

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ketentuan Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar Negara Republik

Indonesia Tahun 1945 menyebutkan bahwa

“Perekonomian nasional diselenggarakan berdasarkan atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi, berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional”.

Pembangunan perekonomian nasional yang diselenggarakan

berdasarkan prinsip yang terdapat dalam Pasal 33 ayat (4) tersebut diatas bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat.¹ Kesejahteraan masyarakat Indonesia tidak semata-mata tanggungjawab salah satu pihak saja, akan tetapi tanggungjawab semua yang berkepentingan (*stakeholders*) seperti negara dan pengusaha yang ikut menikmati kekayaan Negara Republik Indonesia. Salah satu bentuk tanggungjawab pengusaha terhadap masyarakat adalah tanggungjawab sosial perusahaan yang dikenal dengan istilah *“Corporate Social Responsibility (CSR)”*.²

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.³

¹ Penjelasan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

² Umar Hasan, “Kewajiban Corporate Social Responsibility (CSR) Dilihat Dari Perspektif Hukum”, *Majalah Hukum Forum Akademika*, Nomor 1 Tahun 2014 (Maret, 2014), hal: 1-2.

³ Hendrik Budi Untung, 2008, *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Sinar Grafika, hal: 1.

Hukum sebagai perangkat norma-norma kehidupan dalam bermasyarakat merupakan salah satu instrumen terciptanya aktivitas bisnis yang lebih baik. Para pelaku bisnis (perusahaan) dan masyarakat hendaknya tercipta hubungan yang harmonis. Untuk itulah perusahaan dan masyarakat harus dapat bersinergi, dalam hal ini perusahaan harus mampu menghapus segala kemungkinan kesenjangan yang terjadi. Perusahaan merupakan badan usaha yang berbadan hukum yang merupakan subjek hukum dengan demikian perusahaan mempunyai hak dan tanggungjawab hukum juga mempunyai tanggungjawab moral, dimana tanggungjawab moral ini dapat menjadi cerminan dari perusahaan tersebut.⁴

Implementasi program CSR di Indonesia belum terlaksana sebagaimana diharapkan, karena sosialisasinya belum maksimal terhadap semua *stakeholders*, walaupun sebenarnya kewajiban untuk melaksanakan CSR sudah diatur dalam beberapa peraturan perundangan seperti, Undang-Undang No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN, Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Pasar Modal (UUPM) dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) serta Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau CSR di dunia dan Indonesia kini telah menjadi isu penting, berkaitan dengan masalah dampak lingkungan dalam pembangunan berkelanjutan. Hal tersebut sebagai reaksi dari banyak pihak

⁴ I Nyoman Tjager, 2002, *et al*, *Corporate Governance (Tantangan dan Kesempatan bagi Komunitas Bisnis Indonesia)*, Jakarta: PT. Prehalindo, hal: 142.

terhadap kerusakan lingkungan baik fisik, psikis maupun sosial sebagai akibat dari pengelolaan sumber-sumber produksi secara tidak benar.⁵

Dalam kebijakannya Pemerintah Indonesia telah mengatur mengenai tanggungjawab sosial perusahaan/ CSR yang salah satunya diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. Disebutkan bahwa dalam Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 adalah :

“Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.”

Ayat (2)

“Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.”

Ayat (3)

“Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”

Ayat (4)

“Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.”

Ada dua jenis perseroan yang wajib melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan/ CSR, yaitu perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam dan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam. Namun tidak diatur secara jelas karakteristik dari perseroan yang berkaitan dengan sumber daya alam. Dengan tidak memiliki kriteria penilaian besar kecilnya dampak yang ditimbulkan oleh perseroan agar

⁵ Umar Hasan, *Op. Cit*, hal: 3.

dapat dikategorikan kedalam jenis perseroan yang berkaitan dengan sumber daya alam. Ini akan menjadi permasalahan yang sangat krusial, karena pada umumnya dampak yang ditimbulkan oleh perseroan terhadap lingkungan terjadi tidak hanya pada proses produksi atau jasa, namun rentang pengaruh dampak, penilaiannya dapat diperluas sampai mencakup seluruh rantai nilai (*value chain*) perseroan, mulai dari pengadaan bahan baku, pengangkutan bahan baku, proses produksi, pengelolaan limbah, distribusi produk atau jasa perseroan, hingga penggunaan produk atau jasa perseroan oleh konsumen.⁶

Binoto Nadapdap berpendapat bahwa ketentuan mengenai tanggungjawab sosial perusahaan/ CSR dimaksudkan untuk mendukung hubungan perusahaan yang serasi, selaras, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.⁷

Dengan adanya ketentuan kewajiban menjalankan CSR bagi perusahaan di Indonesia, perusahaan tidak hanya diharapkan pada tanggung jawab *Single Bottom Line*, yaitu tanggung jawab pada kondisi finansial perusahaan saja, tapi perusahaan juga dihadapkan pada tanggung jawab *Triple Bottom Lines*, maksudnya adalah selain tanggung jawab finansial, perusahaan juga diharapkan kepada tanggung jawab lingkungan dan sosial. Karena kelangsungan perusahaan yang berkelanjutan (*Sustaineble*) tidak bisa hanya dilihat dari aspek finansial saja, tetapi perlu dilihat juga dari aspek sosial dan lingkungan sekitar perusahaan.⁸

⁶ Imam Abdi Yustisi, 2014, *Pemberian Sanksi Dalam Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Oleh Perseroan Terbatas Yang Berkaitan Dengan Sumber Daya Alam*, Malang: Universitas Brawijaya, hal: 5.

⁷ Binoto Nadapdap, 2012, *Hukum Perseroan Terbatas*, Jakarta: Permata Aksara, hal:131.

⁸ Hendrik Budi Untung, *Op. Cit*, hal: 25.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk membahas tentang pengaturan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan judul, **“TINJAUAN YURIDIS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 40 TAHUN 2007 TENTANG PERSEROAN TERBATAS (Studi Di PT Coca-Cola Amatil Bottling Indonesia Central Java)”**.

B. Perumusan Masalah

1. Mengapa ketentuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas?
2. Bagaimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada tahun 2014 sampai dengan tahun 2015 Di PT Coca-Cola Amatil Bottling Indonesia Central Java?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan perlunya pengaturan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
2. Untuk mengetahui pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT Coca-Cola Amatil Bottling Indonesia Central Java.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut, maka manfaat penelitian adalah :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap pengetahuan serta pemikiran yang bermanfaat bagi ilmu hukum.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai literatur maupun referensi yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan pemahaman tentang menjelaskan perlunya pengaturan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- b. Memberikan gambaran tentang pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT Coca-Cola Amatil Bottling Indonesia Central Java.

D. Kerangka Pemikiran

Menurut bahasa, *Corporate Sosial Responsibility* diartikan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas memilih menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan untuk penjabaran dalam pengaturan tersebut. Pada saat ini belum adanya kesatuan bahasa terhadap istilah CSR namun secara konseptual semuanya memiliki kesamaan makna. Beragam istilah yang sepadan dengan CSR misalnya *Corporate Responsibility*, *Corporate Citizenship*, *Responsible Business*, *Sustainable Responsible Business*, dan *Corporate Social Performance*.⁹

Banyak istilah untuk mengartikan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/ CSR*) dan juga beragam definisinya karena sampai sekarang belum ada definisi tunggal yang disepakati

⁹ Tri Budiyo, 2011, *Hukum Perusahaan*. Salatiga: Griya Media, Hal: 107.

secara global. Pasal 1 butir 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyebutkan definisi tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR sebagai berikut:

“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.”

Tanggungjawab sosial muncul dan berkembang sejalan dengan interrelasi antara perusahaan dan masyarakat, yang sangat ditentukan oleh dampak yang timbul dari perkembangan dan peradaban masyarakat. Semakin tinggi tingkat peradaban masyarakat, khususnya akibat perkembangan ilmu sehingga meningkatkan kesadaran dan perhatian lingkungan memunculkan tuntutan tanggung jawab perusahaan.

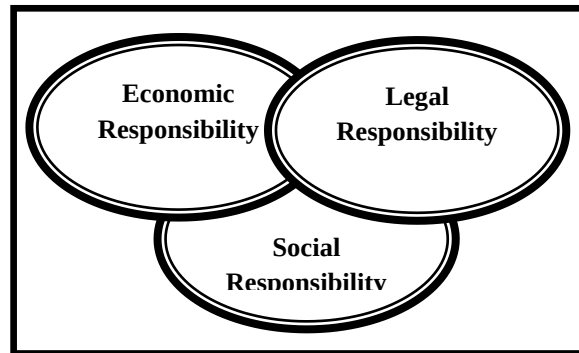
Post menyatakan bahwa ragam tanggungjawab perusahaan terdiri dari tiga dimensi, yaitu:¹⁰ (1) *economic responsibility*; (2) *legal responsibility*; dan (3) *social responsibility*.

Economic responsibility, keberadaan perusahaan ditujukan untuk meningkatkan nilai bagi *shareholder*, seperti: meningkatkan keuntungan (laba), harga saham dan jenis lainnya.

Legal responsibility, sebagai anggota masyarakat, perusahaan memiliki tanggungjawab mematuhi peraturan perundangan yang berlaku. Termasuk, ketika perusahaan sedang menjalankan aktivitas operasi, maka harus dapat dipertanggungjawabkan secara hukum dan perundangan.

¹⁰ Nor Hadi, 2011, *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Graha Ilmu, hal: 60.

Social responsibility, merupakan tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan dan para pemangku kepentingan.



Sumber : Dikutip Dari Post, Lawrence, Dan Weber dalam Sholihin Ismail (2008)

Gambar tersebut memberikan penjelasan secara diagramatis tentang gugus keterkaitan tanggungjawab perusahaan, yang meliputi tiga perspektif yaitu : sosial, ekonomi dan hukum. Pencapaian ketiga nilai perusahaan tersebut harus simultan dan berkesinambungan. Pencapaian ekonomi tidak boleh melanggar aspek peraturan dan perundangan serta ekonomi. Begitu juga pencapaian nilai sosial perusahaan juga tidak boleh meniadakan orientasi ekonomi dan sosial. Hal yang sangat juga diperhatikan, bahwa pencapaian nilai lingkungan perusahaan juga tidak boleh mengorbankan kepentingan pencapaian nilai sosial dan melanggar peraturan perundang yang berlaku.¹¹

Dengan demikian untuk mengatur tentang tanggungjawab sosial dan lingkungan perusahaan, pemerintah membuat kebijakan tentang pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yang diatur dalam Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

E. Metode Penelitian

¹¹ *Ibid*, hal: 61-62.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Suatu penelitian deskriptif, dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya.¹² Metode penelitian deskriptif dipergunakan untuk menggambarkan berbagai gejala dan fakta yang terdapat dalam kehidupan sosial secara mendalam.¹³ Penelitian deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai Tinjauan Yuridis *Corporate Social Responsibility* (CSR) Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007.

2. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah pendekatan yuridis empiris yaitu cara prosedur yang dipergunakan untuk memecahkan masalah penelitian dengan meneliti data sekunder terlebih dahulu untuk kemudian dilanjutkan dengan mengadakan penelitian terhadap data primer di lapangan-lapangan.¹⁴

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data-data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui proses wawancara terhadap narasumber yang dianggap mengetahui segala informasi yang diperlukan dalam penelitian, yang

¹² Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: Universitas Indonesia, 1984, hal:10.

¹³ Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Hukum*, Bandung: Pustaka Setia, 2009, hal: 57.

¹⁴ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajawali Pers, 1985, hal:52.

berupa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pada PT Coca-Cola Amatil Bottling Indonesia Central Java.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data lain yang berhubungan dengan penelitian ini, berupa bahan-bahan pustaka. Fungsi data sekunder adalah untuk mendukung data primer. Data sekunder yang berkaitan dengan ini yaitu :

- 1) Undang-undang
- 2) Buku-buku yang berkaitan dengan penelitian
- 3) Karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian
- 4) Informasi yang dikutip dari internet

4. Metode Pengumpulan Data

a. Studi Kepustakaan

Metode ini dipergunakan untuk mengumpulkan data sekunder, yang dilakukan dengan cara, mencari, menginventarisasi dan mempelajari peraturan perundang-undangan, doktrin-doktrin, dan data-data sekunder yang lain, yang terkait dengan objek yang dikaji.

b. Wawancara

Metode ini dipergunakan untuk mengumpulkan data primer, yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara secara bebas terpimpin, dengan berbagai pihak yang dipandang memahami objek yang diteliti.

c. Metode Analisis Data

Cara yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis deskriptif yang bertujuan untuk memberi gambaran secara sistematis fakta dan karakteristik objek dan subjek yang diteliti secara tepat.

F. Sistematika Penulisan

Guna mempermudah dan mengetahui dalam melakukan pembahasan, menganalisis, serta penjabaran isi dari penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika dalam penulisan penelitian ini sebagai berikut:

Bab Pendahuluan, berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian dan diakhiri dengan sistematika skripsi.

Bab Tinjauan Pustaka, berisikan tentang tinjauan umum mengenai perseroan terbatas, tinjauan umum mengenai *corporate social responsibility* dan tinjauan umum mengenai PT Coca-Cola Amatil Bottling Indonesia Central Java

Bab Hasil Penelitian dan Pembahasan, berisikan tentang tanggung jawab sosial perusahaan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas serta pelaksanaan tanggung jawab sosial PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java.

Bab Kesimpulan dan Saran, yang berisikan kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil penelitian dan saran sebagai tindak lanjut dari simpulan tersebut.