

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (selanjutnya disingkat CSR), bila dikaitkan dengan motivasinya mulanya identik dengan *corporate giving* (bantuan amal) kemudian berkembang menjadi *corporate philanthropy* (bantuan kemanusiaan). Istilah selanjutnya, *corporate community relations* (mendongkrak citra perusahaan) dan terakhir dikenal dengan *corporate community development* (pemberdayaan masyarakat). Konsep *community development* saat ini diidentikan dengan tanggung jawab sosial perusahaan, karena tanggung jawab sosial perusahaan bukan lagi sebagai tanggung jawab *philanthropy* semata melainkan sebuah investasi sosial perusahaan yang menguntungkan perusahaan dalam jangka panjang (*corporate social investment*).

Secara tidak langsung tanggung jawab sosial perusahaan lahir karena adanya ketidakpercayaan dari masyarakat terhadap berbagai praktik bisnis yang dilakukan oleh perusahaan, tidak hanya terbatas pada Perseroan Terbatas (selanjutnya disingkat PT) ataupun hanya berkaitan langsung dengan sumber daya alam. Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang dikemas dalam berbagai program diibaratkan sebagai sogokan perusahaan kepada masyarakat, karena tidak terlepas dari bagian strategi bisnis guna membentuk kesan menyeluruh tentang perusahaan. Masyarakat merupakan bagian utama dari perusahaan yang tidak dapat dipisahkan,¹ namun pada

¹) Menurut Pandangan *The Business Roundtable*, keberadaan perusahaan bergantung kepada dukungan masyarakat secara luas. Perusahaan juga memperoleh berbagai keistimewaan perlakuan (*privileges*) seperti kewajiban terbatas (*limited liabilities*), umur kegiatan usaha yang tidak terbatas (*indefinite life*) dan perlakuan pajak khusus. Oleh sebab itu, perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat secara luas sebagai salah satu bagian dari konstituen,

kenyataannya sering dirugikan dalam praktik bisnis yang ada. Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap berbagai kegiatan dunia usaha. Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya dengan semakin bertanggung jawab.

Sebagaimana yang telah diamanatkan dalam Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 33 Ayat (4), bahwa perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi, yang bertujuan menjamin kemakmuran bagi rakyat. Dunia usaha tidak lagi hanya dihadapkan dengan tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, keberadaan perusahaan bukan sebatas melakukan kegiatan ekonomi yang hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan melainkan juga diminta memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosialnya.

Parameter keberhasilan sebuah perusahaan dalam sudut pandang tanggung jawab sosial perusahaan adalah sejauh mana perusahaan mengedepankan prinsip moral dan etis untuk *sustainability* perusahaan, lingkungan, dan sosial. Sehingga konteks dalam tanggung jawab sosial perusahaan mencakup 3P yaitu *triple bottom line*, selain memperoleh laba besar (*Profit*) juga dapat mengangkat kehidupan masyarakat (*People*) dan menjaga kelestarian lingkungan hidup (*Planet*).

Di beberapa negara kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan sudah lazim dilakukan oleh suatu perusahaan sejak lama, bukan dikarenakan telah diatur oleh pemerintahnya, melainkan untuk

karena masyarakat dan para konstituen telah memungkinkan perusahaan memperoleh berbagai perlakuan istimewa tersebut. (Ismail Solihin, 2008, *Corporate Social Responsibility: from charity to sustainability*, Salemba Empat: Jakarta, hlm. 8)\

menjaga hubungan baik dengan *stakeholders*.² Tanggung jawab sosial perusahaan menjadi bagian dalam atmosfer bisnis Indonesia dimuali sejak 10 (sepuluh) tahun terakhir, baik dilaksanakan oleh perusahaan multinasional maupun domestik yang terkait dalam sektor apapun. Sebagian perusahaan di Indonesia mulai gencar melaksanakan berbagai program tanggung jawab sosial perusahaan, yang diikuti dengan pembentukan divisi khusus, mempromosikan aktivitasnya melalui media iklan, membentuk perkumpulan perusahaan yang telah menjalankan, berdirinya lembaga khusus menangani dan bertindak sebagai konsultan, hingga digelarnya berbagai *award* terhadap program maupun pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengaturan tanggung jawab sosial perusahaan adalah satu dari hal baru dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (selanjutnya disingkat UUPT),³ sedangkan pengaturan tanggung jawab sosial perusahaan bagi Badan Usaha Milik Negara (selanjutnya disingkat BUMN) telah lama diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN yang relatif lebih terinci dibandingkan UUPM dan UUPT.⁴

² <http://cms.sip.co.id/hukumonline/detail.asp?id=18664&cl=Berita> diakses Tanggal 05 September 2009, pukul 20:25:58 WIB.

³ Secara etimologis CSR diartikan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Pasal 15 huruf (b) UUPM istilah yang digunakan adalah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, sedangkan dalam Pasal 74 UUPT adalah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). TJSL bukanlah CSR (untuk penganut *beyond compliance*) atau maksimum adalah sepertiga CSR (untuk penganut *within and beyond compliance*), *social* dalam CSR maksudnya *economic-social-environmental*. (Jalal Lingkar Studi CSR disampaikan pada FGD dengan LPBH FAS, Jakarta 30 Mei 2008 <http://pkbl.bumn.go.id/file/jalal-CSR.pdf> diakses Tanggal 20 Mei 2009, pukul 12:17:20 WIB).

⁴ Aturan rinci pelaksanaan terdapat dalam Keputusan Menteri BUMN Nomor Kep.236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), Peraturan Menteri Nomor 4 Tahun 2007 yang mengatur mulai dari besaran dana hingga tata cara pelaksanaan CSR, dan Surat Keputusan Menteri BUMN Nomor Keputusan PER-5/MBU/2007 yang mewajibkan BUMN untuk melaksanakan CSR dalam bentuk PKBL.

Dimasukkannya klausul tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam peraturan perundang-undangan memang mendapat sorotan khusus dari kalangan pengusaha.⁵ Bentuk penolakan klausul tanggung jawab sosial perusahaan ditandai dengan diajukannya *judicial review* Pasal 74 UUPJ beserta penjelasannya ke Mahkamah Konstitusi (MK) oleh Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI), Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI), dan Kamar Dagang Indonesia (KADIN) pada November 2008. Namun dalam prosesnya MK menolak permohonan *judicial review* tersebut dengan putusan perkara Nomor 53/PUU-VI/2008 Tertanggal 13 April 2009.

Perbedaan penafsiran pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dalam kerangka Pasal 74 UUPJ, antara pemerintah dan kalangan dunia usaha akan terus berlanjut. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan dalam substansi Pasal 74 UUPJ masih sangatlah sempit dibandingkan konsep tanggung jawab sosial perusahaan yang telah berkembang di beberapa negara, baik yang dikembangkan para ahli ataupun organisasi internasional.⁶ Bahkan sudah 3 (tiga) tahun UUPJ disahkan, pemerintah belum merampungkan Peraturan Pemerintah terkait teknis Pasal 74 UUPJ yang telah diamanatkan dalam ayat (4).⁷

⁵ Perkembangan CSR untuk konteks Indonesia (terutama yang berkaitan dengan pelaksanaan CSR untuk kategori *discretionary responsibilities*) dapat dilihat dari dua prespektif yang berbeda. Pertama, pelaksanaan CSR memang merupakan praktik bisnis secara sukarela (*discretionary business practice*) artinya pelaksanaan CSR lebih banyak berasal dari inisiatif perusahaan dan bukan merupakan aktivitas yang dituntut untuk dilakukan perusahaan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku di negara Republik Indonesia. Kedua, pelaksanaan CSR bukan lagi *discretionary business practice*, melainkan pelaksanaannya sudah diatur oleh undang-undang (*bersifat mandatory*). (Ismail Solihin, *op. cit.*, hlm. 161).

⁶ Walaupun telah menjadi sebuah isu global, sampai saat ini belum ada suatu definisi tunggal dari CSR yang diterima secara global. (Widjaja Gunawan dan Yeremia Ardi Pratama, 2008, Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR, Forum Sahabat: Jakarta, hlm.7). Seperti halnya dalam definisi CSR yang belum menemukan suatu rumusan yang pasti dan tegas, pandangan konsepsi CSR-pun tampaknya belum sepenuhnya seragam. (*Ibid.*, hlm. 34). *The Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) memandang bahwa CSR dapat memiliki arti yang berbeda bagi masing-masing organisasi, sektor, dan *stakeholders* dan pengertian ini berkembang. (*Ibid.*, hlm. 37).

⁷ Perkembangan ekonomi yang maju dengan pesat sekali, sementara hukum ketinggalan, perkembangan antara ekonomi dan hukum menjadi tidak seimbang. Dunia bisnis memerlukan kepastian hukum untuk bisa bertindak dan melakukan transaksi-transaksi bisnis yang mengikat untuk jangka waktu tertentu. Bisnis memerlukan perangkat hukum berupa undang-undang beserta PP untuk memberi rambu-rambu dimana boleh dan tidaknya berbuat. Bisnis tidak saja terikat dengan etika bisnis, tetapi lebih terikat dengan perangkat hukum positif yang berlaku dengan segala

Mengacu kepada peraturan tanggung jawab sosial perusahaan dalam UUPM, jelas terlihat bahwa kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan bagi perusahaan penanaman modal yang tunduk pada dan kegiatan operasional dan investasinya diatur oleh UUPM tidak tergantung pada kegiatan usaha (lini usaha) yang dilaksanakan perusahaan tersebut, jadi perusahaan yang bergerak di lapangan usaha produksi maupun jasa tetap diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.⁸ Sedangkan dalam Penjelasan Pasal 74 Ayat (1) UUPT disebutkan bahwa kewajiban pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam tidak hanya melihat pada bisnis inti perusahaan. Walaupun perusahaan tersebut tidak secara langsung melakukan eksploitasi sumber daya alam, tetapi selama kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam, maka perusahaan tersebut wajib melaksanakan tanggung jawab sosialnya.⁹

Meskipun masih banyak polemik atas klausul tanggung jawab sosial perusahaan yang belum menemukan titik temu, tidak mengurungkan sebagian perusahaan untuk tetap melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai bagian dari komitmen perusahaan. Apabila ditelaah lebih jauh, pada dasarnya perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan justru mentaati *self regulation* karena berawal dari komitmen *stakeholders*. Sejalan dengan apa yang telah dikemukakan di atas, dalam hal ini akan dilihat pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan oleh PT Indosat Tbk sebagai salah satu perusahaan penyelenggara jasa dan jaringan telekomunikasi terpadu penuh di Indonesia.

sanksinya. (Sukamdani Sahid Gitosardjono, dan dkk, 1993, *Bisnis dan Pembangunan Ekonomi*, Haji Masagung: Jakarta, hlm. 270).

⁸ Cornelius Simanjuntak dan Natalie Mulia, 2009, *Organ Perseroan Terbatas*, Sinar Grafika: Jakarta, hlm. 102.

⁹ Widjaja Gunawan dan Yeremia Ardi Pratama, *op. cit.*, hlm. 95.

PT Indosat Tbk pada awalnya didirikan dalam rangka Undang-Undang Penanaman Modal Asing Nomor 1 Tahun 1967 untuk memberikan layanan telekomunikasi internasional di Indonesia. Tahun 1980, perusahaan dijual oleh *American Cable and Radio Corporation* kepada pemerintah Indonesia, dengan demikian Indosat menjadi BUMN (Persero). Desember 2002 pemerintah menjual 41,9% dari saham Seri B kepada (bekas) anak perusahaan dari STT, dan memperoleh persetujuan dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dan Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia atas perubahan status hukum dari BUMN (Persero) menjadi perusahaan PMA kembali pada Tahun 2003.¹⁰

Sebagai perusahaan telekomunikasi dan multimedia terbesar kedua di Indonesia untuk jasa seluler, Indosat berkomitmen menjadi perusahaan yang bertanggung jawab kepada *stakeholders* dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan sebagai dasar terciptanya keberlanjutan usaha dan kesejahteraan kehidupan sekitar sekaligus mematuhi regulasi yang berlaku. Komitmen tanggung jawab sosial perusahaan oleh PT Indosat Tbk secara tidak langsung dapat dilihat melalui Indosat *Sustainability Report* 2008 serta diraihnya penghargaan dalam Indonesia *Cellular Award* 2009 dan Indonesia *Sustainability Reporting Awards* (ISRA) 2009.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan PT Indosat Tbk dilakukan pada wilayah operasionalnya meliputi Galeri dan Griya Indosat yang terbagi dalam beberapa area. Lampung termasuk dalam Galeri Indosat Wilayah Regional Sumatera Bagian Selatan. Galeri Indosat Cabang Lampung salah satunya berlokasi di Kantor Perwakilan Kotabumi, Jalan Jendral

¹⁰ Laporan Tahunan 2008 PT Indosat Tbk, Catatan Atas Laporan Keuangan Konsolidasi, Umum, Pendirian Perusahaan (http://www.indosat.com/html/annual_report_2008/id/1701_notes.html diakses Tanggal 20 November 2009 pukul 12:07:28 WIB). Laporan Tahunan 2008 PT Indosat Tbk, Laporan Tahunan dalam Format 20-F, Bagian 1 butir 4: Informasi Tentang Perusahaan, Sejarah dan Perkembangan Perusahaan (http://www.indosat.com/html/annual_report_2008/id/1504_20f.html diakses Tanggal 20 November 2009 pukul 12:34:59 WIB). (<http://id.wikipedia.org/wiki/Indosat> diakses Tanggal 20 November 2009 pukul 12:44:06 WIB).

Sudirman Nomor 5C Kotabumi - Lampung Utara. Indosat Lampung telah memberikan fasilitas melalui Indosat Lampung *Community* dan Indosat Komunikasi Masa Depan dalam *blog version* yang dapat diakses oleh siapapun, antara lain berisi informasi *local events* berkaitan dengan program dan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan di wilayah kantor cabang maupun kantor perwakilan.

Tanggung jawab sosial perusahaan yang diimplementasikan ke dalam berbagai bidang kehidupan merupakan salah satu upaya penyesuaian perkembangan bersama, dengan harapan mengurangi dampak negatif yang terwujud dalam bentuk kesenjangan antara kemajuan gerak perusahaan dengan keadaan masyarakat sekitarnya. Tanggung jawab sosial perusahaan masih menjadi tema yang menarik untuk ditelaah lebih lanjut, karena didasarkan pada status hukum perusahaan dan masing-masing perusahaan memiliki bentuk, wujud, kepada siapa diberikan, cara pelaksanaan, serta persentasi biaya yang berbeda-beda. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dan menuangkannya dalam sebuah karya tulis yang berjudul **Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan PT Indosat Tbk (Studi Pada Kantor Perwakilan Kotabumi)**.

B. Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup Penelitian

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan PT Indosat Tbk adalah:

- a. apa saja bentuk-bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang dilaksanakan oleh PT Indosat Tbk?
- b. bagaimanakah pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan oleh PT Indosat Tbk?

2. Ruang Lingkup Penelitian

a. Ruang Lingkup Kajian

Berdasarkan permasalahan di atas agar tidak meluas dan terarahnya pembahasan maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada bentuk-bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang dilaksanakan dan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan oleh PT Indosat Tbk pada wilayah Kantor Perwakilan Kotabumi.

b. Ruang Lingkup Bidang Ilmu

Lingkup bidang ilmu penelitian ini adalah hukum ekonomi, karena PT Indosat Tbk langsung maupun tidak langsung memiliki kontribusi terhadap pasar, salah satunya pada wilayah Kantor Perwakilan Kotabumi. Aktivitas pasar tersebut menimbulkan kepentingan ekonomi yakni kepentingan perseroan untuk memperoleh *profit*, kepentingan masyarakat mendapat kontribusi berupa tanggung jawab perusahaan atas berbagai praktik bisnis, dan kepentingan pemerintah agar perusahaan mengikuti regulasi yang berlaku. Sehingga, untuk menyelaraskan kepentingan ekonomi tersebut maka perlu diatur oleh hukum dalam hal ini hukum ekonomi.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan pokok bahasan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis secara jelas, sistematis, dan rinci mengenai bentuk-bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan oleh PT Indosat Tbk pada wilayah Kantor Perwakilan Kotabumi, ditinjau dari peraturan perundang-

undangan, konsep tanggung jawab sosial perusahaan yang berkembang, dan kebijakan perusahaan.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian secara teoritis berguna sebagai upaya pengembangan wawasan keilmuan dan peningkatan keterampilan menulis karya ilmiah dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan hukum, khususnya hukum keperdataan ekonomi dalam kajian hukum bisnis, hukum perusahaan dan hukum penanaman modal.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian secara praktis berguna sebagai acuan atau referensi dan perbandingan bagi pendidikan hukum dan penelitian hukum lanjutan, praktisi hukum dalam mengemban tugas profesi hukum, pengusaha dalam menjalankan kegiatan bisnis, pengambil keputusan dalam bidang legislatif dan eksekutif, dan sumber bacaan baru bidang hukum keperdataan ekonomi khususnya bidang hukum bisnis, hukum perusahaan dan hukum penanaman modal mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan pada wilayah operasionalnya, oleh salah satu perusahaan penyelenggara telekomunikasi di Indonesia.

