

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Aisyah Shakila¹, Arini Aulia², Dhea Amelia Stiawan³, Fatika Karmila⁴, Geryl Ahmad Gibran⁵, Mangatur Untung Sinaga⁶, Farahdinny Siswajanth⁷

1,2,3,,4,5,6,7Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Pakuan Bogor, Indonesia

e-mail: ashakila2004@gmail.com¹, ariniauliaa21@gmail.com²,
dheastiawan@gmail.com³, fatikarmelia@gmail.com⁴,
gerylahmadgibran02@gmail.com⁵, mangaturuntung@gmail.com⁶,
farahdinny@unpak.ac.id⁷

Abstrak

Gerakan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan usaha yang ditempuh oleh perusahaan untuk menunjukkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial, sebagai manifestasi dari prinsip-prinsip etika dalam mencapai kinerja jangka panjang. Keberhasilan pelaksanaan CSR tidak terlepas dari partisipasi aktif pengusaha, pemerintah, dan masyarakat. CSR tidak hanya mencakup konsep pemberian dukungan keuangan kepada aspek sosial, melainkan juga mencakup perlakuan adil terhadap karyawan tanpa diskriminasi, menjaga hubungan positif dengan pemasok, serta melibatkan program-program yang berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang.

Kata kunci: *Tanggung Jawab Sosial, Pemangku Kepentingan, Etika Bisnis.*

Abstract

The Corporate Social Responsibility (CSR) movement is an effort undertaken by companies to demonstrate their commitment to social responsibility, as a manifestation of ethical principles in achieving long-term performance. The success of CSR implementation is inseparable from the active participation of entrepreneurs, government, and the community. CSR not only encompasses the concept of providing financial support to social aspects but also includes fair treatment of employees without discrimination, maintaining positive relationships with suppliers, and engaging in programs oriented towards long-term sustainability.

Keywords : *Social Responsibility, Stakeholders, Business Ethics.*

PENDAHULUAN

Berjalannya operasional sebuah perusahaan perlu memperhatikan kondisi gejala sosial budaya di sekitarnya. Hal ini karena perubahan dalam pola hidup dan pendapatan

yang signifikan antara pegawai perusahaan dan masyarakat sekitar, atau bahkan di dalam perusahaan sendiri, dapat menghambat kelancaran operasional. Contoh dampaknya adalah munculnya kecemburuan sosial sebagai akibat dari disparitas pendapatan antara pegawai lokal dan pegawai pendatang (baik dari luar daerah maupun karyawan asing).

Fakta-fakta tersebut pada dasarnya dapat menjadi penghambat bagi kelancaran operasional sebuah perusahaan dan juga menghadirkan kendala dalam membentuk budaya perusahaan. Terlebih lagi jika terjadi kerusakan lingkungan di sekitar lokasi operasional perusahaan. Menghadapi tantangan-tantangan tersebut, banyak perusahaan swasta saat ini sedang mengembangkan konsep yang dikenal sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan mencerminkan kesadaran perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain yang lebih luas daripada sekadar kepentingan perusahaan itu sendiri.

Dalam semua interaksi antara suatu perusahaan dan seluruh pemangku kepentingannya, termasuk pelanggan, karyawan, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier, bahkan pesaing, memiliki peran penting. Dalam skala internasional, kewajiban korporat untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas di sekitar wilayah operasionalnya telah diakui dalam standar ISO. Kewajiban ini ditegaskan dalam pertemuan antar perusahaan internasional di Trinidad pada workshop ISO/COPOLCO (ISO Committee on Consumer Policy) tahun 2002 di Port of Spain.

Perkembangan inisiatif sosial perusahaan melibatkan bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat, kegiatan outreach, pemberian beasiswa, dan sejenisnya. Dorongan untuk mencapai keuntungan dapat menjadi penghalang terhadap niat untuk berkontribusi pada pembangunan masyarakat dan lingkungan sekitar. Penelitian ini akan fokus pada keterangannya bahwa kebijakan pemerintah untuk mendorong dan mengharuskan perusahaan swasta menjalankan tanggung jawab sosial masih kurang jelas dan tegas, dengan tambahan bahwa banyak program yang telah diimplementasikan oleh perusahaan bersifat tidak berkelanjutan.

METODE

Pemilihan metode penelitian yang tepat memiliki signifikansi besar dalam upaya memahami dan menganalisis implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). Dalam konteks penelitian ini, digunakan pendekatan gabungan antara metode kualitatif dan kuantitatif guna menyelidiki serta menggambarkan berbagai dimensi CSR. Kajian literatur dilakukan untuk menyusun tinjauan pustaka guna memahami kerangka konseptual CSR dan mengikuti perkembangan teori terkait tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian ini juga melibatkan analisis studi empiris dan temuan terkini untuk mengevaluasi metode penelitian yang telah diterapkan dalam riset CSR sebelumnya.

Peneliti mengimplementasikan metode penelitian deskriptif, suatu pendekatan penelitian yang mengatasi permasalahan dengan menguraikan atau menjelaskan kondisi terkini dari subjek atau obyek penelitian. Selain itu, penelitian ini juga akan melibatkan penelitian literatur yang mencakup buku, jurnal, dan referensi online. Pendekatan ini membantu peneliti memahami berbagai perspektif mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dalam ranah corporate social responsibility (CSR). Metode penelitian literatur

melibatkan merujuk pada materi-materi yang terdokumentasi, dan instrumen penelitian yang digunakan dalam studi literatur adalah analisis literatur. Proses pengolahan data akan dilakukan secara kualitatif, memanfaatkan informasi yang terdapat dalam bentuk kata-kata atau kalimat. Logika deduktif akan diterapkan untuk menyimpulkan dari hal-hal yang umum menjadi hal-hal yang unik atau khusus. Penelitian tentang tanggung jawab sosial perusahaan dalam konteks corporate social responsibility (CSR) diharapkan dapat memberikan wawasan yang akurat dan mendalam tentang isu tersebut. Pendekatan penelitian kualitatif akan mencakup survei, studi literatur, dan analisis data yang cermat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Eksplorasi pengaruh sosial dan budaya yang timbul akibat keberadaan perusahaan di suatu daerah terhadap penduduk setempat

Adanya perusahaan dalam suatu wilayah dapat menciptakan efek sosial dan budaya pada komunitas setempat. Efek ini bisa berupa positif atau negatif, tergantung pada cara perusahaan beroperasi dan bagaimana masyarakat setempat merespons keberadaannya. Dampak positif dari kehadiran perusahaan di wilayah tertentu terhadap masyarakat setempat melibatkan:

1. Meningkatnya peluang pekerjaan: Keberadaan perusahaan dapat membuka lapangan kerja bagi warga setempat, yang berpotensi meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.
2. Peningkatan standar hidup: Kehadiran perusahaan dapat meningkatkan standar hidup masyarakat setempat dengan menyediakan fasilitas dan layanan seperti pendidikan, kesehatan, dan transportasi.
3. Peningkatan kualitas hidup: Adanya perusahaan dapat memberikan dorongan untuk pembangunan dan kemajuan di wilayah tersebut, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat.

Konsekuensi negatif dari keberadaan perusahaan di suatu daerah bagi masyarakat setempat termasuk:

1. Perubahan dalam tatanan sosial: Kehadiran perusahaan dapat mengakibatkan perubahan dalam tatanan sosial masyarakat setempat, mengingat perusahaan dapat memperkenalkan budaya dan nilai-nilai baru yang berpotensi beradaptasi dengan budaya lokal.
2. Distorsi sosial: Kehadiran perusahaan berpotensi menciptakan distorsi sosial dalam masyarakat setempat, dengan menciptakan kesenjangan sosial antara individu yang bekerja di perusahaan dan mereka yang tidak.
3. Konflik sosial: Kehadiran perusahaan berisiko menimbulkan konflik sosial di masyarakat setempat, sebab perusahaan dapat menjadi penyebab berbagai masalah, termasuk masalah lingkungan, sosial, dan ekonomi.

Kehadiran suatu perusahaan dapat memberikan peluang pekerjaan kepada masyarakat setempat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam aspek langsungnya, perusahaan dapat merekrut warga setempat untuk bekerja di fasilitas mereka. Secara tidak langsung, perusahaan dapat merangsang pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut, menciptakan kesempatan kerja baru di sektor-sektor lain. Adanya perusahaan juga

dapat meningkatkan standar hidup masyarakat setempat dengan menyediakan fasilitas dan layanan esensial seperti pendidikan, kesehatan, dan transportasi. Upah dan tunjangan yang adil yang diberikan perusahaan kepada karyawannya juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

Kehadiran suatu perusahaan dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat dengan mendorong pembangunan dan kemajuan di area tersebut. Perusahaan dapat membangun infrastruktur, termasuk jalan, jembatan, dan fasilitas umum lainnya, yang dapat meningkatkan aksesibilitas masyarakat setempat terhadap berbagai layanan dan fasilitas. Selain itu, perusahaan dapat menyelenggarakan pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi warga setempat, yang dapat meningkatkan kompetensi mereka untuk bersaing di pasar kerja. Prakarsa perusahaan juga dapat memicu perubahan sosial dalam masyarakat setempat dengan memperkenalkan budaya dan nilai-nilai baru yang dapat berintegrasi dengan kearifan lokal. Sebagai contoh, kehadiran perusahaan asing mungkin menghasilkan perubahan dalam gaya hidup masyarakat setempat karena membawa budaya dan nilai-nilai yang berbeda dari yang sudah ada.

Kehadiran suatu perusahaan bisa menyebabkan distorsi sosial di komunitas setempat, karena dapat menciptakan kesenjangan sosial antara mereka yang bekerja di perusahaan dan mereka yang tidak. Individu yang bekerja di perusahaan mungkin memiliki pendapatan lebih tinggi dan akses yang lebih baik ke fasilitas serta layanan, sehingga menciptakan ketidaksetaraan dengan mereka yang tidak bekerja di perusahaan. Selain itu, keberadaan perusahaan dapat menimbulkan konflik sosial di komunitas setempat, karena dapat menimbulkan berbagai masalah seperti masalah lingkungan, sosial, dan ekonomi. Sebagai contoh, perusahaan yang terlibat dalam kegiatan pertambangan mungkin menghadapi masalah lingkungan seperti pencemaran air dan udara, yang dapat menyebabkan konflik dengan masyarakat setempat.

Potensi konflik horizontal yang dapat timbul karena disparitas sosial dan ekonomi antara karyawan perusahaan dan masyarakat

Disparitas sosial dan ekonomi antara karyawan perusahaan dan masyarakat dapat menjadi pemicu potensial terjadinya konflik horizontal. Keselisihan ini mungkin timbul karena perbedaan dalam hal pendapatan, gaya hidup, dan akses terhadap berbagai fasilitas serta layanan. Situasi ini bisa menciptakan persepsi ketidakadilan dan kecemburuan sosial di kalangan masyarakat.

Disparitas sosial dan ekonomi antara karyawan perusahaan dan masyarakat dapat termanifestasi dalam beberapa bentuk. Pertama, karyawan perusahaan cenderung mendapatkan pendapatan lebih tinggi dibandingkan dengan masyarakat setempat, yang disebabkan oleh upah dan tunjangan yang diberikan oleh perusahaan. Kedua, gaya hidup karyawan perusahaan umumnya lebih modern daripada masyarakat setempat karena memiliki akses yang lebih baik ke berbagai fasilitas dan layanan, seperti pendidikan, kesehatan, dan transportasi. Ketiga, karyawan perusahaan umumnya memiliki akses yang lebih baik ke fasilitas dan layanan tersebut karena kebijakan perusahaan yang menyediakannya bagi karyawan.

Disparitas-disparitas tersebut bisa menciptakan perasaan ketidakadilan dan kecemburuan sosial di kalangan masyarakat. Orang-orang yang tidak bekerja di perusahaan mungkin merasa bahwa mereka tidak diberikan kesempatan yang setara dengan karyawan perusahaan. Situasi ini dapat menimbulkan sentimen negatif, seperti kebencian dan permusuhan, terhadap karyawan perusahaan. Dalam konflik horizontal antara karyawan perusahaan dan masyarakat, terdapat berbagai bentuk potensial, termasuk:

1. Aksi protes : Masyarakat mungkin mengambil tindakan protes terhadap perusahaan, seperti mengadakan demonstrasi atau menghalangi jalan.
2. Kegiatan kriminal : Masyarakat dapat terlibat dalam kegiatan kriminal terhadap karyawan perusahaan, seperti pencurian atau tindakan kekerasan.
3. Pemecahan sosial : Konflik horizontal dapat mengakibatkan pemecahan sosial di kalangan masyarakat. Kelompok masyarakat yang bekerja di perusahaan dapat mengalami isolasi dari kelompok yang tidak bekerja di perusahaan.

Potensi risiko dari kecemburuan sosial dan demonstrasi yang dapat menghambat kelancaran operasional

Adanya perusahaan di suatu daerah bisa memberikan pengaruh besar terhadap aspek sosial dan budaya masyarakat setempat. Beberapa potensi risiko meliputi kecemburuan sosial dan protes yang dapat menghambat operasional:

1. Ketidaksetaraan dalam penyebaran manfaat ekonomi dari kehadiran perusahaan bisa menimbulkan kecemburuan sosial dan protes.
2. Jika proyek perusahaan mengakibatkan pemindahan penduduk, ini dapat menimbulkan ketegangan dan protes dari masyarakat setempat.
3. Konflik terkait kepemilikan tanah dan hak penggunaan bisa menjadi sumber ketegangan dan protes.
4. Jika kondisi kerja tidak memadai atau tidak sesuai harapan, pekerja dan masyarakat setempat bisa melakukan protes.
5. Jika kehadiran perusahaan berdampak negatif pada lingkungan, protes dari kelompok lingkungan dan masyarakat bisa terjadi.
6. Kecemburuan sosial mungkin timbul jika keputusan perusahaan tidak transparan atau jika masyarakat setempat tidak terlibat dalam proses pengambilan keputusan.

Penilaian pelaksanaan dan kebijakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) suatu perusahaan

1. Sejauh mana perusahaan telah memenuhi prioritas pembangunan masyarakat melalui praktik CSR.

Untuk menilai sejauh mana CSR perusahaan sesuai dengan prioritas pembangunan masyarakat, dapat diperhatikan beberapa aspek, antara lain:

- a. Kesesuaian program: Penting bahwa program CSR perusahaan sesuai dengan prioritas pembangunan masyarakat yang telah ditetapkan oleh pemerintah atau pemerintah daerah. Program yang sesuai dengan prioritas tersebut akan lebih efektif dan efisien dalam mencapai tujuannya.

- b. Keberlanjutan: Program CSR perusahaan perlu memiliki keberlanjutan dalam jangka panjang. Program yang berkelanjutan dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat.
- c. Partisipasi masyarakat: Program CSR perusahaan harus melibatkan partisipasi masyarakat. Keterlibatan masyarakat dapat meningkatkan rasa kepemilikan terhadap program CSR tersebut.

Berdasarkan pertimbangan aspek-aspek tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa praktik CSR perusahaan telah cukup sesuai dengan prioritas pembangunan masyarakat. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah perusahaan yang menerapkan CSR, baik secara mandiri maupun melalui kemitraan dengan pemerintah atau organisasi non-pemerintah. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang memerlukan perbaikan, antara lain:

- a. Aspek transparansi: Penting bagi perusahaan untuk lebih transparan dalam menyampaikan informasi terkait pelaksanaan CSR. Tingkat transparansi yang lebih tinggi dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.
- b. Aspek akuntabilitas: Diperlukan peningkatan dalam akuntabilitas perusahaan dalam pelaksanaan CSR. Akuntabilitas yang baik akan memastikan bahwa program CSR dijalankan dengan efektif dan efisien.
- c. Aspek evaluasi: Perusahaan sebaiknya melakukan evaluasi secara rutin terhadap pelaksanaan program CSR. Evaluasi dapat memberikan umpan balik yang berguna bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas program CSR mereka.

Dengan peningkatan dalam ketiga aspek tersebut, diharapkan praktik CSR perusahaan dapat lebih sejalan dengan prioritas pembangunan masyarakat dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat.

2. Kinerja program CSR dalam memberdayakan masyarakat secara berkelanjutan Program Corporate Social Responsibility (CSR)

merupakan inisiatif dari perusahaan untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat. CSR mencakup beragam kegiatan, seperti pemberdayaan ekonomi masyarakat, peningkatan kualitas pendidikan, upaya meningkatkan kesehatan masyarakat, dan pelestarian lingkungan. Keberhasilan program CSR dalam memberdayakan masyarakat dalam jangka panjang dapat dinilai dari beberapa faktor, termasuk:

- Aspek dampak. Program CSR perusahaan seharusnya memberikan dampak positif pada masyarakat dalam jangka panjang. Dampak positif tersebut mencakup:
 - a. Meningkatnya kualitas hidup masyarakat, yang tercermin dari peningkatan pendapatan, peningkatan akses terhadap layanan dasar, dan peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya pembangunan berkelanjutan.
 - b. Peningkatan kesejahteraan masyarakat, yang terlihat dari penurunan tingkat kemiskinan, penurunan tingkat pengangguran, dan peningkatan tingkat kepuasan masyarakat.
 - c. Peningkatan kapasitas masyarakat, yang terlihat dari peningkatan keterampilan dan pengetahuan masyarakat, partisipasi yang lebih aktif dalam pembangunan, dan peningkatan rasa memiliki masyarakat terhadap lingkungannya.

•Aspek keberlanjutan. Program Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan perlu dipertahankan dalam jangka panjang. Program CSR yang berkelanjutan akan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat. Keberlanjutan program CSR dapat dicapai melalui beberapa langkah, di antaranya:

- a. Mengintegrasikan program CSR dengan strategi perusahaan sehingga menjadi bagian integral dari kegiatan operasional perusahaan.
- b. Membangun komitmen jangka panjang dari perusahaan terhadap program CSR untuk memberikan keyakinan kepada masyarakat bahwa program tersebut akan terus dilaksanakan.
- c. Melakukan evaluasi dan perbaikan secara rutin terhadap program CSR. Evaluasi dan perbaikan tersebut diperlukan untuk memastikan bahwa program CSR berjalan dengan efektif dan efisien.

Aspek partisipasi masyarakat. Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) perlu mengikutsertakan partisipasi masyarakat. Keterlibatan masyarakat dapat meningkatkan rasa memiliki mereka terhadap program CSR tersebut. Partisipasi masyarakat dapat direalisasikan melalui berbagai cara, antara lain:

- a) Menjalinkan komunikasi dan kerja sama yang baik dengan masyarakat: Dengan cara ini, perusahaan dapat memahami kebutuhan dan prioritas masyarakat.
- b) Memberikan peluang kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program CSR. Ini akan membuat masyarakat merasa memiliki program CSR tersebut.
- c) Membangun kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan: Kepercayaan masyarakat dapat mendorong mereka untuk ikut serta dalam program CSR.

Analisis peran pemerintah dalam regulasi CSR perusahaan

Peran pemerintah dalam mengatur Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan sangat krusial untuk memastikan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dengan optimal. Beberapa peran utama pemerintah dalam regulasi CSR perusahaan meliputi langkah-langkah sebagai berikut: pertama, Pembuatan undang-undang dan kebijakan: Pemerintah memiliki tugas dalam menyusun undang-undang dan kebijakan yang mengatur praktik CSR perusahaan. Regulasi ini dapat mencakup standar minimum yang wajib dipatuhi oleh perusahaan dalam melaksanakan CSR, seperti keterlibatan dengan komunitas lokal, perlindungan lingkungan, atau memberikan kontribusi positif kepada masyarakat. Kedua, Pengawasan kepatuhan perusahaan: Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk mengawasi dan memastikan bahwa perusahaan mematuhi regulasi CSR yang telah ditetapkan. Ini melibatkan kegiatan audit dan inspeksi guna memastikan bahwa perusahaan sungguh-sungguh menerapkan program CSR sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Ketiga, Pemberian insentif dan sanksi: Pemerintah dapat memberikan insentif kepada perusahaan yang berhasil melaksanakan CSR dengan baik, seperti penghargaan atau fasilitas pajak. Sementara itu, pemerintah juga memiliki kewenangan memberikan sanksi kepada perusahaan yang melanggar regulasi CSR, termasuk pemberian denda atau pembatasan operasional. Keempat, Mendorong kerjasama antara perusahaan dan pihak terkait: Pemerintah dapat berperan sebagai mediator antara perusahaan dan

pihak terkait seperti LSM, masyarakat lokal, atau pemerintah daerah. Pemerintah dapat menggalang kerjasama antara perusahaan dan pihak terkait untuk mengidentifikasi serta mengatasi masalah sosial dan lingkungan di sekitar wilayah perusahaan. Kelima, Pendidikan dan peningkatan kesadaran masyarakat: Pemerintah juga memiliki peran dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya CSR. Pemerintah dapat melaksanakan kampanye edukasi dan menyediakan informasi kepada masyarakat tentang manfaat CSR serta bagaimana perusahaan dapat melaksanakannya dengan efektif.

a. Regulasi CSR dari pemerintah pusat dan daerah

Dalam regulasi CSR di Indonesia, baik dari pemerintah pusat maupun daerah, terdapat tujuh peraturan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan:

1. Pertama, regulasi terkait Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mengatur Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL).
2. Kedua, regulasi untuk Perseroan Terbatas (PT) yang beroperasi dalam sektor Sumber Daya Alam (SDA), diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007.
3. Ketiga, Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan.
4. Keempat, regulasi khusus untuk jenis perusahaan penanaman modal, diatur dalam Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007.
5. Kelima, Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001 mengatur CSR bagi perusahaan pengelola Minyak dan Gas (Migas).
6. Keenam, Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin, mencakup kewajiban perusahaan perseroan dalam menyisihkan dana untuk penanganan fakir miskin.
7. Tujuh, Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2012 berkaitan dengan Forum tanggung jawab dunia usaha dalam penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial. Peraturan ini mendorong terbentuknya Forum CSR di tingkat provinsi sebagai mitra kerja sama dengan pemerintah.

Aneka regulasi di atas, dengan segala kelebihan dan kekurangannya, menimbulkan optimisme dan kekhawatiran. Optimisme muncul karena berbagai pihak melihat potensi besar CSR dalam mendukung pemerintah meningkatkan kesejahteraan. Namun, kekhawatiran timbul karena perusahaan dapat "tersandera" oleh berbagai aturan CSR, baik pada tingkat pemerintah pusat, provinsi, maupun daerah. Hal ini menjadi perhatian karena sebagian besar perusahaan menganggarkan CSR dari "keuntungan perusahaan," dan belum semua perusahaan mengalokasikannya secara khusus. Di sisi lain, perusahaan menganggap bahwa kewajibannya untuk mendukung program pemerintah dapat dilakukan dengan membayar berbagai pajak.

b. Skema insentif dan punishment terkait CSR

Skema insentif dan hukuman terkait CSR adalah kebijakan yang bertujuan untuk mendorong perusahaan agar melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Dalam skema ini, insentif dapat berupa pemberian penghargaan atau insentif kepada perusahaan yang melaksanakan CSR dengan baik, sementara hukuman diberikan kepada perusahaan yang

tidak atau melaksanakan CSR secara tidak memadai. Kebijakan insentif yang dapat diberikan kepada perusahaan yang melaksanakan CSR dengan baik melibatkan:

1. Penghargaan, seperti penghargaan CSR dari pemerintah, organisasi masyarakat, atau media massa.
2. Potongan pajak, seperti pengurangan pajak penghasilan bagi perusahaan yang melaksanakan CSR di bidang pendidikan, kesehatan, atau lingkungan.
3. Peningkatan reputasi, seperti peningkatan kepercayaan dari masyarakat dan konsumen.

Hukuman yang dapat diberikan kepada perusahaan yang tidak mematuhi atau melaksanakan CSR secara tidak memadai melibatkan:

1. Teguran, baik secara lisan maupun tertulis.
2. Pemberian sanksi finansial, termasuk denda administratif atau pidana.
3. Penghentian kegiatan usaha, terutama jika perusahaan terbukti melakukan pelanggaran serius terhadap praktik CSR.

Di Indonesia, beberapa skema insentif dan hukuman terkait CSR telah diimplementasikan. Beberapa contohnya meliputi:

- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pasal 74, yang menetapkan bahwa perusahaan harus menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sanksi berupa denda administratif hingga Rp500 juta dapat dikenakan pada perusahaan yang tidak mematuhi kewajiban CSR.
 - Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan, yang menyatakan bahwa perusahaan yang melaksanakan CSR dengan baik berhak mendapatkan penghargaan dari pemerintah.
 - Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Nomor P.85/MENLHK/SETJEN/KUM.1/11/2018 tentang Penyelenggaraan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, yang mengizinkan perusahaan yang mengimplementasikan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) mendapatkan insentif berupa pemotongan pajak penghasilan.
- c. Pengawasan CSR oleh dinas terkait dan LSM

Pemantauan Corporate Social Responsibility (CSR) oleh instansi terkait dan organisasi non-pemerintah (LSM) dianggap sebagai elemen kunci untuk memverifikasi bahwa perusahaan menjalankan kewajiban sosialnya dengan efektif. Instansi terkait, seperti Dinas Lingkungan Hidup, Dinas Sosial, Dinas Pendidikan, dan Dinas Kesehatan, memegang peran khusus dalam mengawasi aspek CSR perusahaan yang relevan dengan lingkup tanggung jawab masing-masing. Ini mencakup peninjauan dokumen CSR, seperti laporan tahunan dan rencana kerja, serta kegiatan pemeriksaan lapangan dan wawancara dengan stakeholder terkait. Dinas terkait yang berwenang untuk melakukan pengawasan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) mencakup bidang-bidang tertentu, yaitu:

- a) Dinas Lingkungan Hidup memiliki tanggung jawab untuk mengawasi pelaksanaan CSR di sektor lingkungan hidup. Ini termasuk pengawasan terhadap:
 - 1) Kegiatan pengelolaan lingkungan hidup, seperti manajemen limbah, pengendalian pencemaran, dan pelestarian sumber daya alam.

- 2) Kegiatan tanggung jawab lingkungan, seperti reklamasi lahan bekas tambang, rehabilitasi hutan, dan pelestarian keanekaragaman hayati.
- b) Dinas Sosial bertanggung jawab untuk mengawasi pelaksanaan CSR di bidang sosial, melibatkan:
 - 1) Kegiatan pemberdayaan masyarakat, seperti pelatihan keterampilan, bantuan modal usaha, dan pembangunan infrastruktur.
 - 2) Kegiatan sosial, seperti pemberian bantuan sosial, kegiatan sosial, dan penanganan dampak bencana.
- c) Dinas Pendidikan memiliki kewenangan untuk mengawasi pelaksanaan CSR di bidang pendidikan, termasuk:
 - 1) Pembangunan dan/atau rehabilitasi sarana dan prasarana pendidikan.
 - 2) Pemberian beasiswa dan bantuan pendidikan lainnya.
 - 3) Kegiatan peningkatan mutu pendidikan.
- d) Dinas Kesehatan turut serta dalam pengawasan pelaksanaan CSR di bidang kesehatan, yang melibatkan:
 - 1) Pembangunan dan/atau rehabilitasi sarana dan prasarana kesehatan.
 - 2) Pemberian bantuan kesehatan, seperti obat-obatan, peralatan medis, dan tenaga kesehatan.
 - 3) Kegiatan peningkatan kesehatan masyarakat.

Pada sisi lain, lembaga swadaya masyarakat (LSM) juga memegang peran penting dalam mengawasi implementasi CSR. LSM memiliki kemampuan untuk melakukan penelitian dan analisis guna memahami situasi penerapan CSR di suatu wilayah, sekaligus melakukan advokasi untuk mendorong peningkatan kinerja CSR oleh pemerintah dan perusahaan. Melalui kampanye, LSM berusaha meningkatkan kesadaran masyarakat akan signifikansi CSR.

Meski begitu, pengawasan terhadap CSR oleh instansi pemerintah dan LSM masih dihadapkan pada sejumlah kendala, seperti kurangnya ketentuan yang jelas, terbatasnya sumber daya, dan kurangnya kesadaran dari pihak perusahaan. Keberhasilan dalam pengawasan memerlukan kolaborasi antara sektor publik, swasta, dan masyarakat sipil, sekaligus perbaikan dalam regulasi dan kesadaran korporat mengenai CSR.

SIMPULAN

Secara menyeluruh, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) mencerminkan peran penting perusahaan dalam memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Implementasi CSR yang efektif tidak hanya melibatkan kewajiban hukum semata, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai etika dan keberlanjutan dalam operasional bisnis. Dalam menjalankan CSR, perusahaan memiliki peran sebagai agen perubahan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terlibat dalam pelestarian lingkungan, dan mendorong keadilan sosial. Namun, untuk menjamin kesuksesan CSR, dibutuhkan upaya sungguh-sungguh dalam pengawasan, pemantauan, dan peningkatan tingkat transparansi. Kesadaran perusahaan terhadap dampak positif jangka panjang dari praktik CSR yang berkelanjutan menjadi faktor kunci dalam mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan dan inklusif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari Hermawan & Murti Pramuwardhani Dewi, "Pemberangusan Serikat di Daerah Istimewa Yogyakarta", *Jurnal Hukum Yustisia*, Mei- Agustus 2013, <https://jurnal.uns.ac.id/yustisia/article/view/10178>, diakses 26 Oktober 2023, pukul 11: 00.
- Budiarto, E. (2013). Dampak Sosial Ekonomi Perusahaan Terhadap Masyarakat Sekitar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 13(1), 1-12.
- Fauzi, I. (2019). Corporate Social Responsibility and Local Community Welfare: A Case Study of Mining Companies in South Sulawesi, Indonesia. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 10(16), 140-147.
- Haryadi, Bambang. "Corporate social responsibility for empowering the poor." *Intizar* 19.1 (2013): 71-82.
- Hidayat, A. (2019). Dampak Sosial Budaya dari Kehadiran Perusahaan Terhadap Masyarakat Setempat. *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*, 21(1), 1-13.
- Iriani, I. (2020). Dampak Sosial Ekonomi dan Budaya Kehadiran Perusahaan Terhadap Masyarakat Setempat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 22(1), 1-12.
- Jhony Ibrahim, 2006, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Malang: Banyumedia Publishing, hal.242.
- Mufizar, Rahmat. "Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Pandangan Islam." *Justitia Islamica: Jurnal Kajian Hukum dan Sosial* 9.1 (2012): 141-162.
- Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Nomor P.85/MENLHK/SETJEN/KUM.1/11/2018 tentang Penyelenggaraan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan
- Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2012 berkaitan dengan Forum tanggung jawab dunia usaha dalam penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial.
- Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan.
- Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan
- Putri, Diana Erawati. "Tanggung Jawab Sosial Korporasi." *Info Singkat Hukum* 5.18 (2013): 15-18.
- S. R. Soekanto, "Sosiologi (Suatu Pengantar)" (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009).
- Soerjono & Abdul Rahman, 2003, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Rineka Cipta, hal.23.
- Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001
- Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007.
- Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007.