

Aspek Hukum Tanggung Jawab Sosial (Corporate Social Responsibility) CSR di Perusahaan

Yullio Iglesias Bithoven Kapoh¹, Lendy Siar², Mercy Maria Magdalena Setlight³

^{1,2,3}Universitas Sam Ratulangi, Manado, Indonesia



yulliokapoh071@student.unsrat.ac.id

Abstrak

Tujuan Penelitian Untuk mengetahui dan mengkaji aspek hukum pengaturan tanggung jawab sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan. Untuk mengetahui dan mengkaji pelaksanaan tanggung jawab sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan. Hasil Penelitian Menunjukkan Aspek hukum pengaturan tanggung jawab sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dari Perusahaan sebagaimana diatur diantaranya dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, dimaksudkan untuk memberikan kepastian hukum, keadilan dan kemanfaatan bagi masyarakat. Pelaksanaan tanggung jawab sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan diharapkan segera mungkin dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan peraturan lainnya agar supaya tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dapat kenyamanan dan keamanan perusahaan dalam menjalankan perusahaan tersebut. Masyarakat supaya proaktif dan mencermati hal apa saja yang belum dilaksanakan perusahaan dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Kata Kunci: Aspek Hukum, Tanggung Jawab Sosial, CSR dan Perusahaan

Diterbitkan oleh

Fakultas Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Furqan Makassar

ISSN

2622-5212

Website

<https://ojs.staialfurqan.ac.id/jtm/>

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY SA

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



PENDAHULUAN

Setiap perusahaan memiliki aktivitas memproduksi barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan, khususnya perusahaan yang berdampak pada lingkungan hidup atau sangat mempengaruhi lingkungan wajib melaksanakan program tanggung jawab sosial lingkungan atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility*. Perusahaan yang menjalankan aktivitasnya tersebut harus memiliki rasa tanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan dan masyarakat. Apabila dimungkinkan, di samping mendapat keuntungan bagi perusahaan sendiri juga sekaligus dapat memberikan kesejahteraan bagi lingkungan

masyarakat. Dengan kata lain dalam menjalankan perusahaannya pemilik atau yang bertanggungjawab atas perusahaan itu wajib untuk melaksanakan tanggungjawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Nadirah,2020).

Tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* kemudian diatur dalam Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (selanjutnya disingkat UUPT), dijelaskan bahwa: “Perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Pemahaman tentang *Corporate Social Responsibility* sesungguhnya adalah sebagai suatu **tanggungjawab** perusahaan sebagai pedoman perusahaan dalam melakukan usahanya. Wujud dari **tanggungjawab** tersebut diaplikasikan dengan ikut memberikan sumbangsih kepada masyarakat disekitar tempat usaha sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dalam melaksanakan **tanggungjawab** sosialnya perusahaan terkadang mengalami kendala hal ini dikarenakan tidak adanya pedoman yang mengatur secara khusus untuk melaksanakan **tanggungjawab** sosial tersebut. Hal ini mempengaruhi terhadap tujuan dari *Corporate Social Responsibility* kemudian (CSR) dan terkesan perusahaan tidak dengan sungguh-sungguh melaksanakannya.

Peran dunia usaha telah memberikan kontribusi yang besar dalam kemajuan, ekonomi, sosial dan budaya, namun juga menimbulkan implikasi sosial budaya yang cukup memprihatinkan, terabaikannya hak-hak masyarakat, hilangnya sumber-sumber kehidupan masyarakat, dan berbagai pelanggaran hak asasi manusia (HAM) disebabkan oleh kegiatan perusahaan. Implikasi lain yang mengiringinya adalah kemiskinan yang mewarnai kehidupan masyarakat. Amartya Sen, seorang ekonom Bank Dunia (pejuang HAM) menemukan, bahwa persoalan kemiskinan dan kelaparan bukan ketidaktersediaan pangan, tetapi ketidakmampuan memiliki pangan yang merupakan persoalan keberpihakan (Daniri,2007).

Konsep Tanggung Jawab Sosial dan lingkungan atau *corporate social responsibility* (selanjutnya disebut CSR), telah disahkan oleh DPR tanggal 20 Juli 20027 dan diatur dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UUPT), yang telah diundangkan dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 106 Tahun 2007 dan Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4756 Tahun 2007. Empat ayat dalam Pasal 74 UU tersebut menetapkan kewajiban semua perusahaan di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan Tanggung Jawab sosial dan lingkungan. CSR secara umum merupakan kontribusi **menyeluruh** dari dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari kegiatannya.

Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar diberbagai tempat dan waktu muncul kepermukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memeprihatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya. Banyak perusahaan telah diprotes, dicabut izin operasionalnya, bahkan dirusak oleh masyarakat sekitar lokasi perusahaan karena melakukan kerusakan lingkungan, di mana Perusahaan hanya mengeruk dan mengeksploitasi sumber daya alam yang ada di daerah tersebut, tanpa memperhatikan faktor lingkungan. Kurangnya perhatian dan tanggung jawab perusahaan terhadap tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat di sekitar. Selain itu masyarakat sekitarnya juga menjadi terpinggirkan.

(*Corporate Social Responsibility*). Pertemuan penting *United Nations Global Compact di Jenewa (UN Global Compact)*, Swiss pada tanggal 7 Juli 2007, mendapat perhatian dunia dengan tujuan meminta perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawab dan perilaku bisnis yang sehat yang di kenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Perusahaan baik Badan Usaha Milik Negara (BUMN) maupun swasta untuk menyisihkan sebagian keuntungan yang diperoleh untuk melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menyebabkan perusahaan-perusahaan tersebut mengalokasikan anggaran yang relatif besar untuk membiayai pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Namun ternyata, besarnya anggaran keuangan yang telah dialokasikan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) belum bisa memberikan manfaat yang optimal bagi kemandirian dan kesejahteraan rakyat

Indonesia (Tarmizi,2021). *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menjadi sebuah kewajiban bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia yang sedang menjalankan usahanya, namun belum ada satu definisi tunggal dari CSR yang dapat diterima. Secara etimologis CSR dapat diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan atau korporasi. *Corporate Social Responsibility* (CSR) lahir dari desakan masyarakat atas perilaku perusahaan yang cenderung mengabaikan tanggung jawab sosialnya, seperti perusakan lingkungan, eksploitasi sumberdaya alam, pajak, menindas buruh, dan lain-lain. Kebanyakan perusahaan cenderung membuat jarak dengan masyarakat sekitar, program *community development* biasanya hanya bersifat *charity* seperti memberi sumbangan, santunan, dan bagi-bagi sembako. Dengan konsep *charity*, kepastian dan akses masyarakat tidak beranjak dari kondisi semula, tetapi tetap marginal, akibatnya tidak bisa memutus rantai kemiskinan dan bahkan benang kusut di bidang Pendidikan (Mulhadi,2017).

Perkembangan dunia usaha yang semakin cepat dan meningkatnya persaingan, menuntut perusahaan untuk semakin meningkatkan kinerjanya. Keberadaan perusahaan ditengah-tengah masyarakat dan lingkungannya dapat memberikan citra yang positif dan negatif. Di satu sisi, perusahaan menyediakan barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat, namun di sisi lain tidak jarang masyarakat dan lingkungan mendapatkan dampak buruk dari aktivitas Perusahaan (Amrina,2019).

Hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tentu dapat terwujud jika masyarakat dan lingkungan memiliki citra yang positif mengenai perusahaan yang bersangkutan. Citra yang positif ini bisa di bentuk apabila perusahaan memiliki sikap kepedulian. Saat ini berkembang sikap kepedulian perusahaan itu menjadi sebuah kegiatan dengan istilah tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pertama kali dicetuskan di Amerika Serikat, awalnya adalah upaya untuk melindungi buruh. Namun seiring perjalanan waktu definisi CSR berkembang menjadi suatu tanggung jawab sosial perusahaan terhadap perkembangan ekonomi, buruh karyawan, komunitas lokal, lingkungan sekitar dan masyarakat pada umumnya. Secara terminologis CSR belum memiliki pengertian tunggal yang dapat di generalisir, masih terdapatnya perbedaan pendapat tentang pengertian maupun konsepnya oleh para ahli. Sampai pada dekade 1980-1990an, gagasan CSR terus berkembang. Lahirnya Konferensi Tingkat Tinggi Bumi di Rio pada 1992 menegaskan konsep *sustainability development* (pembangunan berkelanjutan) sebagai hal yang mesti diperhatikan, tak hanya oleh negara, tapi terlebih oleh kalangan perusahaan. Tekanan KTT Rio, terasa bermakna sewaktu James Collins dan Jerry Porras melakukan penelitian yang berjudul *Built To Last; Succesful Habits of Visionary Companies di tahun 1994*. Lewat riset yang dilakukan, mereka menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang terus hidup bukanlah perusahaan yang hanya mencetak keuntungan semata.

Negara hukum yang menjamin adanya tertib hukum dalam masyarakat artinya memberi perlindungan hukum pada masyarakat, yaitu antara hukum dan kekuasaan ada hubungan timbal balik, sehingga terciptanya tatanan hidup berbangsa dan bernegara yang dinamis serta hukum menjadi panglima dan menjadi pedoman dalam menjalankan kehidupan sosial setiap warga negara. Maka dari itu untuk menjamin kepastian hukum dalam pelaksanaan CSR di Indonesia pemerintah mengeluarkan kebijakan berupa peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai CSR yang diharapkan nantinya dapat dijadikan pedoman dalam penerapannya.

Aspek hukum pengaturan tanggung jawab sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan, perlu diketahui oleh masyarakat karena perlu dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hal ini diperlukan untuk memberikan kepastian hukum adanya pelaksanaan tanggung jawab sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan.

METODE

Metode penelitian hukum yang digunakan untuk penyusunan penulisan ini ialah metode penelitian hukum normatif. Bahan-bahan hukum yang digunakan dalam penulisan ini diperoleh dari studi kepustakaan berupa: bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan, termasuk konvensi-konvensi internasional di bidang hukum humaniter dan bahan hukum sekunder berupa literatur, jurnal-jurnal hukum, serta bahan hukum tersier yang terdiri dari kamus umum dan kamus hukum.

Metode yang digunakan adalah metode penelitian normatif yang merupakan prosedur penelitian ilmiah untuk menemukan kebenaran berdasarkan logika keilmuan hukum dari sisi normatifnya (Ibrahim,2007). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka, dapat dinamakan penelitian hukum normatif atau penelitian hukum kepustakaan (di samping adanya penelitian hukum sosiologis atau empiris yang terutama meneliti data primer) (Soekanto,1995).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Aspek Hukum Pengaturan Tanggung Jawab Sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dari Perusahaan

Mengenai pertanggungjawaban sosial sebuah perusahaan atau lebih dikenal dengan istilah CSR telah menjadi bahan perbincangan di kalangan publik serta pelaku bisnis. CSR oleh perusahaan dipandang sebagai sebuah indikator kematangan dan kinerja yang baik dari perusahaan yang menyelenggarakannya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholdernya*. CSR timbul sejak era dimana kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang lebih penting daripada sekedar *profitability* (Haerani,2017). Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya (*cost centre*) melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit centre*). Kegiatan CSR penting dalam upaya membangun citra dan reputasi perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan baik dari konsumen maupun mitra bisnis perusahaan.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam rangka pelaksanaan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) menduduki peran penting. Pertama, program CSR menunjukkan kepedulian dari corporate atau perusahaan untuk ikut memikirkan dan mengembangkan masyarakat baik dari sisi program pemberdayaan sosial maupun dari sisi penyisihan sebagian dana profit perusahaan yang diperuntukan pada program pemberdayaan (*empowering*). Kedua, program CSR menunjukkan keikutsertaan perusahaan dalam menjaga kelestarian lingkungan ketika melakukan eksploitasi dan eksplorasi sumberdaya alam.

Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan. Disisi lain masyarakat mempertanyakan perusahaan yang berorientasi pada usaha maksimalisasi keuntungan-keuntungan secara ekonomis memiliki komitmen moral untuk mendistribusi keuntungan-keuntungannya membangun masyarakat lokal, karena seiring dengan waktu masyarakat tak sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan, melainkan juga menuntut untuk bertanggung jawab sosial.

Di Indonesia, praktik CSR di perusahaan-perusahaan sudah berjalan sejak tahun 1990-an. Menurut lingkaran studi CSR, kegiatan CSR di Indonesia lebih terbatas pada perusahaan-perusahaan ekstraktif yang lebih berfokus pada kegiatan kesehatan (*health*), keselamatan kerja (*safety*), dan lingkungan hidup (*environment*). Disingkat HSE, pada pertengahan tahun 1990-an mulai terjadi pergeseran pendekatan pada kegiatan pengembangan masyarakat, baru pada tahun 2000-an istilah CSR mulai populer di kalangan perusahaan besar Indonesia.

PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, merupakan salah satu badan hukum usaha BUMN yang kegiatan pokoknya yaitu bidang perbankan, latar belakang berdirinya dimaksudkan guna menunjang pembangunan nasional khususnya pembangunan bidang perekonomian. Sektor Perbankan yang memiliki posisi strategis sebagai lembaga inter mediasi dan penunjang sistem pembayaran (*payment system*) merupakan faktor yang sangat menentukan dalam proses penyesuaian dimaksud. Sehubungan dengan itu, diperlukan penyempurnaan terhadap sistem Perbankan nasional yang bukan hanya mencakup upaya penyehatan bank secara individual melainkan juga penyehatan sistem Perbankan secara menyeluruh, terkait mengelola komunikasi serta kegiatan tanggungjawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) CSR, menjadi salah satu pertimbangan penting bagi investor untuk memutuskan investasi. Artinya laporan keuangan (*financial report*) bukan satu-satunya sebagai bahan pertimbangan bagi para investor dalam pengambilan keputusan. Salah satunya pengungkapan CSR yang dilakukan menjadi daya tarik tersendiri bagi para investor.

Kewajiban terkait tersebut diatur dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal serta Peraturan Menteri BUMN No 5 Tahun 2007 tentang Program kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Dalam ketentuan dinyatakan secara jelas tentang kewajiban badan hukum usaha terkait Tanggung jawab Sosial terhadap lingkungannya.

Dalam kedudukannya sebagai salah satu badan hukum usaha, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, dalam melaksanakan kegiatan usahanya berkewajiban mematuhi peraturan perundang-undangan, antara lain terkait tanggung jawab sosial atau yang lebih dikenal dengan istilah (*Corporate Social Responsibility*) CSR.

Dalam dunia usaha konsep CSR bukan merupakan hal baru. Beberapa perusahaan telah melaksanakan suatu tindakan sukarela dalam konteks pelaksanaan etika bisnis. Berkaitan dengan penerapan prinsip-prinsip etika dalam bisnis, menyangkut persoalan moralitas dari suatu keputusan dan aktivitas. Dalam pelaksanaan reformasi hukum ekonomi, hal ini telah menimbulkan pro dan kontra di berbagai kalangan terutama di kalangan bisnis. Hal ini disebabkan konsep (*Corporate Social Responsibility*) CSR telah menjadi instrumen hukum yang diatur sebagai salah satu materi dalam beberapa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan bidang ekonomi (Ambarin,2010).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007, 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. Sejalan dengan itu, disahkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas bertujuan agar mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Ketentuan mengenai (*corporate social responsibility*) diatur secara tegas dalam Pasal 74 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang menegaskan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam dan/atau bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Utama,2019).

Kewajiban untuk melakukan CSR diwajibkan kepada setiap penanam modal sebagaimana diatur dalam Pasal 5 huruf (b) Undang-Undang Penanaman Modal (UUPM) Nomor 25 Tahun 2007 yang menyatakan "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan". Penjelasan pasal ini menyatakan bahwa yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan nilai, norma dan budaya masyarakat". Selanjutnya dalam Pasal 16 huruf (d) juga menentukan bahwa "setiap penanam modal bertanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan hidup". Apabila tidak dilakukan maka akan diberikan sanksi administrasi berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan, hingga

pencabutan kegiatan usaha dan/ atau fasilitas penanaman modal (Pasal 34 ayat 1 UUPM) (Fitrah,2015).

Pada Tahun 2003, pemerintah melalui kementerian BUMN, mewajibkan seluruh BUMN untuk menjalankan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan atau PKBL melalui Peraturan Menteri BUMN Nomor 5 Tahun 2007 tentang Program kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Pada tahun 2007 juga mengeluarkan UU No 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, UU No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perusahaan yang bergerak di bidang penggalan sumber daya alam untuk melakukan kegiatan CSR.

Peraturan lain yang berkaitan dengan CSR adalah UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 butir (b) menyatakan bahwa "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan." Meskipun undang-undang ini telah mengatur sanksi-sanksi secara terperinci terhadap badan usaha atau usaha perseorangan yang mengabaikan CSR (Pasal 34), namun undang-undang ini baru mampu menjangkau investor asing dan belum mengatur secara tegas perihal CSR bagi perusahaan nasional.

Perundang-undangan tentang CSR yang relatif lebih terperinci adalah UU No.19 Tahun 2003 tentang BUMN. Undang-undang tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan Peraturan Menteri Negara BUMN Per- 05/MBU/2007 yang mengatur mulai dari besaran dana hingga tata cara pelaksanaan CSR. Seperti yang diketahui, CSR milik BUMN adalah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Dalam UU BUMN dinyatakan bahwa selain mencari keuntungan, peran BUMN adalah juga memberikan bimbingan bantuan secara aktif kepada pengusaha golongan lemah, koperasi dan masyarakat.

Pelaksanaan CSR oleh PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk akan sangat berpengaruh terhadap apresiasi masyarakat, termasuk terhadap produk PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Dengan kata lain, melaksanakan CSR yang tepat dan akurat akan meningkatkan harapan masyarakat. Studi tersebut juga menyimpulkan bahwa dibanding dengan Eropa dan Amerika, praktik-praktik CSR di Indonesia benar-benar belum berkembang dan hal ini berarti konsumen mungkin memiliki tingkat harapan lebih rendah. Namun dengan demikian, harapan berkembang dan seiring dengan perjalanan waktu, maka CSR akan menjadi semakin penting bagi perusahaan-perusahaan yang berada di Indonesia, khususnya bagi PT. Bank Mandiri Tbk.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumber daya dan komunitas setempat (lokal). Benny Sutrisno (Presdir PT. Apac Inti Corpora), mengartikan (*Corporate Social Responsibility*) sebagai "budi pekerti" perusahaan. Artinya, CSR mewujudkan dalam semua aspek kegiatan perusahaan. Kemitraan yang berkeadilan dalam mata rantai nilai bisnis dipandang sebagai salah satu bentuk CSR pada aspek ekonomi. Pada aspek lingkungan, CSR mewujudkan antara lain pada analisis dan antisipasi dampak lingkungan secara bertanggung jawab. Disisi etika, CSR bersifat sukarela, tapi terkait dampak lingkungan CSR bersifat memaksa, diatur hukum (Ambarin,2008).

(*Corporate Social Responsibility*) merupakan trend global yang digunakan sebagai alat bersaing perusahaan dalam bisnis modern. CSR dapat menjadi strategi bisnis perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan mengangkat citra perusahaan sekaligus sebagai keunggulan kompetitif yang sulit ditiru. Okti Damayant (Unilever Peduli Foundation), menegaskan bahwa (*Corporate Social Responsibility*) didefinisikan sebagai cara berbisnis. Semua cakupan kegiatan bisnis harus mempunyai dampak positif bagi masyarakat. Sedangkan menurut Mulyadi (Pengamat CSR UGM) CSR tetap mengandung motif tertentu (Fitrah,1998). Motif-motif tersebut diantaranya menjaga keamanan fasilitas produksi, motif mematuhi kesepakatan kontrak kerja, dan motif moral untuk memberikan pelayanan sosial pada masyarakat lokal. Secara normatif, idealnya perusahaan seharusnya berusaha memberdayakan masyarakat lokal dan meningkatkan kesejahteraan mereka. Dan sekalipun masih sedikit, tapi beberapa perusahaan sudah banyak yang melakukan CSR atas motif moral. Sebagai salah satu pilar *Good Corporate Governance* (GCG), pelaksanaan *Corporate Social*

Responsibility (CSR) merupakan hal yang penting yang harus dilakukan oleh perusahaan. CSR merupakan bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada *stakeholders* sudah menjadi tuntutan jaman ditengah dunia bisnis yang sudah berubah.

Pada perinsipnya CSR merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan para *stakeholders* dalam arti luas daripada sekedar kepentingan perusahaan belaka. Meskipun secara moral adalah baik suatu perusahaan mengejar keuntungann, bukan berarti perusahaan dibenarkan mencapai keuntungan tersebut dengan mengorbankan kepentingan-kepentingan pihak lain yang terkait. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus bertanggungjawab atas tindakan, kegiatan dan usahanya yang mempunyai dampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap *stakeholdersnya* dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitas usahanya.

Pengaturan bagi perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan CSR yang diatur dalam pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermafaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mendukung terjalinnya hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat, maka ditentukanlah bahwa perseroan yang kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Untuk melaksanakan kewajiban tersebut, maka kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan harus dianggarkan yang dimuat dalam laporan tahunan perseroan. Dalam hal perseroan tidak melaksanakan tanggung jawab sosial lingkungan, maka perseroan yang bersangkutan akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Misalnya sesuai ketentuan Pasal 34 Undang-Undang tentang Penanaman Modal yang berkaitan dengan sanksi bagi penanam modal meskipun dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas tidak diatur.

Dengan ditegaskannya tanggung jawab sosial perusahaan sebagai kewajiban penanaman modal, maka Pasal 15 Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 Tentang Penanaman Modal (UUPM) telah meletakkan landasan Yuridis perubahan paradigma sifat CSR dari *Voluntary* menjadi *Mandatory*. Apalagi bagi perusahaan yang tidak melaksanakan kewajibannya akan dikenakan sanksi administratif sebagaimana di maksud dalam Pasal 34 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal (UUPM). Perubahan paradigma ini diperkuat dalam penjelasan umum Undang Undang Nomor 25 Tentang Penanaman Modal (UUPM) yang menyatakan 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”.

Pertanggungjawaban hukum dalam makna liability dari CSR sebagaimana dalam Pasal 74 Undng-Undang Perseroan Terbatas, meskipun tidak diatur secara eksplisit, namun dalam Undang-Undang tersebut dijelaskan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial lingkungan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum berdasarkan peraturan perundang-undangan terkait misalnnnya; KUHPerdata, Undang-Undang Lingkungan Hidup, Undang-Undang Pertambangan, dan sebagainya.

B. Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dari Perusahaan

Menurut Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pengertian CSR dalam Pasal 1 angka 3 menyebutkan tanggung jawab sosial lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan tersendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Perogram Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, konsep CSR dapat dipahami dalam Pasal 2 bahwa menjadi kewajiban bagi BUMN baik perseroan untuk melaksanakannya.

Pada Perkembangannya *corporate social responsibility* sudah cukup pelaksanaannya. *Corporate social responsibility* dipandang sebagai suatu keharusan di dalam berusaha. Perusahaan semakin hari semakin menyadari betapa pentingnya *corporate social responsibility*. Korporasi makin menyadari bahwa *corporate social responsibility* pada akhirnya berdampak positif bagi bisnis itu sendiri. Korporasi dapat terbimbing dengan etika yang kuat. Mereka bisa membangun hubungan dengan masyarakat secara lebih positif. Hubungan yang kuat ini akan menjadi benteng sosial yang sangat berarti bagi perusahaan. Dampak yang tak kalah pentingnya adalah citra perusahaan yang menjadi terangkat. Akan tetapi kepentingan ini harus dipandang sebagai efek samping dari pelaksanaan bukan tujuan utamanya.

Tapi pada penerpanannya *corporate social responsibility* masih banyak mengalami kendala. Ada banyak faktor yang mempengaruhi tidak tercapainya tujuan dari *corporate social responsibility*. Keberadaan *corporate social responsibility* memberikan banyak manfaat baik dilihat dari aspek sosial, ekonomi, maupun lingkungan. Meskipun demikian, penerapan *corporate social responsibility* di Indonesia masih banyak ditemukan tantangan mengingat belum adanya standarisasi *corporate social responsibility*, kesatuan istilah, konsep, bentuknya. Di samping itu, pengaturan *corporate social responsibility* ke dalam produk hukum itu sendiri pun menimbulkan pendapat yang berbeda antara yang pro dan yang kontra. Berbagai argumentasi yang menolak *corporate social responsibility* sebagai suatu kewajiban, melihat *corporate social responsibility* pada tataran kewajiban saja. Para pelaku usaha tidak mengindahkan dasar filosofinya dan dampak yang berlangsung selama ini. Pelaku usaha tidak melihat dari segi tanggung jawab kepada generasi berikutnya, terhadap apa yang telah mereka lakukan dan apa yang akan mereka wariskan kepada generasi akan datang. Dengan diwajibkannya *corporate social responsibility*, dunia usaha mengkhawatirkan undang-undang tersebut akan menjadi legitimasi praktik pungutan liar karena peraturan itu mencakup kewajiban perusahaan untuk mengalokasikan dana *corporate social responsibility*.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) mengacu pada kewajiban suatu perusahaan untuk mempertimbangkan dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari operasi bisnisnya serta berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan. Namun, ada beberapa hambatan internal yang dapat menghambat implementasi tanggung jawab sosial dalam sebuah perusahaan:

1. **Tujuan Keuntungan Finansial Utama:** Perusahaan sering kali memiliki fokus utama pada mencapai keuntungan finansial dan mencapai target keuangan. Ketika tujuan finansial ini mendominasi, perusahaan mungkin cenderung mengabaikan aspek sosial dan lingkungan yang tidak langsung terkait dengan pertumbuhan pendapatan atau keuntungan.
2. **Kurangnya Kesadaran dan Pemahaman:** Jika manajemen dan karyawan perusahaan tidak sepenuhnya memahami pentingnya tanggungjawab sosial perusahaan atau tidak memiliki kesadaran tentang dampak negatif yang mungkin ditimbulkan oleh kegiatan bisnis, mereka mungkin tidak akan meluangkan waktu atau sumber daya untuk memprioritaskan inisiatif CSR.
3. **Sumber Daya Terbatas:** Implementasi CSR sering kali memerlukan alokasi sumber daya tambahan, baik dalam bentuk tenaga kerja, anggaran, atau infrastruktur. Perusahaan dengan sumber daya yang terbatas mungkin enggan mengalokasikan sumber daya ini untuk inisiatif sosial atau lingkungan jika dianggap mengganggu operasi inti atau pertumbuhan.
4. **Tekanan Persaingan:** Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, perusahaan mungkin merasa sulit untuk memprioritaskan CSR karena fokus mereka pada mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar dan memenangkan persaingan. Ini dapat menyebabkan pengabaian terhadap tanggung jawab sosial yang lebih luas.

5. **Kebijakan dan Budaya Perusahaan yang Tidak Mendukung:** Jika kebijakan perusahaan tidak mengintegrasikan nilai-nilai tanggung jawab sosial atau jika budaya perusahaan tidak mendorong kepedulian terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, maka inisiatif CSR mungkin sulit untuk diterapkan.
6. **Tanggapan Konsumen yang Lemah:** Jika konsumen tidak memberikan dukungan yang kuat terhadap perusahaan yang berupaya bertanggungjawab secara sosial dan lingkungan, perusahaan mungkin merasa kurang termotivasi untuk melanjutkan upaya CSR.
7. **Pemahaman tentang Manfaat Jangka Panjang:** Manfaat dari inisiatif CSR seringkali lebih terlihat dalam jangka panjang daripada jangka pendek. Jika manajemen lebih fokus pada hasil jangka pendek atau tuntutan dari pemegang saham, mereka mungkin enggan berinvestasi dalam upaya yang mungkin tidak memberikan hasil yang cepat.

Untuk mengatasi hambatan-hambatan ini, penting bagi perusahaan untuk memahami nilai jangka panjang dari tanggung jawab sosial dan bagaimana hal tersebut dapat meningkatkan reputasi perusahaan, mengurangi risiko, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan para pemangku kepentingan. Selain itu, pendidikan, komunikasi, dan integrasi nilai-nilai CSR ke dalam struktur dan budaya perusahaan juga penting dalam memfasilitasi implementasi tanggung jawab sosial yang efektif.

Tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR) perusahaan juga dapat terhambat oleh faktor-faktor eksternal, yaitu faktor-faktor di luar kendali perusahaan yang mempengaruhi kemampuan mereka untuk menerapkan praktik-praktik CSR. Beberapa hambatan eksternal termasuk:

1. **Regulasi dan Kebijakan Pemerintah:** Kebijakan pemerintah yang tidak mendukung atau bahkan menghambat inisiatif CSR dapat menjadi hambatan utama. Jika regulasi lingkungan, pekerja, atau keuangan tidak cukup ketat atau tidak ditegakkan dengan baik, perusahaan mungkin merasa kurang terdorong untuk melaksanakan praktik-praktik CSR.
2. **Tekanan Persaingan Industri:** Jika perusahaan merasa bahwa pesaingnya tidak mengimplementasikan tanggung jawab sosial dan lingkungan, mereka mungkin enggan untuk melakukannya juga, takut akan biaya tambahan yang mungkin terjadi atau perasaan tidak adil.
3. **Tingkat Kesadaran Masyarakat:** Tingkat kesadaran masyarakat tentang isu-isu sosial dan lingkungan dapat mempengaruhi bagaimana perusahaan merasa perlu untuk merespons. Jika masyarakat kurang peduli tentang isu-isu ini, perusahaan mungkin merasa kurang dorongan untuk berinvestasi dalam CSR.
4. **Tekanan Pemangku Kepentingan (*Stakeholder*):** Jika pemangku kepentingan seperti investor, pelanggan, atau mitra bisnis tidak memberikan tekanan atau dukungan yang kuat terhadap praktik CSR, perusahaan mungkin merasa bahwa tidak ada insentif yang cukup untuk melaksanakannya.
5. **Ketidakpastian Ekonomi dan Finansial:** Dalam situasi ekonomi yang tidak stabil, perusahaan mungkin lebih cenderung untuk memfokuskan sumber daya mereka pada kelangsungan bisnis dan keuntungan finansial daripada pada inisiatif CSR.
6. **Ketersediaan Sumber Daya:** Ketersediaan sumber daya seperti anggaran tambahan, tenaga kerja yang terlatih, atau teknologi yang diperlukan untuk implementasi CSR dapat menjadi hambatan jika sumber daya tersebut terbatas.
7. **Pasar dan Permintaan Konsumen:** Jika konsumen tidak mengutamakan produk atau layanan yang berasal dari perusahaan dengan praktik CSR, maka perusahaan mungkin merasa kurang termotivasi untuk melaksanakan inisiatif tersebut.
8. **Kompleksitas Rantai Pasokan:** Jika rantai pasokan perusahaan melibatkan berbagai mitra bisnis, koordinasi untuk mengimplementasikan praktik-praktik CSR di seluruh rantai pasokan dapat menjadi rumit dan sulit dilakukan.

Untuk mengatasi hambatan-hambatan ini, perusahaan perlu membangun kesadaran tentang manfaat jangka panjang dari CSR, membangun hubungan yang kuat dengan pemangku

kepentingan, dan bekerja sama dengan pemerintah dan industri untuk menciptakan lingkungan yang mendukung implementasi praktik-praktik CSR.

Hambatan bersumber dari masyarakat. Masyarakat secara umum belum memiliki pemahaman mengenai *corporate social responsibility*, sehingga masyarakat seringkali salah ketika memohon bantuan kepada pihak perusahaan. Keliru disini maksudnya adalah masyarakat ketika meminta bantuan dana seperti seorang preman yang memeras korbannya. Padahalnya seharusnya kelompok-kelompok masyarakat dapat membina hubungan baik dengan pihak perusahaan tersebut dan bukan terkesan seperti pungli. Akibatnya penyaluran dana bantuan yang disalurkan perusahaan menjadi tidak tepat sasaran. Artinya mereka yang seharusnya menerima bantuan malah sebaliknya tidak mendapatkan bantuan tersebut. Hal ini jelas menjadi hambatan bagi pelaksanaan program *corporate social responsibility*. Sehingga program *corporate social responsibility* tidak dapat dirasakan langsung bagi mereka yang sesungguhnya membutuhkan bantuan dana dan uluran tangan dari perusahaan.

Penjelasan Atas Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, menjelaskan dalam Undang-Undang ini diatur mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi Perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mendukung terjalinnya hubungan Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat, maka ditentukan bahwa Perseroan yang kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Untuk melaksanakan kewajiban Perseroan tersebut, kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang dilaksanakan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Kegiatan tersebut dimuat dalam laporan tahunan Perseroan. Dalam hal Perseroan tidak melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan maka Perseroan yang bersangkutan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Menurut Penjelasan Atas Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal. Hak, kewajiban, dan tanggung jawab penanam modal diatur secara khusus guna memberikan kepastian hukum, mempertegas kewajiban penanam modal terhadap penerapan prinsip tata kelola perusahaan yang sehat, memberikan penghormatan atas tradisi budaya masyarakat, dan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengaturan tanggung jawab penanam modal diperlukan untuk mendorong iklim persaingan usaha yang sehat, memperbesar tanggung jawab lingkungan dan pemenuhan hak dan kewajiban tenaga kerja, serta upaya mendorong ketaatan penanam modal terhadap peraturan perundang-undangan.

Menurut Penjelasan Atas Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Peraturan Pemerintah ini melaksanakan ketentuan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam Peraturan Pemerintah ini diatur mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya maupun Perseroan itu sendiri dalam rangka terjalinnya hubungan Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Dalam Peraturan Pemerintah ini, Perseroan yang kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kegiatan dalam memenuhi kewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang dilaksanakan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut dimaksudkan untuk:

1. meningkatkan kesadaran Perseroan terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia;

2. memenuhi perkembangan kebutuhan hukum dalam masyarakat mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan; dan
3. menguatkan pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan sesuai dengan bidang kegiatan usaha Perseroan yang bersangkutan.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, dalam Peraturan Pemerintah ini diatur mengenai:

1. Tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh Perseroan dalam menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.
2. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dilakukan di dalam ataupun di luar lingkungan Perseroan.
3. Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan berdasarkan rencana kerja tahunan yang memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaannya.
4. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan disusun dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
5. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dimuat dalam laporan tahunan Perseroan untuk dipertanggungjawabkan kepada RUPS.
6. Penegasan pengaturan pengenaan sanksi Perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
7. Perseroan yang telah berperan dan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang.

Perusahaan sebagai salah satu pelaku dalam pembangunan ekonomi nasional, sudah selayaknya tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan finansial namun juga perlu berkontribusi bagi masyarakat atau lingkungan sekitar. Kesejahteraan masyarakat menjadi sangat penting demi keberlangsungan kegiatan operasional PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk karena secara langsung atau tidak langsung akan melibatkan masyarakat. Oleh karena itu, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk sangat perlu untuk melakukan tanggung jawab terhadap masyarakat. Salah satu bentuk kepedulian PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk terhadap masyarakat sekitar kegiatan diwujudkan dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diimplementasikan dalam bentuk *Community Development*.

Pelaksanaan program Mandiri Bersama Mandiri, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk bermaksud membina kelompok atau komunitas masyarakat secara terintegrasi dalam hal kapasitas, infrastruktur, kapabilitas dan akses, sehingga terwujud tatanan masyarakat sejahtera dan mandiri. Dimulai sejak tahun 2010 hingga tahun 2015 PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk secara berkelanjutan melaksanakan program Mandiri Bersama Mandiri (MBM) yang diimplementasikan melalui pengembangan lanjutan atas Kawasan atau cluster-cluster binaan yang saat ini telah ada serta melakukan pem-bangunan kawasan baru yang di dalamnya telah terdapat mitra binaan atau memiliki potensi untuk penyaluran pinjaman Program Kemitraan, di antaranya adalah:

- a. MBM - Ogan Ilir, Sumatera Selatan.
- b. MBM - Desa Karawang.

Program WMM (Wirausaha Muda Mandiri) adalah program CSR unggulan Mandiri yang telah dilaksanakan sejak tahun 2007 lalu, dengan fokus utama untuk menumbuhkan bibit-bibit wirausahawan muda dan memberikan apresiasi bagi mereka yang telah berani terjun berwirausaha, selain itu juga melaksanakan pembinaan secara berkelanjutan dengan harapan agar usaha mereka dapat terus naik kelas.

Pelaksanaan program Wirausaha Muda Mandiri berawal dari keprihatinan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, melihat terbatasnya kemampuan industri dalam menyerap tenaga kerja yang menyebabkan tingginya jumlah pengangguran di Indonesia, khususnya dari kalangan usia produktif. Besarnya jumlah pengangguran ini tentu harus disikapi oleh semua pihak, terutama guna mencari solusi terbaik untuk mengatasinya. Oleh karena itu, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk berkomitmen untuk mendorong tumbuhnya semangat kewirausahaan

terutama di kalangan generasi muda, sehingga tercipta inisiatif untuk menciptakan lapangan kerja, bukan untuk mencari kerja (Arifuddin,2007).

Implementasi program Wirausaha Muda Mandiri pun tidak terlepas dari posisi strategis sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di dalam pertumbuhan perekonomian nasional. Sebagaimana telah terbukti, sektor UMKM selalu mampu untuk survive dalam setiap krisis moneter yang terjadi serta mampu menjadi pilar dan pengaman pertumbuhan perekonomian nasional.

Kepedulian kepada masyarakat sekitar komunitas dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dimengerti sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kepentingan bersama bagi organisasi dan komunitas. CSR adalah bukan hanya sekedar kegiatan amal, di mana CSR mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibatnya terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan, termasuk lingkungan hidup. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk membuat keseimbangan antara kepentingan beragam pemangku kepentingan eksternal dengan kepentingan pemegang saham, yang merupakan salah satu pemangku kepentingan internal (Arifuddin,2008).

CSR di Indonesia telah dituangkan dalam peraturan perundang-undangan yaitu dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang telah disahkan DPR tanggal 20 Juli 2007 menandai babak baru pengaturan CSR di negeri ini. Keempat ayat dalam Pasal 74 UU tersebut menetapkan kewajiban semua perusahaan di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Dalam hal pengaturan CSR ini diatur didalam Pasal 1 angka 3 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas 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". Pendekatan regulasi sebaiknya dilakukan untuk menegakkan prinsip transparansi dan *fairness* dalam kaitan untuk menyamakan *level of playing field* pelaku ekonomi. Sebagai contoh, UU dapat mewajibkan semua perseroan untuk melaporkan, bukan hanya aspek keuangan, tetapi yang mencakup kegiatan CSR dan penerapan GCG.

Seringkali kepentingan perusahaan diseberangkan dengan kepentingan masyarakat. Tak banyak yang menyadari bahwa sesungguhnya perusahaan dan masyarakat memiliki ketergantungan yang tinggi. Saling ketergantungan antara perusahaan dan masyarakat berimplikasi bahwa baik keputusan bisnis dan kebijakan sosial harus mengikuti prinsip berbagi manfaat (*shared value*), yaitu pilihan-pilihan harus memberi manfaat kedua belah pihak.

Aspek pengaturan hukum tanggung jawab sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan, diatur diantaranya dalam Undang-Undang No. 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM) dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) dan peraturan perundang-undangan lainnya. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan kepastian hukum, keadilan dan kemanfaatan bagi masyarakat. Oleh karena itu perlu dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pelaksanaan tanggung jawab sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan diperlukan karena bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya.

KESIMPULAN

1. Aspek hukum pengaturan tanggung jawab sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dari Perusahaan sebagaimana diatur diantaranya dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang

- Penanaman Modal dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, dimaksudkan untuk memberikan kepastian hukum, keadilan dan kemanfaatan bagi masyarakat. Tanggung jawab sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan diperlukan karena bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya.
2. Pelaksanaan tanggung jawab sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan diharapkan segera mungkin dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan peraturan lainnya agar supaya tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dapat kenyamanan dan keamanan perusahaan dalam menjalankan perusahaan tersebut. Masyarakat supaya proaktif dan mencermati hal apa saja yang belum dilaksanakan perusahaan dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

REFERENSI

- Andrew Shandy Utama. Problematika Dalam Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Kehutanan Dan Perkebunan Di Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. *Supremasi Jurnal Hukum* Vol. 2, No. 1, 2019. hlm. 136.
- Dani Amran Hakim dan Dania Hellin Amrina. Kewajiban Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) Di Indonesia: Antara Legal Obligation Atau Moral Obligation. *Pranata Hukum*. Volume 14 Nomor 2 Juli 2019. hlm. 177.
- Farida Haerani. Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Rangka Meningkatkan Reputasi Perusahaan (Dalam Kajian Aspek Hukum Bisnis). *Jurnal Lex Librum*, Vol. IV, No. 1, Desember 2017, hlm. 637-65. hlm. 638.
- Ida Nadirah. *Pelaksanaan Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Masyarakat Sekitar Wilayah Perusahaan Perkebunan. *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*. Volume 1 Nomor 1, Juni 2020: Page 7-13. hlm. 7.
- Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Citra Aditya Bakti. Bandung. 2007. hlm. 57.
- Muhammad Fitrah. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* Di PT. Pertamina (PERSRO) Cabang Bima (Implementation of *Corporate Social Responsibility* by PT Pertamina (PERSERO) Branch of Bima). *Jurnal IUS | Vol III | Nomor 8 | Agustus; 2015 | hlm*, Kajian Hukum dan Keadilan IUS. 264-281. hlm. 265.
- Mulhadi, *Hukum Perusahaan Bentuk-Bentuk Badan Usaha di Indonesia*. Cetakan Kedua (Depok: Raja Grafindo Persada, 2017), hlm. 117-118)
- Nur Sulistyio B Ambarin. *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Instrumen Hukum Ekonomi Di Era Globalisasi. *Jurnal Dinamika Hukum* Vol. 10 No. 3 September 2010. hlm. 317.
- Nur Arifudin. *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Perspektif Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (*Corporate Social Responsibility* (CSR) Under Perspective of Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas). Risalah HUKUM Fakultas Hukum Unmul, Desember 2008, Hal. 128 – 134 Vol. 4, No. 2 ISSN 021-969X. hlm. 129.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta. 1995, hlm. 13-14.
- Tarmizi. Peranan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Lombok Energy Dynamics Dalam Meningkatkan Pembangunan Masyarakat Desa Di Desa Padak Guar Kecamatan Sembelia Kabupaten Lombok Timur. *Juridica*. Volume 2, Nomor 2, Mei 2021. hlm. 40.

Copyright Holder :
© Yullio Iglesias Bithoven Kapoh , Lendy Siar , Mercy Maria Magdalena Setlight (2023)

First Publication Right :

© Jurnal Tana Mana

This article is under

