

---

**KENDALA PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
DALAM PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN*****CONSTRAINTS ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
IMPLEMENTATION IN LEGISLATION***

Reza Fahlepy

Fakultas Hukum Universitas Balikpapan

Jalan Pupuk Raya, Kel. Damai, Balikpapan Selatan, Kalimantan Timur 76114

reza.fahlepy@uniba-bpn.ac.id

**Abstrak**

---

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tanggungjawab sosial perusahaan yang wajib dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Pengaturan CSR yang terkandung dalam peraturan perundang-undangan memiliki perbedaan definisi. Perbedaan definisi tersebut menimbulkan kendala dalam pelaksanaan CSR oleh pelaku usaha, sehingga penerapan CSR belum maksimal. Perbedaan definisi peraturan perundang-undangan terkait CSR akan menimbulkan *contradicio in terminis*, sehingga mengakibatkan kebingungan bagi pelaku usaha untuk melaksanakan CSR secara tepat dan adanya diskriminasi bagi perusahaan tertentu yang terkena kewajiban untuk melaksanakan CSR karena dimasing-masing peraturan memiliki aturan yang berbeda sehingga penerapan tiap-tiap pelaku usaha juga berbeda. Persoalan ini akan menimbulkan konflik normatif dan hambatan bagi penegakan hukumnya. Sebab itu, perlu adanya ketegasan aturan terkait dengan CSR sehingga penerapan CSR dapat diterapkan secara maksimal.

**Kata Kunci:** *kendala, corporate social responsibility, peraturan perundang-undangan*

**Abstract**

---

Corporate Social Responsibility (CSR) is a corporate social responsibility that must be carried out by the company towards the surrounding community. The CSR arrangements contained in the regulations have differences. Therefore, the implementation of CSR has not been maximized. CSR will give rise to *contradicio in terminis*, making it more difficult for businesses to implement CSR, and accountable for certain companies that require a commitment to implement CSR because of each. Every business actor is also different. This problem will lead to normative conflict and challenges for law enforcement. Therefore, there needs to be firmness related to CSR so that the application of CSR can be implemented to the fullest.

**Key words :** *constraints, corporate social responsibility, regulations*

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Masyarakat merupakan pelaku sosial yang tidak bisa lepas dari masyarakat lainnya. Interaksi masyarakat yang baik dalam keberlangsungan hidup sangat diperlukan, termasuk interaksi dengan Perusahaan sekitar. Hal ini memberikan tanggung jawab sosial kepada perusahaan karena keberadaannya di tengah-tengah masyarakat.

Amanat tanggung jawab sosial perusahaan tercantum dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (yang selanjutnya disebut UUPT), Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Saat pertama kali Pasal 74 UUPT hadir dan memuat aturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau yang biasa disebut dengan *corporate social responsibility* (selanjutnya disebut dengan CSR) banyak kalangan menganggap pasal ini menodai UUPT. Pasal ini menjadi kontroversial karena banyak kalangan memandang aturan mengenai CSR ini seharusnya tidak perlu menjadi bagian dari sebuah UUPT.<sup>2</sup> Terlepas dari kontroversi yang ada, masih ada beberapa pasal-pasal dalam peraturan perundang-undangan yang memuat aturan tentang CSR antara lain Undang-undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi, Undang-undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batu Bara, Peraturan Pemerintah nomor 23 Tahun 2010 tentang pelaksanaan kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batu Bara, Undang-undang Nomor 21 Tahun 2014 tentang Panas Bumi, Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 tentang

Penanganan Fakir Miskin. Meskipun secara yuridis Pemerintah telah membuat regulasi terkait CSR, namun dalam implementasinya hingga sekarang masih terdapat banyak CSR yang tidak tepat sasaran atau tidak optimal dalam memberikan bantuan bagi pemberdayaan masyarakat.<sup>3</sup>

Pelaksanaan CSR masih dianggap memiliki kekurangan. Program-program CSR yang dijalankan oleh perusahaan sebagian besar hanya memiliki pengaruh jangka pendek dengan skala yang terbatas. Program-program CSR 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 CSR dianggap hanya semata-mata dilakukan demi terciptanya reputasi perusahaan yang positif, bukan demi perbaikan kualitas hidup komunitas dalam jangka panjang.<sup>4</sup>

Masih menjadi perdebatan mengenai apakah CSR itu Sukarela atau wajib? Apa dasar hukum yang pasti tentang pelaksanaan CSR, berapa jumlah atau persentasi anggaran CSR untuk PT, untuk bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dan hal lainnya bukanlah hal yang mudah, karena masing-masing jawabannya mempunyai konsekuensi tertentu, baik aspek ekonomi, sosial hukum dan lain sebagainya. Sampai saat ini, banyak kalangan dunia usaha menolak untuk

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

<sup>3</sup>Hartini Retnaningsih, "Permasalahan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat," *Jurnal Aspirasi* 6, no. 2 (2015): hlm. 177-178.

<sup>4</sup>A. B. Susanto, "Reputation-Driven Corporate Social Responsibility Pendekatan Strategic Management dalam CSR," *Jakarta: Esensi*, 2009, hlm. 4.

## Artikel

mengimplementasikan prinsip CSR karena merasa bahwa peraturan perundang-undangan yang ada memberikan ruang untuk tidak dijalkannya program ini. Bagi penulis, pengaturan terkait dengan CSR sangat menarik untuk ditelaah lebih jauh mengingat penerapan pengaturan yang ada belumlah maksimal.

### B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan: Apa kendala penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilihat dari sudut pandang peraturan perundang-undangan?

### C. Metode Penulisan

Metode penelitian adalah metode sistematis untuk memperoleh pengetahuan, suatu alat untuk memperoleh pengertian tentang dunia yang masih belum seberapa dipahami dan dimengerti.<sup>5</sup>

#### 1. Jenis penelitian

Dalam melakukan penelitian penulis melakukan Penelitian hukum yang normatif (*legal research*) “hanya” merupakan studi dokumen, yakni menggunakan sumber-sumber data sekunder saja yang berupa peraturan perundang-undangan, teori hukum, dan pendapat para sarjana. Itu pula sebabnya digunakan analisis secara kualitatif (normatif-kualitatif) karena datanya bersifat kualitatif. Penelitian hukum yang normatif dapat berupa inventarisasi hukum positif, usaha-usaha penemuan asas-asas dasar falsafah (doktrin) hukum positif, usaha penemuan hukum (*in concreto*) yang sesuai untuk diterapkan guna penyelesaian perkara tertentu.

#### 2. Bahan Hukum

##### a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum Primer merupakan bahan hukum yang bersifat otoritatif artinya mempunyai otoritas. Bahan-bahan hukum Primer terdiri dari:<sup>6</sup>

- 1) Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- 2) Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
- 3) Undang-undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi.
- 4) Undang-undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara.
- 5) Undang-undang Nomor 21 Tahun 2014 tentang Panas Bumi.
- 6) Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin.
- 7) Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
- 8) Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batu Bara.

##### b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder berupa semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-

<sup>5</sup> Sanapiah Faisal, *Penelitian Kualitatif: Dasar-dasar dan aplikasi* (YA3, 1990), hlm. 88.

<sup>6</sup> Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 141.

dokumen resmi:<sup>7</sup>

- 1) Jurnal
- 2) Hasil penelitian terdahulu
- 3) Hasil karya dari kalangan hukum
- 4) Kamus hukum
- 5) Ensiklopedia
- 6) Internet

### 3. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Pengumpulan data ini akan dilakukan dengan pendekatan masalah yang hanya melakukan pengamatan terhadap hasil-hasil riset penelitian, buku-buku kepustakaan, *online newspaper* (Koran di internet) keputusan legislatif, yudikatif maupun eksekutif, uraian dalam majalah, surat kabar, buletin dan Naskah Akademik.

### 4. Metode Pendekatan

Dalam penulisan ini, Penulis menggunakan pendekatan metode yuridis normatif, yaitu menggunakan bahan-bahan hukum berupa peraturan perundang-undangan, pendapat-pendapat para pakar hukum.

## D. Tinjauan Pustaka

### Pengertian *Corporate Social Responsibility* dan Ruang Lingkupnya

Bibit-bibit CSR berawal dari semangat filantropis perusahaan. Namun tekanan dari komunitas yang keras, terutama di tengah masyarakat yang kritis seperti masyarakat Eropa, menjadikan CSR menjadi semacam *social license to operation*. Dan ini

dilakukan oleh komunitas, bukan oleh negara. Jika kita perhatikan, masyarakat sekarang hidup dalam kondisi yang dipenuhi beragam informasi dari berbagai bidang, serta dibekali kecanggihan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pola seperti ini mendorong terbentuknya cara pikir, gaya hidup dan tuntutan masyarakat yang lebih tajam. Seiring dengan perkembangan saati ini, tumbuh suatu gerakan konsumen yang kita kenal sebagai *vigilante consumerism* yang kemudian berkembang menjadi *ethical consumerism*.<sup>8</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 pengembangan. Sekitar 66% responden juga menunjukkan mereka siap berganti merek kepada merek perusahaan yang memiliki citra sosial yang positif. Hal ini membuktikan terjadinya perluasan 'minat/permintaan' konsumen dari 'produk' menuju korporat.<sup>9</sup>

Perkembangan konsep CSR pada era 1980-an sampai saat ini memuat komponen-komponen sebagai berikut:<sup>10</sup>

#### 1. *Economic responsibilities*

Tanggung jawab sosial utama perusahaan adalah tanggung jawab ekonomi, karena

<sup>8</sup> A. B. Susanto, "A strategic management approach, CSR," Jakarta: The Jakarta Consulting Group, 2007, hlm. 2.

<sup>9</sup> *Ibid.*, hlm. 5

<sup>10</sup> Dwi Kartini, *Corporate social responsibility: transformasi konsep sustainability management dan implementasi di Indonesia* (Refika Aditama, 2009), hlm. 14.

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

lembaga bisnis terdiri dari aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.

#### 2. *Legal responsibilities*

Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan mentaati hukum dan peraturan yang berlaku yang pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif.

#### 3. *Ethical responsibilities*

Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Menurut Epstein, etika bisnis menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun secara kelembagaan (organisasi) untuk menilai suatu isu di mana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat. Melalui pilihan nilai tersebut, individu atau organisasi akan memberikan penilaian apakah sesuatu yang dilakukan itu benar atau salah, adil atau tidak serta memiliki kegunaan (utilitas) atau tidak.

#### 4. *Discretionary responsibilities*

Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat filantropis. Dalam kaitan ini perusahaan juga ingin dipandang sebagai warga negara yang baik (*good citizen*) di mana kontribusi yang mereka berikan kepada masyarakat akan mempengaruhi reputasi perusahaan. Oleh sebab itu

aktivitas yang dilakukan perusahaan itu disebut juga sebagai *Corporate Citizenship*.

Sedangkan aktivitas *corporate citizenship* yang bertujuan untuk mengembangkan kesejahteraan masyarakat (misalnya melalui pemberian pelatihan usaha, pemberian pinjaman lunak, dll) disebut sebagai *community development*.<sup>11</sup>

Terhadap perkembangan konsep CSR adanya adopsi terhadap konsep *corporate citizenship*. Berkaitan dengan ini berdasarkan survei terhadap para konsumen dan masyarakat di berbagai negara, The Globe Scan mengklasifikasikan CSR yang dilakukan perusahaan ke dalam dua kategori, yaitu:<sup>12</sup>

#### 1. *Operasional responsibilities* (berbagai standar yang ingin dicapai oleh perusahaan melalui operasi normal perusahaan).

- a. Melindungi kesehatan dan keamanan pekerja.
- b. Tidak terlibat dalam penyuapan dan korupsi
- c. Tidak memanfaatkan tenaga kerja anak-anak.
- d. Melindungi lingkungan.
- e. Menghasilkan keuntungan dan membayar pajak.
- f. Memperlakukan karyawan dengan adil.
- g. Menyediakan produk yang berkualitas dengan harga murah.

#### 2. *Citizenship responsibilities* (berbagai tindakan yang tidak

<sup>11</sup> *Ibid.*

<sup>12</sup> Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: from charity to sustainability* (Penerbit Salemba, 2009), hlm. 32.

harus dilakukan perusahaan dalam operasi normal mereka tetapi memungkinkan perusahaan untuk melakukan diferensiasi dari pesaing.

- a. Memberikan respon terhadap perhatian dan sudut pandang publik.
- b. Mengurangi pelanggaran terhadap hak asasi manusia.
- c. Meningkatkan stabilitas ekonomi.
- d. Mengurangi kesenjangan antara kaya dan miskin.
- e. Mendukung kegiatan amal dan komunitas.
- f. Menyelesaikan masalah sosial.
- g. Mendukung kebijakan pemerintah yang semakin maju.

Wibisono Yusuf memetakan cara pandang perusahaan terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial (*social responsibility*) ke dalam tiga persepsi, yaitu:<sup>13</sup>

1. Perusahaan melakukan tanggung jawab sosial (*social responsibility*) sekedar basa-basi dan keterpaksaan. Artinya perusahaan melakukan tanggung jawab sosial lebih karena mematuhi anjuran peraturan dan perundang, maupun tekanan eksternal (*external driven*). Di samping itu perusahaan melakukan tanggung jawab juga untuk membangun *image* positif, sehingga tanggung jawab sosial bersifat jangka pendek, karitatif, insidental dan sebatas *lames*. Contoh riil adalah pelaksanaan bantuan saat bencana alam, dimaksudkan untuk

meningkatkan simpati terhadap perusahaan. Kegiatan tersebut tidak sampai pada mendorong penguatan kehidupan masyarakat pasca bencana.

2. Tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan dalam rangka memenuhi kewajiban (*compliance*). Di sini, tanggung jawab sosial dilakukan atas dasar anjuran regulasi yang harus dipatuhi, seperti Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perusahaan Terbatas, Keputusan Menteri BUMN Nomor KEP-04/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, peraturan *Stock Exchange Commission*, dan sejenisnya. Contoh riil adalah (1) perusahaan BUMN harus menyisihkan sampai 2% dari laba bersih untuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, (2) pengusaha Amerika Serikat semakin selektif terhadap produk furnitur Indonesia, yang harus menerapkan *ecolabeling* suatu bukti kayunya diambil dengan tidak melanggar peraturan lingkungan.
3. Perusahaan melakukan tanggung jawab sosial bukan hanya sekedar *compliance* namun *beyond compliance*. Di sini, tanggung jawab sosial didudukkan sebagai bagian dari aktivitas perusahaan. *Social responsibility* tumbuh secara internal (*internal driven*). Sikap terbuka dalam memandang tanggung jawab sosial telah masuk dalam berbagai ranah. Tanggung jawab perusahaan

<sup>13</sup> Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 66.

tidak hanya diukur dari *economic measurement*, namun juga sebagai upaya mematuhi peraturan dan perundangan (*legal responsibility*), dan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan (*social responsibility*). Dengan demikian, tanggung jawab sosial didudukkan sebagai kebutuhan dalam mendukung *going concern* dan merupakan investasi jangka panjang, yang dapat mendukung keunggulan perusahaan. Tanggung jawab sosial bukan sekedar polesan, namun tanggung jawab sosial bagian dari strategi dan jantung perusahaan. Perusahaan melakukan kreasi praktik tanggung jawab sosial dan menjadi kebijakan intergral terhadap strategi operasi lain. Perusahaan secara eksplisit memasukan *social responsibility* ke dalam visi dan misi, sehingga menjadi landasan filosofi operasional.

Di Indonesia, kini kita menyaksikan perbincangan yang terus berlanjut seputar konsep dan perjalanan CSR ini. Ada persetujuan dan pula pertentangan. Terlepas dari itu, isu tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) memang kian hangat. Persoalannya bukan lagi melulu dari aspek sosial, tetapi sudah jauh merasuk ke aspek bisnis dan penyehatan korporasi. Lama-kelamaan, CSR tidak lagi dipandang sebagai keterpaksaan, melainkan sebagai kebutuhan. Dari yang semula dianggap sebagai cost,

kini mulai diposisikan sebagai investasi.<sup>14</sup>

Selain dilihat dari segi dasar hukum pelaksanaannya, CSR di Indonesia secara konseptual masih harus dipilah antara pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan besar (misalnya, perusahaan berbentuk korporasi) dan pelaksanaan CSR oleh perusahaan kecil dan menengah (*small-medium enterprise-SME*). Selama ini, terdapat anggapan yang keliru bahwa pelaksanaan CSR hanya diperuntukkan bagi perusahaan besar, padahal tidak perusahaan besar saja yang dapat memberikan dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan melainkan perusahaan kecil dan menengah pun bisa memberikan dampak negatif terdapat masyarakat dan lingkungan sekitarnya.<sup>15</sup>

Salah satu yang menonjol dari praktik CSR di Indonesia adalah penekanan pada aspek pemberdayaan masyarakat (*community development*). Meskipun CSR bukan semata-mata merupakan *Community Development* (CD), namun hal ini memang sangat sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat kita, masih bergelut dengan kemiskinan serta pengangguran.<sup>16</sup>

Hanya saja, menyamakan CD dengan CSR adalah kekeliruan yang harus dikembalikan ke konsep semula. CD hanyalah bagian kecil

<sup>14</sup> Hasan Asy'ari, "Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai modal sosial pada PT," *Newmont. Universitas Diponegoro Semarang*, 2009, hlm. 39.

<sup>15</sup> Ismail Solihin, *op. cit.*, hlm. 161

<sup>16</sup> Jackie Ambadar, "CSR dalam Praktik di Indonesia," *Jakarta (ID): PT Elex Media Komputindo*, 2008, hlm. xiii.

dari CSR. CSR punya cakupan yang sangat luas, yaitu terhadap seluruh pemangku kepentingan. Bandingkan dengan CD yang menyasar kelompok kepentingan sangat spesifik, yaitu kelompok masyarakat rentan. Di masyarakat sendiri, ada berbagai *stakeholders* di luar mereka yang rentan, belum lagi organisasi masyarakat sipil, kelompok bisnis maupun lembaga-lembaga pemerintah. Dapat disimpulkan bahwa CD adalah bagian dari CSR, dan boleh jadi salah satu yang sangat penting mengingat di Indonesia kelompok masyarakat rentan jauh jumlahnya masih sangat besar. Mereka benar-benar membutuhkan perhatian perusahaan.<sup>17</sup>

Perusahaan yang mengedepankan konsep ini akan lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial-ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat. Rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat.<sup>18</sup> Pada akhirnya, CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan akan sangat

membantu proses operasional perusahaan.<sup>19</sup>

*Corporate Social Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai berikut :

1. 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>20</sup>
2. *Corporate social responsibility is the commitment of business to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community and society at large to improve their quality of life.*<sup>21</sup>

Pada pengertian yang dikemukakan oleh Maignan & Ferrell yang mendefinisikan CSR sebagai “*A business acts in socially responsible manner when its decision and actions account for and balance diverse stakeholder interests*”. Definisi ini menekankan perlunya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholder* yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis

<sup>17</sup> Dwi Kartini, *op. cit.*, hlm. 38

<sup>18</sup> Hasan Asy'ari, *op. cit.*, hlm. 42

<sup>19</sup> Dani Amran Hakim, “*Urgensi Penerapan Corporate Social Responsibility Sebagai Upaya Menjamin Hak-hak Tenaga Kerja*,” *Fiat Justisia* 10, no. 4 (2016): hlm. 635.

<sup>20</sup> Pasal 1 butir 3 UU No. 40 Tahun 2007 Tentang PT

<sup>21</sup> Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, *op. cit.*, hlm. 8

melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab.<sup>22</sup>

Pemahaman tentang CSR pada umumnya berkisar pada tiga hal pokok, yaitu CSR adalah: pertama, suatu peran yang sifatnya sukarela (*voluntary*) dimana satu perusahaan membantu mengatasi masalah social dan lingkungan, oleh karena itu perusahaan memiliki kehendak bebas untuk melakukan atau tidak melakukan peran ini; Kedua, disamping sebagai institusi profit, perusahaan menyisihkan sebagian keuntungannya untuk kedermwanaan (*Filantropi*) yang tujuannya untuk memberdayakan social dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat eksplorasi dan eksploitasi. Ketiga, CSR sebagai bentuk kewajiban (*obligation*) perusahaan untuk peduli terhadap dan mengentaskan krisis kemanusiaan dan lingkungan yang terus meningkat.<sup>23</sup>

Mengingat begitu luasnya ruang lingkup CSR, maka Siregar membaginya atas 2 (dua) ruang lingkup utama yaitu:<sup>24</sup>

1. Tanggung jawab institusional atau struktural berupa tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sektitar yang terikat oleh peraturan perundang-undangan. Tanggung jawab sosial ini dicirikan dengan adanya sanksi positif atau formal dari pemerintah apabila tidak diindahkan.
2. Tanggung jawab kognitif atau interaksional yaitu tindakan sosial sukareala yang tidak

terikat oleh peraturan perundang-undangan, tetapi dianggap penting atau dikerjakan oleh perusahaan baik oleh kebutuhan intern produksi perusahaan maupun oleh panggilan moral, sosial, dan kemanusiaan. Tanggung jawab sosial ini dicirikan absennya sanksi positif apabila tidak diindahkan, tetapi dalam hal ini akan berlaku sanksi sosial atau formal lainnya.

Dari 2 (dua) ruang lingkup utama CSR yang diungkapkan oleh Siregar ini, terdapat hal yang kontradiktif. Satu sisi menegaskan bahwa CSR sebagai Tanggung jawab institusional yang terikat secara formal dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, sedangkan pada sisi lain justru melihat CSR sebagai tanggung jawab yang bersifat interaksional yang bersifat sukarela. Atas pengelompokan CSR yang kontradiktif ini, maka kalangan dunia perusahaan akan memilih CSR dalam konteks yang akan menguntungkan dirinya, meskipun pilihan tersebut masih diikuti dengan sanksi. Oleh karena itu, Isa Wahyudi sendiri lebih melihat CSR itu sebagai Tanggung jawab sosial yang bersifat *self-regulation* bagi perusahaan, sedangkan pemerintah harus memposisikan dirinya sebagai *corporate state* dengan menuangkan aturan CSR dalam arti bersifat umum yang disertai dengan aturan yang bersifat sektoral yang akan menguraikan CSR sesuai dengan bidang usaha masing-masing perusahaan.<sup>25</sup>

<sup>22</sup> A.B. Susanto, *Reputation...., op. cit.*, hlm. 10

<sup>23</sup> T. Romi Marnelly, "Corporate Social Responsibility (CSR) Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia," *Jurnal aplikasi bisnis* 2, no. 2 (2012): hlm. 52.

<sup>24</sup> A.B. Susanto, *Reputation...., op. cit.* hlm. 51

<sup>25</sup> *Ibid.* hlm. 53

## II. PEMBAHASAN

### Kendala Penerapan CSR Dilihat dari Segi Peraturan Perundang-undangan

CSR bukan hal yang baru di Indonesia, ada beberapa peraturan perundang-undangan yang memang sengaja dirancang untuk membahas CSR, ada juga yang masuk kedalam aturan peraturan perundang-undangan lain yang tidak secara khusus membahas masalah CSR.

Pertama, Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-undang ini menggunakan istilah tanggung jawab sosial dan lingkungan. Undang-undang ini mengatur bahwa perusahaan berbentuk Perseroan yang berkaitan dengan sumber daya alam, untuk melaksanakan tanggung jawab social dan lingkungan. Pada pasal 74 ayat (1) berbunyi, "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan."

Kedua, Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Undang-undang Penanaman Modal menyisipkan satu pasal yang mengatur tentang CSR yaitu termuat dalam Pasal 15 huruf (b) yang berbunyi "Setiap penanam modal berkewajiban: melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan." Dalam penjelasannya dijelaskan tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanam modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Undang-undang ini juga memuat sanksi administratif yang diatur dalam pasal 34 ayat (1) berupa:

- a. Peringatan tertulis;
- b. Pembatasan kegiatan usaha;
- c. Pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; dan
- d. Pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.

Ketiga, Undang-undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi. Pengaturan pada Pasal 11 ayat (3) huruf (p), yang berbunyi "Kontrak kerjasama sebagaimana dimaksud ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan-ketentuan pokok yaitu: pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat adat."

- Keempat, Undang-undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batu Bara (UU Minerba), dimana CSR digunakan dalam istilah lain yaitu program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Pasal 108 ayat (1) UU Minerba menyebutkan bahwa "Pemegang IUP (Izin Usaha Pertambangan) dan IUPK (Izin Usaha Pertambangan Khusus) wajib menyusun program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat." Adapun sanksi yang diatur termuat dalam pasal 151 ayat (2) sanksi administratif berupa:
- a. peringatan tertulis;
  - b. Penghentian sementara, sebagian atau seluruh kegiatan eksplorasi atau operasi produksi; dan/atau
  - c. Pencabutan IUP, IPR atau IUPK.

Kelima, Undang-undang Nomor 21 tahun 2014 tentang Panas Bumi. Pasal 65 ayat (2) huruf (b) menyebutkan "Dalam pelaksanaan penyelenggaraan panas bumi masyarakat berhak untuk memperoleh manfaat atas kegiatan pengusahaan panas bumi melalui kewajiban perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan dan/atau pengembangan masyarakat sekitar."

Keenam, Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 tentang Penanganan Fakir Miskin. Terdapat dua pasal yang berkenaan dengan CSR dalam Undang-undang No. 13 Tahun 2011: Pertama, Pasal 36 ayat (1) huruf (c) yang menyatakan bahwa salah satu sumber pendanaan dalam penangan fakir miskin, adalah dana yang disisihkan dari perusahaan perseroan. Ketentuan ini tegas oleh pasal 36 ayat (2) yang berbunyi, “Dana yang disisihkan dari perusahaan perseroan sebagaimana dimaksud ayat (1) huruf (c) digunakan sebesar-besarnya untuk penanganan fakir miskin.” Pasal 41 terdapat penggunaan istilah pengembangan masyarakat. Pasal 41 ayat (3) menjelaskan bahwa pelaku usaha berperan serta dalam menyediakan dana pengembangan masyarakat sebagai perwujudan dari tanggung jawab sosial terhadap penanganan fakir miskin.

Selain peraturan perundang-undangan yang disebutkan diatas, terdapat Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Peraturan ini lahir sebagai peraturan pelaksana dari UUPT yang terdiri atas sembilan pasal.

Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batubara. Peraturan ini merupakan peraturan pelaksana dari UU Minerba. Peraturan ini menjelaskan lebih lanjut tentang pengembangan dan pemberdayaan. Pada pasal 108 berbunyi “Setiap pemegang IUP operasi produksi dan IUPK operasi produksi wajib menyampaikan laporan realisasi program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat setiap 6 (enam) bulan kepada Menteri, Gubernur, atau Bupati/Walikota sesuai dengan kewenangannya.” Pelanggaran

terhadap kewajiban ini dapat dikenakan sanksi administratif.

CSR cukup banyak disebut dalam beberapa peraturan perundang-undangan namun masih belum ada kejelasan definisi sehingga menimbulkan masalah pengaturan CSR. Pengaturan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam sistem hukum di Indonesia secara tegas telah diatur dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM) dan Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Namun hal tersebut menimbulkan beberapa persoalan, yaitu:

- a. Perbedaan definisi diantara kedua UU tersebut menimbulkan *contradicio in terminis*, sehingga mengakibatkan kebingungan bagi pelaku usaha untuk melaksanakan CSR secara tepat.
- b. Adanya diskriminasi bagi perusahaan tertentu yang terkena kewajiban untuk melaksanakan CSR.
- c. Banyaknya peraturan perundang-undangan yang ada terkait dengan ruang lingkup dan isu-isu CSR.

Penjelasan berbagai persoalan di atas sebagai berikut :

Pertama, mengenai istilah dalam Pasal 15 huruf (b) No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal menyebutkan “Setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”. Sementara dalam penjelasan pasal tersebut, yang dimaksud dengan CSR adalah:

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

Sedangkan pengertian CSR dalam Pasal 1 angka (3) No. 40 Tahun 2007 Tentang UUPT menyebutkan:

“Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.”

Hal ini akan menimbulkan persoalan mengenai ketidakkonsistenan istilah. “Tanggung jawab sosial perusahaan” dalam Pasal 15 huruf (b) UUPM tidak memiliki makna yang sama dengan istilah “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan” dalam Pasal 1 angka 3 UUPT.

Dari dua pengertian di atas menunjukkan bahwa pengertian CSR dalam Pasal 15 huruf (b) UUPM hanya sebatas pada “menciptakan hubungan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat”. Kalimat tersebut menekankan “penciptaan hubungan yang serasi” antara korporasi dengan masyarakat. Hubungan baik ini sangat luas maknanya dan tidak menjelaskan adanya kontribusi tertentu oleh korporasi bagi masyarakat. Penanaman modal hanya dituntut untuk tidak menimbulkan keresahan dan menjaga hubungan baik dengan masyarakat.

Sedangkan CSR dalam Pasal 1 angka (3) UUPT mentikberatkan pada “berperan serta dalam pembangunan ekonomi”. Di dalam kalimat ini perseroan dituntut untuk meningkatkan kualitas kehidupan ekonomi masyarakat. Artinya ada kewajiban bagi korporasi secara aktif untuk

memberikan kontribusi, baik dalam bentuk bantuan maupun kemitraan.

Pasal 1 angka (3) UUPT menyatakan bahwa CSR adalah “komitmen Perseroan”, tetapi Pasal 74 ayat (1) dan ayat (2) UUPT merumuskannya menjadi suatu kewajiban bagi perseroan untuk menjalankan CSR serta wajib menganggarkan dan memperhitungkannya sebagai biaya Perseroan. Kewajiban menganggarkan biaya CSR justru juga menimbulkan kerancuan pengertian, karena CSR didefinisikan seolah-olah hanya kegiatan yang harus mengeluarkan biaya saja. Sementara dalam prakteknya, ada begitu banyak kegiatan CSR yang tidak selalu menimbulkan konsekuensi biaya, bahkan dapat menghemat biaya, seperti upaya penghematan energi dan air, pemberdayaan masyarakat dengan melibatkan lembaga keuangan mikro, dan memperlakukan karyawan dengan lebih manusiawi. Namun ada beberapa hal tentang pengaturan CSR di Indonesia yang perlu diperjelas, yaitu:

Pertama, apakah pengertian CSR dalam UUPT dan UUPM memiliki makna yang sama atau tidak? Sebab salah satu fungsi hukum adalah memberikan batasan secara tegas mana yang boleh dan yang tidak, atau memberikan perintah secara definitif. Perbedaan definisi akan memberikan perbedaan dalam pelaksanaannya dan akibat hukumnya.

Kedua, aroma diskriminasi juga terasa dalam Pasal 74 UUPT yang dengan jelas menyebutkan bahwa kewajiban CSR hanya untuk perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas. Sementara, dalam UUPM kewajiban CSR diperutukkan bagi semua penanam modal, artinya segala bentuk perusahaan penanaman modal yang bersifat *direct investment* diwajibkan untuk

melaksanakan CSR, baik usaha kecil, menengah atau korporasi besar. Termasuk tidak dibedakannya bagi perusahaan asing (MNC), Badan Usaha Milik Negara (BUMN), maupun Swasta Nasional.

Mengacu pada Keputusan Menteri BUMN Nomor KEP.04/MBU/2007 pelaksanaan tanggung jawab sosial dikelompokkan menjadi dua, yaitu: Kemitraan dan Bina Lingkungan. Sebagian besar perusahaan memahami tanggung jawab sosial adalah mengacu pada keputusan menteri tersebut. Sementara, bentuk tanggung jawab sosial lain, seperti energi, produk dan lainnya tidak dikategorikan pada tanggung jawab sosial ini. Kondisi itu, merupakan awal dari kurang tepatan batasan tentang batasan tanggung jawab sosial oleh perusahaan, sehingga terkadang antar perusahaan dalam memaknai tanggung jawab sosial menjadi berbeda. Perusahaan BUMN dan perusahaan yang operasinya bersentuhan dengan eksploitasi sumber daya alam, menggunakan kaidah keputusan Menteri BUMN Nomor KEP.04/MBU/2007 dalam mendefinisikan tanggung jawab sosial, serta melaporkannya kepada pihak-pihak yang berkepentingan secara mandatory, sebagaimana diamanatkan dalam UUPT. Sementara itu, aktivitas tanggung jawab sosial lain telah dilakukan perusahaan, dan meskipun aturan yang mengharuskannya, jika tidak tergolong (termuat) dalam Keputusan Menteri tersebut maka tidak dikategorikan sebagai tanggung jawab sosial, meskipun tetap di kategorikan mandatory.

Begitu pula mengenai bidang usaha dari perusahaan, UUPM tidak memberikan batasan bidang usaha bagi penanaman modal yang dikenai kewajiban melaksanakan CSR. Aturan tersebut hanya menyebutkan: “setiap

penanam modal berkewajiban...” sementara UUPT secara tegas menyebutkan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.”

Menurut Penjelasan Pasal 74 UUPT yang dimaksud dengan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang sumber daya alam”, adalah perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam.

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. Dengan demikian, bagi perseroan-perseroan yang tidak menjalankan kegiatan usahanya dibidang sumber daya alam atau tidak berkaitan dengan sumber daya alam, maka pelaksanaan CSR hanya sebatas kewajiban moral, bukan kewajiban hukum.

Persoalan ini akan menimbulkan konflik normatif dan hambatan bagi penegakan hukumnya. Sebaiknya pengaturan CSR dipisahkan dari keterkaitan dan benturan antar peraturan perundang-undangan yang sudah ada. Harus ada kejelasan kedudukan CSR yang ada agar jelas arah dan tujuan mana yang hendak dicapai. Keseluruhan peraturan perundang-undangan yang mengatur CSR haruslah memuat substansi yang seirama.

### III. KESIMPULAN

#### 1. Kesimpulan

CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat yang wajib dilaksanakan.

Dasar hukum CSR dimuat diberbagai peraturan perundang-undangan, yaitu: Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Undang-undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Bumi, Undang-undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara, Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batubara, Undang-undang Nomor 21 Tahun 2014 tentang Panas Bumi, Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 tentang Penanganan Fakir Miskin.

Dari peraturan perundang-undangan tersebut, bahwa pengaturan CSR belum secara jelas diatur dan aturan yang terkandung didalamnya mengalami inkonsistensi antara peraturan yang satu dengan aturan yang lain, sehingga menimbulkan perbedaan definisi yang mana akan berpengaruh pada penerapan CSR. Selain itu, perbedaan makna aturan yang terkandung menimbulkan diskriminasi bagi perusahaan tertentu yang terkena kewajiban untuk melaksanakan CSR. Pada akhirnya, permasalahan tersebut dapat menyebabkan kendala penerapan dalam melaksanakan CSR.

## 2. Saran

Menurut Penulis, permasalahan yang muncul dari makna peraturan perundang-undangan terkait dengan CSR dapat diatasi dengan:

a. Pemisahan keterkaitan dan benturan antar peraturan

perundang-undangan yang sudah ada agar jelas arah dan tujuan mana yang hendak dicapai.

b. Peraturan perundang-undangan yang mengatur CSR haruslah memuat substansi yang seirama

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku-buku

Ambadar, Jackie. 2008. *CSR dalam Praktik Di Indonesia*. Elex Media Komputindo. Jakarta.

Faisal, Sanafiah. 1990. *Penelitian Kualitatif: dasar-dasar dan Aplikasi*. YA3. Malang.

Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi Di Indonesia*. Refika Aditama. Bandung.

Marzuki, Peter Mahmud. 2008. *Penelitian Hukum*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.

Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Selemba Empat. Jakarta.

Susanto, A.B. 2007. *A strategic management approach, CSR*. The Jakarta Consulting Group Jakarta

\_\_\_\_\_. 2009. *Reputasion-Driven Corporate Social Responsibility*. Esensi. Jakarta.

Widjaja, Gunawan dan Yeremia Ardi Pratama. 2008. *Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*. Cetakan Pertama. Forum Sahabat. Jakarta

*Artikel*

**Artikel Jurnal**

Hakim, Dani Amran. (2016, Desember), Urgensi Penerapan Corporate Social Responsibility sebagai Upaya Menjamin Hak-hak Tenaga Kerja. *Fiat Justitia Faculty of Law Lampung University*. 10(4) : 623-646.

Marnelly, T. Romi. (2012, April), Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis Universitas Riau*. 3 (1) : 49-59.

Retnaningsih, Hartini Retnaningsih. (2105, Desember), Permasalahan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Masalah-masalah Sosial*. 6 (2) : 177-188.

**Tesis**

Asy'asri, Hasan. 2009. *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Modal Sosial pada PT Newmont*. Tesis. Universitas Diponegoro. Semarang

**Sumber Rujukan dari Website**

<http://staff.ui.ac.id/internal/132108639/material/PENULISANPROPOSALPENELITIANHUKUMNORMATIF1.pdf>.  
November.6 2011

**Undang-Undang**

Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal

Undang-undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi

Undang-undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara

Undang-undang Nomor 21 Tahun 2014 tentang Panas Bumi

Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin

Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas

Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batu Bara