

ASPEK HUKUM PELAKSANAAN CSR BAGI PERUSAHAAN DI INDONESIA

**YUSUF MAFTUR HADI
NPM. 16810671**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dasar hukum pemberlakuan CSR bagi perusahaan di Indonesia dan mengetahui peraturan perundangan lainnya yang mendukung pemberlakuan CSR di Indonesia.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu suatu penelitian yang berdasarkan pada penelitian kepustakaan guna memperoleh data sekunder di bidang hukum. Adapun digunakannya metode penelitian hukum normatif, yaitu melalui studi kepustakaan adalah untuk menggali asas, norma, teori dan pendapat hukum yang relevan dengan masalah penelitian melalui inventarisasi dan mempelajari bahan-bahan hukum primer, sekunder, dan tertier.

Hasil dari penelitian ini sebagai berikut: Pertama, Terdapat landasan hukum yang kuat untuk memberlakukan kewajiban CSR di Indonesia. Namun sejatinya pemenuhan tanggung jawab hukum perusahaan berupa CSR tersebut hendaknya tidak dilihat sekedar memenuhi tanggung jawab peraturan perundang-undangan semata, melainkan lebih sebagai kebutuhan perusahaan terhadap pemenuhan tanggung jawab sosial. Program CSR dilaksanakan berdasarkan ketentuan perundang-undangan terutama pasal 74 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Kebijakan penerapan CSR di suatu perusahaan, jelas menimbulkan implikasi yang sangat besar bagi perkembangan hukum di Indonesia. Banyak produk perundangan yang lahir setelah itu yang memuat ketentuan yang berkenaan dengan CSR seperti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas terutama dalam Bab V Pasal 74 ayat (1), (2), (3), dan (4). Selain itu juga Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal terurama dalam Pasal 15 (b) dan Pasal 34. Selanjutnya ialah Undang-undang Nomor 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup pada bagian menimbang butir a, b, d, e, Pasal 1 butir 1, 2, 3, dan Pasal 3. Kebijakan CSR juga berimplikasi pada Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007; Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal terurama dalam Pasal 15 (b) dan Pasal 34. Kemudian Undang-undang Nomor 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Aspek Hukum, CSR, Perusahaan*

PENDAHULUAN

Munculnya CSR berawal dari semangat *filantropis* perusahaan. Namun, akibat tekanan komunitas yang kuat menyebabkan CSR sebagai lisensi operasional dari masyarakat (*social license to operation*), yang dilakukan oleh komunitas, bukan oleh negara. Akan tetapi dalam pelaksanaannya CSR masih memiliki kekurangan. Program-program CSR yang dijalankan oleh perusahaan masih bersifat jangka pendek dengan skala terbatas. Program-program CSR kurang menyentuh akar permasalahan komunitas yang sesungguhnya. Hal ini disebabkan oleh otoritas yang sangat kuat dari perusahaan, di samping adanya pemahaman yang keliru mengenai komunitas yakni sebagai kelompok marginal yang menderita sehingga memerlukan bantuan perusahaan. Di samping adanya anggapan bahwa aktivitas CSR hanya semata-mata untuk citra perusahaan dan bukan untuk perbaikan kualitas hidup komunitas dalam jangka panjang.

Kritik lain pelaksanaan CSR karena biaya operasional yang besar, sehingga CSR diidentikan dengan perusahaan besar dan ternama. Ketersediaan sumberdaya dengan kekuatan sumber daya yang besar membentuk opini publik yang menimbulkan kesan seolah-olah perusahaan telah melaksanakan CSR, padahal hanya aktivitas *filantropis*, serta dilakukan hanya untuk menutupi perilaku-perilaku yang tidak etis serta perbuatan melanggar hukum.

Mengidentikan CSR dengan perusahaan besar dan ternama membawa kepada implikasi lain. Bila perusahaan besar dan ternama tersebut melakukan perbuatan yang tidak etis bahkan melanggar hukum, maka akan menimbulkan sorotan tajam. Namun bila dilakukan oleh perusahaan kecil atau menengah, maka publik menjadi kurang peduli. Sebaliknya bila dilakukan oleh perusahaan besar yang ternama publik menjadi sangat peduli. Perilaku-perilaku tidak etis dan melanggar hukum tidak akan diterima.

Penting CSR bagi perusahaan tetap menjadi wacana dalam bisnis. Pro dan kontra ini tidak bisa dihindari disebabkan oleh adanya kepentingan antara profit dengan tujuan sosial, di samping masyarakat yang semakin dewasa dan mudah mengakses berbagai informasi, serta kecanggihan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pola seperti ini membentuk cara pikir, gaya hidup, dan tuntutan masyarakat yang besar. Perkembangan ini pula menumbuhkan gerakan konsumen menjadi *vigilante consumerism* yang berkembang menjadi *ethonical consumerism*.

Meningkatnya tingkat kepedulian terhadap kualitas kehidupan, harmonisasi sosial dan lingkungan mempengaruhi aktivitas dunia bisnis, sehingga menuntut perusahaan memiliki tanggungjawab sosial yang tinggi. Karena itu CSR menjadi wajib bagi perusahaan, selain menjadi kewajiban berdasarkan undang-undang.

Perusahaan memiliki tanggungjawab terhadap aktivitas-aktivitas perusahaan guna meminimalkan dampak negatif 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. Karena itu salah satu cara untuk menyebarkan ide ini ialah dengan mendorong perusahaan-perusahaan besar agar memaksa para pemasoknya atau sub-kontraknya untuk lebih ramah terhadap lingkungan. Keinginan masyarakat agar perusahaan lebih peduli kepada lingkungan memperkuat hubungan antara perusahaan

dengan konsumen, yang dapat dijadikan keunggulan kompetitif. Konsumen yang sadar terhadap isu lingkungan akan mencari produk yang ramah lingkungan. Implikasinya perusahaan akan mencari pemasok yang dapat memecahkan persoalan-persoalan lingkungan.

Perusahaan yang melakukan aktivitas CSR memiliki manfaat seperti: Pertama, mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perilaku tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang menjalankan tanggungjawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan luas dari komunitas yang telah merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. CSR akan menaikkan citra perusahaan, yang pada akhirnya akan meningkatkan reputasi perusahaan. Kedua, CSR dapat berfungsi sebagai pelindung akan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Ketiga, keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Keempat, CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para stakeholdersnya. Kelima, konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggungjawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik. Keenam, perusahaan mendapatkan insentif pajak dan berbagai perlakuan khususnya lainnya guna mendorong perusahaan agar lebih giat lagi menjalankan tanggungjawab sosialnya.

PEMBAHASAN

Perusahaan pertambangan memiliki kewajiban untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility*. Hal demikian terlihat dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Sebagaimana diketahui CSR kian terdengar setelah diselenggarakan *World Summit on Sustainable Development* (WSSD) tahun 2002 di Johannesburg, Afrika Selatan. Sejak itulah definisi CSR mulai berkembang.

Adapun yang menjadi dasar hukum dalam pengaturan CSR adalah Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dalam Bab V Pasal 74 ayat (1), (2), (3), dan (4). Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dalam Pasal 15 (b) dan Pasal 34. Selanjutnya ialah Undang-undang Nomor 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup pada bagian menimbang butir a, b, d, e, Pasal 1 butir 1, 2, 3, dan Pasal 3.

Pada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pengertian CSR dapat dilihat dalam Pasal 74 yang menyebutkan: “Penjelasan atas Pasal 74 ayat (1) lebih lanjut menerangkan bahwa ketentuan ini bertujuan untuk tetap menciptakan hubungan Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat”.

Adapun yang dimaksud dengan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam” adalah Perseroan yang kegiatan usahanya:

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

Yang dimaksud dengan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam” adalah Perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam. Penjelasan atas Pasal 74 ayat (3) lebih lanjut menerangkan bahwa yang dimaksud dengan “dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan” adalah dikenai segala bentuk sanksi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang terkait.

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pengaturan CSR:

Pasal 15 menyatakan penanam modal berkewajiban:

- 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.

2. Pasal 34 menyatakan:

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

Penjelasan atas Pasal 15 (b) lebih lanjut menerangkan bahwa “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.

Corporate Social Responsibility menjadi isu sentral yang semakin populer dan bahkan ditempatkan pada posisi yang terhormat. Karena itu kian banyak pula kalangan dunia usaha dan pihak-pihak terkait mulai merespon wacana ini, tidak sekedar mengikuti tren tanpa memahami esensi dan manfaatnya. CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya melainkan sebagai sarana meraih keuntungan. Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan.

Sementara itu pada sisi lain masyarakat mempertanyakan apakah perusahaan yang berorientasi pada usaha memaksimalkan keuntungan-keuntungan ekonomis memiliki komitmen moral untuk mendistribusi keuntungan-keuntungannya membangun masyarakat lokal, karena seiring waktu masyarakat tak sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan, melainkan juga menuntut untuk bertanggung jawab sosial.

Penerapan program CSR merupakan salah satu bentuk implementasi dari konsep tata kelola perusahaan yang baik. Diperlukan tata kelola perusahaan yang baik agar perilaku pelaku bisnis mempunyai arahan yang bisa dirujuk dengan mengatur hubungan seluruh kepentingan pemangku kepentingan yang dapat dipenuhi secara proporsional, mencegah kesalahan-kesalahan signifikan dalam strategi korporasi dan memastikan kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat diperbaiki dengan segera. Konsep ini mencakup berbagai kegiatan dan tujuannya adalah untuk mengembangkan masyarakat yang sifatnya produktif dan melibatkan masyarakat didalam dan diluar perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung, meski perusahaan hanya memberikan kontribusi sosial yang kecil kepada masyarakat tetapi diharapkan mampu mengembangkan dan membangun masyarakat dari berbagai bidang.

Satu hal yang terpenting adalah adanya kesadaran menjadi kondisi ideal dalam konteks pemberdayaan masyarakat yang sering diimplementasikan dalam bentuk program CSR merupakan aktivitas yang lintas sektor dan menjadi modal sosial yang harus dioptimalkan melalui mekanisme kemitraan yang berperan meningkatkan sosio-ekonomi masyarakat dan komunitas lokal yang berada di sekitar perusahaan. CSR ini diimplementasikan dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat dalam mencapai sosio-ekonomi yang lebih baik bila dibandingkan dengan sebelum adanya kegiatan pembangunan sehingga masyarakat ditempat tersebut diharapkan lebih mandiri dengan kualitas kehidupan dan kesejahteraanya yang lebih baik dengan tercapainya sasaran kapasitas masyarakat dan sasaran kesadaran. Sasaran kapasitas masyarakat harus dapat dicapai melalui upaya pemberdayaan agar anggota masyarakat dapat ikut dalam proses produksi atau institusi penunjang dalam proses produksi, kesetaraan dengan tidak membedakan status dan keahlian, keamanan, keberlanjutan dan kerjasama. Kegiatan CSR penting dalam upaya membangun citra dan reputasi perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan baik dari konsumen maupun mitra bisnis perusahaan tersebut.

CSR adalah komitmen dari bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. CSR

adalah tanggung jawab perusahaan untuk menyesuaikan diri terhadap kebutuhan dan harapan stakeholders sehubungan dengan isu-isu etika, sosial dan lingkungan, di samping ekonomi. Petkoski dan Twose (2003) menyatakan CSR sebagai komitmen bisnis untuk berperan untuk mendukung pembangunan ekonomi, bekerjasama dengan karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal dan masyarakat luas, untuk meningkatkan mutu hidup mereka dengan berbagai cara yang menguntungkan bagi bisnis dan pembangunan.

Dalam prinsip responsibility, penekanan yang signifikan diberikan pada kepentingan stakeholders perusahaan. Di sini perusahaan diharuskan memperhatikan kepentingan stakeholders perusahaan, menciptakan nilai tambah dari produk dan jasa bagi stakeholders perusahaan, dan memelihara kesinambungan nilai tambah yang diciptakannya. Sedangkan stakeholders perusahaan dapat didefinisikan sebagai pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. Termasuk di dalamnya adalah karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat, lingkungan sekitar, dan pemerintah sebagai regulator.

CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada triple bottom lines. Di sini bottom lines lainnya selain finansial juga adalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan.

Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya.

KESIMPULAN

Terdapat landasan hukum yang kuat untuk memberlakukan kewajiban CSR di Indonesia. Namun sejatinya pemenuhan tanggung jawab hukum perusahaan berupa CSR tersebut hendaknya tidak dilihat sekedar memenuhi tanggung jawab peraturan perundang-undangan semata, melainkan lebih sebagai kebutuhan perusahaan terhadap pemenuhan tanggung jawab sosial. Program CSR dilaksanakan berdasarkan ketentuan perundang-undangan terutama pasal 74 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Kebijakan penerapan CSR di suatu perusahaan, jelas menimbulkan implikasi yang sangat besar bagi perkembangan hukum di Indonesia. Banyak produk perundangan yang lahir setelah itu yang memuat ketentuan yang berkenaan dengan CSR seperti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas terutama dalam Bab V Pasal 74 ayat (1), (2), (3), dan (4). Selain itu juga Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal terutama dalam Pasal 15 (b) dan Pasal 34. Selanjutnya ialah Undang-undang Nomor 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup pada bagian menimbang butir a, b, d, e, Pasal 1 butir 1, 2, 3, dan Pasal 3. Kebijakan CSR juga berimplikasi pada Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007; Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal terutama dalam

Pasal 15 (b) dan Pasal 34. Kemudian Undang-undang Nomor 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan.

REFERENSI

Ari Margono, 2006, *Menuju Corporate social Leadership*, Suara Pembaharuan.

Badaruddin, *Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Potensi Modal Sosial: Alternatif Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Indonesia*, Pidato Pengukuhan Guru Besar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, 12 April 2008

Chairil N. Siregar, *Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi CSR Pada Masyarakat Indonesia*.

Soerjono Soekanto, 2006, *Pengantar Penelitian Hukum*, Penerbit UI Press.

Susanto, 2007, *Corporate Social Responsibility*, The Jakarta Consulting Group.

Tamam Achda, *Konteks Sosiologis Perkembangan CSR dan Implementasinya*.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Persero Terbatas

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal

Undang-Undang Nomor 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup