang diberlakukan.

Di tingkat global pada bulan September 2004, ISO (*International Organization for standardization*) sebagai induk organisasi internasional, berinisiatif mengundang berbagai pihak untuk membentuk tim (*working group*) yang merintis lahirnya panduan standarisasi untuk tanggung jawab sosial perusahaan yang diberi nama ISO 26000 : *Guidance standard on social responsibility*.<sup>112</sup> dengan ISO 26000 ini akan memberikan tambahan nilai terhadap aktivitas tanggung jawab sosial yang berkembang saat ini dengan cara:<sup>113</sup>

1. Mengembangkan suatu konsensus terhadap pengertian tanggung jawab sosial dan isunya
2. Menyediakan pedoman tentang penterjemahan prinsip-prinsip menjadi kegiatan- kegiatan yang efektif
3. Memilah praktek-praktek terbaik yang sudah berkembang dan disebarluaskan untuk kebaikan komunitas atau masyarakat internasional.

---

<sup>112</sup> *Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, <http://www.madani-ri.com>, diakses pada tanggal 20 Juni 2013

<sup>113</sup> *Standarisasi ... Ibid.*

*ISO 26000 Guidance standard on social responsibility* secara konsisten mengembangkan tanggung jawab sosial maka masalah *social responsibility* akan mencakup 7 (tujuh) isu pokok yaitu:<sup>114</sup>

1. Pengembangan masyarakat;
2. Konsumen;
3. Praktek kegiatan institusi yang sehat;
4. Lingkungan
5. Ketenagakerjaan
6. Hak asasi manusia
7. *Organizational governance*

Prinsip-prinsip dasar tanggung jawab sosial yang menjadi dasar bagi pelaksanaan yang menjiwai atau menjadi informasi dalam pembuatan keputusan dan kegiatan tanggung jawab sosial menurut ISO 26000 meliputi:<sup>115</sup>

1. Kepatuhan kepada hukum
2. Menghormati kepada instrument/ badan-badan internasional
3. Menghormati stakeholders dan kepentingannya
4. Akuntabilitas
5. Transparansi
6. Perilaku yang beretika
7. Melakukan tindakan pencegahan
8. Menghormati dasar-dasar hak asasi manusia

---

<sup>114</sup> Yusuf Wibisono, *Membedah ... Op. Cit.*, hlm. 47.

<sup>115</sup> Yusuf Wibisono, *Membedah ... Ibid.*, hlm. 49



Terkait dengan ISO 26000 ini, pada proses sebelumnya telah ada pula pihak yang menyebarkan asas-asas utama yang dapat digunakan sebagai acuan implementasi program tanggung jawab sosial perusahaan. Asas-asas utama tersebut dirangkum oleh Alyson dari University of Bath Inggris pada tahun 1998 menjadi 16 asas meliputi:<sup>116</sup>

1. Pengutamaan oleh perusahaan

Artinya pengakuan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan sebagai prioritas tertinggi perusahaan sekaligus dijadikan sebagai penentu utama pembangunan berkesinambungan. Berdasarkan asas ini, maka perusahaan seharusnya membuat kebijakan program dalam menjalankan operasi ekonomi perusahaannya dengan cara yang bertanggung jawab sosial.

2. Pengelolaan terpadu

Pihak perusahaan dituntut memadukan kebijakan program, dan aktivitas ekonomi sebagai implementasi program ke dalam setiap aktivitas ekonominya sebagai suatu unsur pengelolaan dalam semua fungsi pengelolaan.

3. Proses perbaikan dan penyempurnaan

Pihak perusahaan dituntut melakukan penyempurnaan atas kebijakan, program, dan implementasi program dan kinerja sosial perusahaan itu secara berkesinambungan. Penyempurnaan dimaksud harus didasarkan pada hasil penelitian terkini dan memahami kepentingan

---

<sup>116</sup> Matias Siagian & Agus Suriadi, *CSR Perspektif ... Op. cit.*, hlm. 56.

sosial serta mengimplementasikan indikator sosial yang bersifat internasional.

4. Pendidikan pekerja

Pihak perusahaan tidak hanya memanfaatkan tenaga dan ketrampilan para pekerja. Lebih dari itu, pihak perusahaan harus meningkatkan ketrampilan para karyawan, dengan melaksanakan secara bertahap dan sistematis pendidikan dan pelatihan serta senantiasa meningkatkan motivasi karyawan agar terciptanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan karyawan.

5. Pengkajian

Pihak perusahaan dituntut melakukan kajian berkenaan dengan dampak sosial sebelum memulai suatu aktivitas ekonomi atau proyek baru dan sebelum menutup lokasi pabrik. Kajian ini ditekankan karena setiap aktivitas ekonomi yang dilakukan pihak perusahaan senantiasa terkait atau berpengaruh, baik ke arah perusahaan maupun ke luar dari perusahaan. Perusahaan diharapkan mengkaji segala resiko yang akan dan telah terjadi di sekitar perusahaan dan segera menanggulangi keadaan tersebut.

6. Produk dan pelayanan

Pihak perusahaan dituntut untuk senantiasa mengembangkan produk dan pelayanan yang tidak berdampak negatif secara sosial maupun lingkungan. Berdampak negatif kepada lingkungan dapat menyebabkan kerusakan pada lingkungan hidup sekitar perusahaan dan

mengakibatkan terjadinya masalah terhadap kehidupan masyarakat sekitar.

7. Informasi publik

Apapun produk yang dihasilkan dan apapun jasa atau pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan secara pasti diarahkan dan berkaitan dengan publik. Oleh karena itu perusahaan berkewajiban memberikan informasi yang lengkap dan akurat mengenai produk yang dihasilkan kepada publik.

8. Fasilitas dan operasi

Pihak perusahaan harus mengembangkan, merancang, dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan aktivitas ekonomi yang mempertimbangkan hasil penelitian dan kajian berkenaan dengan dampak social. Hal ini dianggap perlu, karena setiap kajian itu, hasil kajian terkini harus diketahui dan digunakan oleh perusahaan dalam semua praktek ekonominya.

9. Penelitian

Perusahaan diharapkan tidak hanya sebagai pengguna hasil penelitian yang dilakukan oleh berbagai pihak, melainkan harus mendukung atau melakukan penelitian tentang dampak sosial bahan baku yang akan digunakan pada proses produksi.

10. Pencegahan

Dampak dari suatu aktivitas ekonomi sering harus dibayar mahal oleh masyarakat melalui bencana yang ditimbulkan oleh perusahaan. Oleh

karena itu tindakan pencegahan terhadap bencana harus selalu diutamakan.

11. Mitra kerja dan pemasok

Pihak perusahaan tidak cukup hanya mengimplementasikan tanggung jawab social dalam aktivitas ekonomi mereka. Lebih jauh lagi, perusahaan harus secara aktif mendorong pihak lain untuk ikut serta dalam pengimplementasian tanggung jawab sosial perusahaan ini, termasuk mitra kerja dan pemasok.

12. Siap menghadapi keadaan darurat

Walaupun mekanisme dan prosedur kerja sudah dirancang dengan baik, namun keadaan yang tidak terduga dapat saja terjadi. Untuk mengatasi hal ini, maka perusahaan diharuskan siap dalam menghadapi keadaan darurat yang setiap saat bias saja terjadi.

13. Implementasi pengalihan yang terbaik

Kesempatan bagi suatu perusahaan untuk melakukan aktivitas ekonomi di suatu tempat ada kalanya terbatas. Keadaan seperti ini biasanya terjadi bagi perusahaan yang menggunakan sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui. Pada situasi seperti ini perusahaan melakukan pengembangan dan pengalihan kegiatan ekonomi yang bertanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan sekitar.

14. Memberi kontribusi

Perusahaan harus memberikan manfaat bagi semua pihak yang terkait dengan keberlangsungan perusahaan tersebut

#### 15. Keterbukaan

Pihak perusahaan harus mengembangkan sifat keterbukaan baik kepada pekerjanya dan masyarakat sekitar. Sifat keterbukaan ini sangat diperlukan guna memberikan efek percaya di depan karyawan dan masyarakat setempat.

#### 16. Capaian dan pelaporan

Perusahaan harus melakukan penilaian atas kualitas aktivitas ekonomi dan sosial. Untuk itu, audit sosial secara berkala sangat diperlukan agar tidak terjadi benturan terhadap kepentingan pihak lain.

Adanya ketidakseragaman dalam penerapan TJSP di berbagai negara menimbulkan adanya kecenderungan yang berbeda dalam proses pelaksanaan TJSP itu sendiri di dalam masyarakat. Oleh karena itu diperlukan suatu pedoman umum dalam penerapan TJSP di manca negara. Dengan disusunnya ISO 26000 sebagai panduan (*guideline*) atau dijadikan rujukan utama dalam pembuatan pedoman *social responsibility* yang berlaku umum, sekaligus menjawab tantangan kebutuhan masyarakat global termasuk Indonesia.

**BAB III**

**PENERAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL**

**DAN LINGKUNGAN PERUSAHAAN**

**A. Penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (TJSP)**

**PT. Newmont Nusa Tenggara**

Sebagai Perusahaan yang bergerak dalam pertambangan Batu Hijau PT. Newmont Nusa Tenggara (NNT) memiliki komitmen untuk meningkatkan program yang berkelanjutan dengan didasarkan pada empat pilar yaitu pembangunan berkelanjutan di bidang; kesehatan, pendidikan, komunitas yang makmur, dan penyediaan infrastruktur. Komitmen ini diwujudkan melalui sejumlah strategi seperti *Participatory Rural Appraisal (PRA)*, *Future Search Dialogue*, *Ziel-Orienterte Projektplanung (ZOPP)* dan *Participatory Wealth Ranking (PWR)* untuk kecamatan Sekongkang dan Jereweh. Perencanaan partisipatif membutuhkan partisipasi dari perusahaan, pemerintah lokal, dan juga komunitas. Sehingga setiap orang tahu apa yang dapat mereka lakukan untuk turut terlibat.

Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan merupakan salah satu upaya Perusahaan untuk menciptakan keberlangsungan usaha dalam menciptakan dan memelihara keseimbangan antara mencetak keuntungan, fungsi-fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan hidup (*triple bottom line*) seperti halnya konsep yang disampaikan oleh John Elkington yang terdiri dari *Profit (Keuntungan)*, *People (Masyarakat Pemangku Kepentingan)*, *Planet (Lingkungan)*. Hal ini terkait

dengan keberlanjutan usaha dimana penting halnya bagi perusahaan untuk melihat bagaimana pengaruh dimensi sosial dan lingkungan pada setiap bisnis.

Untuk itu PT NNT sangat menghargai hubungannya dengan masyarakat lokal dan menghargai peran mereka bagi keberadaan dan kemampuan operasi tambang Batu Hijau. Karyawan, waktu dan sumber daya disediakan dalam jumlah yang signifikan bagi program hubungan kemasyarakatan. Batu Hijau menargetkan empat bidang utama bagi program pengembangan masyarakat yakni infrastruktur, kesehatan, pendidikan dan usaha kecil, serta pengembangan usaha pertanian bagi 10 desa di lingkaran tambang dan sekitarnya. Prioritas tersebut merupakan bagian dari rencana pengembangan masyarakat jangka panjang yang disusun berdasarkan konsultasi dengan Komite Pengembangan Desa pada 2003. Masukan dari Komite membantu penyaluran dana secara langsung sesuai dengan aspirasi masyarakat desa. Untuk menghilangkan persepsi yang salah dan harapan yang tidak realistis terhadap prioritas tersebut, Batu Hijau mengumumkan daftar program pengembangan masyarakat melalui surat kabar lokal pada 2004.

PT. Newmont Nusa Tenggara dalam program TJSP menitik beratkan pada program *Community Development*. Visi program *Community Development* yang ditetapkan oleh PT. Newmont Nusa Tenggara adalah masyarakat yang sehat, cerdas, mandiri, sejahtera, dan religius. Program-program pengembangan masyarakat ini adalah :

1. Bidang Kesehatan

Meliputi kegiatan kesehatan yang bersifat preventif seperti pengendalian penyakit malaria, program kesehatan ibu dan anak, air dan sanitasi, tuberkulosis

(TBC), pencegahan penyakit menular seksual, pendirian posyandu dan puskesmas, serta penyuluhan-penyuluhan kesehatan.

Dalam pemberantasan penyakit malaria biasanya PT. Newmont Nusa Tenggara melakukan penyemprotan setiap satu bulan sekali, intensitas penyemprotan nyamuk malaria dari tahun ke tahun menurut masyarakat cenderung mengalami penurunan, jika sebelumnya penyemprotan dilakukan setiap minggu, maka dalam tiga tahun tahun terakhir ini hanya satu kali dalam dua minggu bahkan satu bulan sekali. Sehingga terkesan sebatas lip services semata. Begitupun dengan program pencegahan TBC dan penyakit menular seksual (HIV-AIDS). Sebelum keberadaan PT. Newmont Nusa Tenggara, masyarakat di wilayah lingkaran tambang tidak mengenal penyakit HIV-AIDS, namun sejak PT. Newmont Nusa Tenggara beroperasi, maka didukung pula dengan beroperasinya sejumlah cafe dan praktek prostitusi terselubung di kawasan wisata pantai Maluk, maka penyakit HIV-AIDS mulai muncul. Sejauh ini belum banyak upaya pencegahan yang dilakukan oleh PT. Newmont Nusa Tenggara dalam program pencegahan penyakit menular HIV-AIDS, karena ada pula karyawan PT. Newmont Nusa Tenggara, khususnya para pekerja yang jauh dari istri turut terlibat dan menikmati keberadaan cafe-cafe dan keberadaan PSK di kawasan pantai Maluk.

Program TJSP bidang kesehatan yang cukup berhasil dinilai masyarakat selama ini adalah program kesehatan ibu dan anak, program ini dirasakan sangat menyentuh kebutuhan masyarakat, misalnya program pemberian makanan bergizi bagi balita, program imunisasi balita, dan pemeriksaan rutin perkembangan



balita dan ibu hamil cukup membantu masyarakat setempat. PT. Newmont Nusa Tenggara juga dinilai berhasil dalam mendorong adanya ketersediaan akses bagi masyarakat setempat untuk menyediakan sarana dan prasarana kesehatan, seperti pembangunan puskesmas, puskesmas pembantu, dan posyandu. Dalam konteks program kesehatan di masa mendatang, diharapkan program TJSP bidang kesehatan dapat diarahkan pada dukungan untuk peningkatan kualitas pelayanan kesehatan, bantuan berupa sarana dan prasarana atau fasilitas kesehatan, seperti obat-obatan yang bermutu dan berkualitas, peralatan kesehatan yang canggih dan sebagainya, yang diharapkan dapat diberikan oleh PT. Newmont Nusa Tenggara terhadap sejumlah puskesmas yang ada di wilayah lingkaran tambang.

PT. Newmont Nusa Tenggara juga telah memberikan bantuan kepada Puskesmas di Kecamatan Maluk berupa mobil untuk pengangkutan pasien. Namun, bantuan mobil ambulans tersebut tidak cukup memadai karena telah mengalami kerusakan, sementara biaya untuk pemeliharaan/perbaikan yang dimiliki oleh puskesmas sangat terbatas. Masyarakat mengeluhkan pelayanan fasilitas ambulans dari pihak puskesmas, bahkan masyarakat biasanya melakukan protes langsung kepada para petugas kesehatan yang ada di Puskesmas terkait dengan lambannya layanan ambulans. Penyediaan fasilitas ambulans ini tentu sangat dibutuhkan untuk mendukung pelayanan kesehatan masyarakat. Pengelolaan program TJSP di bidang kesehatan diharapkan dapat dilakukan perubahan di masa mendatang, PT. Newmont Nusa Tenggara perlu meningkatkan kerjasama dengan Dinas Kesehatan atau para petugas kesehatan yang ada di masing-masing desa secara langsung, para petugas kesehatan yang

ada di puskesmas, puskesmas pembantu, posyandu dan sebagainya perlu dilibatkan secara langsung sebagai pengelolaan program. Sehingga program TJSP langsung dapat menyentuh kebutuhan masyarakat.

## 2. Bidang Pendidikan

Dalam program TJSP bidang pendidikan, PT. Newmont Nusa Tenggara mengarahkan pada upaya peningkatan kualitas pendidikan melalui pelatihan guru, upaya penerapan kurikulum tingkat satuan pendidikan, pendekatan manajemen berbasis sekolah, pelatihan kejuruan (perbengkelan, otomotif, pengelasan, kelistrikan, komputer, kelistrikan). Kemudian pada sektor pendidikan informal, PT. Newmont Nusa Tenggara juga menekankan pada pemberantasan buta huruf. Selain itu, program pengembangan masyarakat di bidang pendidikan juga meliputi pembangunan infrastruktur pendidikan, bantuan peralatan pendidikan, pengadaan bus sekolah, melaksanakan program perpustakaan keliling bagi masyarakat, serta beasiswa bagi pelajar dan mahasiswa yang berprestasi maupun bagi pelajar dan mahasiswa yang kurang mampu.

PT. Newmont Nusa Tenggara memulai pemberian program beasiswa pada 1998 sewaktu proyek masih dalam tahap konstruksi. Program Beasiswa ini ditujukan untuk pengembangan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia lokal, meliputi program pemberian beasiswa untuk pelajar dan mahasiswa Sumbawa dan Nusa Tenggara Barat yang memiliki prestasi tinggi. Program ini sesungguhnya difokuskan untuk para pelajar dan mahasiswa yang berasal dari daerah sekitar tambang,

Namun bagi para pelajar dan mahasiswa diluar lingkaran tambang (semua daerah di Nusa Tenggara Barat) juga diberikan kesempatan untuk mengajukan lamaran beasiswa. PT. Newmont Nusa Tenggara memberikan beasiswa kepada 700 pelajar SLTA dan mahasiswa setiap tahunnya, tentu saja dengan melalui standar yang ditetapkan perusahaan. Beasiswa ini diberikan tanpa kewajiban dari para pelajar kecuali mereka harus berhasil menyelesaikan pendidikannya.

Akan tetapi, dari hasil wawancara dengan masyarakat, beberapa masyarakat menganggap dukungan dari PT. Newmont Nusa Tenggara terhadap dunia pendidikan bagi masyarakat lingkaran tambang dinilai masih setengah hati. Masyarakat mengeluhkan program beasiswa PT. Newmont Nusa Tenggara yang menurut mereka selama ini tidak mencerminkan keberpihakan kepada warga lingkaran tambang, banyak diantara mereka yang selama ini menyekolahkan anaknya dari SD sampai Perguruan Tinggi, ternyata tidak menerima beasiswa dari PT. Newmont Nusa Tenggara. Masyarakat berharap agar proporsi kuota penerimaan beasiswa bagi para pelajar dan mahasiswa daerah lingkaran tambang lebih ditingkatkan, mereka berharap kepada PT. Newmont Nusa Tenggara agar memprioritaskan penerimaan beasiswa bagi masyarakat lingkaran tambang, karena masyarakat lingkaran tambang adalah masyarakat yang paling terkena dampak langsung atas keberadaan PT. Newmont Nusa Tenggara. Oleh karena itu, pemberian beasiswa kepada para pelajar dan mahasiswa di daerah lingkaran tambang sebagai bentuk kompensasi atas produksi PT. Newmont Nusa Tenggara dan penggunaan lahan masyarakat setempat.

PT. Newmont Nusa Tenggara juga telah melaksanakan program perpustakaan keliling yang mencakup daerah lingkaran tambang. Namun, program perpustakaan keliling yang diklaim merupakan program yang populer dari perusahaan ini masih kurang diminati masyarakat sehingga program perpustakaan keliling dari PT. Newmont Nusa Tenggara tersebut tidak efektif.

Begitupun di bidang pendidikan non formal seperti kegiatan peningkatan pada pelatihan kejuruan, yaitu perbaikan otomotif, pengelasan, keterampilan komputer, dan kelistrikan. Program ini dinilai masyarakat tidak banyak yang memiliki manfaat dan dampak yang signifikan bagi masyarakat. Misalnya terkait dengan pelatihan otomotif, pengelasan dan kelistrikan para pemuda yang pernah mengikuti pelatihan tersebut merasakan program tersebut lebih sekedar memenuhi tuntutan semata. Pasca pelatihan para pemuda yang notabennya sebagai pengangguran tersebut tidak didukung dengan penyediaan fasilitas untuk menindaklanjuti hasil pelatihan, sehingga mereka tetap saja menjadi pengangguran. Begitupun dengan pendidikan non formal lainnya.

Program pengembangan pendidikan oleh PT. Newmont Nusa Tenggara ini dilaksanakan melalui LSM sebagai mitra PT. Newmont Nusa Tenggara, dan dianggap kurang efektif. Menurut masyarakat, LSM di bidang pendidikan tidak memiliki komitmen dan kapasitas yang memadai dalam melakukan pendampingan, bahkan kesan hanya menghabiskan anggaran program pendidikan, seperti belanja operasional dan gaji untuk LSM. Alokasi anggaran program TJSP dalam bidang pendidikan, khususnya terkait dengan kemitraan PT. Newmont Nusa Tenggara dengan LSM perlu untuk dipertimbangkan kembali,

perlu ada evaluasi khusus terhadap penggunaan dana TJSP khususnya yang langsung dikelola oleh LSM. Masyarakat berharap, alokasi anggaran TJSP dibidang pendidikan tersebut sebaiknya diarahkan langsung pada kebutuhan masyarakat, misalnya bantuan pendidikan bagi siswa kurang mampu, atau bantuan untuk peningkatan mutu dan kualitas pendidikan, dukungan untuk para guru, tenaga sukarela, dan belanja langsung (publik) lainnya. Sehingga, keberadaan dan manfaat dana program TJSP tersebut di bidang pendidikan dapat dirasakan langsung oleh masyarakat, khususnya masyarakat yang tidak mampu.

### 3. Bidang Pertanian

Di bidang pertanian, program *community development* PT. Newmont Nusa Tenggara yang dilaksanakan adalah meliputi peningkatan teknik pertanian melalui pelatihan dan Sekolah Lapangan Petani, penekanan pada sistem intensifikasi pertanian dan pertanian terpadu, yang mencakup peningkatan teknik pertanian, diversifikasi tanaman, budi daya perikanan, pupuk organik, pengelolaan hama terpadu, dan jaringan pemasaran terhadap petani. Selain itu PT. Newmont Nusa Tenggara juga membangun bendungan guna fasilitas irigasi, yang sangat mendasar dibutuhkan petani.

Program *community development* di bidang pertanian lainnya yaitu melakukan pelatihan dan pembinaan sumber daya manusia, seperti pelatihan petugas lapangan secara berkala tentang pentingnya menanam padi dengan *System of Rice Intensification* (SRI) sebagai teknologi terbaik di Indonesia, sebuah program yang dirancang untuk meningkatkan hasil padi pada lahan kering.

Namun menurut sebagian besar masyarakat, program pertanian selama ini tidak banyak yang berhasil, tidak ada perubahan apa-apa terhadap peningkatan nasib dan kesejahteraan petani, walaupun dikatakan penanaman SRI berhasil, itu hanya terjadi pada seorang atau dua petani saja. Menurut masyarakat, banyak pula program comdev PT. Newmont Nusa Tenggara dan pendampingan yang dilakukan oleh LSM sebagai mitra perusahaan di lapangan yang mengalami kegagalan. Kondisi kegagalan petani tersebut dikatakan tidak pernah dipublikasikan. Selama ini kecenderungan para tenaga pendamping lapangan hanya memberikan laporan yang baik-baik saja kepada pihak manajemen perusahaan. Laporan yang diberikan berupa laporan keberhasilan semata, sementara kegagalan tidak dilaporkan kepada pihak perusahaan.

Pola pendampingan para petani yang dilakukan oleh sejumlah LSM yang menjadi mitra PT. Newmont Nusa Tenggara ternyata banyak dikeluhkan masyarakat. Keluhan tersebut diantaranya mengenai kapasitas pendamping lapangan yang ternyata tidak lebih baik dari petani, ketidakseriusan dalam melakukan pendampingan petani (rendahnya komitmen sosial), hingga proses pengelolaan program yang dinilai tidak transparan, partisipatif dan akuntabel, serta adanya kecenderungan LSM hanya memanfaatkan keberadaan dan keberhasilan semata petani. Para petani mulai merasa “tereksploitasi” dengan keberadaan dan peran LSM mitra PT. Newmont Nusa Tenggara tersebut. Masyarakat berharap agar dalam proses pemberdayaan petani PT. Newmont Nusa Tenggara untuk dilakukan perubahan, diantaranya adalah terkait dengan mekanisme pengelolaan program pertanian agar pemberdayaan petani dilakukan

tanpa melalui LSM, melainkan langsung kepada para petani atau kelompok tani binaan, sehingga alokasi dana yang selama ini terserap untuk operasional LSM dan pembayaran gaji pendamping lapangan dapat dialokasikan dan dimanfaatkan langsung oleh para petani.

Persoalan lainnya yang dinilai perlu untuk dilakukan dalam konteks perubahan pengembangan program pada sektor pertanian adalah terkait dengan distribusi dukungan kepada para petani yang ada di masing-masing desa. Selama ini, petani yang didampingi di masing-masing desa sebanyak 20 orang/petani. Sementara jumlah petani yang ada di masing-masing desa jumlahnya ratusan orang. Sehingga muncul kecemburuan sosial antara petani binaan PT. Newmont Nusa Tenggara dan petani bukan binaan PT. Newmont Nusa Tenggara. Bahkan menimbulkan persepsi di masyarakat bahwa selama ini program pertanian hanya buat mereka yang memiliki kedekatan dengan Kepala Desa dan LSM, atau memiliki akses dengan orang-orang yang berada di dalam comdev PT. Newmont Nusa Tenggara.

Dari hasil assessment menunjukkan bahwa sektor pertanian menjadi sektor yang paling utama untuk dilakukan pembenahan dalam program TJSP PT. Newmont Nusa Tenggara, karena sektor ini dinilai masyarakat lingkaran tambang belum menunjukkan adanya kemajuan yang berarti. Dengan kata lain sebelum ada PT. Newmont Nusa Tenggara dan setelah ada PT. Newmont Nusa Tenggara, kondisi petani di wilayah lingkaran tambang tidak ada perubahan, bahkan para petani khususnya yang tidak masuk dalam binaan PT. Newmont Nusa Tenggara merasakan dampak negatif, seperti meningkatnya harga pupuk yang tinggi, harga

sembako dan sebagainya yang semakin memperburuk keadaan perekonomian para petani.

#### 4. Bidang Ekonomi (Usaha Lokal)

Program TJSP (*community development*) PT. Newmont Nusa Tenggara yang keempat adalah pada bidang pengembangan usaha lokal. Merupakan upaya untuk meningkatkan usaha lokal sebagai motor pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Bantuan meliputi usaha jahit menjahit, pabrik paving block, perbaikan kontainer, peralatan penggergajian, pertanian dan produk perikanan meliputi berbagai buah-buahan, sayur-sayuran, madu dan lain-lain, serta jasa kontrak termasuk pelatihan keterampilan keuangan mikro dan pelatihan keterampilan usaha. Pesertanya mendapat sertifikasi pelatihan dengan berbagai keahlian diakui secara internasional. Menurut pihak PT. Newmont Nusa Tenggara yaitu Bapak Teten, prakarsa pembelian lokal telah dibentuk untuk meningkatkan pembelian barang dan jasa yang bersifat lokal, dan membantu usaha lokal memenuhi persyaratan PT. Newmont Nusa Tenggara.

Dalam usaha pengembangan komunitas lokal, PT. Newmont Nusa Tenggara mendirikan Yayasan Pembangunan Ekonomi Sumbawa Barat (YPESB). Yayasan ini didirikan dengan bekerja sama dengan masyarakat lokal, LSM, dan pemerintah lokal. Beberapa kegiatan yang telah dilaksanakan diantaranya adalah mengadakan pelatihan terhadap petani rumput laut, pengembangan produk makanan lokal, pengembangan makanan lidah buaya, gandum, dan sebagainya. Selain YPESB, PT. Newmont Nusa Tenggara juga membangun dan memberikan dukungan pendanaan kepada Yayasan Olat Parigi (Yayasan Olat Parigi).



Program yang telah dilaksanakan diantaranya adalah bantuan hand tractor, bantuan sapi, bantuan modal untuk pengusaha kecil, penanaman jati, dan sebagainya.

Namun, program TJSP yang dilaksanakan melalui YOP belum menunjukkan adanya perbaikan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat, keberhasilan program yang terlihat di masyarakat hanya berupa program penanaman pohon jati dan pembuatan produk minimal mineral (Pola Mata), sedangkan program-program lainnya sejauh ini menurut penilaian masyarakat masih jauh dari harapan. Masyarakat secara umum menilai bahwa keberadaan dan peran YOP selama ini hanyalah sebagai alat untuk “meredam gejolak sosial dimasyarakat” atau “pemadam kebakaran”. Bahkan masyarakat menilai hanya kesejahteraan pengurus YOP sajalah yang meningkat. Karena dinilai sebagian besar pengurus YOP yang sebelumnya tidak memiliki apa-apa, sejak bekerja dan menjadi pengurus YOP hidupnya sejahtera, serba ada. Kecurigaan masyarakat terhadap dugaan praktek penyimpangan pengelolaan anggaran TJSP yang dikelola oleh YOP bukanlah tidak beralasan, karena selama proses perencanaan, pelaksanaan, maupun evaluasi atas dana TJSP dan program YOP tidak dilakukan secara transparan dan partisipatif, tidak ada sosialisasi yang dilakukan oleh para pengurus YOP tentang anggaran yang diterima dari PT. Newmont Nusa Tenggara setiap tahunnya dan program apa saja yang akan dilaksanakan. Begitupun terkait dengan pertanggungjawaban pengelolaan anggaran dan program tahun sebelumnya, masyarakat tidak pernah diberitahukan, bahkan Kepala Desa, Badan Permusyawaratan Desa (BPD), dan Camat sekalipun tidak mengetahui

anggaran dan program YOP. Padahal, YOP didirikan dan diperuntukkan oleh masyarakat.

Dalam konteks program, seperti program bantuan modal senilai yang digulirkan selama ini, adalah merupakan kredit, masyarakat harus mengembalikan dana tersebut kepada YOP. Sementara, dana tersebut adalah merupakan dana hibah atau TJSP dari pihak perusahaan, dan setiap tahunnya habis atau dengan kata lain, PT. Newmont Nusa Tenggara tidak menarik dana kepada masyarakat TJSP yang telah dikeluarkan setiap tahunnya. Program seperti ini, menurut sebagian masyarakat tidak lebih dari program “rentenir” yang justru tidak mendidik dan memandirikan masyarakat, justru sebaliknya “menjerat dan mencekik” masyarakat, bagaimana mungkin masyarakat miskin, mampu untuk melakukan pinjaman dan mengembalikan dana pinjaman dalam waktu yang singkat. Pengembalian dana tersebut juga dipertanyakan masyarakat, untuk apa dan siapa dana tersebut.

Sejauh ini dalam pengembangan usaha lokal sesungguhnya masyarakat lingkaran banyak yang mengeluhkan, termasuk keluhan warga lingkaran tambang terkait dengan suplai barang dan jasa ke PT. Newmont Nusa Tenggara dan perusahaan sub-kontraktor, seperti Prasmanindo Boga Utama (PBU). Hasil-hasil usaha masyarakat, seperti sayuran dan buah-buahan, ternyata banyak yang tidak diterima oleh pihak perusahaan, sehingga para petani menjadi “malas” untuk menanam sayuran atau buah-buahan.

Pengembangan usaha lokal sesungguhnya tidaklah jauh berbeda dengan program TJSP lainnya. Kalaupun saat ini terlihat bahwa terdapat kemajuan

seperti tumbuhnya kios-kios di wilayah lingkaran tambang, seperti Maluku yang terdapat pasar dan kios-kios pedagang di kawasan wisata, namun yang lebih menikmati adalah para pendatang, bukan masyarakat setempat. Justru masyarakat setempat lebih banyak sebagai penonton.

## 5. Bidang Pembangunan Infrastruktur

Program TJSP (*community development*) PT. Newmont Nusa Tenggara di bidang pembangunan infrastruktur meliputi perbaikan jalan dan drainase, perbaikan dan pembangunan gedung sekolah, perbaikan rumah ibadah, bantuan pemasangan listrik, sarana air bersih, irigasi, pembangunan tempat sampah, serta pasar tradisional. Semua kegiatan infrastruktur dilakukan atas kerja sama dengan masyarakat dan pemerintah setempat.

Pada bidang peningkatan Infrastruktur yang berada di sekitar lingkaran tambang, tercatat beberapa proyek infrastruktur dan fasilitas umum yang berhasil diselesaikan. Proyek-proyek tersebut meliputi pembangunan drainase desa, perbaikan jalan utama lingkaran tambang, pengadaan fasilitas air bersih, pembangunan puskesmas, pustaka dan posyandu, pembangunan dan rehabilitasi sekolah dari tingkat TK, SD, SMP/MTs, SMA/MA, pembangunan dan pengadaan fasilitas pasar tradisional, pembangunan pantai wisata, pembangunan bendungan dan saluran irigasi, serta pembangunan Gedung Serba Guna.

Bantuan sosial lainnya dari program comdev PT. Newmont Nusa Tenggara kepada masyarakat adalah bantuan langsung. Bantuan utama meliputi bantuan bagi upaya penanggulangan musibah oleh pemerintah setempat, kegiatan

kemasyarakatan dan budaya, pelatihan dan pendidikan, kegiatan keagamaan, seminar dan konferensi, program LSM dan pengembangan usaha kecil.

Peningkatan kualitas dan kuantitas air bersih bagi masyarakat dan petani tetap menjadi prioritas utama pada 2004. Melalui kerja sama dengan pemerintah setempat, PT. NNT menghimpun kelompok pengelola air untuk membangun prasarana yang dapat mengalirkan air bersih dan air irigasi ke dua desa baru, SP-1 dan SP-2. Batu Hijau juga telah memasang pipa saluran air dan mendanai pemasangan sambungan untuk menyediakan air bersih bagi 750 rumah di Benete, Maluk, Sekongkang Atas, Sekongkang Bawah dan Tongo-Sejorong. BUMD setempat ditunjuk sebagai pengelola pengoperasian sistem ini. Masyarakat membayar penggunaan air tersebut dan subsidi diberikan bagi masyarakat yang tidak mampu membayar.

Kurangnya dana kemiskinan dan prasarana yang tidak memadai berperan besar terhadap buruknya sistem pendidikan Indonesia. PT NNT terletak di suatu daerah terpencil, di antara kecamatan Jereweh dan Sekongkang, di mana akses ke pendidikan yang lebih baik masih merupakan impian. Indeks Pembangunan Manusia PBB menempatkan Indonesia pada urutan ke-112 dari 120 negara. Indeks ini mengukur pembangunan manusia dari angka harapan hidup, angka melek huruf orang dewasa dan taraf hidup.

Masyarakat dan dinas pendidikan setempat berharap PT NNT memberikan bantuan dana untuk pendidikan. Upaya Newmont meningkatkan kesempatan memperoleh pendidikan bagi masyarakat mendukung tujuan Newmont untuk mewariskan suatu masyarakat mandiri yang berkelanjutan.

Inisiatif PT NNT yang luas dalam bidang pendidikan mencakup pembangunan dan renovasi sekolah, penyediaan buku-buku dan alat bantu belajar mengajar, mendanai dua buah perpustakaan keliling dan memberikan beasiswa kepada pelajar yang berasal dari Nusa Tenggara Barat dan membantu siswa-siswi yang tidak mampu membayar uang sekolah dan membeli buku.

Dalam pengembangan usaha pertanian dilakukan dengan mendukung kemampuan petani untuk memperoleh penghasilan tetap dan meningkatkan kualitas tanaman, hal ini turut mendukung pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan. PT NNT, bekerja sama dengan desa Tongo Sejorong kecamatan Sekongkang, Sumbawa Barat, memulai pembangunan sebuah dam dan saluran irigasi sepanjang 1.950 meter untuk mengairi lahan pertanian seluas 70 hektar. Dam tersebut akan memungkinkan petani untuk menanam dan mengairi lahan pertanian mereka pada musim tanam padi kedua setiap tahunnya sehingga meningkatkan hasil panen dan penghasilan petani.

Selain pembangunan dam, Batu Hijau juga memulai perbaikan sistem irigasi di Bendung Plampo (sejenis dam pada sebuah sungai) di kecamatan Sekongkang dan membangun saluran irigasi di desa lain. Pada 2005, Batu Hijau merencanakan pembangunan sebuah bendung di Benete untuk mengairi lahan pertanian seluas 80 hektar. Studi kelayakan juga akan dilaksanakan untuk menentukan kemungkinan pembuatan saluran irigasi di Maluk dan Jereweh.

Proyek infrastruktur utama lainnya adalah membantu pemerintah dan desa setempat membangun sistem kebersihan dan pembuangan sampah di Benete, Maluk, Sekongkang Atas dan Sekongkang Bawah. Sekitar 20 persen rumah

tangga yang ada telah terdaftar sebagai pelanggan sistem ini. Limbah rumah tangga dari desa lingkaran tambang biasanya ditanam atau dibakar di dekat rumah atau pantai.

Sebagai upaya untuk menjaga kebersihan pantai yang akan dijadikan tujuan wisata, Batu Hijau menyediakan truk, pengemudi dan tukang sampah untuk mengangkut sampah yang dibuang di pantai Maluku ke tempat pembuangan akhir. Namun demikian, partisipasi masyarakat masih terbatas. Untuk memberikan insentif dan mencapai tujuan dalam menjaga kebersihan pantai, PT NNT mengadakan kerja sama dengan pemerintah desa setempat dan setuju untuk menyediakan dana awal yang akan digunakan untuk mengubah pantai tersebut menjadi pantai tujuan wisata.

Tahun lalu, Batu Hijau mendirikan 12 warung makan dan fasilitas pantai yang menyediakan pekerjaan bagi warga setempat dalam bidang konstruksi dan usaha warung makan. Pemerintah desa bertugas menjaga kebersihan dan keamanan pantai dengan menugaskan penjaga pantai dan petugas keamanan bagi pengunjung yang dapat mencapai 500 pengunjung setiap minggunya. PT NNT tetap memberikan kontribusi dalam pemeliharaan fasilitas tersebut.

Pada 2004, lebih dari 200 orang petani dari 10 desa mendapat pelatihan mengenai Sistem Intensifikasi Padi, sebuah program yang dirancang untuk meningkatkan hasil panen padi pada lahan kering. Hasil panen tradisional sebesar 3,6 ton per hektar diharapkan meningkat menjadi 10 ton per hektar setelah menerapkan Sistem Intensifikasi Padi. PT NNT, bersama mitra lokal Yayasan Serikat Tani Pembangunan, menyampaikan 26 modul pelatihan untuk

meningkatkan keterampilan petani dalam membuat pupuk organik dan menguasai teknik pengujian pupuk sederhana. Batu Hijau juga menyediakan benih padi varietas unggul dan dukungan irigasi.

Prioritas lainnya adalah meningkatkan akses terhadap perawatan kesehatan yang berkualitas. Pada 2004, Batu Hijau bekerja sama dengan masyarakat mendirikan dua puskesmas pembantu. Puskesmas pembantu tersebut dikelola oleh tenaga medis profesional yang disediakan oleh pemerintah. Puskesmas baru dan yang telah ada serta bantuan makanan dan perlengkapan telah memberikan kontribusi yang sangat berarti bagi kesehatan seluruh masyarakat sekitar terutama anak-anak yang kurang gizi.

Selain menyediakan tenaga spesialis untuk mendidik ibu-ibu mengenai nutrisi, perusahaan juga menyediakan susu dan dana bagi tenaga spesialis kesehatan dari International SOS. PT NNT dan Doctors Children Fund juga tetap bekerja sama dengan Interplast, sebuah tim ahli bedah dari Australia, yang memberikan perawatan kesehatan bagi 79 anak-anak dan orang dewasa di Sumbawa.

Batu Hijau tetap menjalankan program prakarsa bisnis local termasuk memberikan kontrak bagi jasa lokal dan membeli kebutuhan dari pengusaha lokal. Berbagai kegiatan yang mendatangkan penghasilan dan pelatihan kejuruan diberikan untuk menyiapkan pemuda setempat yang ingin berwiraswasta atau mencari peluang kerja lainnya.

Batu Hijau memberikan bantuan kepada yayasan lokal yang dikelola masyarakat bernama Yayasan Olat Parigi (YOP), yang menyediakan bantuan dana

bagi usaha kecil, pertanian dan prakarsa lainnya di tiga kecamatan setempat. Proyek-proyek dipilih oleh kelompok perwakilan masyarakat dan dipresentasikan di perusahaan untuk mendapat bantuan dana selama 2004.

Kebingungan pun timbul di masyarakat mengenai YOP, apakah yayasan ini merupakan wadah pemberi bantuan, dana bergulir untuk kredit mikro atau keduanya. Keterbukaan dan prioritas pendanaan yayasan pun dipertanyakan. Perusahaan melakukan audit internal terhadap yayasan ini dan mengakui bahwa tambahan pekerjaan dan komunikasi sangat diperlukan untuk memudahkan pemahaman yang lebih baik mengenai peranan yayasan dalam masyarakat dan peranan PT NNT sebagai penyandang dana.

PT NNT melibatkan LSM dan wakil pemerintah dalam acara-acara tingkat lokal, provinsi atau nasional seperti pameran, dialog tentang isu-isu yang berkembang dan safari penyuluhan. PT NNT membantu pemerintah Sumbawa dan Komisi Pemilihan Umum Sumbawa dalam mengkoordinasikan logistik bagi Pemilu 2004 termasuk pendistribusian kertas suara ke beberapa daerah terpencil. Batu Hijau menggunakan helikopter perusahaan untuk mengirim logistik ke daerah-daerah terpencil di Sumbawa yang tidak dapat dicapai melalui darat sehingga memungkinkan pemilihan umum dilaksanakan tepat waktu.

Selain bantuan tersebut PT NNT juga membantu Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS) Kecamatan Jereweh, Sekongkang dan Taliwang dalam memberikan penyuluhan bagi warga setempat mengenai pentingnya berpartisipasi dalam pemilihan umum. Banyak upaya telah dilakukan pada 2004 untuk mengenalkan isu-isu hak asasi manusia (HAM) kepada satuan sekuriti Batu Hijau.



Pada setiap giliran kerja, petugas sekuriti mendapat informasi harian mengenai isu HAM. Saat ini, setiap petugas sekuriti selalu membawa kartu informasi HAM. Pelatihan HAM, yang disampaikan oleh ahli HAM dari luar perusahaan, telah dilaksanakan untuk departemen lain dan manajemen senior.

Nilai yang diperoleh Batu Hijau pada Penilaian Bintang Lima dalam hubungan kemasyarakatan dan hubungan eksternal meningkat pada 2004. Dua bidang yakni kepatuhan hukum dan keterlibatan pemangku kepentingan memperoleh nilai 4 dari nilai tertinggi 5. Auditor menilai Batu Hijau tetap menerapkan serangkaian program pengembangan masyarakat yang mengagumkan. Dukungan yang proaktif terhadap bisnis lokal terus ditingkatkan dan penerimaan karyawan “lokal-lokal” sangat membantu dalam memastikan peningkatan ekonomi bagi masyarakat lingkaran tambang. Namun, persepsi masyarakat terhadap kinerja bidang ini tetap kurang. Menyadari hal ini, perusahaan harus meningkatkan komunikasi mengenai penerimaan karyawan dan investasi yang ditanamkan perusahaan di masyarakat untuk mengubah persepsi ini.

Audit Bintang Lima menilai bahwa penyertaan dan partisipasi anggota masyarakat yang terpinggirkan dan belum diberdayakan menjadi hal yang sangat penting bagi PT NNT untuk mengkomunikasikan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosialnya.

PT NNT berhasil meningkatkan peringkat dalam Penilaian Bintang Lima pada 2004 dan tetap mematuhi seluruh standar peraturan yang berlaku di Indonesia. Pada saat yang sama, Batu Hijau melakukan reklamasi atau rehabilitasi

lahan yang terkena dampak selama penambangan untuk mengembalikan kawasan tersebut kepada fungsi ekosistem hutan.

Untuk mereklamasi daerah yang terganggu, Batu Hijau menambahkan tanah lapisan bawah dan tanah pucuk yang telah dipadatkan dan dilanjutkan dengan revegetasi. Kegiatan ini juga menstabilkan tanah yang terganggu oleh kegiatan konstruksi dan penambangan untuk mengurangi erosi yang dapat mempengaruhi kualitas air hilir. Pada 2004, daerah yang telah direklamasi mencapai 14 hektar sehingga jumlah daerah yang telah direklamasi menjadi 635 hektar. Pelatihan formal mengenai penanggulangan tumpahan telah diberikan kepada 140 karyawan Tanggap Darurat, Operasi Pelabuhan dan Departemen Lingkungan. Selain itu, karyawan Departemen Lingkungan juga mengikuti kursus ekologi pantai, hortikultura serta identifikasi dan reklamasi tanaman.

Batu Hijau melaporkan 183 tumpahan dan kejadian tingkat 1 atau 2 pada 2004, sebagian besar terkait dengan pengelolaan oli dan solar di area tambang. Tidak terdapat tumpahan atau kejadian dengan tingkat yang lebih tinggi. Batu Hijau berhasil mengurangi jumlah tumpahan pada 2004 sebesar 46 persen dari 2003. Tiga satwa langka ditemukan mati di wilayah tambang tahun lalu, yaitu seekor ular python, rusa langka dan burung elang. Ular python tersebut mati tertabrak kendaraan sedangkan penyebab kematian dua hewan lainnya tidak diketahui.

Batu Hijau memiliki kebijakan “dilarang mengganggu atau memberi makan satwa liar” dan melaksanakan penyuluhan satwa liar yang disampaikan dalam program pelatihan penyegaran tahunan. PT NNT menyusun program konservasi

kakaktua jambul kuning dan memantau habitatnya. Departemen Energi & SDM memberikan penghargaan kepada PT NNT atas penggunaan pohon binong sebagai habitat asli burung kakaktua dalam kegiatan reklamasi tambang. Selain penangkaran yang terus berlangsung, pengumpulan data dan pemasangan tanda, program konservasi penyu diperluas dengan mengenalkan modul pendidikan konservasi penyu kepada sekolah-sekolah lingkaran tambang.

PT NNT memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi langsung dan tidak langsung dan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari ekonomi setempat. Batu Hijau mempekerjakan 4.241 karyawan dan 2.414 kontraktor sampai akhir 2004. Total gaji yang dikeluarkan untuk karyawan nasional pada 2004 mencapai \$78,3 juta. Biaya pembelian barang dan jasa mencapai \$402 juta termasuk \$17,4 juta bagi daerah setempat. Pada 2004, para supply chain manager berusaha memperbesar pembelian barang dan jasa dari desa "local-lokal" dari \$1,5 juta pada 2003 menjadi \$2 juta pada 2004. Jumlah aktual yang dikeluarkan mencapai \$2,5 juta. Sejumlah \$2,6 juta lagi dikeluarkan untuk pembelian dari daerah NTB. Pada 2004.

Disamping itu, sebagai bentuk Tanggungjawabnya PT Newmont Nusa Tenggara (PT. NNT) telah menyetor sebesar Rp 689 miliar terkait semua kewajiban keuangan kepada pemerintah RI berupa pajak, non-pajak dan royalti triwulan II/2012 sesuai dengan ketentuan Kontrak Karya. Rachmat Makkasau, General Manager TJSP dan Hubungan Pemerintah PT. NNT mengatakan PT. NNT selalu melaksanakan kewajiban keuangan kepada pemerintah tepat waktu dan memenuhi semua ketentuan perpajakan. Sejak 2003 PTNNT selalu

mendapatkan predikat wajib pajak patuh dari pemerintah,” Pembayaran terbesar pada triwulan ini adalah Pajak Penghasilan Badan (PPh 25) sebesar Rp 545 miliar, disusul Pajak Penghasilan Perorangan (PPh 21) sebesar Rp68,5 miliar, dan pajak penghasilan lainnya sebesar Rp16,3 miliar. Sementara pembayaran royalti produksi sebesar Rp10,3 miliar. Dibandingkan dengan pembayaran pajak, non-pajak dan royalti triwulan II/2011 yaitu sebesar Rp3,2 triliun, terjadi penurunan sebesar Rp2,6 triliun pada triwulan II/2012. Penurunan ini disebabkan karena menurunnya pembayaran Pajak Penghasilan Badan (PPh 25) seiring dengan berkurangnya pendapatan perusahaan di tahun 2012 dibandingkan dengan tahun 2011.

Martiono Hadianto, Presiden Direktur PT. NNT mengatakan Selama 2011, PT Newmont Nusa Tenggara (PT.NNT) telah menyetorkan Rp7,405 triliun terkait semua kewajiban keuangan kepada Pemerintah Republik Indonesia berupa pajak, non-pajak dan royalti sesuai dengan ketentuan Kontrak Karya. “PT. NNT selalu melaksanakan kewajiban keuangan kepada pemerintah tepat waktu dan memenuhi semua ketentuan perpajakan.

Pembayaran terbesar adalah Pajak Penghasilan Badan sebesar Rp6,179 triliun, disusul Pajak Penghasilan lainnya sebesar Rp270,9 miliar, Pajak atas Dividen sebesar Rp217,5 miliar dan Pajak Penghasilan Karyawan sebesar Rp224,2 miliar. Sementara pembayaran royalti produksi mencapai Rp168,4 miliar.

Menurut Martiono, nilai pembayaran pajak tahun 2011 lebih besar dari tahun 2010 dengan nilai sebesar Rp5,967 triliun. Peningkatan ini disebabkan

adanya pembayaran PPh Badan Tahun Pajak 2010 yang dibayarkan di tahun 2011 pada saat penyampaian SPT . Sejak 1999 hingga 2011, PTNNT telah menyetor pajak, non pajak royalti, pembelian barang dan jasa dari lokal maupun nasional, serta program pengembangan masyarakat sebesar Rp60,677 triliun kepada negara.

Selain memberikan manfaat keuangan langsung kepada pemerintah, keberadaan PT. NNT juga memberikan manfaat ekonomi lainnya melalui pembayaran gaji kepada lebih dari 4000 karyawan PT. NNT dan 3000 karyawan kontraktor, pembelian barang dan jasa dari lokal maupun nasional, serta program-program pengembangan masyarakat. Sebagian besar pendapatan negara dari pajak dikembalikan kepada pemerintah Provinsi NTB dan Kabupaten Sumbawa Barat (sekitar 80%). Kontribusi langsung perusahaan kepada pemerintah daerah meliputi pajak bumi dan bangunan, kompensasi lahan dan pajak kendaraan bermotor. Ini artinya PT. NNT Memberikan Kontribusi terhadap pendapatan negara, daerah dalam pembangunan di wilayah Nusa Tenggara Barat.

Batu Hijau melaksanakan perjanjian pembelian jangka panjang dengan supplier lokal. Pembayaran pajak mencapai \$25 juta. Royalti yang dibayarkan kepada pemerintah Indonesia mencapai \$23,3 juta sehingga jumlah pembayaran royalti dari 1999 mencapai hampir \$91 juta yang sebagian besarnya diserahkan kepada provinsi dan masing-masing kabupaten. Tidak ada bantuan atau pembayaran yang bersifat politis kepada pemerintah setempat yang dilakukan pada 2004.

PT NNT telah meningkatkan investasi masyarakat secara signifikan pada 2004. Batu Hijau mengeluarkan sekitar \$4,1 juta, yang meliputi program sosial,

pertanian, kesehatan dan pendidikan, dibanding \$673.000 pada 2003. Dari jumlah tersebut, bantuan dalam bentuk barang mencapai nilai \$900.000. Sebesar \$594.038 disediakan untuk mendanai program YOP dan \$158.000 dialokasikan untuk beasiswa. Untuk pembangunan infrastruktur disediakan dana sebesar \$1,57 juta, yang meliputi sistem irigasi masyarakat, gedung umum, air dan sanitasi desa, pengumpulan sampah dan pembuatan tempat pembuangan akhir.

Untuk dukungan dan bantuan dalam bentuk barang disediakan dana sejumlah \$789.000. Dalam rangka membantu mengatasi kejadian tak terduga yang dihadapi Indonesia, karyawan PT NNT berhasil mengumpulkan dana sebesar \$32.000 (Rp306 juta) untuk disumbangkan kepada korban gempa bumi dan tsunami yang telah menghancurkan Nanggroe Aceh Darussalam pada akhir 2004. Manajemen PT NNT memberi tambahan sumbangan sehingga mencapai total \$64.000 (Rp612 juta) dalam bentuk dana. Bantuan dalam bentuk barang berupa telepon satelit dan makanan juga telah diberikan. Selain itu, PT NNT dan pemasok alat beratnya, Trakindo dan Caterpillar, bersama-sama mengirimkan berbagai alat berat seperti excavator, bulldozer, loader, generator dan kendaraan ringan serta satu kru yang terdiri dari 50 orang untuk mengoperasikan alat tersebut.

Perkembangan tingkat kehidupan ekonomi masyarakat yang terus berkembang, juga berpengaruh pada perkembangan dunia usaha. Iklim usaha semakin mengalami kemajuan yang pesat. Hal ini juga diikuti dengan kemajuan di bidang teknologi, yang mengakibatkan semakin mutakhirnya teknologi yang digunakan oleh kalangan dunia usaha tersebut.

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat ditandai dengan munculnya berbagai perusahaan yang berskala produksi besar dan menyerap banyak tenaga kerja. Bidang-bidang usaha yang tersedia juga semakin banyak sehingga semakin membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Apalagi didukung dengan adanya kebijakan Otonomi Daerah, yang menyebabkan daerah-daerah juga turut berlomba-lomba untuk memajukan dirinya dengan cara memberikan kesempatan bagi perusahaan-perusahaan untuk beroperasi di daerahnya.

Kemajuan yang seperti ini tentunya membawa dampak yang positif bagi perkembangan dunia investasi dan bisnis di Indonesia. Selain itu turut berperan serta dalam peningkatan tingkat kesejahteraan masyarakat Indonesia. Namun, yang sangat disayangkan, tidak jarang perusahaan-perusahaan yang ada terlalu terfokus kepada kegiatan ekonomi dan produksi yang mereka lakukan, sehingga melupakan keadaan masyarakat di sekitar wilayah beroperasinya dan juga melupakan aspek-aspek kelestarian lingkungan.

Padahal, sebagaimana diamanatkan di dalam Undang-Undang Dasar 1945, pada Pasal 28H ayat 1, yang berbunyi sebagai berikut:

*“Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan.”*

Hak yang sama juga diatur di dalam Pasal 9 Undang-Undang No. 39 tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, sebagai berikut:

*Ayat (2) “Setiap orang berhak hidup tenteram, aman, damai, bahagia, sejahtera lahir dan batin.”*

*Ayat (3) "Setiap orang berhak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat."*

Dari kedua aturan hukum tersebut dapat dilihat dengan jelas, bahwa masyarakat memiliki hak akan kehidupan sosial yang baik dan atas lingkungan hidup yang sehat. Selanjutnya, kewajiban untuk melakukan pelestarian lingkungan hidup juga diatur di dalam Pasal 5 Undang-Undang No. 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, sebagai berikut: "Setiap orang mempunyai hak untuk berperan dalam rangka pengelolaan lingkungan hidup sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku."

Di lain pihak, seiring dengan perkembangan jaman, juga mendorong masyarakat untuk menjadi semakin kritis dan menyadari hak-hak asasinya, serta berani mengekspresikan tuntutananya terhadap perkembangan dunia bisnis Indonesia. Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya dengan semakin bertanggung jawab. Pelaku bisnis tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan darilapangan usahanya, melainkan mereka juga diminta untuk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosialnya.

TJSP adalah suatu konsep yang bermaterikan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan kepada masyarakat luas, khususnya di wilayah perusahaan tersebut beroperasi. Misalnya, TJSP bisa berupa program yang memberikan bantuan modal kerja lunak bagi para petani, nelayan, pengusaha kecil, pemberian beasiswa bagi pelajar dan mahasiswa terutama yang tidak mampu dan berprestasi, perbaikan infrastruktur jalan, gedung-gedung sekolah, sarana keagamaan dan olah raga, pendidikan dan pelatihan keperempuanan dan pemuda, serta pemberdayaan masyarakat adat. Termasuk pula memelihara kondisi



alam agar tetap dalam kondisi yang sehat dan seimbang. Pada posisi demikian, perusahaan telah ikut serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi (*Economic Growth*) masyarakat dari segi ekonomis dan ekologis.

Penerapan TJSP oleh perusahaan-perusahaan pada umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor;

1. terkait dengan komitmen pimpinannya. Perusahaan yang pimpinannya tidak tanggap dengan masalah-masalah sosial dan lingkungan, kecil kemungkinan akan mempedulikan aktivitas sosial.
2. menyangkut ukuran dan kematangan perusahaan. Perusahaan besar dan mapan lebih mempunyai potensi memberikan kontribusi ketimbang perusahaan kecil dan belum mapan. Namun, bukan berarti perusahaan menengah, kecil dan belummaman tersebut tidak dapat menerapkan TJSP.
3. regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah. Semakin overlap-nya regulasi dan penataan pajak akan membuat semakin kecil ketertarikan perusahaan untuk memberikan donasi dan sumbangan sosial kepada masyarakat. Sebaliknya, semakin kondusif regulasi atau semakin besar insentif pajak yang diberikan, akan lebih berpotensi memberi semangat kepada perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat.

Program TJSP dapat dilihat sebagai suatu pertolongan dalam bentuk rekrutmen tenaga kerja dan memperjalkan masyarakat sekitar, terutama sekali dengan adanya persaingan kerja diantara para lulusan sekolah. Akan terjadi

peningkatan kemungkinan untuk ditanyakannya kebijakan TJSP perusahaan pada rekrutmen tenaga kerja yang berpotensi maka dengan memiliki suatu kebijakan komprehensif akan menjadi suatu nilai tambah perusahaan. TJSP dapat juga digunakan untuk membentuk suatu atmosfir kerja yang nyaman diantara para staf, terutama apabila mereka dapat dilibatkan dalam "penyisihan gaji" dan aktifitas "penggalangan dana" ataupun suka relawan.

Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan TJSP. Pemahaman itu memberikan pedoman bahwa korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja sehingga ter-alienasi atau mengasingkan diri dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan suatu entitas usahayang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya. Hal yang sama juga terjadi pada aspek lingkungan hidup, yang menuntut perusahaan untuk lebih peduli pada lingkungan hidup tempatnya beroperasi.

Sebagaimana hasil KTT Bumi (Earth Summit) di Rio de Janerio, Brasil, pada tahun 1992, yang menegaskan mengenai konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) sebagai suatu hal yang bukan hanya menjadi kewajiban negara, namun juga harus diperhatikan oleh kalangan korporasi. Konsep pembangunan berkelanjutan menuntut korporasi, dalam menjalankan usahanya, untuk turut memperhatikan aspek-aspek sebagai berikut:

1. Ketersediaan dana;
2. Misi lingkungan;
3. Tanggung jawab sosial;

4. Terimplementasi dalam kebijakan (masyarakat, korporat, dan pemerintah);
5. Mempunyai nilai keuntungan/manfaat).

Substansi keberadaan Prinsip Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan bagi Perusahaan adalah dalam rangka memperkuat kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan *stakeholder* yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global. Di dalam penenerapannya, diharapkan agar unsur-unsur perusahaan, pemerintah dan masyarakat saling berinteraksi dan mendukung, supaya TJSP dapat diwujudkan secara komprehensif, sehingga dalam pengambilan keputusan, menjalankan keputusan, dan pertanggungjawabannya dapat dilaksanakan bersama.

Peraturan pemerintah pada beberapa negara mengenai lingkungan hidup dan permasalahan sosial melatar belakangi lahirnya konsep TJSP. Beberapa investor dan perusahaan manajemen investasi telah mulai memperhatikan kebijakan TJSP dari suatu perusahaan dalam membuat keputusan investasi mereka, sebuah praktek yang dikenal sebagai "Investasi bertanggung jawab sosial" (*socially responsible investing*).

TJSP berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan", dimana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata hanya berdasarkan faktor keuangan belaka seperti halnya keuntungan atau deviden melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang.

Diskursus TJSP dewasa ini, mengalami perkembangan yang cukup tematik, yang ikut mempengaruhi perusahaan-perusahaan untuk melaksanakan TJSP. Salah satu pendorongnya adalah perubahan dan pergeseran paradigma dunia usaha, untuk tidak semata-mata mencari keuntungan, tetapi turut pula bersikap etis dan berperan dalam penciptaan investasi sosial. Di antaranya, yang lazim dilakukan oleh perusahaan adalah melakukan kegiatan karitatif, filantropis, dan meyelenggarakan program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat (*community development*). Di sisi lain, pemicunya adalah ketika disahkannya Undang Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) terutama pasal 74 yang mewajibkan perseroan untuk menyisihkan sebagian laba bersih dalam menganggarkan dana pelaksanaan tanggung jawab sosial terutama bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam.

#### **B. Kendala-Kendala Yang Dihadapi oleh PT Newmont Dalam Penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan.**

Salah satu tantangan utama yang dihadapi PT Newmont pada 2004 adalah meningkatnya ketidakpercayaan masyarakat dan kesalahan persepsi yang muncul akibat tuduhan pencemaran terhadap operasi Newmont Minahasa Raya. Tuduhan bahwa Newmont Nusa Tenggara telah mencemari Teluk Buyat meningkatkan perhatian masyarakat terhadap sistem penempatan tailing dasar laut Batu Hijau di Sumbawa.

Batu Hijau mencanangkan sebuah kampanye sosialisasi yang intensif dan mendidik dengan memberikan informasi kepada public mengenai pengelolaan lingkungan dan penempatan tailing dasar laut. Kunjungan ke lokasi tambang untuk umum, pertemuan dengan berbagai instansi pemerintah dan penyebaran informasi ke media massa semuanya menekankan pada perbedaan proses yang digunakan di Batu Hijau, sebuah tambang tembaga, dan Minahasa, sebuah tambang emas.

PT Newmont menyampaikan hasil penelitian ilmiah yang dilakukan oleh pihak ketiga seperti Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) dan pemerintah Indonesia yang membuktikan bahwa pembuangan tailing di Minahasa tidak membahayakan masyarakat setempat atau pun kehidupan laut di Teluk Buyat. Izin penempatan tailing PT Newmont, yang mesti diperpanjang pada tahun 2005, akan tetap ditentang oleh LSM anti tambang. Kontroversi lain muncul terkait daerah eksplorasi Dodo di kecamatan Ropang yang melibatkan sembilan desa. Warga Labangkar mengklaim nenek moyang mereka dimakamkan di Dodo dan menuntut ganti rugi lahan dan pemakaman yang ada. Saat ini perusahaan memutuskan untuk menghentikan kegiatan eksplorasi di daerah tersebut.

Tekanan eksternal mengakibatkan peringkat PROPER lingkungan PT NNT turun dari hijau menjadi biru pada 2004 pada saat audit lingkungan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Biru adalah peringkat ketiga dari lima warna kategori dan menunjukkan bahwa pengelolaan lingkungan tambang mematuhi peraturan yang berlaku di Indonesia. Pada 2003, PT Newmont termasuk perusahaan yang memperoleh peringkat tertinggi dari 85 perusahaan

yang ikut serta. Penilaian meliputi 51 kriteria seperti pengendalian limbah cair, polusi udara dan limbah berbahaya; penerapan analisis dampak lingkungan; pengelolaan sumber daya dan lingkungan; dan pengembangan masyarakat. Penilaian ini diikuti dengan kunjungan lapangan untuk verifikasi serta wawancara dengan karyawan dan anggota masyarakat.

Faktor eksternal yang mengakibatkan turunnya nilai tersebut adalah tuntutan oleh beberapa nelayan setempat bahwa kegiatan tambang telah mengurangi hasil tangkapan mereka. Untuk mengatasi tuduhan ini dan memperbaiki kesalahan persepsi, PT Newmont telah menyusun suatu sasaran untuk melibatkan diri lebih banyak dalam pengembangan desa nelayan setempat dan melakukan survei perikanan pada 2005.

Kegiatan pertambangan memiliki daya rusak bagi lingkungan. Lingkungan yang rusak itu sulit dipulihkan. Daya rusak ini berkontribusi terhadap pemiskinan di sekitar kawasan pertambangan. Semakin besar skala kegiatan pertambangan, potensi terjadinya kerusakan ekosistem menjadi semakin besar dan semakin sulit dipulihkan. Seluruh tahap pengembangan tambang mineral memiliki dampak merusak lingkungan hidup dan ekosistem alami tempatnya beroperasi. Di wilayah operasi di mana masyarakat setempat hidup dan penghidupannya bergantung sebagian dan atau sepenuhnya kepada tanah dan kekayaan alam, seluruh mata rantai operasi tambang mineral memiliki dampak terhadap penurunan mutu dan pelayanan kehidupan masyarakat. Seluruh aspek penghidupan masyarakat terkena dampak dari seluruh mata rantai operasi tambang.

Proses pemiskinan terjadi bahkan sejak awal pertambangan masuk. Hak penguasaan dan kelola rakyat atas tanah diingkari, sehingga perijinan pertambangan dikeluarkan secara sepihak tanpa persetujuan rakyat yang menguasai dan mengelola tanah. Jika perusahaan tambang beroperasi, rakyat tak punya pilihan. Mereka menerima ganti rugi tanah yang ditetapkan secara sepihak atau digusur karena menolak ganti rugi. Akibatnya konflik tanah antara pertambangan dan masyarakat di awal operasi terjadi di hampir semua lokasi pertambangan. Seperti misalnya, ganti rugi tanah Rp 30 per meter oleh Perusahaan Beyond Petroleum – BP Tangguh di Saengga Papua. Demikian juga sebanyak 444 KK warga di sekitar sungai Kelian (1990) digusur dan dari pemukiman dan kebunnya ketika PT Kelian Equatorial Mining (KEM) akan beroperasi di Kalimantan Timur. Pembebasan tanah umumnya disertai intimidasi, bentuk kekerasan lainnya, hingga penghilangan nyawa. Warga Ratatotok di Minahasa Selatan, misalnya, dipaksa menerima ganti rugi hanya Rp 250 per m<sup>2</sup> untuk lahan-lahan kebun. Ketika mereka menolak ganti rugi itu, warga diintimidasi oleh aparat pemerintah dan kepolisian.

Di hadapan pertambangan, penduduk lokal seolah tak punya hak untuk menolak pertambangan yang akan beroperasi di wilayah kelola mereka. Apalagi memilih model ekonomi yang berkelanjutan, seperti pertanian, kehutanan, pariwisata atau perikanan. Padahal saat tambang beroperasi, pemiskinan terus berlangsung sejalan dengan menurunnya kualitas pelayanan alam dan produktivitas rakyat, khususnya terkait dengan sumberdaya tanah dan air. Untuk mendapatkan 1 gram emas di tambang PT Newmont dihasilkan 2480 gram

limbah. Selain itu, pertambangan juga dikenal rakus air. Air menjadi bahan baku kedua setelah batuan dan tanah galian. Di pertambangan Barisan Tropical Mining, Sumatera Selatan, misalnya, dibutuhkan setidaknya 104 liter air untuk mendapatkan 1 gr emas. Krisis air merupakan masalah yang selalu dijumpai di lokasi pertambangan. Kuantitas dan kualitas air menurun, selain karena air disedot untuk kebutuhan pertambangan, juga karena pertambangan itu sendiri juga merusak sistem hidrologi tanah dan mencemari lingkungan perairan, baik karena rembesan air asam tambang, rembesan logam berat, maupun buangan lumpur tailing. Oleh karena itu, sosialisasi terhadap operasi pertambangan sangat diperlukan oleh masyarakat sehingga tidak memicu persepsi yang buruk terhadap perusahaan.



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Tanggungjawab sosial dan lingkungan perusahaan oleh PT. Newmont Nusa Tenggara yang diterapkan melalui bentuk Program *Community Development* (CD) dengan memfokuskan pada bidang; Kesehatan, Pendidikan, Pertanian, Infrastruktur. Keberadaan program *community development* yang telah dilaksanakan oleh PT. Newmont Nusa Tenggara, masih kurang memberikan manfaat bagi sebagian masyarakat untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. PT. NNT belum menggali informasi secara langsung dari masyarakat lokal, terkait program TJSP yang dibutuhkan oleh masyarakat lokal. Kegiatan TJSP yang telah dilaksanakan masih sebatas memenuhi permintaan dari masyarakat (bersifat partisipatif).
2. Perlunya Sosialisasi yang dilakukan oleh PT. NNT dalam Penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan perusahaan. Pelaksanaan program TJSP dalam bentuk *community development* PT. Newmont Nusa Tenggara menuai banyak kendala dan tantangan, diantaranya adalah masih rendahnya partisipasi masyarakat yang disebabkan minimnya sosialisasi dari perusahaan, rendahnya komitmen dan kapasitas tenaga pendamping, kurangnya persamaan persepsi, dan tingginya ketergantungan masyarakat atas program.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis menyarankan :

1. Penerapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan dalam bentuk comdev PT. Newmont Nusa Tenggara, baik yang langsung ditangani oleh Departemen *Community Development* maupun yang ditangani LSM mitra haruslah dibawah pengendalian dan pengawasan yang ketat, karena sejumlah oknum pekerja di comdev PT. Newmont Nusa Tenggara maupun LSM mitra kurang obyektif dalam memberikan bantuan program dan pendanaan kepada sasaran program. Hubungan emosional baik berupa kekerabatan, agama, etnis dan sebagainya seringkali mempengaruhi penentuan kelompok sasaran, wilayah sasaran program dan sebagainya. Hendaknya proses program dan anggaran termasuk mengenai penetapan mekanisme haruslah bersifat terbuka, dan evaluasi serta pemantauan dilakukan secara berkala, jelas dan transparan. Mekanisme sanksi terhadap para pekerja perusahaan maupun LSM yang “nakal” perlu ditindak tegas oleh perusahaan.
2. Hendaknya PT. NNT memberikan pemahaman kepada masyarakat setempat terhadap operasi pertambangan yang bisa merugikan masyarakat, sehingga tidak menimbulkan issue bahwa kegiatan pertambangan selama ini telah merugikan masyarakat. Keterliban Pemerintah dan LSM sangat diperlukan dalam proses sosialisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Adjie Habib. *Status Badan Hukum (Prinsip-prinsip dan Tanggung jawab sosial perseroan terbatas)*, cetakan Pertama. Bandung: CV. Mandar Maju, 2008
- Budi Untung Hendrik. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta, Sinar Grafika, 2008.
- Fajar Mukti. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Di Indonesia studi penerapan ketentuan CSR pada perusahaan multinasional, Swasta Nasional dan BUMN di Indonesia*. cetakan pertama. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Fuady Munir. *Doktrin-Doktrin Modern dalam Corporate Law, Eksistensinya dalam Hukum Indonesia*. Bandung, Citra Aditya Bakti, 2002.
- Hadi Nor. *Corporate Social Responsibility*. cetakan pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Hisyam M. dan Wuisman J.J.J.M. *Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Jilid I. Jakarta: FE UI, 1996.
- Hanitijo Soemitro Ronny. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1982.
- I Nyoman Tjager, et al. *Corporate Governance Tantangan dan Kesempatan Bagi Komunitas Bisnis Indonesia*. Jakarta: PT Pretalindo, 2000.
- Khairandy Ridwan. *Perseroan Terbatas, (Doktrin, peraturan Perundang-undangan dan Yurisprudensi)* edisi revisi. Yogyakarta, Total Media, 2009.

- Manuel G. Velasquez. *Business Ethics: Concepts and Cares (Fifth Edition)*. New Jersey: Pearson Education, Inc., 2002.
- Margiono, *Menuju Corporate Social Leadersip*, Suara Pembaruan, 11 Mei 2006
- Mertokusumo Soedikno. *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)*. Yogyakarta: Liberty, 1988.
- Manuel G Velazquez, diterjemahkan oleh Ana Purwaningsih, Kurnianto, dan Totok Budi Santoso.
- Narbuko Cholid dan Achmadi Abu. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2001.
- R. Ernawan Erni. *Business Ethics: Etika Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta, 2007.
- Rahman Reza. *Corporate Social Responsibility Antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta: Media Pressindo, 2009.
- Rahardjo Satjipto. *Ilmu Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000.
- Rudito Bambang dan Famiola Melia. *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Bandung : Rekayasa Sains, 2007.
- Poespoprod. W. *Filsafat Moral*. Bandung: Remaja Karya, 1986.
- Siagian Matias & Suriadi Agus. *CSR Perspektif Pekerjaan Sosial*. Medan: FISIP USU Press, 2010.
- Soekanto Soerjono dan Mumadji Sri. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Raja grafindo Persada, 2001.
- Soekanto Soerjono. *Ringkasan Metodologi Penelitian Hukum Empiris*. Jakarta: Indonesia Hillco, 1990.
- ..... *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 2006.

- Susanto A.B. *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Sonny Keraf A. *Etika Bisnis Tuntutan dan Realisasinya*. Yogyakarta: Kanisius, 1998.
- Suggono Bambang. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997.
- Suharto Edi. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri, Memperkuat CSR*. Bandung: CV. Alfabeta, 2009.
- Solihin Ismail. *Corporate Social Responsibility From Charity to Sustainability*. Jakarta: PT. Riau Andalan Pulp and Paper, 2008.
- Sonny Keraf. A. *Etika Bisnis Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*. Yogyakarta: Kanisius, 1993.
- Solly Lubis M. *Filsafat Ilmu dan Penelitian*. Bandung: Mandar Maju, 1994.
- Susanto A.B. *Etika Bisnis*. Harian Bisnis Indonesia, 14 Juli 2002.
- W. Isya dan A. Busyra. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan, dan Implementasi*. Malang: In-TRANS Institut, 2008.
- Waluyo Bambang. *Penelitian Hukum Dalam Praktek*. Jakarta: Sinar Grafika, 1996.
- Widjaja Gunawan dan Ardi Pratama Yeremia. *Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*. Cetakan Pertama. Jakarta: Forum Sahabat, 2008.
- Wibisono Yusuf. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fasco Publishing, 2007.

Zaim Saidi dan Abidin Hamid. *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*. Jakarta: Piramida, 2004.

### **Jurnal**

AMEC Geomatrix, Inc. Laporan Akhir Penilaian Dampak Sosial Proyek Bati Hijau, Sumbawa Indonesia pada Juli 2010.

Bambang Banu Siswoyo, *Implentasi CSR Urgensi dan Permasalahannya, pidato pengukuhan guru besar*. (7 november 2012).

Ginting Jamin. *Tinjauan yuridis terhadap CSR dalam GCG, Lex Jurnal Vol. 5 No.1*, desember 2007.

H. Jean Marten, dkk, *Corporate Social Responsibility Perusahaan Multinasional Kepada Masyarakat Sekitar: Studi Kasus, Jurnal Usahawan Nomer 03 Tahun XXXVI Maret 2007*, Bagian CSR, Universitas Kristen Satya Wacana, Slalatiga.

Hatane Samuel dan Elianto Wijaya, *corporate social responsibility, purchase intention dan corporate image pada restoran di surabaya dari perspektif pelanggan, jurnal manajemen pemasaran, vol.3, no. 1 april 2008: 35-54*.

### **Undang-undang**

Indonesia. Undang-undang Dasar 1945

Indonesia. Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal

Indonesia. Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

Indonesia. Undang-undang Nomor 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup

Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas

Indonesia. Keppres Nomor 90 Tahun 1995 Tentang Perlakuan Pajak Penghasilan atas bantuan yang diberikan untuk pembinaan keluarga prasejahtera dan keluarga sejahtera.

Indonesia. Kepres Nomor 92 Tahun 1996 menggantikan Keppres Nomor 90 Tahun 1995 Tentang Perlakuan Pajak Penghasilan atas bantuan yang diberikan untuk pembinaan keluarga prasejahtera dan sejahtera 1

Indonesia. Mahkamah Konstitusi, Putusan Nomor 53/PUU-VI/2008, Perkara Permohonan Pengujian Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, terhadap UUD 1945. Tanggal 15 April 2009."Pertimbangan Mahkamah mengenai konstitusionalitas Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas".

## Internet

Belajar CSR*i*, <http://www.csrindonesia.com>, diakses tanggal 20 Juni 2013

makalah dari Margarita Tsotsoura Mengungkapkan bahwa berdasarkan data dari OECD dari 100 kekuatan ekonomi terbesar di dunia, 51 diantaranya adalah perusahaan swasta (AS) dan hanya 49 diantaranya yang merupakan perusahaan negara, hlm 10. di akses 04 juli 2013

*Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaani*, <http://www.madani-ri.com>, diakses pada tanggal 20 Juni 2013

Khudori, *Tanggung Jawab Sosial (semu) Perusahaani*, <http://www.ti.or.id> diakses pada tanggal 20 Juni 2013

<http://www.ptnnt.co.id/id/Blog/ViewCategory.aspx?cat=5&mid=73&pageid=38> diakses 9 juli 2013

[www.lkdi.org/cms/wp-content/uploads/2012/.../tor.pdf](http://www.lkdi.org/cms/wp-content/uploads/2012/.../tor.pdf) diakses 9 juli 2013

<http://www.ptnnt.co.id/id/fokus-kami.aspx> diakses Akses 02-04-2014