

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Motivasi utama setiap perusahaan atau industri atau bisnis adalah meningkatkan keuntungan. Logika ekonomi neoklasik adalah bahwa dengan meningkatnya keuntungan dan kemakmuran sebuah perusahaan sudah pasti akan meningkatkan kemakmuran rakyat karena lebih efisien dan murah produk yang dihasilkan. Kenyataannya tidak demikian, banyak perusahaan bukan hanya makin kaya tetapi juga semakin berkuasa sementara penduduk miskin dan lemah serta rentan secara sosial, ekonomi, politik, kesehatan, dan lingkungan makin banyak. Kemajuan perusahaan juga menyumbang ketidakadilan dan kesenjangan sosial. Pertumbuhan ekonomi tidak selalu sejalan dengan pemerataan atau distribusi kesejahteraan. Memperhatikan kesenjangan yang semakin besar muncul berbagai reaksi untuk memperbaiki persoalan kesenjangan, antara lain program pengentasan kemiskinan, perbaikan kesejahteraan, bantuan subsidi langsung dan sebagainya.

Citra perusahaan di mata masyarakat sangat berpengaruh terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Teknologi informasi sekarang memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai informasi dari berbagai penjuru dunia. Akibatnya akan terbentuk citra yang negatif. Sebaliknya, jika perusahaan menunjukkan komitmen sosial yang tinggi terhadap kegiatan kemanusiaan, pelestarian lingkungan, kesehatan masyarakat, pendidikan, penanggulangan bencana

alam, maka akan terbentuk citra positif di mata masyarakat. Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* selanjutnya disebut CSR, perusahaan timbul dari desakan masyarakat atas perilaku perusahaan yang mengabaikan tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan tersebut meliputi perusakan lingkungan, eksploitasi sumber daya alam, tidak peduli terhadap masyarakat sekitar dan penindasan terhadap buruh. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan investasi jangka panjang yang berguna untuk meminimalisasi risiko sosial, serta berfungsi sebagai sarana meningkatkan citra perusahaan di mata publik.

Secara umum CSR merupakan peningkatan kualitas kehidupan, CSR merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada komunitas. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab moral perusahaan terhadap masyarakat. Tanggung jawab moral terhadap masyarakat dimana perusahaan menjalankan kegiatannya, boleh masyarakat dalam arti sempit seperti lingkungan disekitar pabrik atau masyarakat luas. Sebagai suatu organisasi ekonomi perusahaan berada dan ada di tengah masyarakat, perusahaan tumbuh berkembang dan dikembangkan oleh masyarakat. Mengingat peran perusahaan yang mempunyai tujuan untuk memperoleh keuntungan, namun disatu sisi perusahaan juga harus menjalin hubungan harmonis dengan masyarakat, maka fungsi prinsip tanggung jawab sosial perusahaan menjadi semakin penting untuk diperhatikan dan diimplementasikan. Oleh karena itu penerapan prinsip tanggung jawab sosial perusahaan yang semula hanya bersifat anjuran, maka sekarang sudah menjadi kewajiban hukum. Konsep CSR ramai dibicarakan pada akhir tahun 90an. Di Indonesia baru mulai dibicarakan pada tahun 2000, itupun masih kerap

disamakan dengan konsep *community development*. Beberapa konsep tentang CSR dijelaskan menurut pendapat para ahli. Salah satu konsep menyebutkan tentang CSR adalah komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan komunitas secara lebih jelas.

Menurut *The Worlds business Council for sustainable Development* dinyatakan bahwa CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas – komunitas setempat (lokal) dan komunitas secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan (Bambang Rudito dan Melia Famiola, 2007: 209).

Berdasarkan pengertian di atas dapat diartikan bahwa sebuah perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada aspek ekonomi saja tetapi juga pada aspek sosial dalam hubungannya dengan karyawan perusahaan dan masyarakat setempat dan masyarakat secara keseluruhan.

Bentuk CSR yang yang biasanya dilakukan adalah pemberian fasilitas kepada para pekerja atau buruh, pemberian sumbangan, hibah, bantuan untuk bencana alam yang sifatnya momentum. Musibah atau bencana yang terjadi dapat dijadikan sebagai kesempatan bagi perusahaan yang membentuk citra dan reputasi baik di mata masyarakat dan masih banyak bentuk tanggung jawab perusahaan lainnya yang dilakukan oleh perusahaan.

Sebuah perusahaan yang menerapkan CSR tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *Single Bottom Line*, yaitu aspek ekonomi yang hanya mementingkan keuntungan atau laba perusahaan saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya. Konsep CSR tersebut dinamakan *Triple Bottom Line*, yaitu selain mengejar profit perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam kegiatan sosial dan kelestarian lingkungan (Erni R Ernawan, 2007: 112)

Munculnya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas selanjutnya disingkat UUPT dan Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal selanjutnya disingkat UUPM menandai dimulainya pengaturan CSR di Indonesia. Walaupun sebenarnya pembahasan mengenai CSR sudah dimulai jauh sebelum kedua undang-undang tersebut disahkan.

Ditinjau dari jenis perusahaan, umumnya yang menjalankan fungsi tanggung jawab sosial menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) adalah perusahaan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam dan perusahaan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam. Sedangkan menurut Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal (UUPM) dijelaskan perusahaan yang wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan adalah perusahaan penanaman modal baik penanam modal asing maupun penanam modal dalam negeri.

Menurut Pasal 74 UUPT bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Aturan lebih tegas sebenarnya juga sudah ada di dalam Pasal 15 huruf b Undang-Undang UUPM disebutkan, setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Jika tidak, maka dapat dikenai sanksi mulai dari peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan atau fasilitas penanaman modal, atau pencabutan kegiatan usaha dan atau fasilitas penanaman modal (Pasal 34 Ayat (1) UUPM).

Pengaturan mengenai CSR telah ada di Indonesia, di antaranya adalah Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33, Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Lingkungan Hidup pada Lembaran Negara Nomor 68 Tahun 1997, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Lembaran Negara Nomor 67 Tahun 2007 dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas Lembaran Negara Nomor 106 Tahun 2007.

Hal tanggung jawab terhadap lingkungan hidup mengacu pada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang lingkungan hidup yang mengatur tentang sanksi kepada perusahaan yang kegiatan usahanya menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan hidup. Pelestarian lingkungan hidup merupakan rangkaian upaya untuk memelihara lingkungan hidup guna terjaganya kehidupan berkualitas.

CSR sebenarnya lebih berorientasi pada masyarakat dan bisnis. Apakah itu sektor bisnis swasta yang didasarkan pada kepemilikan pribadi yang melulu mengejar profit atau dapat juga diberi tanggungjawab pada atas hak masyarakat umum, mengingat pengaruh bisnis ini begitu besar. Bisnis sendiri selalu berperan pada tujuan menumpuk keuntungan dan kekayaan.

Tanggungjawab sosial yang dibebankan pada sektor bisnis akan mengurangi pencapaian tujuan penumpukan profit. Setelah teruji selama beberapa dekade, terlihat bahwa terjadi malfungsi bisnis dan kegagalan mekanisme pasar. Sistem ekonomi yang lebih mengarah pada pendekatan kapitalis maupun sosialis ternyata tidak mampu mencapai alokasi faktor produksi secara efisien, artinya mekanisme pasar ini tidak mampu memberikan kesejahteraan sosial yang optimal. CSR dapat diartikan sebagai komitmen industri untuk mempertanggung-jawabkan dampak operasi dalam dimensi Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan serta menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungannya.

Melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa kepercayaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Kecenderungan akhir-akhir ini di Indonesia banyak korporasi industri telah menjalankan prinsip-prinsip CSR dalam tataran praktis, yaitu sebagai pengkaitan antara pengambilan keputusan dengan nilai etika, kaidah hukum serta menghargai manusia, masyarakat dan lingkungan.

Berdasarkan UUPM dan UUPT, CSR merupakan tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal atau perusahaan yang kegiatan

perusahaannya bergerak dan berkaitan dengan sumber daya alam, untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Memperhatikan hal tersebut di atas, penulis tertarik untuk menjadikan bahan penulisan skripsi dengan mengambil judul : **Pelaksanaan Prinsip *Corporate Social Responsibility* Oleh PT. Sugar Group Companies**. Konsep CSR yang tertuang dalam UUPM dan UUPT tersebut akan dicoba dilihat pada PT. Sugar Group Companies sebagai salah satu perusahaan pabrik gula terbesar di Lampung yang terletak di Lampung Tengah.

Karena kegiatan perusahaan tersebut bergerak dibidang sumber daya alam maka akan dilihat apakah perusahaan tersebut sudah menerapkan CSR berdasarkan UUPM dan UUPT dan bagaimana pelaksanaan prinsip CSR di bidang sosial dan lingkungan yang diterapkan perusahaan tersebut.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* oleh PT. Sugar Group Companies?

2. Ruang lingkup

a. Ruang Lingkup Kajian

Berdasarkan permasalahan di atas agar tidak meluas dan terarahnya pembahasan maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada pelaksanaan prinsip CSR oleh PT. Sugar Group Companies dilihat dari UUPT dan UUPM di bidang sosial dan lingkungan yang berlokasi di Desa Seputih Mataram, Lampung Tengah.

b. Ruang Lingkup Bidang Ilmu

Lingkup bidang ilmu penelitian ini adalah hukum ekonomi karena PT. Sugar Group Companies baik langsung maupun tidak langsung memiliki kontribusi terhadap pasar. Aktivitas pasar tersebut menimbulkan kepentingan ekonomi dimana terdapat kepentingan perusahaan untuk mencari keuntungan dan kepentingan masyarakat serta pemerintah untuk melaksanakan prinsip CSR. Untuk menyelaraskan kepentingan ekonomi tersebut maka perlu diatur oleh hukum dalam hal ini hukum ekonomi.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah : menganalisis bentuk-bentuk pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* oleh PT. Sugar Group Companies di bidang sosial dan lingkungan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan hukum perdata, khususnya hukum penanaman modal.
2. Secara praktis, penulisan ini dituangkan berguna sebagai :
 - a. Bahan bacaan atau sumber informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan;
 - b. Salah satu syarat akademik untuk menyelesaikan studi pada fakultas Hukum Universitas Lampung;
 - c. Latihan peningkatan pengetahuan dan pengembangan wawasan ilmu bagi penulis.