



Corporate Social Responsibility **(CSR) Bidang Pertanian**



Aspek Hukum CSR di Indonesia

Dr. Ir. Teguh Kismantoroadji, M.Si.
e-mail : kismantoroadji@gmail.com
<http://blog.upnyk.ac.id>
HP/WA : 0851-0180-1029

Dr. Eko Murdiyanto, SP., M.Si.



Aspek Hukum CSR di Indonesia



Kompetensi Khusus:

Mahasiswa mampu menjelaskan alasan perusahaan dalam melakukan Corporate Social Responsibility (CSR)

Mahasiswa memiliki motivasi, dapat meringkas komunikasi lisan dan berargumen logis



Pendahuluan



Konsep CSR sebenarnya telah diatur dalam beberapa Undang-Undang di Indonesia. Mengingat definisi dan cakupan CSR yang luas, yaitu termasuk bidang lingkungan, konsumen, ketenagakerjaan dan lain-lain, maka perlu adanya pengaturan secara hukum dalam pelaksanaan CSR di Indonesia.

Namun hal ini ternyata juga menjadi alasan beberapa perusahaan untuk melakukan CSR dalam konteks yang belum memberdayakan masyarakat sekitar.



- Sejak tahun 2001, banyak perusahaan sudah mulai melihat CSR sebagai suatu konsep pemberdayaan masyarakat.
- Pelaksanaan CSR semakin beranekaragam mulai dari bentuk program maupun dana yang digulirkan untuk program tersebut.
- Contoh: pemberian beasiswa, bantuan langsung bagi korban bencana, pemberian modal usaha, sampai pada pembangunan infrastruktur seperti pembangunan sarana olah raga, sarana ibadah maupun sarana umum lainnya yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.



Alasan perusahaan melakukan CSR

Hadi dan Priyanto



1. Alasan Sosial

2. Alasan Ekonomi

3. Alasan Hukum

Hadi (2001)



1. Alasan Sosial.

Perusahaan melakukan program CSR untuk memenuhi tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Sebagai pihak luar yang beroperasi pada wilayah orang lain perusahaan harus memperhatikan masyarakat sekitarnya.

Perusahaan harus ikut serta menjaga kesejahteraan ekonomi masyarakat dan juga menjaga lingkungan dari kerusakan yang ditimbulkan.



2. Alasan Ekonomi.

Motif perusahaan dalam melakukan CSR tetap berujung pada keuntungan. Perusahaan melakukan program CSR untuk menarik simpati masyarakat dengan membangun image positif bagi perusahaan yang tujuan akhirnya tetap pada peningkatan profit.



survai oleh *Environic International* (Toronto),
Conference Board (New York) dan *Princes of
Wales Business Leader Forum* (London):

- 25.000 responden di 23 negara
- Sikap konsumen terhadap perusahaan yang dinilai tidak melakukan CSR :
 - a.50% "menghukum"
 - b.50 % tidak akan membeli produk dari perusahaan tsb



survai oleh *majalah SWA*:

-
- 45 perusahaan menunjukkan bahwa CSR:
 - a. bermanfaat dalam memelihara dan meningkatkan citra perusahaan (37,38 persen), hubungan baik dengan masyarakat (16,82 persen), dan mendukung operasional perusahaan (10,28 persen). Hal ini nampaknya mempengaruhi perusahaan untuk melakukan program CSR dan tidak heran jika saat ini kita melihat di media-media baik media cetak maupun elektronik banyak sekali "berseliweran" tayangan iklan-iklan program CSR dari beberapa perusahaan yang tujuannya adalah



Survai oleh *majalah SWA*:

45perusahaan menunjukkan bahwa CSR:

a.bermanfaat dalam memelihara dan meningkatkan citra perusahaan (37,38%),

b.hubungan baik dengan masyarakat (16,82%),

c.mendukung operasional perusahaan (10,28%).



EFEK

mempengaruhi perusahaan untuk melakukan program CSR dan tidak heran jika saat ini kita melihat di media-media baik media cetak maupun elektronik banyak sekali "berseliweran" tayangan iklan-iklan program CSR dari beberapa perusahaan yang tujuannya adalah membangun image positif perusahaan.



3. Alasan Hukum

Perusahaan melakukan program CSR hanya karena adanya peraturan pemerintah. CSR dilakukan perusahaan karena ada tuntutan yang jika tidak dilakukan akan dikenai sanksi atau denda dan bukan karena kesadaran perusahaan untuk ikut serta menjaga lingkungan. Akibatnya banyak perusahaan yang melakukan CSR sekedar ikut-ikutan atau untuk menghindari sanksi dari pemerintah.



UU PT No. 40 pasal 74 ayat 1,2 dan 3:

mewajibkan pelaksanaan CSR bagi perusahaan-perusahaan yang terkait terhadap SDA dan yang menghasilkan limbah.



1. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat
2. Perusahaan dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme
3. kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam bahkan menghindari konflik sosial.

Priyanto (2008)



1. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat.

Perusahaan mesti menyadari bahwa mereka beroperasi dalam suatu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial ini berfungsi sebagai kompensasi atau upaya timbal balik atas penguasaan sumber daya alam dan sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, di samping sebagai kompensasi sosial karena timbulnya ketidaknyamanan (*discomfort*) pada masyarakat, semua ini diimplementasikan karena memang ada regulasi, hukum, dan aturan yang memaksa karena adanya market driven.



2. Perusahaan dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme

Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, minimal *license to operate*, wajar bila perusahaan juga dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan. Pengimplementasian program karena memang ada dorongan yang tulus dari dalam (*internal driven*), perusahaan telah menyadari bahwa tanggung jawabnya bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan keuntungan (*profit*) demi kelangsungan bisnisnya, melainkan juga tanggung jawab sosial dan lingkungan.



3. kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam bahkan menghindari konflik sosial.

Potensi konflik itu bisa berasal akibat dampak operasional perusahaan ataupun akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan, dan dipraktekkan lebih karena faktor eksternal (*external driven*). Hampir bisa dipastikan implementasi adalah sebagai upaya dalam konteks kehumasan (*public relation*) merupakan kebijaksanaan bisnis yang hanya bersifat *lips service* atau hanya sebagai kosmetik.



TUGAS

(Kelompok 3 orang)

Buatlah analisis mengenai alasan perusahaan dalam melakukan CSR di Danamon. Apakah karena alasan sosial, ekonomi ataukah hukum?

Berilah Penjelasan!

(Lembar hasil Analisis dikumpulkan)



**S
A
M
P
A
I

J
U
M
P
A**

