



Analisis Yuridis Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) di Indonesia

Dwi Ranga Prasetyo

dwirangga77@gmail.com

Universitas Hasyim Asy'ari

Ilham Pakih

iamfaqih99@gmail.com

Universitas Hasyim Asy'ari

Rosandi Firmawan

rosandisandi985@gmail.com

Universitas Hasyim Asy'ari

Norma Fitria

normafitria@gmail.com

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Hasyim Asy'ari

Tebuireng, Jl. Irian Jaya No.55, Cukir, Kec. Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur

61471 Telp. (0321)861719 Fax. (0321)874684

Korespondensi penulis : *dwirangga77@gmail.com*

Abstract : *The implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) in Indonesia is one of the important aspects in company management that focuses not only on financial profit, but also on contributing to social and environmental welfare. This article aims to analyze the implementation of CSR in Indonesia from a legal perspective, by highlighting the regulations that govern and their implementation in the business world. This study uses a normative approach by analyzing applicable laws and regulations, such as Law No. 40 of 2007 concerning Limited Liability Companies and other related regulations, as well as their implementation by companies in Indonesia. In addition, this article also discusses the challenges and obstacles faced by companies in carrying out their social responsibilities, as well as how CSR contributes to sustainable development and community welfare. The results of the study show that although there are regulations that require companies to implement CSR, there is still a misalignment in the implementation between large and small companies, as well as a lack of supervision of effective CSR implementation. Therefore, there needs to be an effort to increase legal awareness and strengthen the supervision mechanism to ensure that CSR provides maximum positive impacts on society and the environment.*

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), legal analysis, regulation, supervision, companies, Indonesia.

Abstrak : Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) di Indonesia merupakan salah satu aspek penting dalam pengelolaan perusahaan yang tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada kontribusi terhadap kesejahteraan sosial dan lingkungan. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan CSR di Indonesia dari perspektif yuridis, dengan menyoroti regulasi yang mengatur dan implementasinya dalam dunia bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif dengan menganalisis peraturan perundang-undangan yang berlaku, seperti Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan peraturan lain terkait, serta penerapannya oleh perusahaan di Indonesia. Selain itu, artikel ini juga membahas tantangan dan hambatan yang dihadapi perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial mereka, serta bagaimana CSR berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun ada regulasi yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan CSR, masih terdapat ketidakselarasan dalam penerapan antara perusahaan besar dan kecil, serta adanya kurangnya pengawasan terhadap implementasi CSR yang efektif. Oleh karena itu, perlu ada upaya peningkatan kesadaran hukum dan penguatan mekanisme pengawasan untuk memastikan CSR memberikan dampak positif yang maksimal bagi masyarakat dan lingkungan.

Received September 30, 2024; Revised Oktober 31, 2024; Desember 02, 2024

** Dwi Ranga Prasetyo, dwirangga77@gmail.com*

Kata kunci : Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), analisis yuridis, regulasi, pengawasan, perusahaan, Indonesia.

Pendahuluan

Dalam era *globalisasi* dan persaingan bisnis yang ketat, perusahaan tidak hanya diukur dari segi keuntungan finansial, tetapi juga dari dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan¹. *Kontekstualisasi* penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) di Indonesia merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan. Kondisi ekonomi, sosial, dan budaya yang berbeda dari negara-negara Barat, di mana banyak teori dan praktik CSR berkembang, memerlukan adaptasi dan pengembangan konsep CSR yang relevan dengan konteks lokal. Di Indonesia, isu-isu seperti kemiskinan, pendidikan, dan kesehatan menjadi fokus utama dalam program-program CSR yang dijalankan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu merancang program CSR yang tidak hanya sejalan dengan tujuan bisnis mereka, tetapi juga mampu memberikan dampak positif yang nyata bagi masyarakat setempat.

Perusahaan untuk berperan aktif dalam tanggung jawab sosial, Banyak perusahaan yang masih memandang CSR sebagai beban biaya daripada investasi yang menghasilkan manfaat jangka panjang. Hal ini mengakibatkan kurangnya perhatian terhadap implementasi CSR yang *efektif* dan berkelanjutan.

Berdasarkan data dari berbagai sumber, seperti laporan tahunan perusahaan dan studi independen, terlihat bahwa hanya sebagian kecil perusahaan di Indonesia yang mengimplementasikan CSR secara sistematis. Misalnya, survei menunjukkan bahwa sekitar 30% perusahaan besar di Indonesia melaporkan kegiatan CSR mereka, namun hanya 10% yang melakukannya dengan transparan dan berdampak nyata. Data ini menunjukkan bahwa masih banyak ruang untuk perbaikan dan pengembangan dalam pelaksanaan CSR.

Seiring dengan perkembangan zaman, kesadaran akan pentingnya CSR mulai meningkat. Pada awal 2000-an, konsep CSR mulai dikenal di Indonesia, namun implementasinya masih terbatas. Sejak diberlakukannya UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan CSR, perhatian

¹ Nopriyanto, A. (2024). *ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) Jurnal Ilmiah Manajemen*, 48

terhadap isu ini semakin meningkat.² Namun, meskipun ada regulasi, masih banyak perusahaan yang menganggap CSR sebagai formalitas daripada komitmen nyata terhadap masyarakat dan lingkungan. Kronologi ini menunjukkan evolusi CSR di Indonesia dan tantangan yang masih dihadapi.

Celah antara teori dan praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) di Indonesia terlihat jelas dalam implementasinya, di mana banyak perusahaan masih menganggap CSR sebagai formalitas daripada komitmen nyata terhadap masyarakat dan lingkungan. Meskipun regulasi seperti UU No. 40 Tahun 2007 dan UU No. 25 Tahun 2007 mengatur kewajiban CSR, banyak perusahaan yang hanya memenuhi syarat minimum tanpa mengembangkan program yang berdampak signifikan³ Praktik CSR yang seringkali lebih fokus pada kegiatan promosi ketimbang pada solusi yang berkelanjutan menciptakan kesenjangan antara harapan masyarakat dan pelaksanaan yang sebenarnya. Selain itu, masih terdapat tantangan dalam hal transparansi dan akuntabilitas, di mana laporan kegiatan CSR seringkali tidak mencerminkan realitas dampak yang dihasilkan. Akibatnya, meskipun teori CSR menjanjikan kontribusi positif terhadap pembangunan sosial dan lingkungan, kenyataannya banyak program yang tidak terintegrasi dengan baik dalam strategi bisnis perusahaan, sehingga mengurangi efektivitas dan kepercayaan publik terhadap inisiatif CSR tersebut.

Dari Pernyataan diatas peneliti sangat tertarik untuk melakukan analisis **mengidentifikasi dan menganalisis pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) di Indonesia** dengan pendekatan yang komprehensif, mencakup aspek hukum dan norma yang berlaku. Rumusan masalah dalam penelitian ini mencakup dua pertanyaan utama yang bertujuan untuk *mengeksplorasi* pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) di Indonesia.

Pertama, sejauh mana pelaksanaan CSR di Indonesia telah sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku? Pertanyaan ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat kepatuhan perusahaan terhadap regulasi yang ada, serta efektivitas implementasi CSR dalam konteks hukum.

Kedua, apa saja kendala dan tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan CSR di Indonesia? Pertanyaan ini akan mengkaji berbagai faktor yang menghambat efektivitas

² Peraturan Tentang UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

³ Peraturan Tentang UU No. 25 Tahun 2007 mengatur kewajiban CSR

program CSR, termasuk aspek manajerial, sumber daya, dan transparansi, serta bagaimana tantangan tersebut mempengaruhi kontribusi CSR terhadap masyarakat dan lingkungan. Dengan menjawab kedua pertanyaan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi CSR di Indonesia dan rekomendasi untuk perbaikan di masa mendatang.

Metode Penelitian

Artikel ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif, yang merupakan pendekatan yang umum digunakan dalam kajian hukum untuk menganalisis norma-norma hukum dan regulasi yang berlaku. Metode ini tidak hanya menekankan pada pengkajian teks hukum, tetapi juga mengeksplorasi konteks sosial dan politik yang mempengaruhi pembentukan dan penerapan norma-norma tersebut. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana hukum berfungsi pada perusahaan, serta menganalisis efektivitas regulasi yang ada dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Pendekatan ini diharapkan dapat memfasilitasi diskusi yang lebih luas tentang tantangan dan peluang dalam implementasi hukum di Indonesia.⁴

Pembahasan

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawab sosial sebagai salah satu perwujudan etika dalam membangun kinerja jangka panjang. Perusahaan memiliki kewajiban untuk melaksanakan praktik bisnis yang baik, benar, adil serta taat pada hukum yang berlaku. Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*CSR*) di Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang signifikan dan mencakup berbagai sektor, masing-masing dengan pendekatan dan fokus yang berbeda. Di sektor pertambangan, misalnya, perusahaan-perusahaan sering kali terlibat dalam program *rehabilitasi* lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal. Banyak dari mereka mengalokasikan dana untuk pendidikan, kesehatan, dan pembangunan *infrastruktur* di sekitar area operasi mereka, sebagai upaya untuk mengurangi dampak negatif dari aktivitas pertambangan terhadap lingkungan dan masyarakat. Di sektor energi, perusahaan juga berupaya untuk *mengimplementasikan* program *CSR* yang berfokus pada keberlanjutan, seperti penggunaan energi terbarukan

⁴ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana, 2017, hal. 45-50.

dan pengurangan emisi karbon, yang sejalan dengan komitmen global terhadap perubahan iklim.⁵

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan inisiatif yang diambil oleh perusahaan untuk menunjukkan komitmen sosialnya sebagai salah satu bentuk etika dalam menciptakan kinerja jangka panjang. Perusahaan diharapkan untuk menjalankan praktik bisnis yang baik, adil, dan sesuai dengan hukum yang berlaku. Saat ini, peran perusahaan dalam masyarakat semakin meningkat, dengan fokus pada kepekaan dan kepedulian terhadap isu-isu lingkungan dan sosial. CSR muncul sebagai respons terhadap tuntutan masyarakat terhadap perusahaan yang sering kali mengabaikan tanggung jawab sosial, seperti dalam kasus perusahaan lingkungan dan eksploitasi sumber daya alam.⁶

Inisiatif CSR bertujuan untuk mendorong dunia usaha agar lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya, sehingga tidak menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat dan lingkungan. Dengan demikian, perusahaan diharapkan dapat berkontribusi secara positif dan bertanggung jawab terhadap kesejahteraan sosial, serta menjaga kelestarian lingkungan di sekitarnya.

Tanggung jawab sosial dan lingkungan korporasi (CSR) telah menjadi perhatian para pembuat kebijakan sejak lama. Namun, konsep CSR modern mulai berkembang pada tahun 1950-an, ketika literatur awal mulai membahas CSR sebagai tanggung jawab sosial. Pada masa itu, istilah "*Corporate*" belum digunakan, sehingga fokus lebih pada tanggung jawab sosial secara umum.

Seiring berjalannya waktu, banyak upaya dilakukan untuk merumuskan definisi CSR secara formal. Dalam dekade berikutnya, istilah "*Social Responsibility*" kemudian berkembang menjadi "*Corporate Social Responsibility*." Keith Davis, seorang akademisi di bidang CSR, menunjukkan adanya hubungan erat antara tanggung jawab sosial dan korporasi. Ia berpendapat bahwa tanggung jawab sosial para pengusaha harus sebanding dengan kekuatan sosial yang mereka miliki, yang dikenal sebagai "*Iron Law of Responsibility*."

⁵ Division, E. R. (2018). *PERKEMBANGAN CSR DI INDONESIA*. Jakarta Timur: AMERTA Sustainability Management Specialist. 23

⁶ Anggraeni, D. Y. (2018). *PENGUJIAN TERHADAP KUALITAS PENGUNGKAPAN CSR*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 43.

Embrio tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) muncul antara tahun 1960 dan 1976, ketika negara-negara berkembang, bersama dengan *Western Union* dan aktivis sosial, menyerukan perlunya suatu "*New International Economic Order*" untuk mengatur aktivitas korporasi transnasional dengan lebih ketat. Seruan ini mencerminkan kesadaran global akan dampak perusahaan besar terhadap masyarakat dan lingkungan.

Pada tahun 1980-an, terdapat upaya yang lebih terarah untuk mendefinisikan Corporate Responsibility. Pada tahun 1987, Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) melalui World Commission on Environment and Development (WCED) menerbitkan laporan berjudul *Our Common Future*. Laporan ini mengangkat isu-isu lingkungan sebagai agenda politik, bertujuan untuk mendorong pengambilan kebijakan pembangunan yang lebih memperhatikan aspek lingkungan, yang sekaligus menjadi landasan bagi kerja sama multilateral dalam mencapai pembangunan berkelanjutan.

Kemudian, pada tahun 1992, diadakan *Earth Summit di Rio de Janeiro* dengan tema utama mengenai Lingkungan dan Pembangunan Berkelanjutan, dihadiri oleh 172 negara. Pertemuan ini menekankan pentingnya *eco-efficiency* sebagai prinsip utama dalam praktik bisnis dan pemerintahan, menunjukkan komitmen global untuk mengintegrasikan pertimbangan lingkungan ke dalam kegiatan ekonomi.

Di Indonesia, kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) awalnya masih tergolong rendah. Pelaksanaan CSR di negara ini bersifat sukarela dan bukan merupakan prioritas utama bagi korporasi. Namun, seiring berjalannya waktu, penerapan CSR di Indonesia mengalami peningkatan baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Kegiatan dan pengelolaan CSR semakin beragam, dan kontribusi finansial yang dialokasikan untuk CSR juga meningkat. Penelitian PIRAC pada tahun 2001 mencatat bahwa total dana CSR di Indonesia mencapai lebih dari 115 miliar rupiah atau sekitar 11,5 juta dolar AS dari 180 perusahaan, yang digunakan untuk 279 kegiatan sosial yang dilaporkan oleh media.

Meskipun jumlah dana ini masih relatif kecil dibandingkan dengan dana CSR di Amerika Serikat, perkembangan CSR di Indonesia menunjukkan kemajuan yang positif. Rata-rata kontribusi perusahaan untuk kegiatan CSR adalah sekitar 640 juta rupiah, atau sekitar 413 juta rupiah per kegiatan. Sebagai perbandingan, di AS, sumbangan dana CSR mencapai 21,51 miliar dolar pada tahun 1998 dan meningkat menjadi 203 miliar dolar pada tahun 2000, setara dengan sekitar 2.030 triliun rupiah.

Sebagai bagian dari penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), banyak perusahaan kini mengimplementasikan program *Community Development*. Program ini bertujuan untuk mengembangkan masyarakat sekitar perusahaan. *Community Development* merupakan langkah *proaktif* yang diambil oleh perusahaan untuk merespons kebutuhan masyarakat dan mengelola *inisiatif* yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya.

Tujuan utama dari *Community Development* tidak hanya terbatas pada memberikan bantuan kepada masyarakat, tetapi juga untuk memberdayakan mereka agar dapat mandiri dan tidak bergantung pada perusahaan. Dengan demikian, program ini berfokus pada pengembangan kapasitas masyarakat, sehingga mereka memiliki kemampuan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka sendiri.

Pelaksanaan program *Community Development* dilakukan melalui berbagai *inisiatif*, seperti pelatihan masyarakat, pemberian modal usaha, serta perluasan akses terhadap layanan sosial. Selain itu, program ini juga mencakup peningkatan kemandirian dan berbagai upaya pemberdayaan masyarakat lainnya, yang semuanya bertujuan untuk menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi komunitas.

Dampak itu dipengaruhi oleh motivasi sosial dan *filantropis*. Dalam konteks perusahaan pertambangan, *Community Development* merupakan manifestasi dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Ada tiga tahap yang memotivasi perusahaan dalam melaksanakan CSR, yaitu:

1. Tahap pertama adalah *corporate charity*, yang didorong oleh motivasi amal berdasarkan nilai-nilai keagamaan.
2. Tahap kedua adalah *corporate philanthropy*, yang berakar pada dorongan kemanusiaan, biasanya berasal dari norma dan etika universal untuk membantu sesama dan mempromosikan pemerataan sosial.
3. Tahap ketiga adalah *corporate citizenship*, yang berfokus pada motivasi kewargaan dalam rangka mewujudkan keadilan sosial berdasarkan prinsip keterlibatan sosial.

Erma Witoelar, yang menjabat sebagai Duta Besar *Millenium Development Goals* (MDGs), menekankan bahwa kontribusi perusahaan terhadap pembangunan dan pengembangan Indonesia tidak hanya diukur dari aktivitas bisnisnya, tetapi juga dari seberapa besar kontribusinya terhadap lingkungan sekitar. Hal ini menunjukkan pentingnya peran perusahaan dalam memberikan dampak positif bagi komunitas.

Berdasarkan pemikiran Saidi dan Abidin, terdapat empat model atau pola tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang umum diterapkan oleh perusahaan di Indonesia .⁷

1. **Keterlibatan langsung:** Perusahaan melaksanakan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan kegiatan sosial sendiri atau memberikan sumbangan kepada masyarakat tanpa perantara. Untuk melaksanakan tugas ini, perusahaan biasanya menugaskan seorang pejabat senior, seperti corporate secretary atau public affair manager, atau menjadikannya bagian dari tanggung jawab pejabat public relations.
2. **Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan:** Perusahaan mendirikan yayasan di bawah naungan perusahaan atau grupnya. Model ini mengadopsi praktik yang umum di perusahaan-perusahaan di negara maju, di mana perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin, atau dana abadi untuk mendukung kegiatan yayasan secara teratur.
3. **Bermitra dengan pihak lain:** Perusahaan menjalankan CSR melalui kerja sama dengan lembaga sosial, organisasi non-pemerintah, instansi pemerintah, universitas, atau media massa. Kolaborasi ini mencakup pengelolaan dana dan pelaksanaan kegiatan sosial. Contoh lembaga yang bekerja sama dengan perusahaan dalam menjalankan CSR meliputi Palang Merah Indonesia (PMI), Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), serta instansi pemerintah seperti LIPI, Depdiknas, Depkes, dan Depsos.
4. **Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium:** Perusahaan berpartisipasi dalam mendirikan atau menjadi anggota lembaga sosial yang dibentuk untuk tujuan sosial tertentu. Model ini lebih fokus pada pemberian hibah pembangunan. Pihak konsorsium atau lembaga tersebut secara aktif mencari mitra kerja sama dari lembaga operasional dan mengembangkan program yang disepakati bersama.

Kesadaran akan pentingnya Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) semakin menjadi tren di kalangan perusahaan, baik di tingkat global maupun nasional. Hal ini sejalan dengan meningkatnya perhatian perusahaan terhadap isu-isu ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan di sekitarnya, dengan memperhatikan norma-norma sosial dan prinsip hak asasi manusia (HAM).

⁷ Suharto, E. (2006). *Pekerjaan Sosial Industri, CSR dan*. Bandung: Lembaga Studi Pembangunan. 26

Dari segi urgensi, formalitas CSR menjadi sangat penting mengingat semakin meningkatnya kemiskinan dan degradasi lingkungan. Meskipun dalam empat tahun terakhir banyak perusahaan mencatatkan kenaikan laba dan pembayaran pajak yang *signifikan*, masalah kemiskinan dan kerusakan lingkungan justru semakin memburuk.

CSR bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas hidup masyarakat di sekitar perusahaan, agar mereka tidak bergantung pada perusahaan tersebut. Peningkatan kualitas sumber daya manusia menjadi kunci agar masyarakat dapat mandiri dan lebih berdaya dalam kehidupan sehari-hari.

Namun, banyak perusahaan telah melaksanakan CSR sebelum adanya regulasi yang mengaturnya, melalui berbagai *inisiatif* seperti pengembangan komunitas, perbaikan *infrastruktur*, pendidikan, dan program lingkungan. Di berbagai negara, CSR yang pertama kali muncul pada awal abad ke-20 ini telah mengalami perkembangan yang *signifikan*.

PELAKSANAAN CSR DI INDONESIA

Hukum adalah sekumpulan aturan yang dibuat oleh manusia dan saling berhubungan dalam suatu masyarakat untuk mengatur perilaku individu serta melindungi kepentingan mereka, sehingga anggota masyarakat tidak saling merugikan. Fungsi hukum ini bertujuan untuk menciptakan tatanan sosial yang teratur, serta menjaga ketertiban dan keseimbangan dalam masyarakat.

Mochtar Kusumaatmadja mencatat bahwa hukum dapat berfungsi sebagai alat untuk pembangunan, yang mengarahkan kegiatan manusia ke arah yang diinginkan oleh proses pembangunan atau reformasi. Dalam konteks perusahaan, hukum memiliki peran penting tidak hanya terhadap pemegang saham, tetapi juga dalam mengatur berbagai pihak yang terlibat dalam kegiatan *korporasi* agar berjalan sesuai dengan prinsip keadilan sosial, serta memastikan bahwa perubahan terjadi secara teratur.

Sebagian besar perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam menjalankan operasionalnya dengan menggunakan izin yang berbentuk badan hukum, seperti Perseroan Terbatas (PT). Sebagai subyek hukum, Perseroan Terbatas memiliki hak dan kewajiban yang ditetapkan oleh undang-undang.

CSR memiliki hubungan yang erat dengan pembangunan berkelanjutan, sehingga perusahaan harus mendasarkan setiap keputusan dalam aktivitasnya tidak hanya pada

faktor ekonomi, tetapi juga pada aspek sosial dan lingkungan, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

CSR lebih dari sekadar kegiatan amal; ia mengharuskan perusahaan untuk secara serius mempertimbangkan dampak keputusan mereka terhadap para pemangku kepentingan, termasuk lingkungan hidup.

Di luar negeri, perkembangan *CSR* sudah sangat populer dan terus mengalami evolusi. Sementara itu, pelaksanaan *CSR* di Indonesia saat ini lebih sering dianggap sebagai tindakan sukarela dari perusahaan. Hal ini membuat implementasi *CSR* sangat bergantung pada komitmen dan norma etika perusahaan terhadap kondisi sosial dan lingkungan di sekitarnya.

Kesadaran para pembuat kebijakan terhadap *CSR* menunjukkan bahwa ada pengakuan akan potensi dampak negatif dari kegiatan operasional perusahaan. Oleh karena itu, upaya harus dilakukan untuk mengurangi dampak buruk tersebut agar tidak membahayakan kesejahteraan masyarakat dan tetap mendukung iklim usaha yang positif.

CSR dalam Undang-Undang Penanaman Modal

Kewajiban *CSR* dimulai dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, yang disahkan pada 26 April 2007. Ketentuan mengenai kewajiban *CSR* dapat ditemukan dalam Pasal 15 dan Pasal 34 undang-undang tersebut.⁸

Pasal 15 huruf b menyatakan bahwa :

“Setiap penanam modal berkewajiban

- a. menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik
- b. melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan;
- c. membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal;
- d. menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal;
- e. mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undang

Dalam Pasal 15 huruf b undang-undang ini, pemerintah mengharuskan semua perusahaan penanam modal, baik asing maupun dalam negeri, untuk melaksanakan *CSR*. Definisi dari *CSR* yang dimaksudkan oleh undang-undang ini tertuang dalam Penjelasan Pasal 15 huruf b, yakni

⁸ ,

“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”

Berdasarkan definisi tersebut, kewajiban *CSR* diterapkan pada setiap perusahaan penanam modal yang beroperasi di Republik Indonesia. Undang-Undang Penanaman Modal tidak mengatur bahwa perusahaan di bidang tertentu harus melaksanakan *CSR*.

Selain mewajibkan *CSR* bagi tiap perusahaan penanaman modal, undang-undang ini juga menyebutkan mengenai sanksi terhadap pelanggaran kewajiban *CSR* tersebut. Hal ini tertera dalam Pasal 34 yang menyatakan bahwa :

Badan usaha atau usaha perseorangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 yang menuhi kewajiban sebagaimana dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi *administratif* berupa:

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

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

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

Sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang ini, perusahaan, terutama yang berasal dari modal asing, yang tidak memenuhi kewajiban *CSR* akan dikenakan sanksi sesuai dengan Pasal 34 di atas. Namun, sayangnya undang-undang tersebut tidak menjelaskan secara rinci mengenai bentuk pelanggaran terhadap *CSR*. Pasal itu hanya menyatakan bahwa perusahaan akan dikenakan sanksi jika gagal memenuhi kewajiban *CSR*.

CSR dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (*CSR*) adalah salah satu kewajiban yang ditetapkan oleh pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (selanjutnya disebut UU No. 40 Tahun 2007). Undang-undang ini mulai berlaku pada 16 Agustus 2007. Dalam Pasal 74 diatur bahwa...

- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan

- 2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran
- 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah Melalui Pasal 74 dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pemerintah berusaha untuk memperkuat dimensi sosial perusahaan. Upaya ini dipicu oleh banyaknya masalah atau konflik yang muncul antara perusahaan dan masyarakat di sekitarnya.

Dalam Bab V Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dinyatakan bahwa perusahaan yang menjalankan aktivitas di bidang dan/atau yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab tersebut merupakan kewajiban perusahaan yang harus dianggarkan dan dihitung sebagai biaya perusahaan, pelaksanaannya harus memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Perusahaan yang tidak memenuhi kewajiban ini akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 74 ayat (1) menjelaskan bahwa kewajiban Corporate Social Responsibility (CSR) bertujuan untuk membangun hubungan yang harmonis dan seimbang dengan lingkungan serta komunitas lokal, dengan mempertimbangkan nilai dan norma masyarakat setempat. Perusahaan yang dimaksud dalam konteks ini adalah yang beroperasi di sektor sumber daya alam, baik yang langsung mengelola sumber daya tersebut maupun yang kegiatan usahanya berdampak pada fungsi dan potensi sumber daya alam. Pada Pasal 74 ayat (3), dijelaskan bahwa sanksi yang diterapkan akan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, meskipun undang-undang ini tidak secara spesifik menyebutkan sanksi untuk ketidakpatuhan terhadap kewajiban CSR.

Dalam konteks UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, kewajiban CSR hanya berlaku bagi perusahaan yang terlibat dalam pemanfaatan sumber daya alam. Agar dapat memenuhi kewajiban ini, perusahaan harus mengalokasikan dana untuk kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta mencatatnya sebagai biaya operasional dengan memperhatikan aspek kewajaran. Selain itu, semua kegiatan CSR wajib dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan. Jika perusahaan gagal memenuhi

tanggung jawab ini, mereka akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. CSR dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dibatasi hanya untuk perusahaan yang beroperasi di bidang yang berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya alam. Untuk melaksanakan kewajiban CSR, perusahaan harus menganggarkan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan serta menghitungnya sebagai biaya perusahaan, dengan memperhatikan aspek kepatutan dan kewajiban. Kegiatan CSR harus dicantumkan dalam laporan tahunan perusahaan. Jika perusahaan tidak memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan, maka perusahaan tersebut akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

ADAPUN KENDALA YANG TERJADI

Berikut adalah beberapa contoh kendala regulasi dalam pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia:

1. **Ketidakjelasan Peraturan:** Banyak regulasi terkait CSR yang tidak spesifik atau memiliki interpretasi yang berbeda, sehingga perusahaan kesulitan dalam memahami kewajiban yang harus dipenuhi. Ketidakjelasan ini bisa mengakibatkan ketidakpatuhan secara tidak sengaja.
2. **Kurangnya Penegakan Hukum:** Meskipun ada peraturan yang mengatur CSR, penegakan hukum seringkali lemah. Hal ini membuat perusahaan merasa tidak ada konsekuensi signifikan jika mereka tidak memenuhi kewajiban CSR, sehingga mengurangi motivasi untuk berkomitmen.
3. **Variasi Antara Daerah:** Setiap daerah di Indonesia mungkin memiliki peraturan dan kebijakan CSR yang berbeda. Hal ini menciptakan ketidakpastian bagi perusahaan yang beroperasi di beberapa wilayah, karena mereka harus menyesuaikan diri dengan berbagai regulasi lokal.
4. **Kendala Administratif:** Proses pengajuan dan pelaporan kegiatan CSR yang rumit dan birokratis dapat menghambat efektivitas pelaksanaan program CSR. Perusahaan mungkin menghabiskan lebih banyak waktu untuk memenuhi persyaratan administratif ketimbang fokus pada pelaksanaan program yang berdampak.
5. **Kurangnya Dukungan dari Pemerintah:** Beberapa perusahaan merasa bahwa tidak ada dukungan yang cukup dari pemerintah dalam pelaksanaan CSR. Misalnya, pemerintah daerah mungkin tidak memberikan insentif atau bantuan yang diperlukan untuk mendukung program CSR.

6. Persepsi Negatif terhadap CSR: Masih ada anggapan di beberapa kalangan bahwa CSR hanya sebagai kewajiban hukum yang harus dipenuhi, bukan sebagai bagian dari strategi bisnis yang berkelanjutan. Hal ini dapat mengurangi komitmen perusahaan untuk mengintegrasikan CSR ke dalam budaya perusahaan.

Kesimpulan

CSR adalah bagian dari komitmen jangka panjang suatu perusahaan untuk meningkatkan kualitas hidup lingkungan, baik itu bagi pihak internal (pemegang saham dan karyawan) maupun eksternal (masyarakat dan lingkungan).

Diskusi tentang CSR di Indonesia telah berlangsung dan banyak diimplementasikan dalam lima tahun terakhir. Pelaksanaannya bervariasi, terutama oleh industri ekstraktif seperti minyak, gas, dan pertambangan lainnya. CSR diterapkan dalam berbagai kegiatan yang mencakup aspek sosial, pendidikan, pelatihan keterampilan, dan ekonomi. Inisiatif-inisiatif ini sangat bermanfaat bagi masyarakat yang tinggal di sekitar area operasional perusahaan, membantu mereka untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas hidup.

Tanggung jawab lingkungan sejatinya merupakan tanggung jawab setiap subjek hukum, termasuk perusahaan. Jika terjadi kerusakan lingkungan akibat kegiatan operasional perusahaan, maka hal itu akan menjadi urusan hukum. Pengaturan CSR di Indonesia diatur secara jelas dalam UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dan UU No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Daftar Pustaka

- Anggraeni, D. Y. (2018). PENGUJIAN TERHADAP KUALITAS PENGUNGKAPAN CSR. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 22-41.
- Division, E. R. (2018). *PERKEMBANGAN CSR DI INDONESIA*. Jakarta Timur: AMERTA Sustainability Management Specialist.
- Nopriyanto, A. (2024). ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) . *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2.
- Peter Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum, Kencana, 2017, hal. 45-50.
- Soekanto, S. (1986). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Pres.
- Suharto, E. (2006). *Pekerjaan Sosial Industri, CSR dan*. Bandung: Lembaga Studi Pembangunan .
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 Mengatur Kewajiban CSR
- Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal
- CSR, “Sekilas Sejarah dan Konsep”, [http:// donhangga.com/csr-sekilas-sejarah-dan-konsep/2007/11/28/](http://donhangga.com/csr-sekilas-sejarah-dan-konsep/2007/11/28/) diakses pada tanggal 28 November 2007.
- Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, [http:// www.pikiran-rakyat.com/cetak/2006/ 012006/11/0901.html](http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2006/012006/11/0901.html)