

Sunaryo, S.H., M. Hum

2

**TANGGUNG JAWAB SOSIAL**  
**PERUSAHAAN**  
*(CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)*

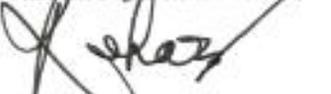
**DALAM BERBAGAI**  
**PERSPEKTIF KAJIAN**



## HALAMAN PENGESAHAN

- |   |   |
|---|---|
| 1. Judul Buku                               | : Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Dalam Berbagai Perspektif Kajian |
| 2. Bidang Ilmu                              | : Ilmu Hukum  |
| 3. Penulis Utama<br>Nama Penulis            | : Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum  |
| 4. Jenis Kelamin                            | : Laki-Laki   |
| 5. NIP                                      | : 196012281989031001  |
| 6. Disiplin Ilmu                            | : Hukum Perdata   |
| 7. Pangkat / Gol                            | : Pembina / IV.a  |
| 8. Jabatan                                  | : Lektor Kepala   |
| 9. Fakultas / Jurusan                       | : Hukum / Hukum Perdata   |
| 10. Alamat Kantor                           | : Jalan Soemnatri Brojonegoro No.1<br>Gedungmeneng Bandar Lampung                                     |
| 11. Anggota Penulis<br>Nama Anggota Penulis | : -<br>:-   |
| 12. Lokasi Penerbitan                       | : Bandar Lampung  |
| 13. Nomor ISBN                              | : 978-602-1297-99-5   |

Mengetahui/Menyetujui :  
Sekretaris Bagian Hukum Perdata,



Rohani, S.H., L.H., Ph.D.  
NIP 198102152008122001

Bandar Lampung, 30-10-2017

Penulis Buku Utama,



Dr. Sunaryo, S.H., M.Hum  
NIP 196012281989031001

Mengetahui/Menyetujui  
a.n. Ketua  
Sekretaris Lembaga Penelitian dan  
Pengabdian pada Masyarakat  
Universitas Lampung



Dr. Haroyo, S.H.  
NIP 196012081989021001

Mengetahui/Menyetujui

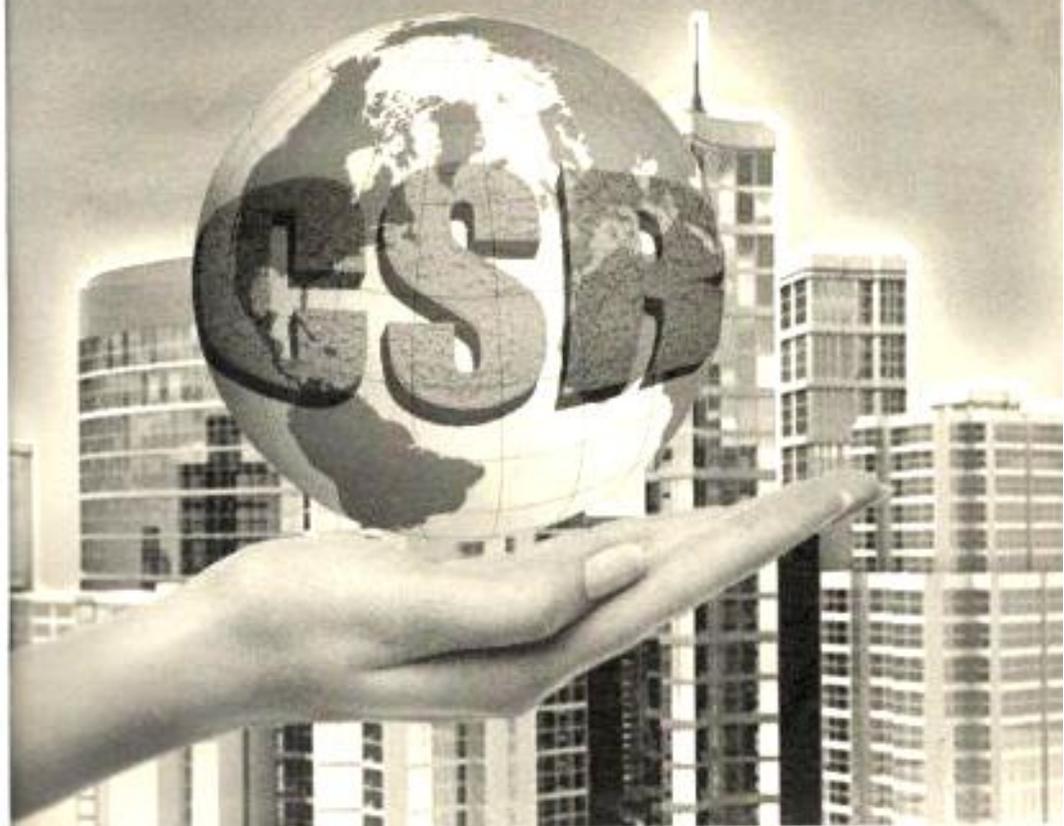


Arjen Yasir, S.H., M.Hum  
NIP 196211091988111001

 <b>OKSITERIA LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT</b> <b>UNIVERSITAS LAMPUNG</b>	
TGL	01-3-2018
NO	022/B/10/N/FA/2018
JMHS	Buku
PARAF	di

Sunaryo, S.H., M. Hum

**TANGGUNG JAWAB SOSIAL**  
**PERUSAHAAN**  
*(CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)*  
**DALAM BERBAGAI**  
**PERSPEKTIF KAJIAN**



Hak cipta pada penulis  
Hak penerbitan pada penerbit  
Tidak boleh diproduksi sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apapun  
Tanpa izin tertulis dari pengarang dan/atau penerbit

**Kutipan Pasal 72 :**

Sanksi pelanggaran Undang-undang Hak Cipta (UU No. 10 Tahun 2012)

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal (49) ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau hasil barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

**TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN  
*(CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)*  
DALAM BERBAGAI PERSPEKTIF KAJIAN**

Sunaryo, S.H., M. Hum

**AURA**  
PUBLISHING

Perpustakaan Nasional RI:  
Katalog Dalam Terbitan (KDT)

**TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**  
*(CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)* **DALAM BERBAGAI**  
**PERSPEKTIF KAJIAN**

**Penulis**

Sunaryo, S.H., M. Hum

**Desain Cover & Layout**

Team Aura Creative

Penerbit

**CV. Anugrah Utama Raharja (AURA)**

**Anggota IKAPI**

**No.003/LPU/2013**

xii + 173 hal :15.5 x 23 cm

Cetakan Mei 2015

ISBN 978-602-1217-99-5



Telp. 0721-758 3211 HP. 081281430268

E-mail : [aura\\_print@ymail.com](mailto:aura_print@ymail.com)

Website : [www.aura-publishing.com](http://www.aura-publishing.com)

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian  
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

Isu mengenai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) kini semakin diterima secara luas. Kendati demikian, sebagai sebuah konsep yang masih relatif baru, CSR masih tetap kontroversial, baik bagi kalangan pebisnis maupun akademisi. Kelompok yang menolak mengajukan argumen bahwa perusahaan adalah organisasi pencari laba dan bukan person atau sekadar kumpulan orang seperti halnya dalam organisasi sosial. Kelompok yang mendukung berpendapat bahwa perusahaan tidak dapat dipisahkan dari para individu dan masyarakat yang terlibat di dalamnya. Mereka tidak boleh hanya memikirkan keuntungan finansial bagi perusahaannya saja, melainkan harus memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap masyarakat luas, khususnya masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan. Sebagai entitas bisnis, sekarang ini perusahaan (korporasi) tidak hanya dinilai dari kinerja keuangan dan pemasaran produknya saja, namun juga dinilai dari hasil kinerja sosialnya.

Seiring dengan adanya perbedaan persepsi tersebut di atas, bentuk-bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat juga telah mengalami perkembangan dari bentuk sekedar amal (*charity*) yang bisa disebut program 'pemadam kebakaran' saja. Program CSR yang bersifat karikatif tersebut dalam perkembangan berikutnya lebih dilandasi oleh kegiatan yang bersifat filantropi. Kedua bentuk atau sifat CSR ini dalam kenyataannya tidak banyak berdampak pada peningkatan kualitas kehidupan yaitu kemakmuran masyarakat dan berkeadilan sosial. Masih seringnya terjadi konflik antara masyarakat dengan perusahaan menunjukkan masih adanya ketidakharmonisan hubungan antara perusahaan dengan

masyarakat dan atau dengan lingkungannya. Secara akademis, kondisi di atas membawa hikmah yang bisa diambil dari adanya kontroversi dan fakta-fakta tersebut, yaitu dapat menambah banyak lahan kajian yang bisa dibahas di dalam isu seputar Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Buku ini berjudul Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dalam Berbagai Perspektif Kajian. Itu berarti di dalam buku ini memaparkan beberapa aspek kajian penting yang terdapat pada topik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pada awalnya, buku ini berasal dari karya tulis berupa bahan ujian kualifikasi Kandidat Doktor pada Program Doktor Ilmu Hukum Universitas Diponegoro Semarang. Bahan tersebut selanjutnya disusun ulang dengan diperkaya makalah-makalah dari tugas mata kuliah serta hasil diskusi dengan rekan-rekan mahasiswa Angkatan III/17 KPK Unila-Undip. Tujuan diterbitkannya buku ini dengan maksud untuk lebih memperluas cakrawala pembaca serta memperkaya khasanah referensi tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang saat ini dirasakan masih sangat kurang.

Buku ini disusun secara sistematis dan terbagi dalam 5 (lima) bab. Bab I berisikan uraian tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara umum. Bab II membahas tentang teori-teori yang terkait dan relevan dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, yaitu teori negara hukum kesejahteraan, teori utilitarianisme, teori kontrak sosial, dan teori *stakeholder*. Bab III berisi tentang kajian aspek legalitas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, baik sebagai kewajiban moral maupun sebagai kewajiban hukum. Bab IV menguraikan tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan ditinjau dari segi etika bisnis dan *Good Corporate Governance* (GCG). Pada bab terakhir, yaitu Bab V mengkaji tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam perspektif nilai-nilai keadilan sosial.

Karya tulis yang sekarang ini berada di tangan pembaca mustahil menjadi sebuah buku sebagaimana adanya saat ini jika tidak ditopang dan dibantu oleh banyak pihak. Oleh karena itu tidak berlebihan kiranya jika Penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada Prof. Dr. Etty Susilowati, S.H., M.S dan Dr. Nanik Trihastuti, S.H., M.Hum sebagai Promotor dan Co Promotor yang berkenan untuk berbagi ilmu dan selalu memotivasi Penulis untuk semakin maju. Ucapan terima kasih yang tulus juga Penulis sampaikan kepada rekan-rekan mahasiswa Angkatan III/17 KPK Unila-Undip yang tidak bosan-bosannya untuk meluangkan waktu guna berdiskusi sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif. Penghargaan yang tinggi juga tidak lupa Penulis sampaikan kepada para senior Penulis, terutama Dr. H.S. Tisnanta, S.H., M.H., Dr. Wahyu Sasongko, S.H., M.H., Dr. Hartoyo, M.Si, dan sahabat baik Dr. FX. Sumarja, S.H., M.H. yang selalu menjadi teman dan memberi masukan dalam setiap diskusi khususnya dalam penulisan buku ini.

Buku ini juga tidak akan sampai ke pembaca yang budiman jika tidak bisa diterbitkan untuk disebar-luaskan. Oleh sebab itu, Penulis menghaturkan terima kasih dan penghargaan yang tinggi kepada Penerbit CV. Anugrah Utama Raharja (AURA) Lampung atas dukungan dan kesediaannya untuk menerbitkan buku ini sehingga dapat diedarkan ke dan dimanfaatkan oleh kalangan yang semakin luas. Sebagaimana dinyatakan di atas, bahwa dalam menyelesaikan buku ini telah melibatkan banyak pihak, namun demikian Penulis tetap menyadari bahwa buku ini belumlah sempurna. Bermodal keberanian dan berniat untuk berbagi ilmiah yang membuat buku ini bisa hadir di hadapan pembaca. Oleh karena itu, saran maupun kritik yang konstruktif selalu Penulis harapkan demi lebih sempurnanya buku ini di masa mendatang.

Akhirnya, buku ini dipersembahkan untuk mereka yang istimewa yang Penulis sayangi dan banggakan, yaitu isteri

tercinta Dra. Nursalati dan anak-anak Ulina Mazaya Ghaisani yang sedang menempuh jenjang S1 FK Unila, dan Fa'iq Irhab Bahtiar yang sedang menuntut ilmu di SMA YP Unila. Harapan Penulis, melalui buku ini bisa memotivasi ananda tercinta untuk berkarya yang berguna demi kemajuan bangsa dan negara.

Bandar Lampung, Mei 2015

Sunaryo

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	xi
<b>BAB I TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN</b> .....	1
1.1. Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	1
1.2. Sejarah Perkembangan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	9
1.3. Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	12
1.4. Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	18
<b>BAB II TEORI-TEORI YANG TERKAIT DENGAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN</b> .....	25
2.1. Teori Negara Hukum Kesejahteraan .....	26
2.2. Teori Utilitarianisme .....	33
2.3. Teori Kontrak Sosial .....	38
2.4. Teori <i>Stakeholder</i> .....	41
<b>BAB III ASPEK LEGALITAS TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN</b> .....	47
3.1. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai Kewajiban Moral .....	47
3.2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai Kewajiban Hukum .....	53

<b>BAB IV TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN SEBAGAI BAGIAN DARI ETIKA BISNIS DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE.....</b>	<b>63</b>
4.1. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai Perwujudan dari Etika Bisnis .....	63
4.2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Kaitannya dengan <i>Good Corporate Governance</i> .....	82
 <b>BAB V TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF KEADILAN SOSIAL .....</b>	<b>101</b>
5.1. Konsep Dasar Keadilan Sosial .....	101
5.2. Keadilan Sosial Berdasarkan Nilai-nilai Dasar Pancasila..	111
5.3. Elemen Strategis Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Mewujudkan Keadilan Sosial.....	124
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>149</b>
<b>GLOSARIUM.....</b>	<b>163</b>
<b>INDEKS .....</b>	<b>170</b>

- BET** : *Business Ethics Theory*
- BUMN** : Badan Usaha Milik Negara
- CBSR** : *Canadian Business for Social Responsibility*
- CED** : *Committee for Economic Development*
- Comdev** : *Community development*
- CSIS** : *Centre for Strategic and International Studies*
- CSR** : *Corporate Social Responsibility*
- CSRF** : *Corporate Social Responsibility Forum*
- CSV** : *Creating Shared Value*
- DPRD** : Dewan Perwakilan Rakyat Daerah
- EU** : *European Union*
- GCG** : *Good Corporate Governance*
- ISO 26000** : *International Standard Organization 26000*
- KNKG** : Komite Nasional Kebijakan Governance
- LSM** : Lembaga Swadaya Masyarakat
- MPR RI** : Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia
- NGO** : *Non Government Organization*
- OECD** : *The Organization for Economic Cooperation and Development*
- RUPS** : Rapat Umum Pemegang Saham
- SDA** : Sumber Daya Alam

- SDM** : Sumber Daya Manusia
- UKM** : Usaha Kecil dan Menengah
- UUPM** : Undang-Undang Penanaman Modal
- UUPT** : Undang-Undang Perseroan Terbatas
- WBCSD** : *World Business Council for Sustainable Development*

# TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

## 1.1. Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung-jawab \* Sosial Perusahaan akhir-akhir ini semakin banyak dibicarakan seiring dengan semakin meningkatnya perhatian dan tuntutan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, baik di lingkup lokal, nasional maupun global. CSR merupakan konsep yang terus berkembang. Ia belum memiliki sebuah definisi standard maupun seperangkat kriteria spesifik yang diakui secara penuh oleh pihak-pihak. Menurut Edi Suharto,<sup>1</sup> secara konseptual CSR juga bersinggungan dan bahkan sering dipertukarkan dengan frasa lain, seperti *corporate responsibility*, *corporate sustainability*, *corporate accountability*, *corporate citizenship*, dan *corporate stewardship*. Senada pendapat di atas, Soeharto Prawirokusumo<sup>2</sup> menyatakan bahwa tanggung jawab sosial adalah sebuah konsep yang luas yang berhubungan dengan kewajiban perusahaan atau organisasi dalam memaksimalkan *impact* positif terhadap masyarakatnya.

Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama

<sup>1</sup>Edi Suharto, "Corporate Social Responsibility: Konsep dan Perkembangan Pemikiran" Makalah yang disampaikan pada Workshop Tanggungjawab Sosial Perusahaan, Universitas Islam Indonesia (UII), Yogyakarta, 6-8 Mei 2008.

<sup>2</sup>Soeharto Prawirokusumo, "Perilaku Bisnis Modern - Tinjauan pada Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial", *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol 22, No 4 Tahun 2003, hlm 43.

melakukan *Corporate Social Activity (CSA)* atau aktivitas sosial perusahaan. Walaupun tidak menamainya sebagai CSR, secara faktual aksinya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk peran serta dan kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Popularitas CSR ini semakin menguat terutama setelah dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dinyatakan dengan tegas bahwa setiap penanam modal atau perusahaan yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan.

Terminologi tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility-CSR*) sekarang ini bukanlah hal yang relatif baru dalam dunia usaha. Pada sisi lain istilah CSR itu sendiri sampai sekarang belum ada kesamaan bahasa, sehingga dalam literatur juga banyak ditemukan beragam pengertian tentang CSR. Di bawah ini disajikan berbagai pengertian tentang tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Sukrisno Agoes dan Cenik<sup>3</sup> dalam bukunya yang berjudul "Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya" mengutip beberapa definisi CSR sebagai berikut:

- a. European Union (EU) Green Paper on CSR memberikan definisi CSR sebagai "*a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis*" (suatu konsep di mana perusahaan mengintegrasikan perhatian pada masyarakat dan lingkungan dalam operasi bisnisnya serta dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan secara sukarela).
- b. Magnan dan Ferrel mendefinisikan CSR sebagai "*a business acts in socially responsible manner when its decision and account*

<sup>3</sup>Sukrisno Agoes dan Cenik Ardana, *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*, Jakarta: Salemba Empat, 2011, hlm. 89-90.

*for and balance diverse stakeholder interest* (suatu bisnis dikatakan telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya jika keputusan-keputusan yang diambil telah mempertimbangkan keseimbangan antar berbagai pemangku kepentingan yang berbeda-beda).

- c. A.B. Susanto mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan baik ke dalam maupun ke luar perusahaan. Tanggung jawab ke dalam diarahkan kepada pemegang saham dan karyawan dalam wujud profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan, sedangkan tanggung jawab ke luar dikaitkan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi generasi mendatang.
- d. Elkington mengemukakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan mencakup tiga dimensi, yang lebih populer dengan singkatan 3P, yaitu: mencapai keuntungan (*profit*) bagi perusahaan, memberdayakan masyarakat (*people*), dan memelihara kelestarian alam/bumi (*planet*).

Sementara itu, pakar pemasaran Philip Kotler bersama Nancy Lee<sup>4</sup> mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai komitmen untuk memperbaiki kesejahteraan komunitas melalui praktik-praktik kebijakan bisnis dan dengan keterlibatan-keterlibatan dari sumber-sumber perusahaan. Menurut mereka, elemen kunci dalam definisi tersebut adalah kebijakan. Sedangkan istilah kesejahteraan komunitas termasuk di dalamnya kondisi kehidupan manusia dan juga isu-isu lingkungan.

Selain didasarkan pada aspek kebijakan seperti di atas, ada beberapa ahli yang mendefinisikan CSR dengan menekankan pada akibat yang ditimbulkan dari operasional perusahaan, seperti pendapat-pendapat berikut. C. Ferrel, George Hirt, dan Linda Ferrel

<sup>4</sup>Poerwanto. *Budaya Perusahaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008, hlm. 173.

sebagaimana dikutip Poerwanto<sup>5</sup> mendefinisikan tanggung jawab sosial sebagai kewajiban para pelaku bisnis untuk memaksimalkan dampak positif dan meminimalkan dampak negatif pada masyarakat. Menurut Lingkar Studi CSR Indonesia,<sup>6</sup> CSR adalah upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk tujuan pembangunan berkelanjutan. Selanjutnya, dengan mengacu pada berbagai definisi, Chrysanti Hasibuan Sedyono<sup>7</sup> menyimpulkan bahwa CSR sebagai segala upaya manajemen yang dijalankan entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasarkan keseimbangan pilar ekonomi, sosial, dan lingkungan, dengan meminimumkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif di setiap pilar.

Aktivitas CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan pada dasarnya juga sangat terkait dengan nilai-nilai etis yang ada di masyarakat. Hal ini nampak dari beberapa pengertian CSR yang disampaikan oleh beberapa pendapat sebagai berikut. Greenberg Baron sebagaimana dikutip oleh L. Sinuor Yosephus<sup>8</sup> mendefinisikan CSR sebagai: "*Business practices that adhere to ethical values that comply with legal requirements and the environment*" (praktik-praktik bisnis yang berhubungan erat dengan nilai-nilai etis yang selaras dengan tuntutan-tuntutan hukum dan lingkungan). Sedangkan menurut *Corporate Social Responsibility Forum (CSRF)*

<sup>5</sup>Poerwanto. *Corporate Social Responsibility: Menjinakkan Gejala Sosial di Era Pornografi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, hlm. 19.

<sup>6</sup>Tri Budiyo, *Hukum Perusahaan: Telaah Yuridis Terhadap Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*. Salatiga: Griya Media, 2011, hlm. 108.

<sup>7</sup>Chrysanti Hasibuan Sedyono, et.al. (Ed). *Membumikan Bisnis Berkelanjutan Memahami Konsep dan Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Jld.1. Jakarta: Indonesia Business Links, 2007, hlm. 40.

<sup>8</sup>L. Sinuor Yosephus. *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010, hlm. 295-296.

tanggung jawab sosial perusahaan adalah *"open and transparent business practices that are based on ethical values and respect for employees, communities, and environment."* Dengan demikian menurut CSRF, CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan merujuk kepada perilaku para penentu kebijakan perusahaan yang bersifat terbuka dan transparan yang terwujud dalam kepedulian baik terhadap karyawan-karyawati dan masyarakat luas serta terhadap lingkungan.

*The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*<sup>9</sup> mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai *"Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large"* (komitmen bisnis untuk secara terus menerus berperilaku etis dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi serta meningkatkan kualitas hidup karyawan perusahaan dan keluarganya, masyarakat lokal, serta masyarakat luas pada umumnya).

Adapun definisi CSR menurut ISO 26000<sup>10</sup> adalah *"Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, including health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders, is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationship"*. Terjemahan bebasnya: "Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan

<sup>9</sup>Lihat Erni R. Ernawan. *Business Ethics Etika Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2007, hlm. 111.

<sup>10</sup>Joko Prastowo dan Miftachul Huda. *Corporate Social Responsibility: Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2011, hlm. 100-101.

dengan pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan; sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh”.

Walaupun perumusan ISO 26000 tidak berpretensi untuk menyediakan definisi tunggal namun setidaknya definisi tersebut dapat dijadikan sebagai pedoman untuk menerapkan CSR dengan baik. Bertolak dari definisi di atas. Dapat diketahui bahwa CSR tidak sesederhana yang dibayangkan banyak pihak selama ini. Mulai pemahaman bahwa tanggung jawab sosial sangat luas yang tidak hanya menyangkut korporasi saja, hingga cakupan tanggung jawab sosial yang tidak hanya berkaitan dengan kegiatan menyisihkan anggaran sosial. Setiap organisasi yang memiliki dampak atas kebijakan-kebijakannya terutama terhadap lingkungan dan masyarakat, direkomendasikan untuk menjalankan CSR.

Di negara-negara maju seperti Belanda dan Kanada sangat konsen dan mendukung terhadap pelaksanaan CSR karena CSR dianggap sebagai bagian dari bisnis inti suatu perusahaan.<sup>11</sup> Di Belanda, dalam upaya meningkatkan kesadaran perusahaan terhadap CSR, pemerintah Belanda mendirikan *Knowledge and Information Center on CSR* atau dikenal dengan *CSR Netherlands* pada April 2004. Badan ini bersifat independen dan didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan segala hal yang berkaitan dengan informasi tentang CSR, baik dalam konteks nasional maupun internasional. Selain itu, pemerintah Belanda juga membentuk suatu badan yang diberi nama Dewan Sosial dan Ekonomi untuk CSR (*Social and Economic Council on CSR*). Dewan ini diminta oleh pemerintah untuk mengomentari laporan tahunan tentang aspek

<sup>11</sup> Busyra Azheri. *Corporate Social Responsibility dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011, hlm. 160-165.

sosial yang terintegrasi ke dalam laporan tahunan perusahaan. Agar laporan itu tersusun dengan baik, perlu dibuat kerangka acuan yang berkaitan dengan informasi tentang perusahaan (*company profile*), dampak terhadap masyarakat (*impact on society*), dialog dengan para *stakeholders* (*stakeholders dialogue*), proses produksi, implementasi CSR yang terintegrasi ke dalam operasional suatu perusahaan dan lain sebagainya.

Di Kanada, mengingat pentingnya keberadaan lembaga CSR ini, dibentuklah *Canadian Business for Social Responsibility* (CBSR) yang mendefinisikan CSR sebagai "*a company's commitment to operating in an economically and environmentally sustainable manner while recognizing the interests of its stakeholders*". Dari definisi CSR yang dirumuskan CBSR dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan komitmen suatu perusahaan untuk menyelenggarakan perusahaan secara ekonomis dan suasana keberlanjutan yang sejalan dengan keinginan *stakeholders*.

Agar setiap perusahaan termotivasi menerapkan CSR, pemerintah Kanada memberikan stimulus dalam bentuk penghargaan (*CSR Award*). Penghargaan ini diberikan kepada perusahaan yang mampu mengintegrasikan CSR ke dalam struktur perusahaan, proaktif, dan inovatif dalam mencari solusi terhadap CSR, bekerja sama dengan *stakeholders* internal dan eksternal, dan melaporkan hasil pelaksanaan CSR secara berkala. Diharapkan dengan adanya pemberian *CSR Award* dalam bentuk sertifikat ini, masyarakat bisnis di Kanada menjadi tertantang untuk menjadi yang kompetitif, menguntungkan produktif, dan inovatif, serta bertanggung jawab terhadap perlindungan lingkungan.

Di Indonesia, meskipun dengan menggunakan terminologi yang agak beda, pengertian tentang CSR dapat dilihat pada Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM) dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Menurut Penjelasan Pasal 15 huruf b UUPM, 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. Berbeda dengan UUPM, menurut Pasal 1 angka 3 UUPT menggunakan terminologi Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yaitu 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.

Mengacu pada pengertian CSR di atas, tampak bahwa belum ada keseragaman ataupun persamaan persepsi dan pandangan mengenai pengertian CSR. Menurut Sukarmi,<sup>12</sup> UUPM lebih menekankan CSR sebagai upaya perusahaan untuk menciptakan harmonisasi dengan lingkungan di mana ia beroperasi. Sebaliknya, UUPT justru mencoba memisahkan antara tanggung jawab sosial dengan tanggung jawab lingkungan. Persamaannya, keduanya bertujuan mengarah pada CSR sebagai sebuah komitmen perusahaan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan. Ketidakeragaman terminologi ini menjadi hambatan bagi perusahaan dalam menerjemahkan pada teknis pelaksanaannya.

Tidak adanya kejelasan definisi CSR di antara peraturan perundangan, yaitu antara Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas juga sekaligus akan menimbulkan

<sup>12</sup> Sukarmi, "Tanggung Jawab Perusahaan (Corporate Social Responsibility) dan Iklim Penanaman Modal". <file:///C:/Users/Acer/Desktop/84-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-orporate-social-responsibility-dan-iklim-penanaman-modal.html>. Diakses tanggal 11 Nopember 2010, Pukul 19. 27 WIB.

masalah dalam pelaksanaan CSR. Menurut Mukti Fajar<sup>13</sup> beberapa persoalan dimaksud adalah:

1. Perbedaan definisi di antara kedua Undang-Undang tersebut menimbulkan *contraditio in terminis*, sehingga mengakibatkan kebingungan bagi pelaku usaha untuk melaksanakan CSR secara tepat.
2. Adanya diskriminasi bagi perusahaan tertentu yang terkena kewajiban untuk melaksanakan CSR.
3. Banyaknya peraturan perundang-undangan yang ada terkait dengan ruang lingkup dan isu-isu CSR.

## 1.2. Sejarah Perkembangan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Ditilik dari sejarahnya, jauh sebelum ramai dibicarakan hingga pada bentuknya yang seperti sekarang ini, CSR sebenarnya sudah mulai dikenal dari zaman dahulu. Menurut Sutan Remy Sjahdeini,<sup>14</sup> meskipun belum menggunakan terminologi CSR, namun sejarah CSR sama panjangnya dengan sejarah perusahaan itu sendiri. Hal ini dapat dilihat pada zaman Mesopotamia Kuno sekitar 1.700 SM, di mana Raja Hammurabi memperkenalkan suatu *code* yang menentukan hukuman mati terhadap kontraktor (*builders*), pengusaha penginapan (*innkeepers*), atau para petani apabila karena kelalaian mereka menyebabkan kematian orang lain, atau menyebabkan ketidaknyamanan (*inconvenience*) bagi warga setempat. Kemudian pada zaman Romawi Kuno, para senator juga

<sup>13</sup>Mukti Fajar. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia: Studi Tentang Penerapan Ketentuan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Multi Nasional, Swasta Nasional dan Badan Usaha Milik Negara*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, hlm. 284.

<sup>14</sup>Sutan Remy Sjahdeini. "Corporate Social Responsibility". *Jurnal Hukum Bina*. Vol. 26, No. 3 Tahun 2007, hlm. 60. Lihat juga Nurdizal M. Rachman, *et al*. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Bogor: Penebar Swadaya, 2011, hlm. 21. Bandingkan juga dengan Anonim. "Sejarah CSR". <http://csrjatim.org/2/data/sejarah-csr.pdf>. Diakses tanggal 28 Agustus 2012 Pukul 10.39 WIB.

berkeluh kesah terhadap ketidakpatuhan dunia bisnis membayar pajak bagi kepentingan angkatan bersenjata.

CSR dalam sejarah modern dikenal sejak Howard R. Bowen menerbitkan bukunya berjudul *Social Responsibilities of The Businessman* pada tahun 1953.<sup>15</sup> Pengakuan publik terhadap prinsip-prinsip tanggung jawab sosial yang ia kemukakan membuat dirinya dinobatkan secara aklamasi sebagai Bapak CSR. Ide dasar yang dikemukakan Bowen adalah mengenai kewajiban perusahaan menjalankan usahanya sejalan dengan nilai-nilai dan tujuan yang hendak dicapai masyarakat di tempat perusahaan tersebut beroperasi. Ia menggunakan istilah sejalan dalam konteks itu demi meyakinkan dunia usaha tentang perlunya mereka memiliki visi yang melampaui urusan kinaerja finansial perusahaan.

Berawal dari pemikiran Bowen di atas, selanjutnya dikembangkan oleh berbagai ahli sosiologi bisnis lainnya seperti Keith Davis yang memperkenalkan konsep *Iron law of social responsibility*. Davis dalam konsepsinya berpendapat bahwa penekanan pada tanggung jawab sosial perusahaan memiliki korelasi positif dengan *size* atau besarnya perusahaan. Davis mengemukakan bahwa semakin besar dampak suatu perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya, semakin besar pula bobot tanggung jawab yang harus dipertahankan perusahaan itu pada masyarakatnya.

Dalam perkembangan berikutnya, definisi tentang CSR lebih diperluas lagi oleh Archi B. Carrol yang sebelumnya telah menulis bukunya tentang perlunya dunia usaha meningkatkan kualitas hidup masyarakat agar menjadi penunjang eksistensi perusahaan. Jika dilihat dalam konteks global, menurut Alex Gunawan<sup>16</sup> istilah

<sup>15</sup> Hendrik Budi Untung. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008, hlm. 37-38. Lihat juga Elvinaro Ardianto dan Didin M. Machfudz. *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR Berlipat-lipat*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011, hlm. 39.

<sup>16</sup> Alex Gunawan. *Membuat Program CSR Berbasis Pemberdayaan Partisipatif*. Yogyakarta: Tanpa Penerbit, 2009, hlm. 7.

CSR mulai populer digunakan sejak tahun 1970-an ini dan semakin populer terutama setelah John Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus 3P, singkatan dari *People*, *Planet* dan *Profit*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*), melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).

Memasuki dekade 1990 adalah periode di mana CSR mendapat pengembangan makna dan jangkauan. Sejak itu banyak model CSR diperkenalkan termasuk *Corporate Social Performance* (SCP), *Business Ethics Theory* (BET), dan *Corporate Citizenship*, sejak itu CSR menjadi tradisi baru dalam dunia usaha di banyak negara. Sejak itu ada dua metode yang diberlakukan dalam CSR, yaitu *Cause Branding* dan *Venture Philantropy*. Yang dimaksud *Cause Branding* adalah pendekatan *top down*, dalam hal ini perusahaan menentukan masalah sosial dan lingkungan seperti apa yang perlu dibenahi. Kebalikannya adalah *Venture Philantropy* yang merupakan pendekatan *bottom up*, di sini perusahaan membantu berbagai pihak *non-profit* dalam masyarakat sesuai apa yang dikehendaki masyarakat.<sup>17</sup>

Dalam metode *Cause Branding*, perusahaan biasanya mendesain program sosial yang ada kaitannya dengan *branding* produk atau layanannya. Tujuannya membuat masyarakat lebih akrab dengan merek dagang perusahaan itu, tetapi untuk jangka panjang model ini bermanfaat bagi perusahaan, sebab tujuan *Cause Branding* adalah mendekatkan perusahaan kepada masalah yang ada dalam masyarakat lalu membenahi lingkungan sosial itu agar mendukung eksistensi perusahaan untuk jangka panjang. Dalam model *Venture Philantropy* perusahaan membantu masyarakat untuk menciptakan sendiri sumber-sumber penghidupan baru dan tidak sekadar menyalurkan bantuan sosial atau finansial kepada masyarakat.

<sup>17</sup> Hendrik Budi Untung, *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 39-40.

### 1.3. Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Terlepas dari masih adanya perbedaan terminologi dan pengertian yang diberikan, tanggung jawab sosial perusahaan pada dasarnya merupakan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain di luar perusahaan secara lebih luas. Tanggung jawab sosial perusahaan merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara perusahaan dengan semua *stakeholders* bahkan juga dengan kompetitor. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan dengan demikian memiliki cakupan atau ruang lingkup yang cukup luas dan manfaat yang banyak, tidak hanya bagi pihak-pihak yang berkepentingan tetapi juga bagi perusahaan itu sendiri.

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu komitmen perusahaan terhadap kepentingan para *stakeholders* dalam arti luas daripada sekadar mengejar keuntungan demi kepentingan perusahaan belaka. Ditinjau dari konteks tanggung jawab sosial perusahaan, dalam usaha mengejar keuntungan tersebut, perusahaan baik secara langsung maupun secara tidak langsung tidak boleh melakukannya dengan mengorbankan kepentingan-kepentingan pihak lain yang terkait. Berdasarkan pemaknaan di atas, tersirat bahwa ruang lingkup dari tanggung jawab sosial perusahaan sangat luas.

Menurut A. Sonny Keraf sebagaimana dikutip Emi R. Ernawati<sup>18</sup> setidaknya ada empat lingkup tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu:

1. Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial yang berguna bagi kepentingan masyarakat luas. Kegiatannya dapat berupa pembangunan rumah ibadah, membangun prasarana dan fasilitas sosial dalam masyarakat, menjaga sungai dari polusi, pemberian beasiswa, menjalin kemitraan antara perusahaan besar dan kecil untuk mengurangi ketimpangan sosial, dan lain-lain.

<sup>18</sup> Emi R. Ernawan, *Business Ethics ... Op. Cit.*, hlm. 114.

2. Keuntungan ekonomis, karena akan menimbulkan citra positif bagi perusahaan, hal ini akan dapat membuat masyarakat lebih menerima kehadiran produk perusahaan.
3. Memenuhi aturan hukum yang berlaku dalam suatu masyarakat, baik dalam kegiatan bisnis atau kegiatan sosial, agar bisnis berjalan secara baik dan teratur.
4. Hormat pada hak dan kepentingan *stakeholders* atau pihak-pihak tertentu yang terkait dengan kepentingan langsung atau tidak langsung dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.

Senada dengan pendapat di atas, Brodshaw dan Vogel<sup>19</sup> juga menyatakan bahwa ada 3 (tiga) dimensi dari garis besar ruang lingkup CSR, yaitu:

1. *Corporate philanthropy* adalah usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan, di mana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha-usaha amal ini dapat berupa tanggapan langsung perusahaan atas permintaan dari luar perusahaan atau juga berupa pembentukan suatu badan tertentu, seperti yayasan untuk mengelola usaha amal tersebut.
2. *Corporate responsibility* adalah usaha-usaha sebagai wujud tanggung jawan sosial perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan.
3. *Corporate policy* adalah berkaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang meliputi posisi suatu perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang mempengaruhi baik bagi perusahaan atau masyarakat secara keseluruhan.

Mengingat begitu luasnya ruang lingkup CSR, maka Siregar sebagaimana dikutip Zaim Saidi<sup>20</sup> membaginya atas 2 (dua) ruang lingkup utama, yaitu:

<sup>19</sup> Sa Wahyudi dan Busyra Azheri. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Penerapan dan Implementasi*. Malang: Setara Press, 2011, hlm. 46.

1. Tanggung jawab institusional atau struktural berupa tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar yang terikat oleh peraturan perundang-undangan. Tanggung jawab sosial ini dicirikan dengan adanya sanksi positif atau formal dari pemerintah apabila tidak diindahkan.
2. Tanggung jawab kognitif atau interaksional yaitu tindakan sosial sukarela yang tidak terikat oleh peraturan perundang-undangan, tetapi dianggap penting atau dikerjakan oleh perusahaan, baik oleh kebutuhan inheren produksi perusahaan maupun oleh panggilan moral, sosial, dan kemanusiaan. Tanggung jawab sosial ini dicirikan absennya sanksi positif apabila tidak diindahkan, tetapi dalam hal ini akan berlaku sanksi sosial atau formal lainnya.

Pembagian ke dalam dua ruang lingkup utama CSR yang diungkapkan oleh Siregar di atas, terdapat hal yang kontradiktif. Satu sisi menegaskan bahwa CSR sebagai tanggung jawab institusional yang terikat secara formal dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, sedangkan pada sisi lain justru melihat CSR sebagai tanggung jawab yang bersifat interaksional yang bersifat sukarela. Atas pengelompokan CSR yang kontradiktif ini, maka kalangan dunia perusahaan akan memilih CSR dalam konteks yang akan menguntungkan dirinya, meskipun pilihan tersebut masih diikuti dengan sanksi. Terkait dengan hal ini, Isa Wahyudi dan Busyra Azheri lebih melihat CSR itu sebagai tanggung jawab sosial yang bersifat imperatif. Makna imperatif ini sendiri harus bersifat *self regulation* bagi perusahaan, sedangkan pemerintah harus memosisikan dirinya sebagai *corporate state* dengan menuangkan aturan CSR dalam arti bersifat umum yang disertai dengan aturan yang bersifat sektoral yang akan

<sup>20</sup> Zaim Saidi. *Sumbangan Sosial Perusahaan, Profil dan Pola Distribusinya di Indonesia: Survei 226 Perusahaan di 10 Kota*. Jakarta: Pustaka, 2003, hlm. 10.

menguraikan CSR sesuai dengan bidang usaha masing-masing perusahaan.

Dewasa ini tuntutan agar perusahaan tidak sekadar mengejar keuntungan semata semakin menguat mengingat kerusakan lingkungan yang masif dan masih adanya ketimpangan sosial di masyarakat. Terkait dengan itu, John Elkington sebagaimana dikutip Yusuf Wibisono<sup>21</sup> mengelompokkan lingkup CSR ke dalam 3 (tiga) aspek yang lebih dikenal dengan istilah "Triple Bottom Line" yang meliputi kesejahteraan atau kemakmuran ekonomi (*economic prosperity*), peningkatan kualitas lingkungan (*environmental quality*), dan keadilan sosial (*social justice*). Lebih lanjut ia menegaskan bahwa suatu perusahaan yang ingin menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) harus memperhatikan "Triple P", yaitu *profit*, *planet*, dan *people*. Bila dikaitkan dengan antara "Triple Bottom Line" dengan "Triple P" dapat disimpulkan bahwa "profit" sebagai wujud dari aspek ekonomi, "planet" sebagai wujud aspek lingkungan, dan "people" sebagai wujud dari aspek sosial. Agar ketiga aspek tersebut di atas dapat diimplementasikan, maka menurut Hardiansyah dan Iqbal<sup>22</sup> dibutuhkan strategi tertentu. Adapun strategi dasar yang dapat digunakan dalam implementasi prinsip-prinsip CSR tersebut adalah: (a) Penguatan kapasitas (*capacity building*); (b) Kemitraan (*collaboration*); dan (c) Penerapan inovasi.

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah keterlibatan perusahaan atau bisnis dalam mengusahakan kebaikan dan kesejahteraan bagi pihak-pihak yang terkait di dalam hubungan atau relasi dengan aktivitas perusahaan. Ditinjau dari relasi pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan, maka tanggung jawab sosial perusahaan memiliki lingkup atau jangkauan yang sangat luas.

<sup>21</sup>Yusuf Wibisono. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing, hlm. 22-36.

<sup>22</sup>Iza Wahyudi dan Busyra Azheri. *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 45.

Keith Davis dan William C. Frederick<sup>23</sup> menggambarkan model hubungan primer dan hubungan sekunder dalam bisnis sebagai berikut:

Ragaan 1. Hubungan Primer



Ragaan 2. Hubungan Sekunder



Sumber: Keith Davis dan William C. Frederick, dikutip oleh A. Sonny Keraf. *Etika Bisnis Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*. Yogyakarta: Kanisius, 1993, hlm. 78-79.

<sup>23</sup> A. Sonny Keraf. *Etika Bisnis Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*. Yogyakarta: Kanisius, 1993, hlm. 78-79.

Terhadap kedua ragaan di atas dewasa ini perlu dikaji ulang kedudukan pemerintah dan kelompok pendukung khususnya yang menangani masalah riset yang menurut Keith Davis dan William C. Frederick termasuk ke dalam model hubungan sekunder. Hal ini disebabkan keberadaan dan operasional perusahaan di dalam mencapai tujuannya tidak bisa terlepas atau sangat tergantung pada kebijakan pemerintah, baik dalam bentuk peraturan perundangan maupun tentang kewajiban pajak yang harus dibayar. Begitu pula masalah riset, perusahaan hanya akan bisa eksis secara berkelanjutan apabila selalu dapat mengembangkan produknya dengan menghasilkan temuan-temuan baru melalui riset. Melihat kenyataan ini, maka perlu dipertimbangkan kembali kedudukan kedua (pajak dan riset) di atas sebagai bagian dari model hubungan sekunder di dalam bisnis.

Mengacu pada penggolongan hubungan bisnis sebagaimana telah disajikan di atas, nampak bahwa ada dua jalur di dalam tanggung jawab sosial perusahaan. A. Sonny Keraf<sup>24</sup> membagi jalur atau relasi di dalam perusahaan menjadi relasi primer dan relasi sekunder. Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap relasi primer, misalnya dengan memenuhi kontrak yang sudah dilakukan dengan perusahaan lain, memenuhi janji, membayar utang, memberi pelayanan kepada konsumen dan pelanggan secara memuaskan, bertanggung jawab dalam menawarkan barang dan jasa kepada masyarakat dengan mutu yang baik, memperhatikan hak karyawan, kesejahteraan karyawan dan keluarganya, meningkatkan keterampilan dan pendidikan karyawan, dan sebagainya. Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap relasi sekunder yaitu perusahaan bertanggung jawab atas operasi dan dampak bisnis terhadap masyarakat pada umumnya atas masalah-masalah sosial, seperti lapangan kerja, pendidikan, prasarana sosial, pajak, dan sebagainya.

<sup>24</sup> A. Sonny Keraf. *Etika Bisnis ...*, *Ibid.*, hlm. 97-98.

#### 1.4. Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Saat ini, tujuan korporasi yang hanya sekedar mencari keuntungan sudah tidak sesuai lagi. Sebagai bagian dari masyarakat, kegiatan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan juga sudah semestinya tidak mengabaikan keberadaan sosial dan lingkungan sekitarnya. Ia di samping harus dapat memenuhi keinginan *shareholders* dalam bentuk keuntungan, juga harus dapat memberi manfaat pada pihak-pihak berkepentingan yang terlibat dalam bisnis lainnya, seperti karyawan, distributor, pelanggan, pemasok, pemerintah, dan masyarakat serta lingkungan melalui tanggung jawab sosial perusahaan. Apakah artinya kesuksesan suatu perusahaan yang berada ditengah-tengah masyarakat yang berkesusahan. Andrew Carnegie sebagaimana dikutip Stephane Garelli<sup>25</sup> mengatakan, bahwa orang yang meninggal dalam keadaan kaya, dia meninggal dengan cara yang memalukan. Seumur hidupnya, Carnegie memberikan 90% hartanya.

Menurut Poerwanto,<sup>26</sup> pemikiran Carnegie mengenai tanggung jawab sosial perusahaan tersebut didasarkan pada dua prinsip, yaitu prinsip amal dan prinsip mengurus harta orang lain. Keduanya bersifat paternalistik, mereka memandang pemilik bisnis memiliki peran sebagai orang tua terhadap karyawan dan pelanggannya. Carnegie mengemukakan, bahwa prinsip amal menganjurkan kepada para anggota masyarakat yang memiliki keberuntungan dalam kehidupannya untuk membantu anggota yang kurang beruntung melalui berbagai cara, baik yang langsung atau tidak langsung. Prinsip berikutnya yaitu kepengurusan harta orang lain, maksudnya adalah bahwa para pelaku bisnis adalah kelompok masyarakat yang memiliki kesempatan untuk mengurus

<sup>25</sup> Stephane Garelli. *Top Class Competitors How Nation, Firms and Individuals Succeed in the New World of Competitiveness*, atau *Menjadi No. 1 di Abad Ke-21 Kiat Negara, Perusahaan dan Individu memenangi persaingan di Era Baru*, terj. Said Bazry, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008, hlm. 101.

<sup>26</sup> Poerwanto. *Budaya Perusahaan ...*, Op. Cit., hlm. 172.

sumber-sumber daya yang dapat digunakan demi kepentingan bersama secara komersial. Ide Carnegie memandang, bahwa bisnis berperan untuk menggandakan kekayaan atau sumber-sumber milik masyarakat dan mengembalikan sebagian dari hasilnya untuk kepentingan masyarakat itu sendiri.

Ditinjau dari perspektif tanggung jawab sosial perusahaan, aktivitas bisnis sekaligus merupakan komitmen perusahaan pada kepentingan pihak-pihak eksternalnya. Komitmen perusahaan dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan ini akan dapat memberi banyak manfaat tidak saja pada para *stakeholders*-nya tetapi pada gilirannya juga terhadap perusahaan itu sendiri. Menurut Kotler dan Lee sebagaimana dikutip Ismail Solihin<sup>27</sup> menyebutkan beberapa manfaat yang dapat diperoleh perusahaan melalui pelaksanaan CSR yang bersifat strategis ini, seperti peningkatan penjualan dan *market share*, memperkuat *brand positioning*, meningkatkan citra perusahaan, menurunkan biaya operasi, serta meningkatkan daya tarik perusahaan di mata para investor dan analis keuangan.

Bila CSR sudah diyakini sebagai suatu kewajiban bagi perusahaan, maka dengan sendirinya perusahaan telah melaksanakan investasi sosial yang mana akan mendatangkan keuntungan dalam bentuk manfaat dikemudian hari. Gurvy Kavei sebagaimana dikutip Isa Wahyudi dan Busyra Azheri<sup>28</sup> menegaskan bahwa setiap perusahaan yang mengimplementasikan CSR dalam aktivitas usahanya akan mendapatkan 5 (lima) manfaat utama sebagai berikut:

1. Meningkatkan profitabilitas dan kinerja finansial yang lebih kokoh, misalnya lewat efisiensi lingkungan;

<sup>27</sup> Ismail Solihin. *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat, 2011, hlm. 34. Lihat juga Andreas Lako. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta: Erlangga, 2011, hlm. 183.

<sup>28</sup> Isa Wahyudi dan Busyra Azheri. *Corporate Social ... Op. Cit.*, hlm. 124-126.

2. Meningkatkan akuntabilitas, *assessment* dan komunitas investasi;
3. Mendorong komitmen karyawan, karena mereka diperhatikan dan dihargai;
4. Menurunkan kerentanan gejala dengan komunitas; dan
5. Mempertinggi reputasi dan *corporate branding*.

Apa yang dinyatakan oleh Kavei, terutama dalam hal reputasi dan *corporate branding* di atas selaras dengan hasil riset majalah SWA yang menunjukkan bahwa CSR bermanfaat dalam hal "memelihara dan meningkatkan citra perusahaan", yaitu sebesar (37,38 %). Selengkapnya manfaat CSR bagi perusahaan dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 1. Manfaat Pelaksanaan Program CSR Bagi Perusahaan**

Jenis Manfaat Program CSR	Prosentase
Memelihara dan meningkatkan citra perusahaan	37,38 %
Hubungan yang baik dengan masyarakat	16,82 %
Mendukung operasional perusahaan	10,28 %
Sarana akuntabilitas perusahaan dan karyawannya	8,88 %
Memperoleh bahan baku dan alat-alat untuk produksi perusahaan	7,48 %
Mengurangi gangguan masyarakat pada operasional perusahaan	5,61 %
Lainnya	13,50 %

Sumber: Riset Majalah Swa dikutip oleh Isa Wahyudi dan Busyra Azheri. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: Setara Press, 2011, hlm. 125.

Hasil riset majalah SWA di atas semakin menguatkan tesis bahwa CSR sebagai investasi sosial sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk jangka panjang. CSR akan menjadi aset strategis dan kompetitif bagi perusahaan di tengah iklim bisnis yang makin kompetitif, menuntut praktik etis dan bertanggung jawab. Selain itu, CSR sebagai investasi sosial dipercayai akan menjadi landasan

fundamental bagi pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), bukan hanya buat perusahaan, tetapi juga buat *stakeholders* dalam arti keseluruhan.

Senada dengan hasil riset di atas, perusahaan akan memperoleh berbagai manfaat dari aktivitas CSR, yaitu:<sup>29</sup>

*Pertama*, mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan luas dan komunitas yang telah merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. CSR akan mendongkrak citra perusahaan yang dalam rentang waktu panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan.

*Kedua*, CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Demikian pula ketika perusahaan diterpa kabar miring atau bahkan ketika perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat lebih mudah memahami dan memanfaatkannya.

*Ketiga*, keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kebanggaan ini pada akhirnya akan menghasilkan loyalitas, dan akan berujung pada peningkatan kinerja dan produktivitas.

*Keempat*, CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan memperat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya. Hal ini mengakibatkan para *stakeholder* senang dan merasa nyaman dalam menjalin hubungan dengan perusahaan.

<sup>29</sup>Anonim. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/25413/4/Chapter%20II.pdf>. Diakses tanggal 28 Agustus 2012 Pukul 11.07 WIB

*Kelima*, meningkatnya penjualan seperti yang terungkap dalam riset *Roper Search Worldwide*, yaitu bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

*Keenam*, insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya. Hal ini perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat lagi menjalankan tanggung jawab sosialnya.

Pada saat ini CSR dapat dianggap sebagai investasi masa depan yang akan memberi banyak manfaat bagi kelangsungan perusahaan. Muh Arief Effendi<sup>30</sup> menyatakan ada empat manfaat yang diperoleh perusahaan jika mengimplementasikan CSR adalah sebagai berikut:

1. Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan. Selain itu, perusahaan juga mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas.
2. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (modal).
3. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas.
4. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).

Selanjutnya jika ditinjau dari perspektif etika, dengan melaksanakan tanggung jawab sosial ada beberapa manfaat yang akan dirasakan oleh perusahaan. Jackie Ambadar<sup>31</sup> mengidentifikasi beberapa manfaat dari melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu: *Pertama*, perusahaan akan terhindar dari reputasi negatif merusak lingkungan, yang hanya mengejar keuntungan

<sup>30</sup> Muh. Arief Effendi. *The Power of Good Corporate Governance Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat, 2009, hlm. 113.

<sup>31</sup> Jackie Ambadar. *CSR dalam Praktik di Indonesia*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008, hlm. x-xi.

jangka pendek tanpa memperdulikan akibat dari perilaku buruknya. *Kedua*, kerangka kerja etis yang kokoh dapat memandu para manajer dan karyawan menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja dari lingkungan sekitarnya. *Ketiga*, perusahaan etis mendapat rasa hormat dari kelompok inti masyarakat yang sangat membutuhkan perusahaan ini eksis, terutama pelanggan dan karyawannya. Terakhir yang *keempat*, banyak perusahaan yang sadar bahwa perilaku etis membuat perusahaan aman dari gangguan lingkungan sekitar, sehingga dapat beroperasi dengan lancar. Utamanya tentu juga untuk menjamin keberlanjutan usaha.

Terlepas dari masih banyaknya perusahaan yang belum melaksanakan program CSR dalam bisnisnya, uraian di atas menunjukkan bahwa sebenarnya aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan memiliki banyak manfaat bagi banyak pihak. Namun demikian, agar manfaat tersebut dapat optimal maka aktivitas CSR seyogyanya bukanlah sebagai reaksi sesaat saja, tapi kegiatan proaktif yang dirancang sedemikian rupa dengan tujuan memberikan nilai tambah buat *stakeholders*. Kalau suatu kegiatan CSR yang dilakukan sebagai reaksi atas tuntutan dan resistensi dari pihak-pihak tertentu, maka kegiatan tersebut tidak akan banyak bermanfaat untuk jangka panjang, tetapi sekedar memenuhi kebutuhan insidental saja.

Selain bersifat proaktif dan terancang dengan baik, agar kegiatan CSR dapat memberikan manfaat yang optimal maka alasan moral perlu diutamakan di dalam menjalankan kegiatan CSR. Sebagaimana dikemukakan Reza Rahman,<sup>32</sup> bahwa ada dua alasan yang mendasari korporasi melakukan kegiatan CSR, yaitu alasan ekonomi (*economic argument*) dan alasan moral (*moral argument*). Alasan ekonomi lebih pada bagaimana korporat mampu

<sup>32</sup> Reza Rahman. *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta: MedPress, 2009, hlm. 17-18.

memperkuat citra dan kredibilitas *brand* produknya melalui aktivitas CSR. Membangun citra melalui CSR, komunitas akan lebih percaya dan merasakan keuntungan dengan hadirnya korporat di suatu wilayah tertentu. Sementara itu alasan moral lebih didasarkan bahwa CSR memang benar bermula dari inisiatif korporat untuk dapat menjalin relasi yang saling menguntungkan dengan *stakeholders*. Alasan ini sejalan dengan prinsip dalam sosiologi untuk dapat melakukan fungsi sebagai tetangga yang baik. Maksud dari tetangga yang baik adalah tetangga yang berguna bagi tetangga yang lain. Tujuannya adalah untuk memberdayakan komunitas menuju pada kemandirian. Di sini korporat lebih baik memberi "kail" daripada "ikan" kepada komunitas. Inilah yang membedakan CSR dengan *societal marketing*.

## TEORI-TEORI YANG TERKAIT DENGAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Menurut J.O.I. Ihalauw<sup>33</sup> yang dimaksud teori adalah sebuah sistem proposisi-proposisi atau sebuah rangkaian terpadu dari proposisi-proposisi. Itu berarti proposisi-proposisi merupakan komponen pembentuk teori. Namun proposisi-proposisi itu harus terangkai, terkait satu dengan lainnya sehingga menjadi satu totalitas sistem yang terpadu. Proposisi-proposisi yang tidak terangkai tidak akan membentuk sebuah teori, melainkan hanya merupakan himpunan proposisi-proposisi. Teori memiliki peran atau fungsi yang penting dalam ilmu pengetahuan. Salah satu fungsi teori adalah menjelaskan kebenaran dalam menerangkan suatu gejala yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, karena didukung oleh fakta-fakta empirik.

Sesuai dengan fungsi teori tersebut di atas, pada tulisan di bawah ini akan dipaparkan beberapa teori yang akan bisa menambah ketajaman di dalam menganalisis permasalahan-permasalahan yang ada di seputar CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan. Teori-teori dimaksud adalah teori negara hukum kesejahteraan, teori utilitas, teori kontrak sosial, dan teori *stakeholders*.

<sup>33</sup> J.O.I. Ihalauw, *Konstruksi Teori Komponen dan Proses*. Jakarta: PT. Grasindo, 2008, hlm. 108.

Relevansi digunakannya teori negara hukum kesejahteraan karena kebijakan tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada akhirnya bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan sehingga tercapai kesejahteraan rakyat. Teori utilitas digunakan karena di dalam mencapai kesejahteraan rakyat, maka kebijaksanaan dan program-program dari Tanggung Jawab Sosial Perusahaan harus dapat memberikan nilai manfaat, baik bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya. Sementara teori kontrak sosial digunakan mengingat keberadaan suatu perusahaan pada hakikatnya merupakan bagian atau subsistem dari masyarakat, sehingga di dalam menjalankan usahanya perusahaan harus mematuhi segala peraturan yang ada sebagai perwujudan dari adanya kontrak sosial dengan masyarakat. Terakhir, teori *stakeholders* digunakan karena keberadaan suatu perusahaan tidak cukup hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan kondisi, kepentingan, dan memberi manfaat bagi para *stakeholder* dalam arti luas

## 2.1. Teori Negara Hukum Kesejahteraan

Secara kontemporer, konsep atau teori negara hukum yang banyak diterapkan adalah negara kesejahteraan (*welfare state*, *welvaarstaat*) atau *sociale rechtstaat*.<sup>34</sup> Begitu pula halnya dengan

<sup>34</sup> Menurut Jimly Asshiddiqie. *Konstitusi Ekonomi*. Jakarta: Kompas, 2010, hlm. 337, gagasan negara kesejahteraan (*welfare state*) diajukan oleh John Maynard Keynes. Dalam negara kesejahteraan yang juga dikenal sebagai Keynesianisme ini, intervensi negara dalam kebijakan perekonomian justru dibenarkan. Terkait dengan penciptaan lapangan kerja, John Maynard Keynes menyatakan bahwa selama masih ada pengangguran, selama itu pula campur tangan negara dalam perekonomian diperlukan. Karena itu, peran negara tidak dibatasi hanya sebagai regulator atau pembuat peraturan saja, tetapi diperluas meliputi pula kewenangan-kewenangan untuk melakukan intervensi fiskal dan moneter dalam rangka (i) menjamin stabilitas moneter, (ii) menggerakkan sektor riil, dan (iii) menciptakan lapangan kerja.

Indonesia, model *welfare state* ini telah menjadi obsesi yang kuat bagi pendiri republik dan Bung Hatta sebagai figur sentralnya. Bila dianalisis substansi dari UUD 1945 telah mendeskripsikan semangat *welfare state* sebagaimana obsesi Bung Hatta tersebut. Hal ini dapat dilihat seperti pada Bab X tentang Warga Negara dan Penduduk Pasal 28, Bab XI tentang Hak Asasi Manusia Pasal 28 C ayat (1), Pasal 28 H ayat (1), dan (3) serta Bab XIV tentang Perekonomian Nasional dan Kesejahteraan Sosial Pasal 33 ayat (4). Atas dasar tersebut, Muchsan meyakini betul bahwa negara RI yang berdasarkan UUD 1945 termasuk pada negara yang bertipe *welfare*,<sup>35</sup> dengan model minimal karena programnya hanya bersifat sporadis, parsial dan minimal.<sup>36</sup>

Teori negara hukum kesejahteraan merupakan perpaduan antara konsep negara hukum (*rechtsstaat*) dengan negara kesejahteraan (*welfare state*). Menurut Bagir Manan sebagaimana

<sup>35</sup> Isa Wahyudi dan Busyra Azheri. *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 179.

<sup>36</sup> Menurut Edi Suharto. "Negara Kesejahteraan dan *Reinventing Depsos*". <http://www.depsos.go.id/unduh/NegaraKesejahteraan.pdf>. Diakses tanggal 22 Mei 2012, Pukul 11.13 WIB, sedikitnya ada empat model negara kesejahteraan yang hingga kini masih beroperasi, yaitu:

1. Model Universal, di mana pelayanan sosial diberikan oleh negara secara merata kepada seluruh penduduknya, baik kaya maupun miskin.
2. Model Korporasi atau *Work Merit Welfare States*, di mana jaminan sosial dilaksanakan secara melembaga dan luas, namun kontribusi terhadap berbagai skema jaminan sosial berasal dari tiga pihak, yakni pemerintah, dunia usaha dan pekerja (buruh).
3. Model Residual, di mana pelayanan sosial, khususnya kebutuhan dasar, diberikan terutama kepada kelompok-kelompok yang kurang beruntung (*disadvantaged groups*), seperti orang miskin, penganggur, penyandang cacat dan orang lanjut usia yang tidak kaya.
4. Model Minimal, model ini ditandai oleh pengeluaran pemerintah untuk pembangunan sosial yang sangat kecil. Program kesejahteraan dan jaminan sosial diberikan secara sporadis, parsial dan minimal dan umumnya hanya diberikan kepada pegawai negeri, anggota ABRI dan pegawai swasta yang mampu membayar premi. Di lihat dari landasan konstitusional seperti UUD 1945, UU SJSN (Sistem Jaminan Sosial Nasional), dan pengeluaran pemerintah untuk pembangunan sosial yang masih kecil, maka Indonesia dapat dikategorikan sebagai penganut negara kesejahteraan model ini.

dikutip Busyra Azheri, negara hukum kesejahteraan adalah negara atau pemerintah tidak semata-mata sebagai penjaga keamanan atau ketertiban masyarakat, tetapi pemikul utama tanggung jawab untuk mewujudkan keadilan sosial, kesejahteraan umum dan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat.<sup>37</sup> CSR jika dilihat dari perspektif negara hukum modern kesejahteraan (*verzorgings staat*), maka prinsip CSR sangat relevan dengan aspek keadilan sosial (*social justice*) di bidang ekonomi. Secara esensial kajian CSR berkaitan dengan persoalan keadilan sosial dan kesejahteraan bagi seluruh warga negara serta lingkungan.<sup>38</sup>

Häl yang penting dalam aspek sosial ekonomi adalah persoalan keadilan sosial (*social justice*) dan kesejahteraan masyarakat. Kedua persoalan tersebut tidak mutlak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah semata, melainkan juga menjadi tanggung jawab para pelaku bisnis melalui program CSR. Busyra Azheri<sup>39</sup> dalam hal ini menyatakan bahwa mengingat ketentuan CSR sebagai kebijakan *verzorgings staat*, maka CSR ini menjadi tanggung jawab bersama antara negara, pelaku bisnis, perusahaan, dan masyarakat.

CSR merupakan *affirmative regulation* yang menurut argumentasi aliran hukum alam bukan saja menuntut untuk ditaati, tetapi menuntut kerja sama antara pemangku kepentingan. CSR sebagai *affirmative regulation* dalam konteks *verzorgings staat* menuntut kerjasama antara negara, masyarakat, dan perusahaan khususnya yang bergerak dalam bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam. Sehingga para pelaku usaha (*investors*) baik

<sup>37</sup> Busyra Azheri. *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 207.

<sup>38</sup> Busyra Azheri. *Corporate Social ...*, Ibid., hlm. 217.

<sup>39</sup> Busyra Azheri. "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dalam Perspektif Negara Hukum Kesejahteraan (*Verzorgings Staat*)". <http://ejournal.ukanjuruhan.ac.id/media/paper/6%20Busyra%20Azheri.pdf>. Diakses tanggal 25 Februari 2012, Pukul 08.20 WIB.

domestik maupun asing seharusnya membangun hubungan baik yang harmonis dengan masyarakat sekitarnya, sehingga memberikan manfaat yang sebesar-besarnya untuk kemakmuran masyarakat.

Uraian di atas sejalan dengan prinsip *pareto superiority*, di mana perusahaan dalam melakukan aktivitasnya tidak mengorbankan kepentingan orang lain. Selain itu, perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan di mana tempat perusahaan beroperasi. Hal ini juga sejalan dengan prinsip-legitimasi (*legitimacy principle*) bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai keadilan. Ketidaksielarasan antara sistem nilai perusahaan dengan sistem nilai masyarakat dapat menyebabkan perusahaan akan kehilangan legitimasinya, sehingga dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

Membicarakan pembangunan sosial atau keadilan sosial, muncul perdebatan yang sengit, terutama menyangkut siapa sesungguhnya yang paling bertanggung jawab terhadap pembangunan kesejahteraan sosial. Negara atau lembaga-lembaga atau institusi dalam masyarakat itu sendiri? Menurut Mullaly yang dikutip Joko Prastowo dan Miftachul Huda,<sup>40</sup> dalam hal ini ada dua ideologi yang berpengaruh, yakni konservatif dan liberal. Aliran konservatif memandang bahwa kesejahteraan rakyat diserahkan kepada lembaga-lembaga swasta seperti keluarga atau lembaga amal swasta, pemerintah hanya berperan ketika lembaga-lembaga swasta tersebut dianggap sudah tidak mampu lagi menjalankan fungsinya. Sebaliknya, aliran liberal memandang bahwa kesejahteraan adalah hak setiap rakyat suatu negara. Karena itu, negara memiliki kewajiban penuh dalam memenuhi kesejahteraan rakyatnya.

<sup>40</sup> Joko Prastowo dan Miftachul Huda. *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 5.

Sebagai negara yang bertipe *welfare*, maka sudah menjadi tugas pemerintah untuk membuat aturan demi menciptakan kesejahteraan sosial. Frans Magnis Suseno<sup>41</sup> menyatakan, bahwa negara secara hakiki bertugas untuk mengusahakan kesejahteraan umum. Di sini negara harus mengusahakan semua prasyarat, kondisi, prasarana agar masyarakat dapat hidup dengan adil dan sejahtera. Terkait dengan tugas negara ini, Wolfgang Friedmann<sup>42</sup> menyatakan, bahwa dalam konteks ekonomi campuran (*mixed economy*), fungsi negara meliputi: (1) sebagai *provider* (penjamin kesejahteraan masyarakat); (2) sebagai *regulator* (pengatur); (3) sebagai *entrepreneur* (pengusaha); dan (4) sebagai *umpire* (pengawas atau wasit). Mengacu pada fungsi negara di atas, khususnya fungsi pertama yaitu negara sebagai *provider*, maka dalam rangka mewujudkan kesejahteraan rakyat, negara tidak saja mempunyai

<sup>41</sup> Franz Magnis Suseno. *Etika Politik Prinsip-prinsip Moral Dasar Kenegaraan Modern*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1991, hlm. 316.

<sup>42</sup> Wolfgang Friedmann. *The State and The Rule of Law in Mixed Economy*. London: Steven and Sons, 1971, hlm. 3. Dengan mengacu pada pendapat Wolfgang Friedmann di atas, Johnny Ibrahim. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayumedia Publishing, 2008, hlm. 433, menyatakan bahwa fungsi negara meliputi:

1. Negara sebagai penyedia (*provider*) di mana dalam kapasitas tersebut dilaksanakan upaya-upaya untuk memenuhi standar minimal yang diperlukan masyarakat dalam rangka mengurangi dampak pasar bebas yang dapat merugikan masyarakat.
2. Negara sebagai pengatur (*regulator*) untuk menjamin ketertiban agar tidak muncul kekacauan, seperti halnya pengaturan di bidang investasi agar industri dapat tumbuh dan berkembang, pengaturan dan pembatasan terhadap ekspor dan impor agar tersedia devisa yang cukup guna menunjang kegiatan perdagangan.
3. Negara campur tangan langsung dalam perekonomian (*entrepreneur*) melalui BUMN, karena ada bidang usaha tertentu yang vital bagi masyarakat, namun tidak menguntungkan bagi usaha swasta, atau usaha yang berhubungan dengan kepentingan pelayanan umum (*public service*).
4. Negara sebagai pengawas (*umpire*), yang berkaitan dengan berbagai produk aturan hukum untuk menjaga ketertiban dan keadilan sekaligus bertindak sebagai penegak hukum.

landasan tetapi juga memiliki tugas untuk terlibat di dalam penyelenggaraan CSR.

Fungsi-fungsi negara dalam konteks ekonomi campuran sebagaimana diuraikan di atas memperlihatkan bahwa negara ikut campur tangan dalam kegiatan di bidang ekonomi. Menurut Goodin<sup>43</sup> dalam negara kesejahteraan, campur tangan negara dalam mengatur pasar dilukiskan sebagai "... a public intervention in private market economy" (campur tangan publik dalam ekonomi pasar swasta). Tujuannya tidak lain untuk meningkatkan kesejahteraan umum (*promoting public welfare*) dan memaksimalkan kesejahteraan sosial (*to maximize social welfare*), sehingga memperkecil dampak kegagalan pasar (*market failure*) terhadap masyarakat yang disebabkan oleh apa yang disebutnya *moral hazard* dan penggunaan yang keliru terhadap berbagai sumber daya (*misallocation of resources*). Pendapat ini senada dengan yang dikemukakan Sri Redjeki Hartono,<sup>44</sup> bahwa campur tangan negara dalam hal ini dimaksudkan untuk menjaga keseimbangan kepentingan semua pihak dalam masyarakat, melindungi kepentingan produsen dan konsumen, dan melindungi kepentingan negara dan kepentingan umum, terhadap kepentingan perusahaan atau pribadi.

Terkait dengan tugas negara untuk mengusahakan kepentingan masyarakat di atas, ada suatu prinsip yang dikenal dengan prinsip subsidiaritas.<sup>45</sup> Keberadaan prinsip ini diperlukan

<sup>43</sup> Johnny Ibrahim. *Teori dan Metodologi ...Ibid.*, hlm. 44.

<sup>44</sup> Sri Redjeki Hartono. *Kapita Selekta Hukum Ekonomi*, Bandung: Mandar Maju, 2000, hlm. 15.

<sup>45</sup> Kata "subsidiaritas" berasal dari kata Latin "subsidium" yang berarti "bantuan, sokongan". Oswald von Nell-Breuning menjelaskan prinsip ini sebagai berikut: yang dimaksud ialah masyarakat bertujuan untuk membantu anggotanya untuk menyediakan apa yang menguntungkan atau berguna bagi mereka. Maka masyarakat harus melakukan apa yang benar-benar dan secara nyata membantu, menguntungkan, yang bermanfaat bagi mereka, dan hanya itu

karena adanya keterbatasan atau ketidakmampuan negara di dalam mengusahakan kepentingan masyarakat. Melalui prinsip subsidiaritas, maka terjadi pembagian beban tanggung jawab antara pemerintah, swasta, dan masyarakat di dalam mewujudkan kepentingan masyarakat.

Secara ringkas prinsip subsidiaritas dapat dirumuskan sebagai berikut: masyarakat atau lembaga yang lebih tinggi kedudukannya harus memberi bantuan kepada anggota-anggotanya atau lembaga yang lebih terbatas sejauh mereka sendiri tidak dapat menyelesaikan tugas mereka secara memuaskan. Sebaliknya, apa yang dapat dikerjakan secara memuaskan oleh satuan-satuan masyarakat yang lebih terbatas jangan diambil over oleh satuan masyarakat yang lebih tinggi. David Osborne dan Ted Gaebler<sup>48</sup> dalam hal ini berpendapat bahwa rasanya masuk akal menyerahkan pelaksanaan layanan masyarakat ke tangan swasta (baik yang mencari laba maupun nirlaba), jika dengan melakukan demikian suatu pemerintahan dapat lebih efektif, efisien, adil maupun bertanggungjawab. Lebih lanjut dikatakan, mereka mengalihkan pelaksanaan pemberian pelayanan bukan tanggung jawab atas pelayanan.

Diterapkan pada negara, prinsip subsidiaritas mengatakan bahwa negara hendaknya memainkan suatu peranan yang menunjang usaha masyarakat. Negara hendaknya jangan mencampuri segala urusan dan jangan mau mengurus segala-galanya sendiri. Kriteria bagi campur tangan negara adalah apakah suatu pelayanan yang memang perlu, dapat atau tidak dapat disediakan

---

segala apa yang merugikan atau tidak baik bagi mereka tidak boleh dilakukannya. Lihat Franz Magnus Suseno. *Etika Politik ...Op. Cit.*, hlm. 307.

<sup>48</sup> David Osborne dan Ted Gaebler. *Reinventing Government: How the Entrepreneurial Spirit is Transforming the Public Sector* atau *Mewirauahakan Birokrasi Mentransformasi Semangat Wirausaha ke dalam Sektor Publik*. (Terj. Abdul Rosyid) Jakarta: Penerbit PPM, 2003, hlm. 54.

oleh pihak yang bersangkutan sendiri.<sup>47</sup> Prinsip subsidiaritas penting untuk menentukan tugas dan pelaksanaan fungsi negara dalam masyarakat. Negara pada hakikatnya subsider, sama seperti masyarakat pada umumnya.

## 2.2. Teori Utilitarianisme

Berdasarkan prinsip subsidiaritas sebagaimana dijelaskan di atas, jelas bahwa swasta atau perusahaan mempunyai beban tanggung jawab untuk ikut mewujudkan kebahagiaan, kesejahteraan dan keadilan serta memberi manfaat bagi masyarakat. Atas dasar kesejahteraan dan kebahagiaan masyarakat inilah membawa Jeremy Bentham menjadi terkenal melalui doktrin etika dan ilmu hukum utilitarianism atau utilitis. Bentham menyatakan bahwa tujuan hukum adalah untuk mewujudkan *the greatest happiness for the greatest numbers* (kebahagiaan yang terbesar, untuk terbanyak orang). Adanya negara dan hukum semata-mata hanya demi manfaat sejati, yaitu kebahagiaan mayoritas rakyat.<sup>48</sup>

Menurut Bentham bahwa manusia itu akan berbuat dengan cara sedemikian rupa sehingga ia mendapatkan kenikmatan yang sebesar-besarnya dan menekan serendah-rendahnya penderitaan. Standar penilaian etis yang dipakai di sini adalah apakah suatu tindakan itu menghasilkan kebahagiaan. Tujuan akhir dari perundang-undangan adalah untuk melayani kebahagiaan yang paling besar dari sejumlah terbesar rakyat.<sup>49</sup>

Esensi dari kebahagiaan adalah kenikmatan dan kehidupan yang bebas dari kesengsaraan. Manusia melakukan tindakan adalah untuk mendapatkan kebahagiaan yang sebesar-besarnya dan mengurangi penderitaan. Baik buruknya tindakan tersebut diukur

<sup>47</sup> Franz Magnis Suseno. *Etika Politik ...*, Op. Cit., hlm. 307-308.

<sup>48</sup> Munir Fuady. *Dinamika Teori Hukum*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, hlm.

<sup>49</sup> Satjipto Rahardjo. *Ilmu Hukum*. Jakarta: Alumni, 1986, hlm. 239.

berdasarkan baik dan buruknya akibat yang dihasilkan tindakan itu sendiri. Suatu tindakan dinilai baik, jika tindakan itu menghasilkan kebaikan dan sebaliknya dinilai buruk, jika mengakibatkan keburukan. Utilitarianisme sangat menekankan pentingnya konsekuensi perbuatan dalam menilai baik buruknya. Kualitas moral suatu perbuatan, baik buruknya tergantung pada konsekuensi atau akibat yang dibawakan olehnya. Akibat atau konsekuensi begitu dipentingkan, sehingga utilitarianisme kadang-kadang dinamai juga konsekuensialisme.<sup>50</sup>

Karen Lebacqz,<sup>51</sup> menyatakan, bahwa ada dua asumsi krusial yang melandasi seluruh diskusi mengenai keadilan menurut perspektif utilitarian, yaitu: *Pertama*, tujuan hidup adalah kebahagiaan. Setiap orang secara universal sungguh mengharapkan kebahagiaan. Tujuan akhir hidup manusia adalah kebahagiaan, dan kita tahu hal ini karena setiap orang mendambakan kebahagiaan, dan karena melakukan hal seperti ini akan nampak alamiah bagi kita. *Kedua*, kebenaran dari suatu tindakan ditentukan oleh kontribusinya bagi kebahagiaan. Kaidah ini menjadikan utilitarianisme sebuah teleologi, tujuan (*telos*) menentukan apa yang benar. Kebenaran ditentukan dengan mengkalkulasikan jumlah kebaikan yang dihasilkan. Mill mengatakan, tindakan menjadi benar jika proporsinya cenderung meningkatkan kebahagiaan.

Menurut A. Sonny Keraf,<sup>52</sup> ada dua hal yang sangat positif dari etika utilitarianisme ini, yaitu: *Pertama*, rasionalitasnya. Suatu tindakan dipilih, dan pada gilirannya dinilai baik, karena tindakan itu akan (atau telah) mendatangkan akibat baik yang lebih banyak daripada tindakan lainnya. Di sini ada sebuah neraca perhitungan, bahwa dalam kerangka pengambilan keputusan, khususnya dalam

<sup>50</sup> K. Bertens. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius, 2000, hlm. 67.

<sup>51</sup> Karen Lebacqz. *Six Theories of Justice* atau *Teori-teori Keadilan Analisis Kritis Terhadap Pemikiran J.S. Mill, John Rawls, Robert Nozick, Reinhold Neibuhr, Jose Porfirio Miranda* (Terj. Yudi Santoso). Bandung: Nusa Media, 2011, hlm. 14-15.

<sup>52</sup> A. Sonny Keraf. *Etika Bisnis ...*, Op. Cit., hlm. 35.

hal ini di bidang bisnis, ia memberi peluang bagi debat, argumentasi dan diskusi dalam rangka kalkulasi keuntungan atau nilai lebih yang akan diperoleh suatu tindakan atau kebijaksanaan tertentu. Ia tidak sekedar menekankan tindakan tertentu demi tindakan itu, melainkan karena ada alasan dan dasar pertimbangan rasional. Kedua, universalitasnya. Akibat atau nilai lebih yang hendak dicapai diukur berdasarkan banyaknya orang yang memperoleh manfaat dari nilai lebih itu. Etika utilitarianisme mengutamakan tindakan atau kebijaksanaan yang mengutamakan kepentingan banyak orang di atas kepentingan segelintir orang.

Teori di atas, oleh Bentham secara analogi diterapkannya pada bidang hukum. Baik buruknya hukum harus diukur dari baik buruknya akibat yang dihasilkan oleh penerapan hukum itu. Suatu ketentuan hukum baru dapat dinilai baik, jika akibat-akibat yang dihasilkan dari penerapannya adalah kebaikan, kebahagiaan sebesar-besarnya, dan berkurangnya penderitaan. Sebaliknya, dinilai buruk jika penerapannya menghasilkan akibat-akibat yang tidak adil, kerugian dan hanya memperbesar penderitaan. Teori analogi ini akan sangat bermanfaat bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam kegiatan evaluasi hukum, yaitu untuk mengukur kualitas dari suatu peraturan perundangan.

Aliran utilitarianis, dengan demikian merupakan aliran yang meletakkan dasar-dasar ekonomi bagi pemikiran hukum. Prinsip utama pemikiran mereka adalah mengenai tujuan dan evaluasi hukum. Tujuan hukum adalah kesejahteraan yang sebesar-besarnya bagi sebagian terbesar rakyat atau bagi seluruh rakyat, dan evaluasi hukum dilakukan berdasarkan akibat-akibat yang dihasilkan dari proses penerapan hukum. Berdasarkan orientasi itu, maka isi hukum adalah ketentuan tentang pengaturan penciptaan kesejahteraan negara.<sup>53</sup> Apa yang diungkapkan oleh Bentham di

<sup>53</sup> Lili Rasjidi dan I.B. Wyasa Putra. *Hukum sebagai Suatu Sistem*. Bandung: Mandar Maju, 2003, hlm. 116-117.

dalam teori utilitarianisme ini, tepat sekali untuk mengevaluasi ketentuan tentang CSR yang begitu banyak kritikan dan resistensi terhadap pengaturannya. CSR jika dilihat dari perspektif teori utilitis, penerapan CSR selama ini dapat dinyatakan dengan tesis bahwa penerapan CSR telah membawa kemanfaatan bagi *stakeholders* meskipun bersifat *voluntary*. Anti tesisnya adalah perlu pengaturan tentang CSR agar membawa kemanfaatan yang lebih besar bagi *stakeholders*-nya.<sup>54</sup>

Ditinjau dari konteks tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), maka tujuan dari pengaturan tentang CSR hendaknya diarahkan pada kebahagiaan, kesejahteraan dan keadilan bagi masyarakat, khususnya para *stakeholder*-nya. Model pendekatan dan program-program CSR yang akan dilaksanakan oleh perusahaan-perusahaan hendaknya juga berorientasi pada kepentingan *stakeholders*. Menurut Poerwanto,<sup>55</sup> ada tiga pendekatan pembentukan tanggung jawab sosial, yaitu:

- a. Pendekatan moral, yaitu kebijakan atau tindakan yang didasarkan pada prinsip kesantunan dengan pengertian bahwa apa yang dilakukan tidak melanggar atau merugikan pihak-pihak lain.
- b. Pendekatan kepentingan bersama, menyatakan bahwa kebijakan-kebijakan moral harus didasarkan pada standar kebersamaan, kewajaran dan kebebasan.
- c. Pendekatan manfaat, adalah konsep tanggung jawab sosial yang didasarkan pada nilai-nilai bahwa apa yang dilakukan oleh perusahaan menghasilkan manfaat besar bagi pihak-pihak berkepentingan secara adil.

Model-model pendekatan dan program-program CSR seperti di atas semestinya disusun dengan tetap mengacu pada tujuan hukum, yaitu kebahagiaan, kesejahteraan dan keadilan.

<sup>54</sup> Busyra Azheri. *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 335.

<sup>55</sup> Poerwanto. *Budaya Perusahaan ...*, Op. Cit., hlm. 174.

masyarakat serta sesuai atau tidak bertentangan dengan amanat UUD 1945 dan Pancasila. Kebahagiaan, kesejahteraan dan keadilan masyarakat tersebut dalam konteks CSR adalah kebahagiaan, kesejahteraan dan keadilan bagi para *stakeholders*-nya.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka sekarang ini perusahaan tidak bisa lagi hanya berorientasi atau mengutamakan pada kepentingan *shareholders* semata. Keberadaan perusahaan tidak cukup hanya memikirkan bagaimana bisa memberikan keuntungan (*profit*) yang besar bagi *shareholders*, tetapi juga harus memperhatikan kepentingan masyarakat (*people*) dan lingkungan (*planet*) di mana ia berada. Di sini perusahaan dituntut untuk mengubah cara pendekatan lama yang terfokus pada *shareholders* menjadi pendekatan yang berorientasi pada *stakeholders*. Secara singkat, sekarang ini perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kontribusinya guna ikut mewujudkan kesejahteraan dan keadilan bagi masyarakat Indonesia.

Tuntutan di atas adalah wajar mengingat perusahaan telah memperoleh berbagai perlakuan istimewa, seperti bisa menjalankan usahanya di suatu wilayah tertentu dan memanfaatkan sumber daya alam dan/atau manusia yang ada di sekitarnya. Wajarlah apabila perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat, mengingat perusahaan juga merupakan bagian atau subsistem yang ada di masyarakat. Perusahaan merupakan unitas (kumpulan orang yang terikat dalam satu organ) yang berada di tengah lingkungan yang lebih besar (masyarakat). Sebagai unitas yang berada dalam lingkungan yang lebih besar, perusahaan merupakan subsistem dari sistem masyarakat (sistem lebih besar) sehingga terikat oleh sistem nilai yang mengikat, yaitu norma sosial (*social norm*) masyarakat sekitar.

### 2.3. Teori Kontrak Sosial

Keberadaan perusahaan sebagai entitas bisnis pada dasarnya tidak bisa terlepas dari masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi. Sebagai bagian dari masyarakat, maka antara perusahaan dan masyarakat akan terjadi interaksi yang mana agar di dalam interaksi tersebut dapat berjalan dengan baik, maka diperlukan adanya kesepakatan-kesepakatan dalam bentuk kontrak sosial. Crowther David dalam Nor Hadi<sup>56</sup> menyatakan, bahwa menurut teori kontrak sosial, perusahaan sebagai bagian dari sistem sosial masyarakat secara langsung maupun tidak langsung melakukan kontrak sosial (*social contract*). *Social contract* bekerja dalam rangka menjaga keselarasan, keserasian dan keseimbangan hubungan antar keduanya, serta untuk menjaga dan melindungi kepentingan antar keduanya. Pelanggaran atas kontrak sosial (*social contract*), terutama bagi perusahaan, memunculkan reaksi sosial yang dapat mengancam legitimasi perusahaan.

Pendapat di atas sejalan dengan laporan *Committee for Economic Development (CED)*, sebuah lembaga yang merupakan gabungan kelompok perusahaan Amerika dan para peneliti yang mengakui secara jelas bahwa eksistensi perusahaan di tengah lingkungan masyarakat diikat oleh kontrak sosial (*social contract*). Substansi kontrak sosial tersebut mengalami perkembangan dan perubahan signifikan, yaitu pelaku bisnis dituntut untuk memikul tanggung jawab secara lebih luas kepada masyarakat, yang bukan hanya sekedar memproduksi dan memasok barang dan jasa bagi masyarakat.<sup>57</sup>

Terjadinya kontrak sosial (*social contract*) seiring dengan adanya hubungan dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi

<sup>56</sup> Nor Hadi. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011. hlm. 175.

<sup>57</sup> Elvinaro Ardianto dan Didin M. Machfudz. *Efek Kedermauanan ...*, *Op. Cit.*, hlm. 50.

keseelarasan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk terhadap lingkungan. Perusahaan sebagai unitas memiliki tujuan dan berusaha mencapai tujuan merupakan bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat, di mana antara keduanya saling pengaruh mempengaruhi secara timbal balik. Hubungan antara perusahaan dan masyarakat, agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial (*social contract*) baik secara eksplisit maupun implisit sehingga terjadi keserasian dan keseimbangan di dalam melindungi kepentingannya masing-masing.

*Social contract* dibangun dan dikembangkan salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat (*society*). Di sini, perusahaan (ataupun organisasi bentuk lainnya) memiliki kewajiban kepada masyarakat untuk memberi kemanfaatan bagi masyarakat setempat. Interaksi perusahaan (organisasi) dengan masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi dan mematuhi aturan dan norma-norma yang berlaku di masyarakat (*community norm*), sehingga kegiatan perusahaan dapat dipandang legitimat memberikan ilustrasi kontrak sosial antara perusahaan dan *stakeholders*.<sup>58</sup>

Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus mematuhi segala peraturan yang ada sebagai perwujudan dari adanya kontrak sosial dengan masyarakat. Andreas Lako<sup>59</sup> menyatakan, teori kontrak sosial (*social contract*) menyatakan bahwa keberadaan perusahaan dalam suatu area karena didukung secara politis dan dipamin oleh regulasi pemerintah serta parlemen yang juga

<sup>58</sup> Nor Hadi. *Corporate Social ... Op. Cit.*, hlm. 95-96. Terkait dengan sifat kontrak (kontrak) antara perusahaan dan komunitas, Lord Laing sebagaimana dikutip oleh Tom Cannon. *Corporate Responsibility*, atau *Tanggung Jawab Perusahaan*. Dit. Felicia Gerda Najoan. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 1995, hlm. 120, mengungkapkan bahwa vitalitas masyarakat di mana perusahaan Anda beroperasi berkaitan langsung dengan kepentingan bisnis.

<sup>59</sup> Andreas Lako. *Dekonstruksi CSR ... Op. Cit.*, hlm. 64.

merupakan representasi dari masyarakat. Ini berarti, ada kontrak sosial secara tidak langsung antara perusahaan dan masyarakat di mana masyarakat memberi *cost* dan *benefits* untuk keberlanjutan suatu korporasi. CSR dengan demikian merupakan suatu kewajiban asasi perusahaan yang tidak bersifat suka rela.

Pernyataan Andreas Lako di atas senada dengan pendapat Busyra Azheri,<sup>62</sup> bahwa berdasarkan kontrak sosial, perusahaan harus melaksanakan CSR atau masyarakat dapat menuntut perusahaan untuk menerapkan CSR tersebut. Pelaksanaan CSR dalam konteks kontrak sosial harus dimaknai sebagai tanggung jawab suatu perusahaan terhadap *stakeholders*-nya. Semua itu juga tidak terlepas dari aktivitas dunia usaha yang sangat simultan, sehingga dapat menimbulkan berbagai dampak atau akibat, baik di bidang hukum, politik, sosial, ekonomi maupun budaya, dan lain sebagainya. Berdasarkan uraian di atas, dengan mengacu pada teori kontrak sosial, maka negara<sup>63</sup> sebagai representasi dari masyarakat berwenang untuk mengatur mengenai penyelenggaraan CSR.

Pengaturan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam bentuk norma hukum sebagaimana dijelaskan di atas semakin mempertegas bahwa perusahaan dituntut untuk mengubah perspektifnya dari cara pendekatan lama yang terfokus pada *share-*

<sup>62</sup>Busyra Azheri. *Corporate Social .... Op. Cit.*, hlm. 70.

<sup>63</sup>Menurut Rousseau dalam Bernard L. Tanya. *Politik Hukum Agenda Kepentingan Bersama*. Yogyakarta: Genta Publishing, 2011, hlm. 90, negara merupakan suatu pribadi publik dan pribadi moral yang kehidupannya berasal dari kontrak sosial untuk membela dan melindungi kepentingan bersama, di samping kepentingan pribadi dan milik pribadi. Melalui kontrak sosial setiap orang melepaskan haknya dan menyerahkan kepada kekuasaan negara. Hasil kontrak sosial itu, antara lain terciptanya *volonte generale* (kemauan umum), yaitu kesatuan kemauan orang-orang yang telah melakukan kontrak sosial tersebut. Dengan adanya kontrak sosial, terjadi peralihan naluri manusia dari keadaan bebas tanpa batas ke situasi tertib dalam koridor *volonte generale* yang berbasis keadilan dan kesusilaan. Lihat juga Hans Kelsen. *General Theory of Law and State*, atau *Teori Umum Tentang Hukum dan Negara*. Terj. Raisul Muttaqien, Bandung: Rajawali, 2006, hlm. 354.

holders menjadi pendekatan yang berorientasi pada *stakeholders*. Pada konteks Indonesia, secara singkat dapat dinyatakan bahwa sekarang ini perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kontribusinya guna ikut mewujudkan kesejahteraan dan keadilan bagi masyarakat Indonesia.

#### 2.4. Teori Stakeholder

Jika ditilik ke belakang, sejak tahun 1971 literatur yang dikenalkan berisi diskursus bahwa dunia usaha memiliki multiplisitas kepentingan termasuk *stakeholders*, *supplier*, karyawan, komunitas lokal dan masyarakat suatu bangsa secara keseluruhan. Bertolak dari konsep ini kemudian berkembang apa yang dikenal sebagai *Stakeholder Theory*, yaitu sebuah teori yang mengatakan tanggung jawab korporasi sebetulnya melampaui kepentingan berbagai kelompok yang hanya berfikir urusan finansial, tanggung jawab tersebut berkaitan dengan masyarakat secara keseluruhan yang menentukan hidup matinya perusahaan.<sup>62</sup> Menurut R. Freeman: "[a] stakeholder ... is [by definition] any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization's objectives". *Stakeholder* sebagai pihak yang perlu diperhatikan kepentingannya oleh korporasi secara umum didasarkan pada *teori stakeholder*.<sup>63</sup>

Berdasarkan *teori stakeholder* keberadaan suatu perusahaan tidak bisa hanya berorientasi pada maksimalisasi keuntungan semata. Merrick Dodd sebagaimana dikutip Mukti Fajar<sup>64</sup> mengajukan konsep bahwa korporasi bekerja tidak hanya untuk kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan

<sup>62</sup> Hendrik Budi Untung. *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 38.

<sup>63</sup> Mukti Fajar. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia: Studi Tentang Penerapan Ketentuan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Multi Nasional, Badan Nasional dan Badan Usaha Milik Negara*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, hlm. 224.

<sup>64</sup> Mukti Fajar. *Tanggung Jawab ...* Ibid. hlm. 98-99.

masyarakat umum dan kesejahteraan bangsa, yang selanjutnya lebih dikenal dengan istilah *stakeholder*. Menurut R. Edward Freeman yang dimaksud *stakeholder* adalah pihak-pihak yang dipengaruhi sekaligus mempengaruhi tujuan pencapaian keuntungan perusahaan. Ajaran Dodd tersebut telah melahirkan *stakeholder theory*. Teori ini dibangun berdasarkan pandangan, apabila direksi korporasi hanya mencari keuntungan sebanyak-banyaknya demi kepentingan pemegang saham, maka kemungkinan besar bisnis akan cenderung menyimpang. Perusahaan akan melakukan eksploitasi terhadap buruh dan menekan konsumen serta rekanan bisnis. Perusahaan dalam mengejar tujuannya, yaitu mencari keuntungan harus diperluas juga kepada pemenuhan kepentingan *stakeholder*.

Lukviarman sebagaimana dikutip G. Suprayitno *et.al.*<sup>65</sup> menyatakan bahwa dalam perspektif *stakeholder* keberadaan perusahaan selayaknya mengacu kepada peningkatan kemakmuran berbagi pihak petaruh secara lebih luas. Perspektif ini memberikan penekanan kepada perlunya: (a) partisipasi *stakeholder* di dalam pengambilan keputusan perusahaan, (b) hubungan kontraktual jangka panjang antara perusahaan dengan *stakeholder*, (c) hubungan berbasis kepercayaan (*trust relationships*), dan (d) berjalannya etika bisnis menyangkut hubungan perusahaan dengan pihak lainnya. Secara tegas Lukviarman menyatakan bahwa perspektif ini memberikan implikasi bahwa manajemen harus mempertimbangkan *stakeholders* di dalam membuat berbagai keputusan organisasi.

Keberadaan perusahaan dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*),<sup>66</sup> mensyaratkan orientasi

<sup>65</sup> G. Suprayitno, *et al.* *Internalisasi Good Corporate Governance dalam Proses Bisnis*. Jakarta: The Indonesian Institute for Corporate Governance, 2005, hlm. 27.

<sup>66</sup>Siti Kotijah dalam Joko Prastowo dan Miftachul Huda. *Corporate Social ...* Op. Cit. hlm. 48, menyatakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas

perusahaan bergeser secara tegas dari *shareholder orientation* ke arah *stakeholder orientation*. *Shareholder orientation*, berarti orientasi perusahaan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan para pemilik (pemegang saham) dan para kreditur agar terjamin kepastian pengembalian klaim dalam perusahaan. Perusahaan yang mengedepankan tujuan berbasis *shareholder*, mengukur kinerja perusahaan lebih didasarkan pada *economic rational* yang motifnya adalah *economic motive*. Pada perusahaan tipe ini, tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat hanya sebatas polesan (*lames*), sekedar memenuhi standar minimum dan anjuran peraturan. Pengeluaran dalam tanggung jawab sosial, dianggap sebagai pemborosan, dan mengurangi kesejahteraan bagi para pemilik (*shareholder*).

*Stakeholder orientation*, berarti orientasi perusahaan ditujukan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan *shareholder*, namun upaya mencapai peningkatan dan perkembangan perusahaan juga didudukkan dalam kerangka keselarasan, keserasian, dan keseimbangan lingkungan. Operasional perusahaan diarahkan dengan mengedepankan keberpihakan kepada *stakeholder* baik internal maupun eksternal, memegang teguh peraturan yang berlaku, serta transparan dalam banyak tindakan. Operasional perusahaan tidak sebatas didasarkan pada *economic motive*, namun juga *social motive*. Ukuran kinerja perusahaan tidak hanya didasarkan pada *economic measurement*, melainkan juga memperhitungkan batasbatas tanggung jawab sosial (*social measurement*). Pengeluaran terkait dengan tanggung jawab sosial, dipandang sebagai investasi jangka panjang yang memiliki manfaat dalam mendukung keunggulan kompetitif (*competitive*

---

lingkungan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Hal ini dalam rangka mendukung semakinnya hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

*advantage*) perusahaan. Hubungan antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) lebih didasarkan pada kaidah *stewardship*. Parameter keputusan tindakan perusahaan tidak sekedar pada kaidah *trade of cost and benefit* semata, melainkan juga memperhatikan dan memperhitungkan faktor keseimbangan lingkungan dan kesejahteraan (kemanfaatan) bagi sesama.<sup>67</sup>

Uraian di atas menunjukkan bahwa keberadaan suatu perusahaan tidak cukup hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan kondisi, kepentingan, dan memberi manfaat bagi para *stakeholder* khususnya di sekitar perusahaan. Terkait dengan hal tersebut, R. Edward Freeman<sup>68</sup> mengingatkan bahwa apabila korporasi tidak memperhatikan *stakeholder*, seperti *supplier*, rekanan atau konsumen, maka pada giliran berikutnya mereka akan memperlakukan hal yang sama terhadap perusahaan, misalnya konsumen enggan membeli produknya dan *supplier* tidak menyeter bahan baku yang berkualitas untuk proses produksi korporasi. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* bahwa tanggung jawab korporasi sebetulnya melampaui kepentingan berbagai kelompok yang tidak hanya berfikir urusan finansial, tanggung jawab tersebut berkaitan dengan masyarakat secara keseluruhan yang menentukan hidup matinya perusahaan.

Post *et.al.*,<sup>69</sup> membagi para pemangku kepentingan ke dalam dua kategori, yakni *primary stakeholders* dan *secondary stakeholders*. Para pemangku kepentingan utama (*primary stakeholders*) adalah berbagai pihak yang berinteraksi langsung dalam aktivitas bisnis perusahaan serta mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melaksanakan tujuan utamanya yakni menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat. Termasuk dalam *primary stakeholders* adalah: para

<sup>67</sup> Nor Hadi. *Corporate Social ...*, Op. Cit. hlm. 40-41.

<sup>68</sup> Mukti Fajar. *Tanggung Jawab ...*, Op. Cit. hlm. 100-101.

<sup>69</sup> Dwi Kartini. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2009, hlm. 8-9.

pemegang saham (*stockholders*), para karyawan (*employees*), pemasok (*suppliers*), kreditur (*creditors*), pelanggan (*customers*), dan pedagang besar dan eceran (*wholesalers and retailers*).

Para pemangku kepentingan sekunder (*secondary stakeholders*) adalah orang-orang atau kelompok di dalam masyarakat secara langsung maupun tidak langsung terkait oleh berbagai aktivitas atau keputusan utama perusahaan. Termasuk ke dalam kategori *secondary stakeholders* adalah: masyarakat secara umum (*the general public*), komunitas lokal (*local community*), pemerintah pusat dan daerah (*federal state and local governments*), para pemerintah asing (*foreign governments*), kelompok aktivitas sosial (*social activist groups*), media, dan berbagai kelompok pendukung bisnis (*business support groups*).

Penggolongan *stakeholder* juga dapat dibagi ke dalam *stakeholder* utama (primer) dan *stakeholder* kunci. *Stakeholder* utama atau primer merupakan *stakeholder* yang memiliki kaitan kepentingan secara langsung dengan kehadiran perusahaan. *Stakeholder* utama dalam perusahaan ekstraktif berbasis sumber daya alam, biasanya adalah masyarakat sehingga program CSR-nya adalah program pemberdayaan dan pengembangan masyarakat. Mereka harus ditempatkan sebagai penentu utama dalam proses pengambilan keputusan. *Stakeholder* utama terdiri dari dua kelompok, yaitu masyarakat dan tokoh masyarakat. Masyarakat yang terkait dengan proyek adalah masyarakat yang diidentifikasi akan memperoleh manfaat dan terkena dampak dari proyek ini. Tokoh masyarakat adalah anggota masyarakat yang dianggap dapat mewakili aspirasi masyarakat. *Stakeholder* kunci merupakan *stakeholder* yang memiliki kewenangan dalam hal pengambilan keputusan dan atau bisa diajak berprakarsa. *Stakeholder* kunci yang dimaksud adalah tokoh atau organisasi yang mampu menggerakkan prakarsa pengembangan masyarakat, bisa

dari pihak pemerintah (unsur eksekutif sesuai levelnya, legislatif, dan instansi) seperti bupati, DPRD, serta dinas teknis yang terkait.<sup>70</sup>

Keberadaan *stakeholders* sangat penting dalam membahas masalah CSR. Itulah sebabnya dalam rangka melaksanakan CSR, perusahaan tidak cukup hanya memberikan bantuan dalam bentuk *charity* atau pun *philanthropy* melainkan juga harus memperhatikan aspek-aspek pemberdayaan, kemitraan, dan keberlanjutan terhadap kepentingan *stakeholders* atau masyarakat luas. Di sini, perusahaan di dalam menyusun strategi perlu mengintegrasikan antara kemajuan ekonomi dan sosial. Tegasnya, perusahaan di dalam kebijakan dan operasionalnya dituntut untuk memasukkan masalah sosial sebagai bahan pertimbangan utama dalam merancang strategi perusahaan atau yang dikenal dengan istilah *Creating Shared Value* (CSV). Secara khusus kajian tentang konsep CSV dalam kaitannya dengan CSR ini Insya Allah akan disajikan dengan lebih lengkap pada buku yang akan terbit berikutnya setelah buku ini sampai di tangan para pembaca yang budiman.

---

<sup>70</sup> Nurdizal M. Rachman, *et al. Panduan Lengkap ... Op. Cit.*, hlm. 91-92.

## ASPEK LEGALITAS TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

### 3.1. Tanggung - Jawab Sosial Perusahaan sebagai Kewajiban Moral

Aktivitas CSR seringkali dikaitkan dengan persoalan etika dalam bisnis yang diukur dengan aspek moralitas berupa baik atau buruk, terpuji atau tercela dari perilaku manusia. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau CSR secara hakiki merupakan tanggung jawab moral pengusaha kepada para pemegang saham, karyawan dan anggota keluarganya serta masyarakat yang terkena dampak bisnisnya (*stakeholders*). Penegasan ini senada dengan beberapa pakar, seperti Greenberg Baron<sup>71</sup> yang mendefinisikan CSR sebagai: *"Business practices that adhere to ethical values that comply with legal requirements and the environment"* (praktik-praktik bisnis yang berhubungan erat dengan nilai-nilai etis yang selaras dengan tuntutan-tuntutan hukum dan lingkungan). Tentu saja yang dimaksudkan Baron di sini bahwa suatu perusahaan yang baik dan bermutu tidak hanya semata-mata mencari keuntungan ekonomis, melainkan juga harus tunduk kepada peraturan-peraturan yang berlaku, termasuk undang-undang yang mengatur tentang lingkungan. Hal ini mengandaikan bahwa semua nilai moral bagi pengusaha dan manajer yang baik sudah termaktub dalam

<sup>71</sup> L. Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis: ... Op. Cit.*, hlm. 295-296.

perundang-undangan. Kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan tentang bisnis dan tentang lingkungan seorang pengusaha atau manajer yang baik secara ekonomis adalah sekaligus juga sosok orang yang baik secara moral karena berhasil menjadi moral agen atau pelaku moral.

Sebagai moral agen, seperti halnya semua anggota masyarakat lainnya, pelaku bisnis mempunyai kewajiban dan tanggung jawab moral terhadap masyarakat. Di sini pelaku bisnis diharapkan untuk bertindak secara bertanggung jawab. Mengingat perusahaan dijalankan oleh manusia, dan karena semua keputusan yang menyangkut perusahaan maupun hubungan perusahaan dengan masyarakat diambil oleh manusia, maka mau tidak mau perusahaan juga mempunyai tanggung jawab dan kewajiban sosial moral kepada masyarakat. Menurut A. Sonny Keraf,<sup>72</sup> sikap bertanggung jawab ini tidak dilihat sebagai hal yang bertentangan atau antitesis dari keuntungan. Sebaliknya, dilihat sebagai hal yang menunjang usaha mencari keuntungan. Kegiatan bisnis yang memperhatikan bahkan mengutamakan kepentingan dan kebutuhan sosial masyarakat, maka bisnis dapat memperoleh keuntungan untuk menunjang operasinya. Sebaliknya, dengan mengabaikan kepentingan sosial masyarakat, secara tidak sadar bisnis itu sendiri menggerogoti dasar keberadaan dan kelangsungan hidupnya.

Berkaitan dengan CSR adalah bentuk dari etika bisnis yang didasarkan pada moralitas, maka sifatnya adalah *voluntary*. Menurut Mukti Fajar<sup>73</sup> karena sifatnya yang *voluntary* dan ada di wilayah etika, maka beberapa negara dan organisasi internasional mengatur CSR dalam *code of conduct*,<sup>74</sup> (yang kemudian dikenal

<sup>72</sup> A. Sonny Keraf. *Etika Bisnis ...*, Op. Cit., hlm. 93.

<sup>73</sup> Mukti Fajar. *Tanggung Jawab ...*, Op. Cit., hlm. 64-75.

<sup>74</sup> Lundblad dari OECD sebagaimana dikutip oleh Mukti Fajar. *Tanggung Jawab Sosial...*, Loc. Cit. menyatakan bahwa OECD memberikan definisi *Code of Conduct* sebagai *commitments voluntary made by companies, association or other entities*.

dengan istilah *softlaw*). *Code of Conduct* adalah salah satu alternatif untuk mewajibkan korporasi menerapkan CSR. Bahwa *Code of Conduct* masih mempunyai kelemahan dalam persoalan daya mengikatnya, dapat didukung dengan berbagai bentuk aksi atau tindakan politis. Tetapi yang harus diperhatikan bahwa aksi-aksi tersebut baru akan bekerja jika dilakukan oleh institusi yang mempunyai reputasi yang dihormati.

*Corporate Code of Conduct* pada dasarnya memuat nilai-nilai etika, harus dinyatakan dengan singkat dan jelas tetapi cukup rinci guna memberikan arahan yang jelas perihal perilaku etika berusaha kepada siapa pedoman itu ditujukan. Tetapi keberadaan *Corporate Code of Conduct* ini tidak cukup mampu untuk mengikat korporasi. Sebab, selain sifatnya *softlaw*, sebagian besar *Code of Conduct* dirusiasi pada level internasional, sedangkan ranah hukum mempunyai wilayah yurisdiksi. Di sini keberadaan *Code of Conduct* akan menjadi hukum apabila hukum nasional suatu negara telah mengaturnya dalam produk legislasi.

Selain diatur dalam *Code of Conduct*, menurut Mukti Fajar<sup>75</sup> banyak perusahaan yang membuat komitmen untuk melaksanakan CSR dalam peraturan perusahaan yang sering disebut dengan istilah *self regulation (self governance)*. Efektifitas bekerjanya *self regulation* ini lebih baik dibandingkan dengan *Code of Conduct*, karena disesuaikan dengan visi dan kondisi perusahaan masing-masing. Selain itu korporasi juga dapat mengikat perusahaan rekanannya melalui kontrak kerjasama untuk menerapkan *self regulation*.

---

which put forward standards and principles for the conduct of business activities in the market place. Definisi OECD ini menunjukkan bahwa *Code of Conduct* adalah kewajiban yang harus ditegakkan sendiri (*self imposed obligation*), tetapi bukan bagian dari peraturan perundang-undangan (*rules*) tentang tatakelola perusahaan (*corporate governance*).

<sup>75</sup> Mukti Fajar. *Tanggung Jawab Sosial... . Ibid.* hlm. 76.

*Self regulation* akan menjadi efektif dan mempunyai daya ikat yang kuat apabila dirumuskan oleh berbagai organ yang terdapat dalam korporasi seperti pemegang saham, direksi, dan komisaris. Argumen ini menjelaskan dua hal, yaitu:<sup>76</sup>

1. *Self regulation* harus mencerminkan moralitas dari organ-organ korporasi. Keterlibatan organ-organ dalam korporasi dalam merumuskan *self regulation* menjadi penting, sehingga tidak menimbulkan *conflict of interest* di kemudian hari. Bahkan jika perlu mengundang *stakeholders* untuk mengakomodasi kepentingan mereka.
2. *Self regulation* yang telah dirumuskan disahkan melalui kekuasaan tertinggi dalam korporasi (Misalnya RUPS) dan dimasukkan dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga sebagai konstitusi korporasi. Hal ini untuk dijadikan dasar bagi semua pihak, baik internal maupun pihak eksternal yang menjalin hubungan dengan korporasi.

Uraian di atas menunjukkan bahwa meskipun pengaturan CSR ke dalam *code of conduct* atau *self regulation* memiliki kelemahan di lihat dari sisi penegakannya, namun keberadaan *code of conduct* atau *self regulation* (di mana di dalamnya terdapat nilai-nilai moral) ini tidak bisa begitu saja dilepaskan dari hubungannya dengan hukum positif. Di sini yang hendak dikatakan bahwa meskipun antara moral dan hukum dapat dibedakan,<sup>77</sup> namun di antara

<sup>76</sup> Mukti Fajar. *Tanggung Jawab Sosial... Ibid.* hlm. 79.

<sup>77</sup> Tentang perbedaan antara hukum dan moral, oleh A. Gunawan Setiandja sebagaimana dikutip oleh Jhony Ibrahim. *Teori dan Metodologi ...*, Op. Cit., hlm. 142-143, diuraikan secara lebih rinci sebagai berikut.

- a. Dalam pelaksanaannya. Hukum dapat dipaksakan, pemerintah dan lembaga legislatif membuat berbagai aturan perundang-undangan, yang ditegakkan oleh penegak hukum. Karena itu, hukum dapat melembaga (*institutionalised*). Dengan demikian dapat dirumuskan dengan hukum adalah pengayoman umat manusia yang melembaga. Sebaliknya, moral tidak pernah dapat dipaksakan. Moral menuntut dari kita kepatuhan penyerahan diri secara mutlak, tetapi moral tidak mengenal aparat atau sarana dari manusia supaya mematuhi apa yang diminta oleh moral. Moral tidak dapat melembaga.

keduanya tidak bisa dipisahkan satu dengan lainnya. Hans Nawiasky<sup>78</sup> dalam hal ini berseberangan dengan tesis gurunya Hans Kelsen dengan menyatakan bahwa hukum itu *non-separability thesis*, yaitu suatu tesis bahwa sesungguhnya hukum itu tidak dapat dipisahkan dengan moral.

Terlepas masih adanya perbedaan pendapat tentang perlu tidaknya pengaturan CSR ke dalam hukum (peraturan perundang-undangan), pengkajian CSR sebagai kewajiban yang berada di ranah moral dan bersifat *voluntary* ini sebenarnya tidak terlalu salah jika dikaitkan dengan kata *responsibility* yang digunakan dalam istilah *Corporate Social Responsibility*. Menurut Isa Wahyudi dan Busyra

- b. Sikap manusia. Hukum menuntut manusia supaya melakukan perbuatan secara lahir dan tidak menghiraukan sikap batin manusia, sejauh sikap itu tidak merintangai perbuatan lahiriah dalam pelaksanaan hukum. Sedangkan moral menuntut tidak hanya perbuatan lahiriah manusia, melainkan juga sikap batin manusia. manusia secara total sebagai pribadi dan makhluk sosial tunduk kepada norma moral.
- c. Heteronomi dan otonomi. Dalam hukum, pada dasarnya manusia terikat norma-norma hukum yang berlaku dalam masyarakat negara yang heteronom. Sedangkan dalam moral, manusia itu otonom adanya.
- d. Tentang sanksi. Dengan adanya aparat penegak hukum, manusia yang melanggar hukum positif dapat dihukum dengan bentuk denda, masuk penjara, dan sebagainya. Dalam moral orang juga mengenal sanksi, namun sanksinya tidak bersifat lahiriah, tetapi sanksi batiniah. Orang yang melanggar norma-norma moral akan merasa tersiksa oleh perasaan menyesal, malu terhadap dirinya, tidak tenang, tidak tenteram setelah melakukan perbuatan-perbuatan yang melanggar norma-norma moral.
- e. Tujuan: Tujuan hukum adalah ketertiban, mengatur struktur kehidupan sosial suatu masyarakat tertentu. Hukum harus menciptakan suatu tatanan yang sedemikian rupa sehingga para anggota masyarakat sebagai subjek hukum dapat hidup bersama dalam suasana solidaritas yang wajar dan saling menghargai sebagai manusia. sebaliknya, tujuan moral untuk mengatur hidup manusia sebagai manusia, tanpa pandang bulu, suku, agama, dan tanpa pandang keadaan sosial.
- f. Waktu dan tempat. Hukum dalam bentuk hukum positif terikat pada waktu dan tempat. Moral sebaliknya tidak terikat pada waktu tertentu, juga tidak tergantung pada tempat tertentu.

<sup>78</sup> Johnny Ibrahim. *Teori dan Metodologi ...*, ..., *Ibid.*, hlm. 140.

Azheri,<sup>79</sup> prinsip tanggung jawab dalam arti *responsibility* lebih menekankan pada suatu perbuatan yang harus atau wajib dilakukan secara sadar dan siap untuk menanggung segala risiko dan/atau konsekuensi apa pun dari perbuatan yang didasarkan atas moral tersebut. Pengertian *responsibility* merupakan tanggung jawab dalam arti luas, yaitu tanggung jawab yang hanya disertai sanksi moral, sehingga tidak salah apabila pemahaman sebagian pelaku usaha dan/atau perusahaan terhadap CSR hanya sebatas tanggung jawab moral yang mereka wujudkan dalam bentuk *philanthropy* maupun *charity*.

Begitu juga, terlepas dari perbedaan makna *liability* maupun *responsibility* di atas, namun dalam pengertian dan penggunaan praktisnya *liability* lebih merujuk pada pertanggungjawaban hukum, yaitu tanggung gugat karena kesalahan yang dilakukan oleh subjek hukum. Sebaliknya *responsibility* lebih mengarah pada pertanggungjawaban sosial atau publik. Jadi dapat disimpulkan bahwa perbedaan antara tanggung jawab dalam makna *responsibility* dengan tanggung jawab dalam makna *liability* pada prinsipnya hanya terletak pada sumber pengaturannya. Jika tanggung jawab itu belum ada pengaturannya secara eksplisit dalam suatu norma hukum, maka termasuk dalam makna *responsibility*. Sebaliknya, jika tanggung jawab itu telah diatur dalam norma hukum, maka termasuk dalam makna *liability*. Lebih jelasnya perbedaan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

<sup>79</sup> Busyra Azheri, *Corporate Social ... Op. Cit.*, hlm. 88-89.

Tabel 2. Perbedaan antara *Liability* dan *Responsibility*

No	Substansi	<i>Liability</i>	<i>Responsibility</i>
1.	Dasar tanggung jawab	Ditetapkan dalam aturan hukum tertentu	Ditetapkan dalam nilai etika dan moral
2.	Tuntutan pertanggungjawaban	Melaksanakan prestasi sebagaimana yang ditetapkan hukum	Melaksanakan prestasi secara <i>voluntary</i> sesuai dengan visi subjeknya
3.	Bentuk sanksi	Ganti rugi dan prestasi tertentu yang disepakati	Sanksi moral
4.	Sifat pertanggungjawaban	Pertanggungjawaban yuridis (keperdataan)	Pertanggungjawaban sosial atau publik

Sumber: Dikutip dari Busyra Azheri. *Corporate Social Responsibility dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011, hlm. 90.

### 3.2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai Kewajiban Hukum

Sampai saat sekarang ini masih banyak kalangan dunia usaha menolak untuk mengimplementasikan prinsip CSR dalam aktivitas usaha suatu perusahaan. Mereka masih beranggapan bahwa satu-satunya tanggung jawab perusahaan hanya pada *shareholders*-nya saja dan atau setidaknya hanya pada karyawan dan konsumen lewat produk barang dan jasa yang berkualitas. Menurut Isa Wahyudi dan Busyra Azheri,<sup>60</sup> mereka

<sup>60</sup> Isa Wahyudi dan Busyra Azheri. *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 116-117.

yang berpandangan seperti ini termasuk dalam kelompok *friedman's paradigm*. Adapun alasan yang mereka kemukakan adalah bahwa tanggung jawab perusahaan terhadap kepentingan *stakeholders*, terutama komunitas sekitarnya sudah diserahkan pada pemerintah lewat pembayaran pajak. Sebagai warga negara (*citizen*) yang baik, perusahaan telah patuh (*comply*) untuk melakukan kewajibannya dengan menyetorkan sebagian pendapatannya pada pemerintah dalam bentuk pajak dan retribusi untuk dikembalikan pada masyarakat, dengan harapan dapat digunakan sebesar-besarnya bagi kemakmuran mereka. Asumsi ini pulalah yang melatarbelakangi pemahaman dan pengimplementasian CSR didasarkan atas prinsip kesukarelaan (*voluntary*).

Masih kuatnya pendapat klasik yang mengatakan bahwa CSR sesungguhnya adalah kewajiban moral yang bersifat *voluntary*, bukannya kewajiban hukum menjadi hambatan bagi regulasi CSR. Menurut Mukti Fajar<sup>61</sup> pelaksanaan CSR yang berdasarkan prinsip sukarela (*voluntary*) atas pertimbangan etika bisnis, dapat kiranya dialihkan kedalam prinsip kewajiban (*mandatory*). Sudah seharusnya kewajiban hukum dibangun berdasarkan nilai-nilai moral. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka tidak perlu diperdebatkan lagi karena antara hukum dan moral tidak dapat dilepaskan satu sama lain. Pendapat Mukti Fajar di atas didasarkan pada beberapa argumentasi sebagaimana yang disampaikan oleh banyak pakar berikut ini.<sup>62</sup>

Menurut Veronica Besmer, setidaknya ada dua alasan mengapa CSR harus diatur dalam hukum negara, yaitu: *Pertama*, bahwa tidak adanya kekuatan memaksa dari hukum kebiasaan atau sukarela, tanpa diratifikasi dalam peraturan lokal sebuah negara. *Kedua*, bahwa prinsip sukarela yang tidak mengikat, tidak akan memberikan efek apa pun secara jelas dan terukur. Pendapat ini

<sup>61</sup> Mukti Fajar. *Tanggung Jawab ...*, Op. Cit., hlm. 134.

<sup>62</sup> Mukti Fajar. *Tanggung Jawab ...*. Ibid, hlm 104-107.

tidak jauh berbeda dari apa yang dikatakan oleh Pablo Nieto. Dia menjelaskan alasan perlunya CSR diatur oleh hukum negara. *Pertama*, bahwa negara mempunyai peran untuk mengatur korporasi, dan *kedua*, pengaturan hukum diperlukan untuk memperjelas definisi tentang konsep CSR, ukuran pelaksanaan dan standarisasi dalam sistem audit. Walaupun dalam analisisnya, Pablo Nieto memberi catatan bahwa pengaturan tersebut berpotensi untuk menghambat proses pengembangan CSR itu sendiri.

Sedikit agak berbeda dengan pendapat di atas, Pall A. Davidsson menyampaikan pandangan beberapa Negara Uni Eropa yang mendukung CSR dalam *Legally Binding Standart*, argumen yang diajukan ialah:

- a. *Enhancement of Economic Integration*. Aturan hukum akan memberikan standard yang jelas bagi semua korporasi untuk meningkatkan integrasi ekonomi dengan masyarakat.
- b. *Beyond Existing Global Efforts*. Pendekatan sukarela (*voluntary approach*) mempunyai risiko membingungkan dan tumpang tindih dengan berbagai *code of conduct* yang dibuat oleh NGO, organisasi internasional maupun kelompok industri. Uni Eropa menekankan bahwa penerapan CSR secara hukum tetap diperlukan, walaupun menjadi suatu perihal yang *unique* dalam kajian normatif demi mendukung upaya-upaya global.
- c. *Efficiency*. Salah satu alasan yang menjadi pendukung penerapan CSR secara hukum adalah isu efisiensi. Lembaga *Amnesty International*, *Global Witness* dan Kelompok Lingkungan Hidup *World Wildlife Fund (WWF)* menyatakan bahwa aturan yang mengikat akan bekerja lebih efisien dan meyakinkan secara sosial.
- d. *Governance*. Pokok perhatian dari CSR adalah pemenuhan hak asasi manusia yang telah dinyatakan secara internasional. Di luar itu, CSR juga mendorong korporasi untuk bertanggung jawab pada lingkungan hidup dan masyarakat dimana mereka beroperasi. Untuk itu korporasi

harus melakukan tata kelola yang baik untuk pihak internal maupun untuk pihak eksternal.

Penuangan prinsip-prinsip CSR ke dalam norma hukum berupa peraturan perundang-undangan sebagaimana yang disiratkan dalam argumen Pall A. Davidsson di atas akan memiliki kelebihan dibanding dengan norma lainnya. Menurut Algra dan Duyvendijk sebagaimana dikutip Satjipto Rahardjo,<sup>83</sup> kelebihan dari bentuk peraturan perundang-undangan, yaitu:

1. Tingkat prediktabilitasnya yang besar. Hal ini berhubungan dengan sifat prospektif dari perundang-undangan, yaitu pengaturannya ditujukan ke masa depan. Peraturan perundang-undangan dengan demikian senantiasa dituntut untuk memberi tahu secara pasti terlebih dahulu hal-hal yang diharapkan untuk dilakukan atau tidak dilakukan oleh anggota masyarakat.
2. Kecuali kepastian yang lebih mengarah kepada bentuk formal di atas, perundang-undangan juga memberikan kepastian mengenai yang dipertaruhkan. Sekali suatu peraturan dibuat, maka menjadi pasti pulalah nilai yang hendak dilindungi oleh peraturan tersebut. Mengingat hal tersebut maka tidak perlu memperdebatkan apakah nilai itu bisa diterima atau tidak.

Kelebihan dari bentuk peraturan perundang-undangan ini pulalah sehingga Thomas McInerney<sup>84</sup> memberikan beberapa argumentasi bahwa CSR sebaiknya diatur oleh hukum. *Pertama*, norma hukum memberikan proteksi yang lebih jelas dan terukur dari pada inisiatif sukarela. *Kedua*, walaupun isu CSR berdimensi internasional, tetapi korporasi secara praktis dikontrol oleh negara di mana korporasi itu beroperasi. *Ketiga*, program CSR yang berdasar kesukarelaan seringkali mengabaikan prioritas pembangunan dan perlindungan bagi warga negara. *Keempat*, bahwa

<sup>83</sup> Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum ...*, Op. Cit., hlm. 84-85.

<sup>84</sup> Mukti Fajar, *Tanggung Jawab ...*, Op. Cit., hlm. 108.

hukum dari suatu negara yang seharusnya berperan dalam mengarahkan pembangunan ekonomi.

Sementara itu Anne T. Lawrence dan James Weber<sup>85</sup> memberikan penjelasan yang lebih komprehensif tentang perlunya penerapan kewajiban hukum terhadap CSR. Mereka menyampaikan lima hal, yaitu:

1. *Balances Corporate Power with Responsibility*

Korporasi besar dengan segala kekuasaannya kadang melupakan kepentingan sosial. Melalui aturan hukum yang ketat (*iron law of responsibility*) akan meningkatkan komitmen korporasi pada tanggung jawab sosial.

2. *Discourages Government Regulation*

Walaupun regulasi pemerintah akan berdampak pada kebebasan dalam pengambilan keputusan bisnis, namun hal ini dianggap lebih baik. Sebab akan mengarahkan kebebasan bisnis untuk mempertemukan antara sistem pasar dengan kepentingan sosial.

3. *Promotes Long Term Profit for Business*

CSR pada hakikatnya adalah salah satu bentuk investasi. Korporasi yang melakukannya akan mendapatkan keuntungan jangka panjang.

4. *Improve Business Value and Reputation*

Reputasi adalah salah satu hal penting bagi bisnis dalam membangun kepercayaan pada masyarakat. Saat ini, "*reputation index*" banyak dilakukan dengan memberikan penghargaan bagi korporasi yang melakukan CSR (*CSR Award*).

5. *Corrects Social Problems Caused by Business*

Pada kenyataannya, aktifitas bisnis korporasi telah memberikan dampak buruk bagi masyarakat, seperti pencemaran lingkungan. Kewajiban CSR adalah salah satu upaya untuk mencegah atau memulihkan kondisi buruk tersebut.

<sup>85</sup> Mukti Fajar. *Tanggung Jawab ...*. Ibid, hlm. 109.

Berdasarkan dari pemikiran-pemikiran di atas sehingga banyak pihak yang mengarahkan korporasi untuk melakukan CSR sebagai tindakan yang diatur oleh hukum. Di Indonesia, CSR secara tegas telah diatur dalam Pasal 15 sampai dengan Pasal 17 Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang Undang-Undang Penanaman Modal (UUPM) dan dalam Pasal 74 Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Selengkapnya Pasal 15 sampai dengan Pasal 17 UUPM berbunyi sebagai berikut.

Pasal 15. 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; dan
- e. mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 16. Setiap penanam modal bertanggung jawab:

- a. menjamin tersedianya modal yang berasal dari sumber yang tidak bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. menanggung dan menyelesaikan segala kewajiban dan kerugian jika penanam modal menghentikan atau meninggalkan atau menelantarkan kegiatan usahanya secara sepihak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- c. menciptakan iklim usaha persaingan yang sehat, mencegah praktik monopoli, dan hal lain yang merugikan negara;
- d. menjaga kelestarian lingkungan hidup;
- e. menciptakan keselamatan, kesehatan, kenyamanan, dan kesejahteraan pekerja; dan
- f. mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pasal 17. Penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam yang tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup, yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Sementara itu, ketentuan mengenai CSR dalam UUPT di atur pada Pasal 74 yang menyatakan 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 pada 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 pada ayat (1) dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Pengaturan CSR dalam bentuk produk undang-undang (UUPM dan UUPT) seperti di atas dalam konteks Indonesia menurut Busyra Azhery<sup>86</sup> sudah tepat dengan alasan sebagai berikut:

- a. Sebagian besar perusahaan dalam aktivitas usahanya masih menunjukkan sikap mementingkan dirinya sendiri (*selfish*), alienasi dan atau eksklusivisme dengan lingkungan masyarakat.
- b. Masih banyak perusahaan yang belum menyadari bahwa keberlangsungan atau eksistensinya amat tergantung dari faktor lingkungan di mana perusahaan melakukan aktivitas usahanya, sehingga perusahaan selain berusaha mendapatkan legitimasi dari masyarakat juga berkewajiban untuk menjaga lingkungan

<sup>86</sup>Busyra Azheri, *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 130.

sekaligus wujud tanggung jawabnya kepada generasi akan datang.

- c. Masih rendahnya budaya hukum (*legal culture*) sebagian besar kalangan dunia usaha ditambah dengan masih lemahnya penegakan hukum (*law enforcement*).
- d. Selama ini praktik dana yang dikeluarkan untuk kegiatan CSR merupakan bagian dari biaya produksi (*cost product*) sehingga memberatkan konsumen sendiri. Kegiatan CSR yang dilakukan berasal dari dana masyarakat yang kemudian diserahkan lagi kepada masyarakat yang dikemas dalam bentuk CSR dan sekaligus dijadikan sebagai ajang promosi perusahaan.

Mengingat sifatnya yang *mandatory* dan mengikat, maka satu hal yang penting untuk diperhatikan di dalam pembangunan hukum CSR adalah sebagai pengejawantahan cita hukum (*rechtsidee*) yang dianut dalam masyarakat yang bersangkutan. Cita hukum itu sendiri mengandung arti bahwa hukum sebagai aturan tingkah laku masyarakat berakar pada gagasan, rasa, karsa, cipta, dan pikiran dari masyarakat itu sendiri. Cita hukum (*rechtsidee*) sebagai dasar pembentukan hukum yang berkaitan dengan penerapan CSR dalam sistem ketatanegaraan Indonesia tidak terlepas dari asas-asas hukum yang terkandung dalam Pembukaan dan Batang Tubuh Undang-Undang Dasar 1945. Menurut Moch Koesnoe<sup>97</sup> dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 dapat disarikan adanya empat nilai dasar bagi pembentukan hukum nasional, yaitu:

1. Hukum itu berwatak mengayomi atau melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia, berdasarkan persatuan dalam rangka mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

<sup>97</sup> Artidjo Alkostar (Edt). *Identitas Hukum Nasional*. Yogyakarta: FH UII, 1997, hlm. 287.

2. Hukum harus mampu mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.
3. Hukum berasal dari rakyat dan mengandung sifat kerakyatan atau prinsip kedaulatan rakyat.
4. Hukum harus berdasarkan nilai Ketuhanan Yang Maha Esa, yang memberikan dasar pengaturan terhadap adanya hukum-hukum Tuhan di samping memperhatikan nilai-nilai kemanusiaan, nilai-nilai moral, dan budi pekerti yang luhur.

Demikian pula halnya dengan konsep pembangunan hukum perusahaan yang berkaitan dengan CSR, keempat *rechtsidee* tersebut harus tercermin dalam produk hukum yang bersangkutan. Apabila tidak terimplementasikan dengan baik, maka produk hukum yang dilahirkan tidak akan berlaku sebagai hukum positif.

## TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN SEBAGAI BAGIAN DARI ETIKA BISNIS DAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*

### 4.1. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai Perwujudan dari Etika Bisnis

Pemikiran tentang CSR seringkali dikaitkan dengan persoalan etika<sup>88</sup> dalam bisnis sebagai refleksi dari moralitas dalam berbisnis terkait dengan baik atau buruk, terpuji atau tercelanya suatu perilaku perusahaan. Masalah etika ini menjadi hal yang tidak kalah pentingnya jika perusahaan ingin mencapai keberhasilan di dalam usahanya. Richard De George<sup>89</sup> menyatakan bahwa perusahaan yang ingin mencatat sukses dalam bisnis membutuhkan tiga hal pokok, yaitu: produk yang baik, manajemen yang mulus, dan etika.

---

<sup>88</sup>Menurut K. Bertens. *Etika*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011, hlm. 6, ada tiga arti etika, yaitu:

1. Kata etika bisa dipakai dalam arti nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya.
2. Etika berarti juga kumpulan asas atau nilai moral. Yang dimaksud di sini adalah kode etik.
3. Etika mempunyai arti juga ilmu tentang yang baik dan buruk.

<sup>89</sup> Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu. *Hukum Bisnis dalam Persepsi Manusia Modern*. Bandung: Refika Aditama, 2004, hlm. 36. Lihat juga A.M. Lilik Agung. *Ketika Nurani Ikut Berbisnis: 26 Praktik Etika Bisnis Kontemporer*. Jakarta: PT. Elex Media, 2010, hlm. 15.

Produk yang baik serta manajemen yang mulus merupakan hal yang dapat dicapai dengan memanfaatkan seluruh perangkat ilmu dan teknologi modern, serta memakai ilmu ekonomi dan teori manajemen, sedangkan perhatian terhadap etika dalam bisnis masih minim atau dapat dikatakan kurang mendapat perhatian serius.

Pendapat Richard De George di atas menegaskan bahwa dalam bisnis tidak bisa mengabaikan aspek etika atau moralitas. Pandangan George ini berseberangan dengan keyakinan sebagian pelaku usaha yang berpandangan bahwa dunia usaha diidentikkan dengan praktik-praktik perekonomian yang kotor, yang menghalalkan segala cara untuk mendapat keuntungan sebesar-besarnya. Argumentasi mereka didasarkan antara lain kepada butir-butir pertimbangan berikut ini.<sup>90</sup>

*Pertama*, bisnis itu immoral. Pepatah Belanda merumuskan isi pandangan ini dengan baik: Dewa para pedagang dan dewa para pencuri adalah sama. Pandangan ini pada garis besarnya melihat bisnis sebagai dunia yang kotor, berprinsip "tujuan menghalalkan cara" dan merepresentasikan bagian kehidupan yang "jahat-tapi-apa-boleh-buat" (*necessary evil*).

*Kedua*, bisnis itu amoral. Di sini, bisnis dipandang sebagai kegiatan yang netral secara moral. Moral dan bisnis merupakan dua dunia yang sangat berbeda. Pandangan ini bukannya mengatakan bahwa kalangan bisnis merupakan kumpulan orang-orang tak bermoral. Mereka orang-orang bermoral, tetapi moralitas tersebut hanya berlaku dalam dunia privat mereka. Begitu mereka masuk kantor untuk berbisnis, mereka tak terhindarkan akan masuk ke dalam "permainan" yang punya kode etik tersendiri.

*Ketiga*, pertimbangan bahwa *the business of business is business*. Ini masih ada hubungannya dengan butir kedua di atas. Pandangan ini menolak tuntutan bahwa perusahaan

<sup>90</sup> Fachry Ali dan Ihsan Ali Fauzi. "Kontrak Sosial" Dunia Usaha dan Politik Nasional". Majalah *Usahawan* No. 12 Tahun XXVII Desember 1998, hlm. 20-21.

sebagai badan bisnis punya tanggung jawab sosial. Tugas bisnis ya bisnis: memproduksi, mengedarkan, menjual, dan membeli barang dan jasa dengan memperoleh keuntungan. Singkat kata, tujuan berusaha adalah maksimalisasi laba. Mottonya kira-kira mirip dengan yang diucapkan Gordon Gekko, bahwa *greedy attitude is good* (serakah itu baik).

Berdasarkan dua pendapat diatas nampak bahwa ada pandangan pro dan kontra mengenai etis tidaknya suatu aktivitas bisnis. Terkait dengan hal tersebut, Sonny Keraf sebagaimana dikutip Sukrisno Agoes dan Cenik Ardana<sup>91</sup> mengatakan, bahwa ada dua pandangan tentang bisnis, yaitu pandangan praktis-realistis dan pandangan idealis. Pandangan praktis-realistis melihat tujuan bisnis adalah untuk mencari keuntungan (*profit*) bagi pelaku bisnis, sedangkan aktivitas memproduksi dan mendistribusikan barang merupakan sarana/ alat untuk merealisasikan keuntungan tersebut. Berbeda dengan pandangan praktis-realistis, pandangan idealis adalah suatu pandangan di mana tujuan bisnis yang terutama adalah menghasilkan dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, sedangkan keuntungan yang diperoleh merupakan konsekuensi logis dari kegiatan bisnis tersebut. Inti dari pandangan idealis adalah bahwa tujuan pokok dari bisnis adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, sedangkan keuntungannya hanyalah akibat dari kegiatan bisnis.

Dalam kaitannya dengan etika, dua sudut pandang yang berbeda tentang bisnis ini mempunyai konsekuensi yang berbeda. Dua pandangan yang berbeda dan bahkan berlawanan ini muncul dari para penggagas atau penganut paham bisnis yang mempunyai tingkat kesadaran yang berbeda dalam memaknai hidup dan hakikat dirinya sebagai manusia. Pandangan praktis-realistis atas bisnis muncul dari individu yang paham moralitasnya didominasi oleh teori etika egoisme atau teori hak, sedangkan pandangan

<sup>91</sup> Sukrisno Agoes dan Cenik Ardana. *Etika Bisnis ...*, Op. Cit., hlm. 76.

idealisme dalam bisnis muncul dari individu yang paham moralitasnya didominasi oleh teori deontologi, teori keutamaan, atau teori teonom. Secara ringkas keterkaitan antara tingkat kesadaran dan teori etika dapat disajikan dalam matriks berikut.<sup>92</sup>

---

<sup>92</sup> Sukrisno Agoes dan Cenik Ardana, *Etika Bisnis ...*, *Ibid.*, hlm. 87.

Tabel 3. Hubungan Tingkat Kesadaran, Teori Etika, dan Paradigma Pengelolaan Perusahaan

Tingkat Kesadaran	Teori Etika	Paradigma Pengelolaan	Sasaran Perusahaan
Kesadaran Hewani	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teori Egoisme</li> <li>• Teori Hak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paradigma Kepemilikan (<i>Proprietorship Paradigm</i>)</li> </ul>	<p>Memperoleh kekayaan dan keuntungan optimal bagi pengelola yang sekaligus merangkap sebagai pemilik perusahaan.</p> <p>Pengelola (manajemen) sudah terpisah dari para pemegang saham selaku pemilik perusahaan.</p>
Kesadaran Manusiawi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teori Utilitarianisme</li> <li>• Teori Keadilan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paradigma Pemegang Saham (<i>Stokholders Paradigm</i>)</li> <li>Paradigma Ekuitas (<i>Equity Paradigm</i>)</li> </ul>	<p>Sasaran perusahaan adalah memperoleh kekayaan dan keuntungan optimal bagi para pemegang saham.</p> <p>Sasaran pengelolaan perusahaan untuk meningkatkan kekayaan dan keuntungan para investor (pemegang saham dan kreditor)</p>

	( <i>Fairness Theory</i> ) • Teori Kewajiban (Deontologi) • Teori Keutamaan	Paradigma Perusahaan ( <i>Enterprise Paradigm</i> )	Sasaran pengelolaan perusahaan adalah untuk kesejahteraan seluruh masyarakat (semua pemangku kepentingan/ <i>stakeholders</i> )
Kesadaran Transendental	Teori Teonom	Paradigma Perusahaan Tercerahkan ( <i>Enlightened Company Paradigm</i> )	Tujuan pengelolaan perusahaan adalah sebagai bagian dari ibadah kepada Tuhan melalui pengabdian tulus untuk kemakmuran bersama dan menjaga kelestarian alam.

Sumber: Dikutip dari Sukrisno Agoes dan Cenik Ardana. *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. Jakarta: Salemba Empat, 2011, hlm. 87.

Tabel di atas memperlihatkan bahwa ada kaitan yang erat dan sekaligus menyiratkan akan pentingnya etika di dalam dunia bisnis. Sekalipun dalam realitasnya sudah banyak norma hukum yang mengaturnya, namun tetap saja keberadaan dan peran etika tidak bisa dinafikan. Menurut Nor Hadi,<sup>93</sup> etika tetap diperlukan dalam kehidupan, karena beberapa hal antara lain: (1) norma hukum kurang mampu menjangkau wilayah abu-abu dan etis; (2) norma hukum cepat ketinggalan zaman, sehingga sering terdapat celah-celah hukum yang dapat memunculkan interpretasi ganda; (3) norma hukum sering tidak mampu mendeteksi dampak secara etis dikemudian hari; (4) etika mempersyaratkan pemahaman dan kepedulian tentang kejujuran, keadilan dan prosedur yang wajar terhadap manusia dan masyarakat, dan (5) asas legalitas harus tunduk pada asas moralitas.

Persoalan etika bisnis pada umumnya muncul karena adanya tanggung jawab korporasi kepada pihak-pihak di luar perusahaan (*nonshareholder constituencies*), seperti tenaga kerja, konsumen, *suppliers*, dan kelompok masyarakat lainnya.<sup>94</sup> Yang dimaksud dengan etika bisnis adalah penerapan prinsip-prinsip etika yang umum pada suatu wilayah perilaku manusia yang khusus, yaitu kegiatan ekonomi dan bisnis.<sup>95</sup> Jadi, menurut Robby Chandra<sup>96</sup> etika bisnis membahas masalah-masalah dalam konteks bisnis yang terkait dengan standar moral. Bagaimana integritas antara mencapai nilai tambah tetap berkembang sejalan dengan standar-standar moral yang mendasari usaha manusia.

<sup>93</sup> Nor Hadi. *Corporate Social ... Op. Cit.*, hlm. 72.

<sup>94</sup> Mukti Fajar. *Tanggung Jawab ... Op. Cit.*, hlm. 62.

<sup>95</sup> K. Bertens. *Pengantar Etika ... Op. Cit.*, hlm. 65. Menurut O.P. Simorangkir. *Etika Bisnis*. Tanpa Kota: Aksara Persada Indonesia, 1992, hlm. 57, tujuan etika bisnis bukan mengubah keyakinan moral seseorang, melainkan meningkatkan keyakinan sehingga orang percaya akan kebaikan diri sendiri dan memberlakukannya di bidang bisnis.

<sup>96</sup> Robby I. Chandra. *Etika Dunia Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius, 1995, hlm. 43.

Bertolak dari pengertian di atas, terlihat bahwa etika bisnis memiliki lingkup kegiatan yang luas. Richard De George sebagaimana dikutip oleh Adi Sulistiyono<sup>97</sup> mengatakan, bahwa etika bisnis secara khusus menyangkut empat macam kegiatan. *Pertama*, penerapan prinsip-prinsip etika umum pada kasus atau praktik-praktik kasus dalam bisnis. *Kedua*, penerapan etika bisnis tidak sekedar menerapkan etika dalam kegiatan bisnis, tapi juga berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. *Ketiga*, etika bisnis juga menyoroiti moralitas sistem ekonomi pada umumnya serta sistem ekonomi pada suatu negara tertentu. *Keempat*, etika bisnis juga menyangkut bidang yang biasanya sudah meluas melampaui bidang etika, misalnya operasi perusahaan transnasional, kewajiban negara maju terhadap negara berkembang di bidang bisnis.

Penerapan etika di dalam bisnis dewasa ini sudah merupakan suatu tuntutan dan keniscayaan karena dengan berlaku etis, perusahaan akan tetap eksis untuk jangka panjang. Soeharto Prawirokusumo sebagaimana dikutip Ridwan Khairandy<sup>98</sup> menyatakan bisnis saat ini harus memberlakukan "*being ethical and social responsibility*". Perusahaan yang berlaku etis dan mempunyai tanggung jawab sosial, maka bisnis akan langgeng dan akan terjadi hubungan jangka panjang dengan pelanggan, pemasok, dan pihak lainnya. Pelanggan akan membeli produk sebuah perusahaan yang mempunyai reputasi terbaik dalam tanggung jawab sosial bilamana kualitas, pelayanan, dan harga sama di antara para pesaing.

<sup>97</sup> Adi Sulistiyono. *Reformasi Hukum Ekonomi Indonesia*. Surakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan (LPP) dan UNS Press, 2008, hlm. 78.

<sup>98</sup> Ridwan Khairandy. "*Corporate Social Responsibility: Dari Shareholder ke Stakeholder, dan dari Etika Bisnis ke Norma Hukum*". Makalah Pembicara pada Workshop Tanggungjawab Sosial Perusahaan. Yogyakarta, 6 – 8 Mei 2008, hlm. 12. [http://pusham.uil.ac.id/upl/article/id\\_ridwan.pdf](http://pusham.uil.ac.id/upl/article/id_ridwan.pdf). Diakses tanggal 1 Maret 2013 pukul 17.05 WIB.

Post *et.al.* sebagaimana dikutip Ismail Solihin<sup>99</sup> menyatakan bahwa setidak-tidaknya terdapat tujuh alasan mengapa perusahaan harus menjalankan bisnis secara etis, yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatnya harapan publik agar perusahaan menjalankan bisnisnya secara etis. Perusahaan yang tidak berhasil dalam menjalankan bisnisnya secara etis akan mengalami sorotan, kritik, bahkan hukuman.
2. Agar perusahaan tidak melakukan berbagai tindakan yang membahayakan pemangku kepentingan lainnya.
3. Penerapan etika bisnis di perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Hal ini dapat dicapai melalui terjadinya penurunan risiko korupsi, manipulasi, penggelapan, dan berbagai bentuk perilaku tidak etis lainnya.
4. Penerapan etika bisnis seperti kejujuran, menepati janji, dan menolak suap dapat meningkatkan kualitas hubungan bisnis di antara dua pihak yang melakukan hubungan bisnis.
5. Agar perusahaan terhindar dari penyalahgunaan yang dilakukan karyawan maupun kompetitor yang bertindak tidak etis.
6. Penerapan etika perusahaan secara baik di dalam suatu perusahaan dapat menghindarkan terjadinya pelanggaran hak-hak pekerja oleh pemberi kerja (*employers*).
7. Mencegah agar perusahaan (diwakili pemimpinnya) tidak memperoleh sanksi hukum karena telah menjalankan bisnis secara tidak etis.

Sementara itu, menurut Faisal Afiff sebagaimana dikutip I Gede AB. Wiranata,<sup>100</sup> terdapat beberapa alasan yang menjadikan etika bisnis menjadi sedemikian penting, yaitu:

1. Ada kelaziman masyarakat yang sudah maju untuk cenderung menuntut para pebisnisnya agar mampu

<sup>99</sup> Ismail Solihin. *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 13.

<sup>100</sup> I Gede A.B. Wiranata. *Etika, Bisnis dan Hukum Bisnis (Sebuah Pemikiran Awal)*. Bandar Lampung: Unila, 2007, hlm. 33-34. Bandingkan juga dengan pendapat A. Sonny Keraf dalam Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu. *Hukum Bisnis ...*, Op. Cit., hlm. 34-35.

- bertindak etis, atau masyarakat pada umumnya mengharapkan kinerja etik yang tinggi. Suatu perusahaan yang memiliki kinerja etik yang tinggi akan mendapat dukungan dan pembenaran dari masyarakat.
2. Untuk menghindari kerugian kelompok kepentingan dalam masyarakat, seperti para pelanggan, perantara, pemasok, dan pesaing.
  3. Untuk melindungi atmosfir berbisnis dari kemungkinan tumbuh suburnya pelaku tidak etis, baik dari karyawan (lingkungan internal) maupun dari para pesaing (lingkungan eksternal).
  4. Untuk melindungi masyarakat yang akan bekerja di sektor bisnis dari ancaman lingkungan kerja yang tidak adil, produk berbahaya, dan bahkan pemalsuan laporan keuangan dan juga memberikan kontribusi pada ketenangan, keamanan dan kenyamanan psikologis bagi para pebisnis agar mampu berkiprah melakukan tindakan bisnis yang konsisten sesuai dengan norma-norma yang berlaku.
  5. Umumnya orang menginginkan akan bertindak konsisten dengan pandangan hidupnya, menyangkut nilai-nilai kebaikan dan keburukan perilaku dirinya. Sesuatu yang dipaksakan dan bertentangan dengan nilai pribadinya lazimnya akan melahirkan sumber konflik batin dan stres emosional yang besar.

Masih terkait dengan pentingnya etika bisnis, K. Bertens sebagaimana dikutip Erni R. Ernawan,<sup>101</sup> menyatakan bahwa tingkat urgensi perilaku etis bagi perusahaan sangat menentukan, karena dalam jangka panjang bila perusahaan tidak *concern* dengan perilaku etis dalam bisnis, maka kelangsungan hidupnya akan terganggu. Hal ini terjadi akibat manajemen dan karyawan yang cenderung mencari keuntungan sehingga terjadi penyimpangan norma-norma etis, segala kompetensi, keterampilan, keahlian, potensi, dan modal lainnya ditujukan sepenuhnya untuk memenangkan kompetisi. Kalkulasi untuk jangka pendek mungkin

<sup>101</sup> Erni R. Ernawan. *Business Ethics ...*. Op. Cit., hlm. 19.

akan meningkatkan keuntungan perusahaan, akan tetapi untuk jangka panjang akan merugikan perusahaan itu sendiri akibat hilangnya kepercayaan pelanggan/konsumen terhadap perusahaan tersebut.

Selain keuntungan seperti di atas, masih banyak keuntungan lain dari penerapan etika bisnis. Secara rinci Cavanagh sebagaimana dikutip Nor Hadi<sup>102</sup> menyatakan seharusnya diyakini bahwa pada dasarnya praktik etika perusahaan akan selalu menguntungkan perusahaan, baik untuk jangka menengah maupun jangka panjang, karena: (1) mengurangi biaya akibat dicegahnya kemungkinan terjadinya friksi baik intern perusahaan maupun dengan eksternal; (2) meningkatkan motivasi kerja; (3) melindungi prinsip kebebasan berniaga; dan (4) meningkatkan keunggulan bersaing. Tindakan yang tidak etis, bagi perusahaan akan memancing tindakan balasan dari konsumen dan masyarakat dan akan sangat kontra produktif, misalnya melalui gerakan pemboikotan, larangan beredar, larangan beroperasi, serta tindakan penolakan lainnya. Hal itu akan dapat menurunkan nilai penjualan maupun nilai perusahaan.

Keberhasilan terhadap pencapaian beberapa keuntungan di atas sebenarnya tidak terlepas dari seberapa tinggi tingkatan kualitas etika yang dilaksanakan oleh perusahaan. Menurut Bambang Rudito dan Melia Famiola<sup>103</sup> etika bisnis yang dilakukan oleh perusahaan mengacu pada beberapa tingkatan yang berbeda-beda dan ini sangat bergantung pada kedudukan perusahaan tersebut dengan komunitas di sekitarnya. Tingkatan etika yang paling rendah yaitu simpati, ialah suatu perasaan yang memandang bahwa komunitas lain perlu dikasihani, perlu dibantu, didukung tetapi tidak perlu diketahui mengapa komunitas tersebut seperti keadaannya sekarang. Jika ditinjau dari konteks tanggung

<sup>102</sup> Nor Hadi, *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 80.

<sup>103</sup> Bambang Rudito dan Melia Famiola. *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Bandung: Rekayasa Sains, 2007, hlm. 29-30.

jawab sosial perusahaan, perusahaan membantu komunitas lain tanpa melihat apa yang sebenarnya dibutuhkan atau memberi bantuan sekeadarnya sebagai suatu kewajiban yang harus dilakukan, dan apabila tidak dilakukan akan merugikan perusahaan itu sendiri.

Pada tingkat berikutnya adalah empati, yaitu perasaan yang mengakui adanya komunitas lain di luar perusahaan serta sekaligus mengakui perbedaan yang ada dan ikut merasakan perbedaan atau keadaan tersebut. Pada perasaan empati ini muncul jiwa tolong menolong, saling bantu, menghargai orang lain, memberikan tempat pada pihak lain untuk bersama berjalan secara berdampingan.

Kemudian pada taraf yang paling tinggi adalah komitmen, yaitu perasaan di mana perusahaan sebagai bagian dalam komunitas yang lebih luas dan rela untuk bekerjasama secara fungsional dengan komunitas. Hal ini mengisyaratkan bahwa perusahaan sadar bahwa tanpa adanya kerjasama dengan pihak lain (komunitas lain), maka mustahil aktivitasnya akan berjalan secara baik dan benar, komitmen ini mendorong munculnya sifat merasa memerlukan pihak lain, dan sekaligus merasa diperlukan oleh pihak lain, sehingga komitmen ini memberikan ruang bagi suatu perjanjian terhadap hati nurani (metaetika) untuk memberikan ruang pada pihak lain.

Berdasarkan penjelasan di atas nampak bahwa tinggi rendahnya tingkatan etika bisnis yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan tidak bisa dilepaskan dari perannya sebagai korporasi terhadap komunitas dan lingkungan di luar perusahaan sebagai wujud penerapan dari salah satu prinsip etika bisnis. Adapun prinsip-prinsip umum etika bisnis menurut Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) adalah berisi sebagai berikut:<sup>104</sup>

<sup>104</sup> Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG). *Pedoman Etika Bisnis Perusahaan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010, hlm. 2-3.

1. Tanggung jawab bisnis perusahaan dalam menciptakan kemakmuran, tidak terbatas pada pemegang saham saja tetapi juga kepada para pemangku kepentingan dan lingkungan di mana perusahaan tersebut beroperasi.
2. Dampak kegiatan usaha tidaklah terbatas pada bidang ekonomi dan sosial saja, tetapi perusahaan juga harus memberikan kontribusi dalam menciptakan keadilan, hak asasi manusia, pendidikan, inovasi, dan pemanfaatan sumber daya alam secara efisien dan efektif, serta menjaga kelestariannya.
3. Pelaku usaha hendaknya tidak sekedar mematuhi kalimat-kalimat hukum dan peraturan yang berlaku, tetapi hendaknya juga memenuhi semangat dan jiwa dari peraturan tersebut serta menjaga prinsip saling mempercayai dan etika di antara para pelaku bisnis.
4. Menghargai lingkungan hidup melalui kegiatan yang melindungi, melestarikan dan meningkatkan kualitas lingkungan hidup secara berkelanjutan. Selain itu, perusahaan harus mencegah pemborosan penggunaan sumber daya alam maupun membuang limbah yang menyebabkan kerusakan lingkungan hidup.
5. Para pelaku usaha hendaknya tidak melakukan perbuatan melanggar hukum, misalnya melakukan penyuapan, pencucian uang, dan tindakan-tindakan koruptif lainnya, tetapi bahkan sebaliknya secara bersama-sama harus membantu untuk menghapus korupsi. Selain itu, hendaknya para pelaku bisnis tidak terlibat baik langsung ataupun tidak langsung dalam perdagangan narkoba, perdagangan senjata yang ilegal, membantu kegiatan terorisme dan kelompok kejahatan lainnya.

Kelima prinsip di atas selaras dengan apa yang dinyatakan oleh *Caux Round Table* tentang prinsip-prinsip etika bisnis, yaitu:<sup>105</sup>

- a. Tanggung jawab bisnis: dari *shareholders* ke *stakeholders*.
- b. Dampak ekonomi dan sosial dari bisnis: menuju inovasi, keadilan dan komunitas dunia.

<sup>105</sup> Sukrisno Agoes dan Cenik Ardana, *Etika Bisnis .... Op. Cit.*, hlm. 126.

- c. Perilaku bisnis: dari hukum yang tersurat ke semangat saling percaya.
- d. Sikap menghormati aturan.
- e. Dukungan bagi perdagangan multilateral
- f. Sikap hormat bagi lingkungan alam.
- g. Menghindari operasi-operasi yang tidak etis.

Prinsip-prinsip etika bisnis pada dasarnya merupakan penerapan dari prinsip etika pada umumnya, yaitu berupa: prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip keadilan, prinsip saling menguntungkan, dan prinsip integrasi moral. Prinsip keadilan menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan kriteria yang rasional objektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Keadilan berarti tidak ada pihak yang dirugikan hak dan kepentingannya. Dari kelima prinsip di atas, menurut Adam Smith,<sup>106</sup> prinsip keadilanlah yang paling merupakan prinsip yang paling penting dalam berbisnis. Prinsip ini menjadi dasar dan jiwa dari semua aturan bisnis, walaupun prinsip lainnya juga tidak akan terabaikan. Karena menurut Adam Smith, dalam prinsip keadilan khususnya keadilan komutatif berupa *no harm*, bahwa sampai tingkat tertentu, prinsip ini telah mengandung semua prinsip etika bisnis lainnya. Karena orang yang jujur tidak akan merugikan orang lain, orang yang mau saling menguntungkan dengan pihak lain dan bertanggung jawab untuk tidak merugikan orang lain tanpa alasan yang diterima dan masuk akal.

Terkait dengan uraian di atas, Sutrisno Dewi<sup>107</sup> menyatakan bahwa keberadaan prinsip *no harm* yang didukung oleh aturan yang dilaksanakan secara konsekuen merupakan syarat mutlak bagi kegiatan dan iklim bisnis yang sehat, baik, dan etis. Prinsip *no harm* dan integritas moral sesungguhnya bersifat universal, yakni dapat diakui dan berlaku di mana saja sehingga relativitas moral dalam

<sup>106</sup> Erni R. Ernawan. *Business Ethics ...*, Op. Cit., hlm. 22.

<sup>107</sup> Sutrisno Dewi. *Etika Bisnis Konsep Dasar, Implementasi, dan Kasus*. Denpasar: Udayana University Press, 2011, hlm. 74.

bisnis tidaklah benar. Perusahaan dalam bisnis tetap dituntut dan diakui berbagai prinsip moral, khususnya *no harm* yang berlaku paling universal.

Bisnis adalah kegiatan manusia, karena itu harus dinilai dari sudut moral. Etika bisnis pada dasarnya berbicara tentang moralitas dari suatu kegiatan bisnis yang ada dalam suatu komunitas. Menurut Alexandra Indriyanti Dewi<sup>108</sup> hubungan moral dan etika sangat erat, mengingat etika membutuhkan moral sebagai landasan atau pijakan di dalam melahirkan sikap tertentu. Beberapa mengartikan moral dan etika secara etimologis tidak ada bedanya, yaitu suatu norma atau nilai yang menjadi pegangan seseorang atau suatu kelompok. Akibatnya, jika terjadi pelanggaran atas norma tersebut seringkali seseorang dikatakan bahwa perbuatannya tidak etis atau tingkah lakunya bejat dan tidak bermoral. Perbedaannya, kalau moral merupakan suatu konsep nilai sedangkan etika merupakan suatu konsep perilaku. Konsep nilai melandasi konsep perilaku sehingga suatu perbuatan terjadi.

Sebagai konsep perilaku, penerapan etika bisnis dapat mengacu pada pernyataan klasik dari "Peraturan Emas" Hobbes, '*Quid tibi fieri non vis, alteri ne feceris*' – jangan melakukan sesuatu pada orang lain apa yang tidak suka orang lain lakukan kepadamu.<sup>109</sup> Hal ini sesuai dengan pendapat Jones Great<sup>110</sup> bahwa sebuah organisasi bisnis dapat memutuskan tindakan atau perilaku mana yang paling etis dalam situasi tertentu dengan menerapkan prinsip-prinsip moral. Salah satunya adalah penerapan prinsip "*golden rule*," yang mengajarkan seseorang atau satu pihak agar

<sup>108</sup> Alexandra Indriyanti Dewi. *Etika dan Hukum Kesehatan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2008, hlm. 20-21.

<sup>109</sup> Tom Cannon. *Corporate Responsibility ... Op. Cit.*, hlm. 115.

<sup>110</sup> Eka N.A.M.Sihombing : Partisipasi Masyarakat Dalam Pembentukan Peraturan Daerah Sebagai Implementasi Hak Asasi Manusia Di Kota Medan. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/4922/5/Chapter%20II.pdf>. Diakses tanggal 1 Maret 2013 pukul 17.35 WIB.

memperlakukan orang lain sama seperti mereka ingin diperlakukan. Para penganut konsep ini juga percaya bahwa *"the right action produces a greatest benefit for the most people"* maksudnya yaitu tindakan tepat yang dilakukan oleh suatu perusahaan berdasarkan prinsip moral dengan sendirinya akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat.

Ditinjau dalam konteks Indonesia, penerapan prinsip *golden rule* ke dalam etika bisnis seyogyanya sangat ditekankan karena sesuai dengan dasar negara kita Pancasila. Franz Magnis Suseno sebagaimana dikutip Bambang Eko Turisno<sup>111</sup> menyatakan bahwa etika bisnis masyarakat Indonesia mesti mencerminkan kekhususan budaya, peradaban, nilai-nilai ciri keagamaan dan pandangan dunia masyarakat Indonesia. Etika bisnis Indonesia harus bersumber pada Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945. Etika bisnis berdasarkan Pancasila adalah sebuah etika yang bermartabat, sebuah etika yang tidak mementingkan sekelompok tertentu, tetapi untuk kepentingan yang lebih besar. Etika tersebut mencerminkan persaingan bisnis yang sehat yang tidak merugikan pihak lainnya, yang membawa kesejahteraan dan kemakmuran bagi rakyat Indonesia.<sup>112</sup> Pentingnya etika bisnis di atas juga dicantumkan di dalam TAP MPR RI No. VI/MPR/2001 tentang Etika Kehidupan Berbangsa yang menegaskan:

Etika Ekonomi dan Bisnis dimaksudkan agar prinsip dan perilaku ekonomi dan bisnis, baik oleh perseorangan, institusi, maupun pengambil keputusan dalam bidang ekonomi dapat melahirkan kondisi dan realitas ekonomi yang bercirikan persaingan yang jujur, berkeadilan, mendorong berkembangnya etos kerja ekonomi, daya tahan ekonomi dan kemampuan

<sup>111</sup> Bambang Eko Turisno. *Etika Bisnis*. Bandung: CV. Mandar Maju, 2007, hlm. 25.

<sup>112</sup> Agus Arijanto. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis: Cara Cerdas dalam Memahami Konsep dan Faktor-faktor Etika Bisnis dengan Beberapa Contoh Praktis*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011, hlm. 174.

saing, dan terciptanya suasana kondusif untuk pemberdayaan ekonomi yang berpihak kepada rakyat kecil melalui kebijakan secara berkesinambungan. Etika ini mencegah terjadinya praktik-praktik monopoli, oligopoli, kebijakan ekonomi yang mengarah kepada perbuatan korupsi, kolusi, dan nepotisme, diskriminasi yang berdampak negatif terhadap efisiensi, persaingan sehat, dan keadilan, serta menghindarkan perilaku menghalalkan segala cara dalam memperoleh keuntungan.

Mengacu pada uraian di atas nampak bahwa etika bisnis Indonesia mengacu pada kepentingan bangsa yang lebih besar dan tidak pada kepentingan yang kuat semata. Etika bisnis Indonesia kiranya menghendaki kebersamaan usaha, kemitraan, saling menghidupi, memupuk solidaritas, memperkuat kesatuan ekonomi, tidak mengorbankan kepentingan nasional (melarikan modal, modal bisnis berfungsi sosial), menghormati hak-hak warganegara (lapangan kerja, kehidupan yang layak bagi pekerja), melaksanakan Trilogi Pembangunan sebagai etos kerja produktif.<sup>113</sup> Secara singkat Adrianus Meliala<sup>114</sup> menyatakan bahwa dengan tidak melupakan karakter universal dalam etika bisnis, terutama yang berkaitan dengan globalisasi yang nyaris melanda segala hal, etika bisnis Indonesia harus tetap berakar pada nilai-nilai luhur budaya bangsa, yakni nilai budaya yang berketuhanan, yang berperikemanusiaan, yang berwatak kebangsaan, yang demokratik, dan berkeadilan sosial.

Dikaji dari etika bisnis Indonesia yang berdasarkan Pancasila, kesuksesan korporasi tidak semata-mata dinilai dari keberhasilan di dalam meraih keuntungan yang tinggi, tetapi juga dinilai dari kualitas hubungannya dengan komunitas dan

<sup>113</sup> Oetoyo Oesman dan Alfian (Peny). *Pancasila Sebagai Ideologi dalam Berbagai Bidang Kehidupan Bermasyarakat, Berbangsa dan Bernegara*. Jakarta: BP-7 Pusat, 1991, hlm. 279.

<sup>114</sup> Adrianus Meliala (Peny). *Praktik Bisnis Curang*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1993, hlm. 43.

lingkungannya. Bambang Rudito dan Melia Famiola<sup>115</sup> menyatakan bahwa wujud nyata hubungan antara perusahaan dengan lingkungan komunitasnya dalam kaitan etika bisnis adalah pada bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Bentuk tanggung jawab sosial perusahaan sebagai salah satu wujud dari etika bisnis dapat dijabarkan dalam bentuk-bentuk, seperti program pembangunan komunitas yang dapat pula dijabarkan dalam bentuk hubungan komunitas, pelayanan komunitas, pemberdayaan komunitas. Dari bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kita dapat melihat perwujudan etika bisnis suatu perusahaan, karena dalam melakukan program tersebut perusahaan pasti berusaha untuk mencapai sebuah pedoman yang dapat dipakai bersama yang tidak saling merugikan dan tidak saling mencari kesalahan.

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah tindakan-tindakan dan kebijakan-kebijakan perusahaan dalam berinteraksi dengan lingkungannya yang didasarkan pada etika. Tanggung jawab sosial berkaitan dengan etika yang berisi nilai-nilai moral.<sup>116</sup> Oleh karena itu menurut Sukrisno Agoes dan Cenik Ardana<sup>117</sup> keberhasilan CSR dan cakupan program CSR yang dijalankan akan

---

<sup>115</sup> Bambang Rudito dan Melia Famiola. *Etika Bisnis ...*, *Op. Cit.*, hlm. 18. Menurut Arie de Geus dan David Bollier sebagaimana dikutip Djokosantoso Moeliono dalam *Good Corporate Culture Sebagai Inti dari Good Corporate Governance*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2005, hlm. 10-11, bahwa korporasi-korporasi yang unggul ternyata bukan saja korporasi yang mampu mencetak laba yang tinggi, namun juga korporasi yang terbukti mempunyai kualitas *corporate social responsibility* yang tinggi. Praktik ini sebenarnya digerakkan oleh *corporate value* yang mengatakan bahwa tanggung jawab sosial bukanlah tugas, melainkan bagian dari kehidupan korporasi. Akhirnya, korporasi yang berbisnis dengan melandaskan diri pada etika adalah korporasi yang mempunyai akseptansi yang tinggi, baik dalam lingkungan bisnis, sosial, maupun politik.

<sup>116</sup> Poerwanto. *Budaya Perusahaan ...*, *Op. Cit.*, hlm. 172.

<sup>117</sup> Sukrisno Agoes dan Cenik Ardana. *Etika Bisnis ...*, *Op. Cit.*, hlm. 91.

ditentukan oleh tingkat kesadaran para pelaku bisnis dan para pemangku kepentingan terkait lainnya.

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, ada tiga tingkat kesadaran yang dimiliki oleh seseorang, yaitu: tingkat kesadaran hewani, tingkat kesadaran manusiawi, dan tingkat kesadaran transendental. Mereka yang masih berkeberatan dengan program CSR ini dapat dikatakan bahwa mereka ini masih mempunyai tingkat kesadaran hewani, dan menganut teori etika egoisme. Program CSR akan berjalan efektif bila para pihak yang terkait di dalam bisnis (oknum pengelola, pemerintah, dan masyarakat) sudah mempunyai tingkat kesadaran manusiawi atau transendental, serta menganut teori-teori etika dalam koridor utilitarianisme, deontologi, keutama-an, dan teonom. Ragaan di bawah ini menggambarkan hubungan antara tingkat kesadaran, teori etika yang dianut, dan tingkat keterlibatan atau cakupan program CSR yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan.

**Ragaan 3. Hubungan Tingkat Kesadaran, Teori Etika, dan Tingkat Keterlibatan CSR**

Tingkat Kesadaran	Teori Etika	Tingkat Keterlibatan CSR
Hewani	Egoisme	Rendah
↕	↕	↕
Manusiawi	Utilitarianisme	
↕	↕	
Transendental	Teonom	Tinggi

Sumber: Dikutip dari Sukrisno Agoes dan Cenik Ardana. *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. Jakarta: Salemba Empat, 2011, hlm. 91.

Dengan cara berbeda, Lawrence, Weber, dan Post melukiskan tingkat kesadaran ini dalam bentuk tingkat keterlibatan bisnis dengan para pemangku kepentingan dalam beberapa tingkatan hubungan, yaitu: *inactive*, *reactive*, *proactive*, dan *interactive*. Perusahaan yang *inactive* sama sekali mengabaikan apa yang menjadi perhatian para pemangku kepentingan. Perusahaan yang *reactive* hanya bereaksi bila ada ancaman atau tekanan yang diperkirakan akan mengganggu perusahaan dari pihak pemangku kepentingan tertentu. Perusahaan yang *proactive* akan selalau mengantisipasi apa saja yang menjadi kepedulian para pemangku kepentingan, sedangkan perusahaan yang *interactive* selalu membuka diri dan mengajak para pemangku kepentingan untuk berdialog setiap saat atas dasar saling menghormati, saling mempercayai, dan saling menguntungkan.

#### 4.2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Kaitannya dengan *Good Corporate Governance*

Disadari atau tidak, aktivitas bisnis di samping memberikan dampak positif bagi masyarakat berupa penyediaan lapangan kerja dan sumber penghasilan bagi banyak pemangku kepentingan (*stakeholders*) juga membawa dampak negatif antara lain berupa pencemaran lingkungan. Mengingat dampak yang ditimbulkan dari aktivitas bisnis begitu luas, maka sekarang ini korporasi semakin dituntut untuk aktif mempraktikkan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) sekaligus dengan menjalankan praktik bisnis yang etis dan menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) di dalam menjalankan usahanya.

Selain *Corporate Social Responsibility* (CSR), topik yang cukup banyak diperbincangkan oleh pelaku bisnis, akademisi, pembuat kebijakan, dan lain sebagainya dewasa ini adalah mengenai pengelolaan perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*,

disingkat GCG). Ditinjau dari sudut pandang isu global, masalah *good corporate governance* sudah menjadi suatu kebutuhan jika suatu negara atau perusahaan ingin masuk dalam bisnis internasional. Seorang investor akan mau membeli saham dengan harga tinggi, dengan salah satu indikatornya yaitu apakah perusahaan menerapkan prinsip *good corporate governance* secara baik atau tidak. Prinsip *good corporate governance* ini sekarang menjadi sesuatu yang sangat penting bagi keberhasilan pengelolaan perusahaan.

Setelah menjadi *mainstreaming issue*, konsep *governance* menjadi titik bidik pengkajian yang menghasilkan beragam definisi. Cagin sebagaimana dikutip Syakrani dan Syahriani<sup>118</sup> mengemukakan, konsep *governance* merujuk pada institusi, proses, dan tradisi yang menentukan bagaimana kekuasaan diselenggarakan, keputusan dibuat, dan suara warga didengar (*governance refers to the institutions, processes and traditions which define how power is exercised, how decisions are made, and how citizens have their say*).

Menurut Sedarmayanti,<sup>119</sup> istilah *corporate governance* pertama diperkenalkan *Cadbury Committee* tahun 1992 dalam laporan yang dikenal *Cadbury Report*. Laporan ini sebagai titik balik yang menentukan bagi praktik *corporate governance* di seluruh dunia. Menurut *Cadbury Report*, bahwa *corporate governance: ... the system by which organizations are directed and controlled*. Jadi *corporate governance* merupakan suatu sistem yang berfungsi untuk mengarahkan dan mengendalikan organisasi.

Sementara itu, Pasal 1 Surat Keputusan Menteri BUMN No. KEP-117/M-MBU/2002 Tentang Penerapan Praktek *Good Corporate Governance* pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menyatakan, bahwa *corporate governance* adalah suatu proses dan struktur yang

<sup>118</sup> Syakrani dan Syahriani, *Implementasi Otonomi Daerah dalam Perspektif Good Governance*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, hlm. 121.

<sup>119</sup> Sedarmayanti, *Good Governance (Kepemerintahan yang Baik) dan Good Corporate Governance (Tata Kelola Perusahaan yang Baik)*. Bandung: Mandar Maju, 2007, hlm. 53.

digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, berlandaskan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika.

Definisi *corporate governance* yang umum digunakan oleh perusahaan adalah definisi *corporate governance* sebagaimana yang dikemukakan oleh Mary E. Kissane,<sup>120</sup> yaitu: "*The legal and practical system for the exercise of power and control in the conduct of the business of a corporation, including in particular the relationship among the shareholders, the board directors, and its committees, the executive officers, and other constituencies (such as employees, local communities, and major customers and suppliers).* Corporate governance adalah sebagai sistem hukum dan praktik untuk menjalankan kewenangan dan kontrol dalam kegiatan bisnis perusahaan. Kegiatan itu meliputi hubungan khusus antara pemegang saham, komisaris dan komite-komitennya, direksi, pejabat eksekutif, dan konstituen lainnya (seperti pegawai, masyarakat lokal, pelanggan dan pihak pemasok).

Definisi di atas pada dasarnya sama dengan pengertian yang disampaikan oleh Bank Dunia,<sup>121</sup> bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai kumpulan hukum, peraturan, dan kaidah-kaidah yang wajib dipenuhi, yang dapat mendorong kinerja sumber-sumber perusahaan untuk berfungsi secara efisien guna menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, GCG secara singkat dapat diartikan sebagai seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah

<sup>120</sup> Ridwan Khairandy dan Camelia Malik. *Good Corporate Governance Perkembangan Pemikiran dan Implementasinya di Indonesia dalam Perspektif Hukum*. Yogyakarta: Kreasi Total Media, 2007, hlm.63.

<sup>121</sup> Muh. Arief Effendi. *The Power of ... Op. Cit.*, hlm. 1.

(*value added*) bagi para pemangku kepentingan. Hal ini disebabkan karena GCG dapat mendorong terbentuknya pola kerja manajemen yang bersih, transparan, dan profesional. Implementasi prinsip-prinsip GCG secara konsisten di perusahaan akan menarik minat para investor, baik domestik maupun asing. Hal ini sangat penting bagi perusahaan yang akan mengembangkan usahanya, seperti melakukan investasi baru maupun proyek ekspansi.

Kendatipun sampai dengan saat ini belum ada kata sepakat tentang definisi GCG. Intinya,<sup>122</sup> GCG merupakan suatu sistem, dan seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan terutama dalam arti sempit hubungan antara pemegang saham dan dewan komisaris serta dewan direksi demi tercapainya tujuan korporasi. GCG arti luas mengatur hubungan seluruh kepentingan *stakeholders* dapat dipenuhi secara proporsional serta mencegah terjadinya kesalahan-kesalahan dalam strategi korporasi.

Senada dengan uraian di atas, Mas Ahmad Daniri<sup>123</sup> menyimpulkan bahwa tatakelola perseroan yang baik merupakan:

1. Suatu struktur yang mengatur pola hubungan harmonis tentang peran Dewan Komisaris, Direksi, RUPS dengan *stakeholders* lainnya.
2. Suatu sistem *check and balance* yang mencakup perimbangan kewenangan atas pengendalian perseroan yang dapat membatasi munculnya dua peluang, yaitu pengelolaan yang salah dan penyalahgunaan aset perseroan.
3. Suatu proses yang transparan atas penentuan tujuan perseroan, pencapaian, dan pengukuran kinerjanya

<sup>122</sup>Anonim.<http://keuanganism.com/article/umum/geg-dan-hubungannya-dengan-csr/> Diakses tanggal 29 Januari 2013 pukul 10.15 WIB.

<sup>123</sup> Mas Ahmad Daniri. *Good Corporate Governance, Konsep dan Penerapannya dalam Konteks Indonesia*, Jakarta: PT. Ray Indonesia, 2006, hlm. 8.

GCG secara definitif merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua *stakeholders*. Menurut Ridwan Khairandy dan Camelia Malik,<sup>124</sup> konsep GCG di Indonesia dapat diartikan sebagai konsep pengelolaan perusahaan yang baik. Ada dua hal yang ditekankan dalam konsep ini. *Pertama*, pentingnya hak pemegang saham untuk memperoleh informasi dengan benar (akurat) dan tepat pada waktunya. *Kedua*, kewajiban perusahaan untuk melakukan pengungkapan (*disclosure*) secara akurat, tepat, dan transparan terhadap semua informasi kinerja perusahaan, kepemilikan, dan *stakeholders*.

Dalam perspektif yang berbeda, Adrian Sutedi<sup>125</sup> menyatakan, bahwa Konsep GCG pada intinya adalah: *Pertama*, *internal balance* antar organ perusahaan RUPS, Komisari, dan Direksi dalam hal yang berkaitan dengan struktur kelembagaan dan mekanisme operasional ketiga organ perusahaan tersebut. *Kedua*, *external balance*, yaitu pemenuhan tanggung jawab perusahaan sebagai entitas bisnis dalam masyarakat dan *stakeholders*. Dari 13 prinsip GCG yang dirumuskan Komite Nasional Kebijakan *Corporate Governance*, delapan di antaranya menyangkut *internal balance*, seperti: Pemegang Saham dan RUPS, Dewan Komisaris dan komite pendukungnya, Direksi, sistem audit, Sekretaris Perusahaan, keterbukaan, kerahasiaan, dan informasi orang dalam. Adapun lima isu lainnya hanya disinggung secara singkat, yaitu pihak yang berkepentingan (*stakeholders*), etika berusaha dan antikorupsi, donasi, kepatuhan pada peraturan perundang-undangan tentang proteksi kesehatan, keselamatan kerja dan pelestarian lingkungan, dan kesempatan kerja yang sama.

<sup>124</sup> Ridwan Khairandy dan Camelia Malik. *Good Corporate ... Op. Cit.*, hlm. 2.

<sup>125</sup> Adrian Sutedi. *Good Corporate Governance*. Jakarta: Sinar Grafika, 2011, hlm. 41.

Mengingat pentingnya permasalahan *Good Corporate Governance* bagi Indonesia, pada tanggal 19 Agustus 1999, di Indonesia berdasarkan SK Menko Ekuin No. Kep-10/M.EKUIIN/08/1999 telah berdiri sebuah lembaga nonpemerintah, yaitu Komite Nasional bagi Pengelolaan Perusahaan yang Baik. Tugas Komite adalah merumuskan dan merekomendasikan kebijakan nasional mengenai pengelolaan perusahaan yang baik bagi dunia usaha Indonesia. Selain itu komite diharapkan juga membuat spesifikasi bagi perbaikan hukum dan peraturan perundang-undangan sejalan dengan penerapan pedoman bagi pengelolaan perusahaan yang baik, dan membuat rumusan tentang struktur institusi yang mendukung pelaksanaan Pedoman bagi Pengelolaan Perusahaan yang Baik. Komite Nasional Kebijakan *Corporate Governance* akhirnya berhasil menetapkan pedoman *Good Corporate Governance* (GCG) setelah melakukan pembahasan dengan melibatkan masyarakat luas melalui lokakarya.

Dalam Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia yang dikeluarkan oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) dinyatakan bahwa *Good Corporate Governance* diperlukan untuk mendorong terciptanya pasar yang efisien, transparan, dan konsisten dengan peraturan perundang-undangan. Terkait dengan hal tersebut, menurut Ismail Solihin<sup>126</sup> penerapan GCG perlu didukung oleh tiga pilar yang saling berhubungan, yaitu negara dan perangkatnya sebagai regulator, dunia usaha sebagai pelaku pasar, dan masyarakat sebagai pengguna produk dan jasa dunia usaha. Tanpa adanya peran serta ketiga pihak dalam pelaksanaan GCG, maka pelaksanaan GCG diperkirakan tidak akan berjalan secara optimal.

Tuntutan terhadap penerapan GCG terhadap perusahaan dewasa ini sudah tidak bisa diabaikan lagi. Menurut Tjager dkk

<sup>126</sup> Ismail Solihin. *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 123.

sebagaimana dikutip Agoes dan Cenik,<sup>127</sup> paling tidak ada lima alasan mengapa penerapan GCG dilakukan, yaitu:

1. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh McKinsey & Company menunjukkan bahwa para investor institusional lebih menaruh kepercayaan terhadap perusahaan-perusahaan di Asia yang telah menerapkan GCG.
2. Berdasarkan berbagai analisis, ternyata ada indikasi keterkaitan antara terjadinya krisis finansial dan krisis berkepanjangan di Asia dengan lemahnya tata kelola perusahaan.
3. Internasionalisasi pasar, termasuk liberalisasi pasar finansial dan pasar modal menuntut perusahaan untuk menerapkan GCG.
4. Kalaupun GCG bukan obat mujarab untuk keluar dari krisis, sistem ini dapat menjadi dasar bagi berkembangnya sistem nilai baru yang lebih sesuai dengan lanskap bisnis yang kini telah banyak berubah.
5. Secara teoretis, praktik GCG dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan alasan-alasan di atas, dapat dikemukakan maksud dan tujuan dari GCG. Menurut Sedarmayanti,<sup>128</sup> pelaksanaan prinsip GCG dimaksudkan untuk mencapai beberapa hal berikut:

1. Memaksimalkan nilai perseroan bagi pemegang saham dengan cara meningkatkan prinsip transparansi, akuntabilitas, kewajaran, dan responsibilitas agar perusahaan memiliki daya saing kuat, baik secara nasional maupun internasional, serta menciptakan iklim yang mendukung investasi.
2. Mendorong pengelolaan perseroan secara profesional, transparan, dan efisien, serta memberdayakan fungsi dan meningkatkan kemandirian dewan komisaris, direksi, dan Rapat Umum Pemegang Saham.

<sup>127</sup> Sukrisno Agoes dan Cenik Ardana. *Etika Bisnis ...*, Op. Cit., hlm. 106.

<sup>128</sup> Sedarmayanti. *Good Governance ...*, Op. Cit., hlm. 62.

3. Mendorong agar pemegang saham, anggota dewan komisaris dan anggota direksi dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakan dilandasi nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku serta kesadaran akan adanya tanggung jawab sosial perseroan terhadap pihak yang berkepentingan maupun kelestarian lingkungan di sekitar perseroan.

Adapun dilihat dari tujuannya, secara umum tujuan utama dari pengelolaan perusahaan yang baik adalah untuk memberikan perlindungan yang memadai dari perlakuan yang adil kepada para pemegang saham dan pihak petaruh lainnya, melalui peningkatan nilai pemilik saham secara maksimal. Tata kelola perusahaan yang baik bukanlah sekedar suatu upaya untuk menjaga agar perusahaan bekerja sesuai peraturan dan norma yang berlaku secara universal, tetapi terutama pengelolaan yang baik itu dapat diketahui oleh publik dan para pihak petaruh untuk memperoleh keyakinan bahwa taruhannya di perusahaan publik adalah suatu keputusan yang benar.<sup>129</sup>

Di samping tujuan secara umum, penerapan GCG dalam suatu perusahaan mempunyai tujuan-tujuan strategis, yaitu untuk dapat:<sup>130</sup>

1. mengembangkan dan meningkatkan nilai perusahaan;
2. mengelola sumber daya dan risiko secara lebih efektif dan efisien;
3. meningkatkan disiplin dan tanggung jawab organ perusahaan demi menjaga kepentingan para *shareholders* dan *stakeholders* perusahaan;
4. meningkatkan kontribusi perusahaan (khususnya perusahaan-perusahaan pemerintah) terhadap perekonomian nasional;
5. meningkatkan investasi nasional; dan

<sup>129</sup> G. Suprayitno, et al. *Internalisasi Good ... Op. Cit.*, hlm. 47.

<sup>130</sup> Ridwan Khairandy dan Camelia Malik. *Good Corporate ... Op. Cit.*, hlm.2-

6. mensukseskan program privatisasi perusahaan-perusahaan pemerintah.

Pendapat di atas senada dengan pendapat I Nyoman Tjager sebagaimana dikutip oleh Indra Surya dan Ivan Yustiavandana,<sup>131</sup> yang menyatakan, bahwa secara umum penerapan prinsip GCG secara konkrit memiliki tujuan terhadap perusahaan sebagai berikut:

1. Memudahkan akses terhadap investasi domestik maupun asing;
2. Mendapatkan *cost capital* yang lebih murah;
3. Memberikan keputusan yang lebih baik dalam meningkatkan kinerja ekonomi perusahaan;
4. Meningkatkan keyakinan dan kepercayaan dari *stakeholders* terhadap perusahaan;
5. Melindungi direksi dan komisaris dari tuntutan hukum.

Khusus pada lingkup BUMN, dalam rangka mewujudkan fondasi hukum yang lebih kuat dalam implementasi *good corporate governance*, pemerintah telah mengeluarkan Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara No. KEP-23/M-PM.PBUMN/2000 tentang Pengembangan Praktik *Good Corporate Governance* dalam Perusahaan Perseroan (PERSERO) tertanggal 31 Mei 2000. Kemudian keputusan ini disempurnakan melalui Keputusan Menteri Negara BUMN Nomor Kep-117/M-MBU/2002.<sup>132</sup> Menurut Pasal 4 Keputusan Menteri Negara BUMN Nomor Kep-117/M-MBU/2002, tujuan GCG adalah:

- a. memaksimalkan nilai BUMN dengan cara meningkatkan prinsip keterbukaan, akuntabilitas, dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan adil agar perusahaan memiliki

<sup>131</sup> Indra Surya dan Ivan Yustiavandana. *Penerapan Good Corporate Governance: Mengesampingkan Hak-hak Istimewa Demi Kelangsungan Usaha*. Jakarta: Prenada Media Group, 2008, hlm. 68. Lihat juga Sukrisno Agoes dan Cenik Ardana. *Etika Bisnis ...*, Op. Cit., hlm. 103.

<sup>132</sup> *Jurnal Hukum Bisnis*. Volume 22-No.6-Tahun 2003, hlm. 32-33.

daya saing yang kuat, baik secara nasional maupun internasional;

- b. mendorong pengelolaan BUMN secara profesional, transparan dan efisien, serta memberdayakan fungsi dan meningkatkan kemandirian Organ;
- c. mendorong agar Organ dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakan dilandasi nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta kesadaran akan adanya tanggungjawab sosial BUMN terhadap *stakeholders* maupun kelestarian lingkungan di sekitar BUMN;
- d. meningkatkan kontribusi BUMN dalam perekonomian nasional;
- e. meningkatkan iklim investasi nasional;
- f. mensukseskan program privatisasi.

Bertolak dari tujuan GCG sebagaimana diuraikan di atas, nampak bahwa GCG memiliki banyak manfaat terutama bagi kepentingan perusahaan itu sendiri. Ditinjau dari perspektif manajemen, Muh. Arief Effendi<sup>133</sup> menyatakan bahwa ada empat manfaat yang diperoleh perusahaan apabila menerapkan GCG, yaitu:

1. Meningkatkan reputasi manajemen (*reputation management*). Reputasi merupakan hal yang kritical bagi kesuksesan perusahaan. Reputasi yang positif perlu dibangun dan dikelola oleh perusahaan secara serius.
2. Mempermudah dalam mengelola profil risiko (*risk profile*) dan manajemen risiko (*risk management*). Beberapa risiko potensial yang mungkin akan menimpa perusahaan perlu diantisipasi, sehingga dapat meminimalkan dampak negatif yang merugikan perusahaan.
3. Meningkatkan kreativitas dan inovasi terutama pada karyawan level bawah. Perusahaan dapat berkembang

<sup>133</sup> Muh. Arief Effendi. *The Power of ...*, Op. Cit., hlm. 112. Bandingkan dengan Nindyo Pramono. *Bunga Rampai Hukum Bisnis Aktual*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2006, hlm.84.

dengan pesat apabila para karyawan memiliki ide-ide kreatif dan inovasi yang tinggi yang dapat diaplikasikan untuk kemajuan perusahaan.

4. Meningkatkan efisiensi operasional. Perusahaan yang menerapkan GCG akan berfokus pada tujuan utama, sehingga dapat melakukan perbaikan langsung pada berbagai bidang operasional yang berdampak pada penghematan biaya (*cost reduction*).

Banyaknya manfaat dari GCG di atas bukan berarti di dalam praktik semua perusahaan sudah mengimplementasikannya. Secara konseptual, menurut Ety Retno Wulandari sebagaimana dikutip Busyra Azheri,<sup>134</sup> ada 2 (dua) pendekatan yang dapat dilakukan dalam mengimplementasikan prinsip GCG yaitu sebagai berikut :

- a. Penerapan prinsip GCG dilaksanakan secara sukarela, tetapi kemudian di *back up* oleh suatu peraturan tertentu, di mana perseroan yang bersangkutan bebas untuk memenuhi atau tidak memenuhi prinsip-prinsip GCG tersebut. Apabila suatu perseroan tidak memenuhinya, perseroan tersebut harus menjelaskan alasan mengapa tidak memenuhinya. Inilah yang disebut dengan *comply or explain*. Konsep ini telah diterapkan di Singapura, Australia dan beberapa negara lainnya, terutama berkaitan dengan upaya perseroan untuk melakukan go-publik.
- b. Penerapan prinsip GCG secara *mandatory* dalam arti bahwa prinsip-prinsip GCG dituangkan dalam aturan-aturan tertentu yang berkaitan dengan rencana suatu perseroan, seperti dalam aktivitas perseroan yang telah *listing* di bursa. Konsekuensinya adalah apabila suatu perseroan tidak melaksanakan atau tidak

---

<sup>134</sup> Busyra Azheri. "Pembangunan Hukum Perseroan yang Berlandaskan pada Prinsip *Good Corporate Governance*". <http://ejournal.ukanjuruhan.ac.id/media/paper/6%20busyra.pdf>. Diakses tanggal 25 Februari 2012 pukul 21.20 WIB.

memenuhi aturan yang ada, maka perseroan itu dikenakan sanksi.

Dari kedua konsep ini, bila kita kaitkan dengan konteks Indonesia, maka yang diterapkan adalah konsep *mandatory*. Penerapan konsep ini dapat kita lihat berdasarkan sektor usaha, seperti ketentuan pasar modal, lembaga perbankan dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Kenyataan ini berseberangan dengan pendapat Indra Surya dan Ivan Yustiavandana<sup>135</sup> yang menyatakan bahwa pada dasarnya, penerapan prinsip-prinsip GCG tidak bersifat imperatif. Menurut mereka pengertian lain dari penerapan prinsip GCG oleh perusahaan merupakan sebuah pilihan dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Hal ini dikarenakan GCG lebih merupakan suatu etika bisnis dibandingkan suatu keharusan dalam penerapannya (*mandatory*). Penerapan prinsip-prinsip tersebut lebih banyak digantungkan pada kebutuhan perusahaan itu sendiri untuk menciptakan tata kelola perusahaan yang baik.

Adapun alasan mendasar perubahan dari sebuah pilihan menjadi sebuah kewajiban adalah kelangsungan dunia usaha itu sendiri serta kepentingan pemegang saham yang tidak dapat diabaikan. Tegasnya, dalam hal terjadi persinggungan antara kepentingan perusahaan dengan kepentingan masyarakat luas (publik), maka penerapan prinsip-prinsip GCG tersebut harus dibuat menjadi suatu keharusan (*mandatory*). Keharusan tersebut mengimplikasikan penjabaran prinsip-prinsip GCG ke dalam peraturan perundang-undangan. Implementasi prinsip-prinsip GCG menjadi lebih efektif. Perlindungan terhadap kepentingan yang lebih luas menjadi salah satu pendorong utama pentingnya regulasi tersebut.

Ada beberapa prinsip GCG yang mesti diperhatikan apabila hendak dijabarkan ke dalam bentuk peraturan perundang-

<sup>135</sup> Indra Surya dan Ivan Yustiavandana. *Penerapan Good ... Op. Cit.*, hlm. 109-110.

undangan. Menurut OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*) prinsip GCG dimaksud, yaitu:<sup>136</sup>

1. Perlindungan terhadap hak-hak pemegang saham: menjamin keamanan metoda pendaftaran kepemilikan, *mengalihkan atau memindahkan saham yang dimiliki*, memperoleh informasi yang relevan tentang perusahaan secara berkala dan teratur, ikut berperan dan memberikan suara dalam rapat umum pemegang saham (RUPS), memilih anggota dewan komisaris dan direksi, serta memperoleh pendistribusian keuntungan perusahaan.
2. Persamaan perlakuan terhadap seluruh pemegang saham termasuk pemegang saham asing dan minoritas.
3. Peranan pemangku kepentingan yang terkait dengan perusahaan, yaitu dorongan kerjasama antara perusahaan dengan pemangku kepentingan agar tercipta kesejahteraan, lapangan kerja, dan kesinambungan usaha.
4. Keterbukaan dan transparansi terkait keuangan, kinerja perusahaan, kepemilikan, dan pengelolaan perusahaan. Informasi yang diungkapkan harus disusun, diaudit, dan disajikan sesuai dengan standar yang berkualitas tinggi.
5. Akuntabilitas dewan komisaris, yaitu CG menjamin adanya pedoman strategi perusahaan, pemantauan yang efektif terhadap manajemen yang dilakukan oleh dewan komisaris dan akuntabilitas dewan komisaris terhadap perusahaan dan pemegang saham.

Secara umum *Good Corporate Governance* untuk Indonesia mencakup terutama prinsip-prinsip pokok: transparansi, akuntabilitas, *fairness*, dan *responsibility*.<sup>137</sup> Prinsip *responsibility* yaitu kesesuaian dalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi

<sup>136</sup> Sony Warsono. *et.al. Corporate Governance Concept and Model Preserving True Organization Welfare*. Yogyakarta: Centre for Good Corporate Governance Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM, 2009, hlm. 64-65.

<sup>137</sup> Alex Gunawan. *Membuat Program ...*, Op. Cit., hlm. 10-11.

yang sehat.<sup>138</sup> Sementara itu menurut Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG), yang dimaksud dengan prinsip tanggung jawab dalam GCG yaitu perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapatkan pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

Penjelasan terhadap prinsip-prinsip GCG diatur dalam Pasal 3 Keputusan Menteri Negara BUMN Nomor Kep-117/M-MBU/2002, yaitu:

- a. transparansi, yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan;
- b. kemandirian, yaitu suatu keadaan di mana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh/tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat;
- c. akuntabilitas, yaitu kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban Organ sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif;
- d. pertanggungjawaban, yaitu kesesuaian di dalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat;
- e. kewajaran (*fairness*), yaitu keadilan dan kesetaraan di dalam memenuhi hak-hak *stakeholder* yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

<sup>138</sup> Anonim. "Prinsip Good Corporate Governance (GCG) dan Konsep Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Pasar Modal". <http://yogimitha.blogspot.com/2011/03/prinsip-good-corporate-governance-gcg.html>. Diakses tanggal 29 Januari 2013 pukul 10.20 WIB.

Berdasarkan prinsip-prinsip yang ada pada GCG, terlihat bahwa GCG memiliki keterkaitan yang erat dengan CSR. Ada keterkaitan hubungan antara GCG dan CSR di mana kedua-duanya sama penting dan tidak dapat dipisahkan, karena salah satu dari empat prinsip GCG adalah prinsip *responsibility* (pertanggungjawaban). Menurut Isa Wahyudi dan Busyra Azheri<sup>139</sup> yang membedakannya adalah dari segi penekanannya saja, kalau CSR penekanannya lebih diberikan pada prinsip *responsibility* (pertanggungjawaban) kepada kepentingan *stakeholders*-nya. Di sini perusahaan harus berusaha menciptakan nilai tambah (*value added*) dari produk dan jasanya bagi *stakeholders* dan memelihara kesinambungan dari nilai tambah yang diciptakan tersebut. Tegasnya, CSR lebih mencerminkan *stakeholders driven concept*. Sebaliknya, GCG sendiri lebih memberikan penekanan terhadap kepentingan pemegang saham perusahaan (*shareholders*) yang didasarkan pada prinsip *fairness, transparency, dan accountability*. Berdasarkan penjelasan di atas, maka GCG lebih mencerminkan *shareholders driven concept*.

Senada dengan pendapat Isa Wahyudi dan Busyra Azheri, menurut Supomo sebagaimana dikutip Edi Suharto,<sup>140</sup> ada perbedaan mendasar di antara keempat prinsip tersebut. Tiga prinsip pertama cenderung bersifat *shareholders-driven*, karena lebih memerhatikan kepentingan pemegang saham perusahaan. Sebagai contoh, *fairness* bisa berupa perlakuan yang adil terhadap pemegang saham minoritas; *transparency* menunjuk pada penyajian laporan keuangan yang akurat dan tepat waktu; sedangkan *accountability* diwujudkan dalam bentuk fungsi dan kewenangan Rapat Umum Pemegang Saham, komisaris, dan direksi yang harus dipertanggungjawabkan.

<sup>139</sup> Isa Wahyudi dan Busyra Azheri. *Corporate Social ... Op. Cit.*, hlm.171.

<sup>140</sup> Edi Suharto. *Pekerjaan Sosial ... Op. Cit.*, hlm. 114.

Sementara itu, prinsip *responsibility* lebih mencerminkan *stakeholders-driven*, karena lebih mengutamakan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. *Stakeholders* perusahaan bisa mencakup karyawan beserta keluarganya, pelanggan, pemasok, komunitas setempat dan masyarakat luas, termasuk pemerintah selaku regulator. Di sini perusahaan bukan saja dituntut mampu menciptakan nilai tambah (*value added*) produk dan jasa bagi *stakeholders* perusahaan, melainkan pula harus sanggup memelihara kesinambungan nilai tambah yang diciptakannya itu.

Berpijak pada konsep menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi *stakeholders*, maka prinsip *responsibility* dalam GCG melahirkan gagasan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan dalam kehidupan masyarakat. Sebagai gagasan CSR, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*), tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom line*. Hal ini didukung dengan fakta di mana kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin suatu perusahaan untuk tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan di mana perusahaan melakukan aktivitasnya.

Membicarakan prinsip *responsibility* merupakan hal yang penting dalam melihat keterkaitan antara GCG dan penerapan CSR oleh perusahaan. Salah satu kajian yang menarik mengenai penerapan prinsip *responsibility* ini adalah mengenai kemungkinan adanya pengurangan laba perusahaan demi kepentingan umum. Indra Surya dan Ivan Yustiavandana<sup>141</sup> menyajikan kajian yang dilakukan oleh Einer Elhauge dari *Harvard Law School* menunjukkan kemungkinan bahwa pada dasarnya

<sup>141</sup> Indra Surya dan Ivan Yustiavandana, *Penerapan Good ...*, Op. Cit., hlm. 104.

perusahaan tidak sekedar berdiri untuk mencari keuntungan maksimal belaka, dan bahwa secara normatif perusahaan tetap bertanggung jawab kepada publik untuk tidak melakukan perbuatan-perbuatan yang akan menimbulkan kerugian bagi kepentingan umum.

Mengacu pada penjelasan di atas, bisa dikatakan bahwa prinsip tanggung jawab lebih mengarah pada hal-hal yang berkaitan dengan pemenuhan kewajiban sosial suatu perusahaan sebagai bagian dari tatanan kehidupan sosial masyarakat. Direksi dalam menerapkan prinsip tanggung jawab tidak hanya bertugas semata-mata menjalankan bisnis perusahaan sehari-hari membuat laporan keuangan, mengikuti seluruh aturan hukum yang berlaku, tetapi juga diharapkan mampu memenuhi kehendak masyarakat di lingkungannya dan memenuhi kepentingan seluruh *stakeholders*.

Selain itu, menurut Busyra Azheri<sup>142</sup> prinsip tanggung jawab juga mendeskripsikan kinerja pengelolaan perusahaan, mengakui *stakeholders* dan mendorong kerja sama yang aktif antara perusahaan dengan *stakeholders* dalam upaya menciptakan kemakmuran, menciptakan lapangan kerja yang didukung oleh kesehatan finansial, adanya kerja sama antara perusahaan dengan *stakeholders* yang sangat membantu kinerja perusahaan dan tindakan perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial. Prinsip tanggung jawab harus dipahami oleh perusahaan sebagai suatu institusi sosial yang berada di tengah-tengah masyarakat. Istilah dari wujud prinsip tanggung jawab tersebut dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)

Dewasa ini nampak bahwa kesadaran dunia perusahaan tentang pentingnya mempraktikkan GCG dan CSR semakin meningkat. Implementasi CSR pada dasarnya menerapkan prinsip *responsibility* yang juga menjadi salah satu prinsip pelaksanaan GCG, sehingga perusahaan yang melaksanakan GCG sudah

<sup>142</sup> Busyra Azheri. *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 195-196.

seharusnya melakukan pelaksanaan CSR. Sebagaimana dijelaskan dalam Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia khususnya prinsip responsibilitas,<sup>143</sup> di mana dalam pedoman tersebut dinyatakan, "Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang dan mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*". Implementasi *Good Corporate Governance* akan menunjang tercapainya aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan, serta menciptakan nilai tambah pada produk dan jasa tidak saja bagi *shareholders* tetapi juga bagi *stakeholders* perusahaan.

---

<sup>143</sup> Komite Nasional Kebijakan Governance. *Pedoman Umum ...*, *Op. Cit.*, hlm.

## TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF KEADILAN SOSIAL

### 5.1. Konsep Dasar Keadilan Sosial

Keadilan sebagai tujuan utama dari hukum, sering menjadi fokus utama dari setiap diskusi tentang hukum. Sayangnya, karena keadilan merupakan konsep yang sangat abstrak, sehingga di sepanjang sejarah manusia tidak pernah mendapatkan gambaran yang pasti tentang arti atau makna dan ukuran yang sebenarnya dari keadilan, tetapi selalu dipengaruhi oleh paham atau aliran yang dianut saat itu. Aristoteles<sup>144</sup> menyatakan bahwa ukuran dari keadilan adalah:

- 1) Seseorang tidak melanggar hukum yang berlaku, sehingga keadilan berarti "*lawful*", yaitu hukum tidak boleh dilanggar dan aturan hukum harus diikuti, dan
- 2) Seseorang tidak boleh mengambil lebih dari haknya, sehingga keadilan berarti persamaan hak (*equal*).

Pendapat Aristoteles di atas tidak jauh berbeda dengan rumusan orang Romawi Kuno tentang keadilan yang dinyatakan dengan kata-kata *tribuere suum cuique* - memberikan kepada setiap orang apa yang menjadi haknya, kiranya dapat diterima sebagai pengertian yang berlaku universal. Menurut Ulpianus: *justitia est constant et perpetua voluntas ius cuique tribuens* - keadilan adalah

<sup>144</sup> Munir Fuady, *Dinamika Teori ...*, Op. Cit., hlm.93.

kehendak yang tetap dan yang tak ada akhirnya untuk memberikan pada setiap orang apa yang menjadi haknya; dan *juris pralsept sunt hoc, honeste vivere, alterum non ledere suum cuique tribuere* – peraturan dasar hukum adalah hidup dengan patut, tak merugikan orang lain, memberikan pada orang lain apa yang menjadi bagiannya.<sup>145</sup>

Bila ditinjau dari etika bisnis, keadilan adalah merupakan salah satu prinsip dari etika bisnis. Senada dengan rumusan di atas, prinsip ini menuntut agar kita memperlakukan orang lain sesuai dengan haknya. Hak orang lain perlu dihargai dan jangan sampai dilanggar, persis seperti kita pun mengharapkan agar hak kita dihargai dan tidak dilanggar.<sup>146</sup> Atas dasar prinsip tersebut, ada tiga ciri khas yang selalu menandai keadilan, yaitu keadilan tertuju pada orang lain (*other directedness*), keadilan harus ditegakkan, dan keadilan menuntut persamaan (*equality*).<sup>147</sup> Ciri pertama, *other directedness* menunjukkan bahwa masalah keadilan hanya muncul dalam konteks relasi antarmakhluk sekurang-kurangnya dua pihak atau orang. Keadilan harus ditegakkan adalah identik dengan menegaskan bahwa keadilan bersifat mengikat terhadap hak orang lain. Ciri ketiga, persamaan (*equality*) berarti memberikan kepada setiap orang apa yang menjadi haknya, tanpa kecuali.<sup>148</sup>

Jadi, menurut Franz Magnis Suseno<sup>149</sup> prinsip keadilan mengungkapkan kewajiban untuk memberikan perlakuan yang sama terhadap semua orang lain yang berada dalam situasi yang

<sup>145</sup> Lihat Tom Gunadi, *Sistem Perekonomian Menurut Pancasila dan UUD 45*. Bandung: Angkasa, 1985, hlm. 149. Lihat juga Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*. Jakarta: Prenada Media Group, 2010, hlm. 59; dan Paul Scholten, *De Structuur Der Rechtswetenschap*, atau *Struktur Ilmu Hukum*, Terj. B. Arief Sidharta, Bandung: Alumni, 2005, hlm. 50.

<sup>146</sup> A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis ...*, Op. Cit., hlm. 75.

<sup>147</sup> K. Bertens, *Pengantar Etika ...*, Op. Cit., hlm. 87-88.

<sup>148</sup> L. Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis: ...*, Op. Cit., hlm. 171.

<sup>149</sup> Franz Magnis Suseno, *Etika Dasar Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: Kanisius, 1987, hlm. 132-133.

sama dan untuk menghormati hak semua pihak yang bersangkutan. Suatu perlakuan yang tidak sama adalah tidak adil, kecuali dapat diperlihatkan mengapa ketidaksamaan dapat dibenarkan (misalnya karena orang itu tidak membutuhkan bantuan). Suatu perlakuan yang tidak sama selalu perlu dibenarkan secara khusus, sedangkan perlakuan yang sama dengan sendirinya betul kecuali terdapat alasan-alasan khusus. Secara singkat keadilan menuntut agar kita jangan mau mencapai tujuan-tujuan, termasuk yang baik, dengan melanggar hak seseorang.

Prinsip keadilan pada dasarnya mau menjamin bahwa semua orang dan kelompok masyarakat memperoleh peluang yang sama untuk ikut dalam proses pembangunan dan kegiatan-kegiatan produktif serta ikut dalam menikmati hasil-hasil pembangunan. Berdasarkan makna keadilan tersebut, maka menurut A. Sonny Keraf<sup>150</sup> di dalam keadilan menuntut:

1. Adanya perlakuan yang sama bagi semua orang dan kelompok masyarakat dalam proses pembangunan, khususnya dalam berpartisipasi melaksanakan dan menikmati hasil pembangunan dan mempunyai akses terhadap peluang dan sumber-sumber ekonomi, termasuk sumber daya alam. Peluang dan akses itu harus terbuka secara sama bagi semua orang dan kelompok.
2. Adanya distribusi manfaat dan beban secara proporsional antara semua orang dan kelompok masyarakat. Manfaat dan beban itu harus proporsional dengan peran dan kontribusinya dalam proses pembangunan. Maka, adalah adil bahwa ada yang mendapatkan manfaat lebih daripada yang lain, sejauh dijamin peluang dan akses telah dibuka secara sama bagi semua orang dan semua kelompok masyarakat.
3. Adanya peluang sama bagi generasi yang akan datang untuk memperoleh manfaat secara sama atau proporsi-

<sup>150</sup> A. Sonny Keraf. *Etika Lingkungan Hidup*. Jakarta: Kompas, 2010, hlm. 203-

onal dari sumber daya ekonomi yang ada. Keadilan juga menyangkut keadilan antargenerasi untuk menikmati tingkat kehidupan yang relatif sama dengan generasi sekarang.

4. Agar kerugian akibat proses pembangunan harus bisa ditebus atau dikompensasi secara seimbang atau proporsional baik oleh negara ataupun kelompok yang menimbulkan kerugian tersebut.

Dilihat dari jenisnya, keadilan dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu keadilan formal, dan keadilan substansial. Menurut Munir Fuady,<sup>151</sup> keadilan formal (*formal justice*) adalah keadilan yang terbentuk karena memperlakukan kasus yang sama dengan cara yang sama, sedangkan untuk kasus yang berbeda diberlakukan secara berbeda pula. Di sisi lain, yang dimaksud dengan keadilan substansial (*substantial justice*) adalah bukan sekedar penerapan hukum yang sama bagi orang dalam kualifikasi yang sama dan berbeda bagi orang dalam kualifikasi berbeda, itu hanyalah keadilan dalam arti formal saja. Suatu keadilan yang substansial mempersoalkan hukum yang akan diterapkan tersebut memang sudah adil. Karena itu, keadilan belum tercapai meskipun hukum yang secara substantif tidak adil tersebut telah diterapkan sama terhadap orang dalam kualifikasi yang sama.

Selain dikenal adanya keadilan formal dan keadilan substansial, Aristoteles<sup>152</sup> juga mengajukan dua konsep keadilan, yaitu keadilan komutatif (*commutative justice*) dan keadilan distributif (*distributive justice*). Keadilan komutatif menyangkut

<sup>151</sup> Munir Fuady, *Dinamika Teori ... Op. Cit.*, hlm. 112-113. Lihat juga Mahmutarom, *Rekonstruksi Konsep Keadilan (Sudut Tentang Perlindungan Korban Tindak Pidana Terhadap Nyawa Menurut Hukum Islam, Konstruksi Masyarakat dan Instrumen Internasional)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009, hlm. 37-38.

<sup>152</sup> Yudi Latif, *Negara Pariwisata: Historias, Rasionalitas, dan Aktualitas Pancasila*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011, hlm. 553. Lihat juga B. Arief Sidharta, *Meuwissen Tentang Pengembangan Hukum, Ilmu Hukum, Teori Hukum, dan Filsafat Hukum*. Bandung: Refika Aditama, 2009, hlm. 83-84.

keadilan dalam harga pertukaran, bahwa harga yang adil (*just price*) adalah tingkat harga yang memberikan kepada produsen setiap komoditi, hasil yang sesuai dengan kedudukan sosial berdasar profesi dan keahliannya. Keadilan distributif menyangkut pendapatan yang cukup layak bagi setiap orang. Menurut Gunardi Endro,<sup>153</sup> prinsip keadilan distributif menuntut struktur dan peraturan dibentuk sedemikian sehingga memperlakukan semua subjek secara sama atau proporsional (sebanding) dalam kaitannya dengan objek. Itulah sebabnya Aristoteles menyebut keadilan distributif sebagai suatu spesies dari kesebandingan.

Menurut Aristoteles sebagaimana dikutip oleh Munir Fuady,<sup>154</sup> keadilan distributif diartikan sebagai suatu tindakan memberikan setiap orang apa yang patut didapatnya atau yang sesuai dengan prestasinya, yang merupakan pekerjaan yang lebih banyak dilakukan oleh badan legislatif. Secara teoretis dapat dikatakan bahwa keadilan distributif sebenarnya merupakan tempat berpijak dari apa yang disebut dengan keadilan sosial. Konsep keadilan distributif sendiri pertama sekali dipopulerkan oleh filsuf besar Aristoteles. Menurut O. Noto Hamidjojo<sup>155</sup> *justitia distributif* adalah keadilan yang menyangkut perhubungan *publiekrechtelijk* dalam masyarakat negara. Keadilan ini dikenakan dalam pembagian bebanbeban sosial, fungsi-fungsi dan kehormatan publik. Ukuran untuk pembagiannya oleh negara kepada warga negara ialah proporsionalitas. Misalnya yang pandai dan cakap diangkat menjadi hakim, anggota pemerintah dan sebagainya sesuai dengan kecakapan dan jasanya.

<sup>153</sup> Gunardi Endro. *Redefinisi Bisnis Suatu Penggalan Etika Keutamaan Aristoteles*. 1 Jil. Jakarta: Pustaka : Binaman Pressindo, 1999, hlm. 153.

<sup>154</sup> Munir Fuady. *Dinamika Teori ...*, Op. Cit., hlm. 111.

<sup>155</sup> O. Noto Hamidjojo. *Soul-soul Pokok Filsafat Hukum*. Salatiga: Griya Media, 2011, hlm. 123. Dikatakan oleh Wirawan, *Konflik dan Manajemen Konflik: Teori, Aplikasi, dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010, hlm. 33, bahwa jika pembagian (barang dan jasa) oleh negara dilakukan secara tidak adil, maka konflik bisa timbul.

Bertolak dari adanya pembagian nikmat, beban dan fungsi sosial oleh negara inilah yang menurut Bur Rasuanto<sup>156</sup> dalam literatur, keadilan distributif sering juga disebut sebagai keadilan sosial. Meski istilah tersebut tidak keliru, tapi perlu diberi catatan bahwa keadilan sosial bukan sekadar masalah distribusi ekonomi saja, melainkan jauh lebih luas, mencakup keseluruhan dimensi moral dalam penataan politik, ekonomi, dan semua aspek kemasyarakatan yang lain. Masalah pokok keadilan sosial adalah pembagian nikmat dan beban dalam masyarakat yang oleh Brian Barry dirangkum dalam tiga kelompok, yaitu ekonomi (uang), politik (kuasa), dan sosial (status).

Kesalahan dengan menyamakan antara keadilan sosial dengan keadilan distributif ini juga dicermati oleh Suteki,<sup>157</sup> bahwa masih banyak orang mengartikan keadilan sosial sekadar keadilan distributif. Padahal, disitu terdapat perbedaan cukup mendasar antara keadilan sosial dengan keadilan distributif. Pada konteks keadilan distributif lebih banyak diartikan sebagai keadilan dalam pembagian harta masyarakat kepada individu atau kelompok. Sebaliknya, keadilan sosial dalam arti luas adalah sebuah keadaan yang memungkinkan setiap individu dan kelompok dalam masyarakat bisa berkembang maksimal. Perbedaan berikutnya, dalam keadilan distributif tekanan sangat dominan pada individu. Sebaliknya, dalam keadilan sosial tekanan individu diletakkan dalam dimensi sosial atau komunalnya.

Di samping jenis-jenis keadilan sebagaimana diuraikan di atas, keadilan juga dibedakan antara keadilan individual dan

<sup>156</sup> Bur Rasuanto, *Keadilan Sosial Pandangan Deontologis Rawls dan Habermas Dua Teori Filsafat Politik Modern*. Jakarta: PT. Gramedia Pusataka Utama, 2005, hlm. 6.

<sup>157</sup> Suteki, *Rekonstruksi Politik Hukum Hak Atas Air Pro Rakyat*. Malang: Surya Pena Gemilang, 2010, hlm. 20-21.

keadilan sosial.<sup>158</sup> K. Bertens<sup>159</sup> membedakan antara keadilan individual dan keadilan sosial, karena di dalam pelaksanaannya berbeda. Pelaksanaan keadilan individual tergantung pada kemauan atau keputusan satu orang (atau bisa juga beberapa orang) saja. Hal ini berbeda dalam pelaksanaan keadilan sosial, satu orang atau beberapa orang saja tidak berdaya. Pelaksanaan keadilan sosial tergantung dari struktur-struktur masyarakat di bidang sosial ekonomi, politik, budaya, dan sebagainya. Keadilan sosial tidak terlaksana kalau struktur-struktur masyarakat tidak memungkinkan.

Senada dengan pendapat K. Bertens, menurut Franz Magnis Suseno,<sup>160</sup> keadilan individual adalah keadilan yang tergantung dari kehendak baik atau buruk masing-masing individu. Pada sisi lain, yang dimaksud dengan keadilan sosial adalah keadilan yang pelaksanaannya tergantung dari struktur-struktur kekuasaan dalam masyarakat (politik, ekonomi, sosial, budaya, ideologi). Membangun keadilan sosial berarti menciptakan struktur yang memungkinkan pelaksanaan keadilan. Masalah keadilan sosial adalah bagaimana mengubah struktur-struktur kekuasaan yang seakan-akan sudah memastikan ketidakadilan. Sebaliknya, ketidakadilan sosial oleh Magnis Suseno dalam Budiono Kusumohamidjojo<sup>161</sup> disebutkan ketidakadilan struktural, karena ketidakadilan itu tidak terjadi karena lahir dari kebebasan

<sup>158</sup> Menurut Otono Rosadi. *Quo Vadis Hukum, Ekologi dan Keadilan Sosial dalam Perenungan Pemikiran (Filsafat) Hukum*. Yogyakarta: Thafa Media, 2012, hlm. 108, istilah keadilan sosial sebagai suatu frasa berasal dari terjemahan dari istilah Inggris *social justice*. Istilah ini pertama kali digunakan oleh seorang pendeta Sicilia, Luigi Taparelli d'Azeglio tahun 1840 dan dipopulerkan oleh Antonio Rosmini Serbati pada tahun 1848. John Stuart Mill menggunakannya 13 tahun kemudian.

<sup>159</sup> K. Bertens. *Pengantar Etika ...*, Op. Cit., hlm. 92.

<sup>160</sup> Franz Magnis Suseno. *Kuasa dan Moral*. Jakarta: Gramedia Pastaka Utama, 1995, hlm 44-45.

<sup>161</sup> Budiono Kusumohamidjojo. *Filsafat Hukum Problematik Ketertiban yang Adil*. Bandung: Mandar Maju, 2011, hlm. 151.

individual, melainkan karena paksaan struktural masyarakat yang merupakan kenyataan objektif. Masalah keadilan sosial adalah masalah ketidakadilan struktural (dan masalah struktural adalah masalah objektif).

Terkait dengan persoalan ketidakadilan sosial ini Budiono Kusumohamidjojo<sup>162</sup> mengatakan sejarah dunia memperlihatkan bahwa hukum positif pada umumnya tidak memadai untuk mengatasi ketidakadilan struktural. Faktor itulah juga yang mendorong Karl Marx menganjurkan revolusi proletar ketimbang mengusahakan keadilan struktural melalui proses legislasi. Logika dari Marx adalah tidak ada orang yang sudah hidup senang cenderung berbagi kesenangan dengan yang hidupnya tidak senang. Berbeda dengan pendapat Marx, Franz Magnis Suseno tidak menganjurkan revolusi untuk mengatasi ketidakadilan struktural, melainkan mendorong perjuangan kaum korban ketidakadilan struktural itu sendiri.

Masih menurut Franz Magnis Suseno<sup>163</sup> orang yang karena kemiskinannya tidak mendapat pendidikan yang baik, tentu sering akan diperlakukan dengan tidak adil. Seorang buta huruf secara struktural dalam masyarakat moderen tidak dapat berbuat apa-apa. Mengusahakan keadilan sosial dengan demikian berarti mengubah atau seperlunya membongkar struktur-struktur ekonomis, politis, sosial, budaya, dan ideologis yang menyebabkan segolongan orang tidak dapat memperoleh apa yang menjadi hak mereka atau tidak mendapat bagian yang wajar dari harta kekayaan dan hasil pekerjaan masyarakat sebagai keseluruhan.

Pada kenyataannya, pelaksanaan keadilan sering tidak hanya tergantung pada kewajiban, kehendak, kesadaran, serta kebaikan atau sikap kasihan dan karikatif dari individu yang disebut dengan keadilan individual, tetapi juga tergantung dari

<sup>162</sup> Budiono Kusumohamidjojo. *Filsafat Hukum ...*, *Ibid.*, hlm. 153.

<sup>163</sup> Franz Magnis Suseno. *Etika Politik ...*, *Op. Cit.*, hlm. 332.

struktur-struktur yang ada dalam masyarakat dan inilah yang disebut sebagai keadilan struktural. Sebagai keadilan struktural, maka di dalam upaya untuk mencapai keadilan sosial yang penting diperhatikan menurut A. Sonny Keraf<sup>164</sup> adalah perlunya perubahan atau pembangunan struktur sosial sedemikian rupa sehingga setiap anggota atau kelompok masyarakat memperoleh kemungkinan atau peluang yang optimal untuk mendapatkan apa yang menjadi haknya. Upaya yang perlu diusahakan adalah kemungkinan atau peluang yang seoptimal mungkin bagi semua orang. Meskipun demikian, dalam sistem yang membuka peluang yang sama itu, negara perlu memperhatikan secara khusus nasib dari kelompok masyarakat yang secara objektif lemah.

Mengacu pada pendapat di atas, maka Faturrochman<sup>165</sup> berpendapat bahwa keadilan sosial mempunyai dua sisi, yaitu objektif dan subjektif. Keadilan objektif berkaitan dengan kapasitas untuk menyesuaikan dengan standar normatif yang berlaku sehingga bias dan prasangka bisa direduksi seminimal mungkin. Di sini ketentuan distribusi ataupun prosedur sesuai dengan norma yang dapat diterima oleh semua pihak. Pada sisi lain, keadilan subjektif berkaitan dengan kapasitas distribusi ataupun prosedur untuk membangkitkan penilaian keadilan oleh pihak-pihak yang terkena norma tersebut. Pada sisi objektif keadilan diukur berdasarkan pada norma yang berlaku, sedang pada sisi subjektif prinsip keadilan dinilai menurut pendapat individu. Keduanya bersumber pada aspek yang lebih tinggi lagi, yaitu pada tatanan moral.

Keadilan sosial menurut Mubyarto<sup>166</sup> merupakan suatu keadaan suasana kehidupan masyarakat di mana setiap warganya

<sup>164</sup> A. Sonny Kerat. *Etika Bisnis ...*, Op. Cit., hlm. 104.

<sup>165</sup> Faturrochman. *Keadilan dalam Perspektif Psikologi*. Yogyakarta: Unit Publikasi Fakultas Psikologi UGM dengan Pustaka Pelajar, 2002, hlm. 21-22.

<sup>166</sup> Mubyarto. *Ekonomi Pancasila: Gagasan dan Kemungkinan*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia, 1993, hlm. 63.

merasa aman dan tenteram, lahir dan batin, karena prinsip-prinsip keadilan yang dianggap berlaku dan disetujui masyarakat yang bersangkutan, diakui dan dilaksanakan secara tertib oleh seluruh anggota masyarakat. Meskipun semua aspek keadilan (keadilan hukum, politik, sosial, dan ekonomi) dianggap sama-sama penting, namun kita merasakan adanya kaitan yang amat erat antara keadilan sosial dan keadilan ekonomi. Keadilan ekonomi yang berupa akses pada pemenuhan kebutuhan materi bagi suatu bangsa yang masih miskin dan terbelakang, jelas paling menonjol perannya. Keadilan ekonomi menyangkut masalah pembagian rezeki, yaitu pembagian pendapatan atau kekayaan di antara anggota-anggota masyarakat.

Penekanan pada aspek keadilan ekonomi di dalam keadilan sosial ini juga disampaikan oleh Drijarkara sebagaimana dikutip Slamet Sutrisno<sup>167</sup> yang menyatakan bahwa keadilan sosial adalah perikemanusiaan sepanjang dilaksanakan dalam satu bidang, yakni ekonomi atau penyelenggaraan perlengkapan dan syarat-syarat hidup kita sepanjang hidup itu tergantung dari barang-barang materiil. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Bagir Manan,<sup>168</sup> yang mengatakan bahwa keadilan sosial harus mencakup segala segi kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Namun harus diakui bahwa keadilan ekonomi merupakan faktor yang sangat menonjol dalam bentuk kewajiban negara dan pemerintah untuk mewujudkan kesejahteraan umum dan sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

<sup>167</sup> Slamet Sutrisno. *Filsafat dan Ideologi Pancasila*. Yogyakarta: Andi, 2006, hlm. 77.

<sup>168</sup> Bagir Manan. "Peranan Hukum dalam Pergeseran Nilai Sosial Budaya Masyarakat Memasuki Era Reformasi". Makalah. FISIP Unpad, 1999, hlm. 7.

## 5.2. Keadilan Sosial Berdasarkan Nilai-nilai Dasar Pancasila

Pemahaman terhadap keadilan tentu harus didasarkan pada pemahaman dan perasaan keadilan di mana masyarakat itu bermukim. Janedjri M Gaffar sebagaimana dikutip Umar Sholehudin<sup>166</sup> menyatakan dalam konteks Indonesia, keadilan yang dianut adalah keadilan sosial, yaitu keadilan bagi seluruh rakyat serta sesuai dengan konteks sosial masyarakat Indonesia. Keadilan sosial merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh bangsa Indonesia sebagaimana ditegaskan dalam penjelasan konstitusi UUD 1945 yang secara eksplisit menyebutkan tujuan negara "hendak mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat". Ini dapat berarti, keadilan sosial merupakan pegangang pokok yang harus menjadi acuan bagi setiap rezim politik yang memegang tampuk kekuasaan di bawah konstitusi tersebut.

Berdasarkan penjelasan UUD NRI 1945, Pembukaan UUD 1945 mengandung empat pokok pikiran. Menurut Yudi Latif,<sup>170</sup> dua dari empat pokok pikiran tersebut terkait dengan keadilan sosial. Pokok pikiran pertama menyatakan, "Negara yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dengan berdasar atas persatuan dengan mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia". Pokok pikiran ini mengandung pengertian bahwa persatuan nasional sebagai wahana untuk melindungi segenap bangsa dan tanah air mensyaratkan perwujudan keadilan sosial. Pokok pikiran kedua menyatakan, "Negara hendak mewujudkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia". Berdasarkan pokok pikiran ini, negara mengemban misi mewujudkan keadilan sosial sebagai basis legitimasinya.

Selain dalam konstitusi UUD 1945, istilah keadilan sosial bahkan merupakan istilah yang dipakai dalam sila kelima dari

<sup>166</sup> Umar Sholehudin, *Hukum dan Keadilan Masyarakat Perspektif Kajian Sosiologi Hukum*. Malang: Setara Press, 2011, hlm. 156-157.

<sup>170</sup> Yudi Latif, *Negara Puripurna ...*, Op. Cit., hlm. 534.

Pancasila, yaitu Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Menurut Suparnyo<sup>171</sup> keadilan sosial dalam sila kelima Pancasila mengandung arti bahwa keadilan sosial menghendaki adanya kemakmuran yang merata di antara seluruh, bukan merata yang statis, melainkan merata yang dinamis dan meningkat. Artinya, seluruh kekayaan alam Indonesia, seluruh potensi bangsa diolah bersama-sama menurut kemampuan dan bidang masing-masing, untuk kemudian dimanfaatkan bagi kebahagiaan yang sebesar-besarnya bagi seluruh rakyat.

Keadilan sosial menurut Ir. Soekarno<sup>172</sup> mengandung makna masyarakat adil dan makmur. Masyarakat yang digambarkan sebagai tata tentram kerta raharja. Masyarakat yang hidup tertib, adil dan makmur. Menurut Soekarno, keadilan sosial ialah suatu masyarakat atau sifat suatu masyarakat adil dan makmur, berbahagia buat semua orang, tidak ada penghinaan, tidak ada penindasan, tidak ada penghisapan..., semuanya berbahagia, cukup sandang, cukup pangan, "*gemah ripah loh jinawi, tata tentram kerta raharja*".

Sebagai pencetus Pancasila, cita-cita keadilan sosial pada Soekarno amat eksplisit. Menurut Bur Rasuanto,<sup>173</sup> paham keadilan sosial Bung Karno harus dimengerti sebagai paham seorang nasionalis yang dipengaruhi pemikiran Marxisme. Ia melihat akar dominasi Barat pada paham individualisme liberal yang politik

<sup>171</sup> Suparnyo. *Corporate Social Responsibility Teori dan Praktik*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2010, hlm. 193-194.

<sup>172</sup> Otono Rosadi. *Quo Vadis ...*, *Op. Cit.*, hlm. 109-110. Menurut A.M. Kadarman sebagaimana dikutip Trisoko S. "Corporate Social Responsibility, Perwujudan bisnis bermuatan Nilai-nilai Pancasila". <http://breath4justice.wordpress.com/2011/04/17/corporate-social-responsibility-perwujudan-bisnis-bermuatan-nilai-nilai-pancasila/>. Diakses tanggal 19 Januari 2012, Pukul 10.37 WIB, pelaksanaan asas keadilan sosial harus menghasilkan suasana kedamaian sosial, yaitu keadaan damai karena merasa diberlakukan secara adil.

<sup>173</sup> Bur Rasuanto. *Keadilan Sosial ...*, *Op. Cit.*, hlm. 206.

melahirkan demokrasi parlementer Barat, ekonomi melahirkan kapitalisme, yang kemudian menurunkan imperialisme atau kolonialisme. Keadilan sosial inilah protes kita yang paling hebat kepada dasar individualisme, kata Soekarno dalam pidatonya kelak di muka sidang BPUPKI di tahun 1945.

Gambaran negara berkeadilan sosial atau sosialisme Soekarno, yaitu negara yang di dalamnya tiada eksploitasi manusia oleh manusia, tiada eksploitasi pula manusia oleh negara, tiada kapitalisme, tiada kemiskinan, tiada perbudakan, tiada wanita yang setengah mati sengsara karena memikul beban yang dobel ...<sup>174</sup> Gambaran tentang negara berkeadilan sosial yang dikemukakan oleh Soekarno ini tidak jauh beda dengan arti dan makna dari sila Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia dalam Pancasila yang disampaikan oleh Retno, yaitu:<sup>175</sup>

1. Kemakmuran yang merata bagi seluruh rakyat dalam arti dinamis dan meningkat.
2. Seluruh kekayaan alam dan sebagainya dipergunakan bagi kebahagiaan bersama menurut potensi masing-masing.
3. Melindungi yang lemah agar kelompok warga masyarakat dapat bekerja sesuai dengan bidangnya.

Penerimaan Pancasila menjadi milik bersama sebagai dasar negara membawa konsekuensi diterima dan berlakunya kaidah-kaidah penuntun dalam pembuatan kebijakan negara terutama

<sup>174</sup> Bur Rasuanto. *Keadilan Sosial ...*, *Ibid.*, hlm. 208.

<sup>175</sup> Retno. "Makna Sila-Sila Pancasila". <http://khazanna032.wordpress.com/2009/07/16/makna-sila-sila-pancasila/> Diakses tanggal 1 Mei 2012, pukul 20.36 WIB. Ditinjau dari perspektif hukum, menurut Muhamad Erwin. *Filsafat Hukum Refleksi Kritis Terhadap Hukum*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011, hlm. 286-287, sila keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia memiliki cita hukum (*rechtsidee*) bahwa keadaan yang dihadirkan oleh hukum Indonesia itu hendaknya dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia termasuk kepada anak-anak, perempuan, penyandang cacat, masyarakat suku terasing, pembela HAM dan para pengungsi.

dalam politik hukum nasional. Menurut Agus Wahyudi,<sup>176</sup> dari Pancasila dasar negara itu lahir sekurang-kurangnya empat kaidah penuntun dalam pembuatan politik hukum atau kebijakan negara lainnya.

*Pertama*, kebijakan umum dan politik hukum harus tetap menjaga integrasi atau keutuhan bangsa baik secara ideologi maupun secara teritori.

*Kedua*, kebijakan umum dan politik hukum haruslah didasarkan pada upaya membangun demokrasi (keadaulatan rakyat) dan nomokrasi (negara hukum) sekaligus.

*Ketiga*, kebijakan umum dan politik hukum haruslah didasarkan pada upaya membangun keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Indonesia bukanlah penganut liberalisme, tetapi secara ideologis menganut prisma antara individualisme dan kolektivisme dengan titik berat pada kesejahteraan umum dan keadilan sosial. Itulah sebabnya dalam pembangunan sosial dan ekonomi kita menganut ekonomi kerakyatan, kebersamaan, gotong royong, dan toleransi sebagaimana ditegaskan prinsipnya di dalam Pasal 33 dan 34 UUD 1945. Keadilan sosial adalah keadilan yang diciptakan melalui penciptaan struktur-struktur yang adil oleh negara sehingga kesenjangan antara yang kuat dan yang lemah mengecil secara terus menerus.

*Keempat*, kebijakan umum dan politik hukum haruslah didasarkan pada prinsip toleransi beragama yang berkeadaban.

Bertolak dari keempat kaidah penuntun dalam pembuatan politik hukum dan kebijakan negara di atas dapat dinyatakan bahwa dalam membicarakan masalah keadilan sosial sebagai tujuan

---

<sup>176</sup> Agus Wahyudi, *et. al.* (Ed). *Proceeding Kongres Pancasila: Pancasila dalam Berbagai Perspektif*. Jakarta : Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi, 2009, hlm. 31-32. Penjelasan tentang hal ini juga dapat ditemukan dalam Moh. Mahfud MD. *Membangun Politik Hukum, Menegakkan Konstitusi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010, hlm. 55. Lihat juga Moh. Mahfud MD. *Konstitusi dan Hukum dalam Kontroversi Isu*. Jakarta : Rajawali Pers, 2010, hlm. 26-28.

negara tidak bisa melepaskan dari keterkaitannya dengan keberadaan hukum. Moh. Mahfud MD<sup>177</sup> menyatakan bahwa di sini hukum diposisikan sebagai alat untuk mencapai tujuan negara. Dasar pemikiran seperti ini didasarkan pada kenyataan bahwa negara kita mempunyai tujuan yang harus dicapai dan upaya untuk mencapai tujuan itu dilakukan dengan menggunakan hukum sebagai alatnya melalui pemberlakuan atau penidakberlakuan hukum-hukum sesuai dengan tahapan-tahapan perkembangan yang dihadapi oleh masyarakat dan negara kita.

Oleh karena itu, menurut Benard L. Tanya sebagaimana dikutip Otong Rosadi,<sup>178</sup> keadilan sosial yang dipesankan oleh Pancasila, baik sebagai cita hukum (*rechtsidee*) dan norma fundamental negara (*staatsfundamentalnorm*) harus menjadi batu uji bagi pembentukan instrumen hukum di Indonesia untuk mencapai tujuan negara yang dicita-citakan. Hukum harus membuka jalan bahkan menjamin terciptanya keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Jadi baik sebagai cita hukum dan norma fundamental negara, Pancasila harus menjadi pedoman, pengarah, acuan nilai dalam pembaharuan (sistem) hukum.

<sup>177</sup> Moh. Mahfud MD. *Politik Hukum di Indonesia*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010, hlm. 2-3. Menurut Radbruch sebagaimana dikutip Bernard L. Tanya, Yoan N. Simanjuntak, dan Markus Y. Hage, *Teori Hukum Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang dan Generasi*. Surabaya: CV Kita, 2007, hlm.151, hukum sebagai pengemban nilai keadilan menjadi ukuran menjadi adil tidak adilnya tata hukum. Tidak hanya itu, nilai keadilan juga menjadi dasar dari hukum sebagai hukum.

<sup>178</sup> Otong Rosadi. *Quo Vadis ... Op. Cit.*, hlm. 45. B.Arief Sidharta. *Ilmu Hukum Indonesia*. Bandung : Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan, 2010, hlm. 85, dalam hal ini menjelaskan bahwa cita hukum Pancasila yang berakar dalam pandangan hidup Pancasila, dengan sendirinya akan mencerminkan tujuan menegara dan nilai-nilai dasar yang secara formal dicantumkan dalam Pembukaan, khususnya dalam rumusan lima dasar kefilosofan negara, dan dijabarkan lebih lanjut dalam pasal-pasal Batang Tubuh Undang-Undang Dasar 1945 tersebut.

Menurut Ria Casmi Arrsa<sup>179</sup> penempatan Pancasila sebagai *Staatsfundamentalnorm* pertama kali disampaikan oleh Notonagoro. Pancasila dilihat sebagai cita hukum (*rechtsidee*) merupakan bintang pemandu. Posisi ini mengharuskan pembentukan hukum positif adalah untuk mencapai ide-ide dalam Pancasila, serta dapat digunakan untuk menguji hukum positif. Ditetapkannya Pancasila sebagai *staatsfundamentalnorm*, maka pembentukan hukum, penetapan, dan pelaksanaannya tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai Pancasila. Pendapat ini sama dengan apa yang dinyatakan oleh Zainuddin Ali,<sup>180</sup> bahwa Pancasila sebagai asas dan cita hukum (*rechtsidee*) menjadi bintang pemandu (*leitstern*) bagi UUD 1945, bagi undang-undang, dan bagi peraturan perundang-undangan lainnya.

Sebagai sumber hukum tertinggi, maka berdasarkan teori *Stufenbau* Hans Kelsen kedudukan Pancasila diposisikan sebagai norma dasar atau *grundnorm*. Menurut Kelsen sebagaimana dikutip Marsillam Simanjuntak,<sup>181</sup> *grundnorm* adalah suatu hipotesis awal yang tidak bisa tidak harus lebih dulu diasumsikan adanya untuk bisa menerima sahnya (*validitas*) norma positif lainnya. Suatu *grundnorm* adalah suatu norma yang tidak dapat dideduksikan lagi dari sumber lainnya, suatu norma awal yang keberadaannya dan kesahannya diasumsikan (*vorausgesetzte* atau *presupposed*), dan bukan merupakan bagian dari hukum positif, tetapi merupakan sumber (yang berada di luar) dari hukum positif.

<sup>179</sup> Ria Casmi Arrsa. *Deideologi Pancasila (Analisis Kritis Perspektif Sejarah Hukum Ketatanegaraan Indonesia)*. Malang: UB Press, 2011, hlm. 117.

<sup>180</sup> Zainuddin Ali. *Filsafat Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2006, hlm. 124. Sidharta dalam Anthon F. Susanto. *Ilmu Hukum Non Sistematika Fondasi Filsafat Pengembangan Ilmu Hukum Indonesia*. Yogyakarta: Genta Publishing, 2010, hlm 294-295, menjelaskan bahwa Pancasila menjadi bintang pemandu atau *leitstern*, yang lapisan-lapisan materinya berisi substansi hukum dan tiang kerangkanya adalah budaya hukum.

<sup>181</sup> Marsilam Simanjuntak. *Negara Integralistik*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1994, hlm. 26-31.

Menurut Kelsen, suatu kaidah hukum baru memiliki keberlakuannya jika kaidah itu berlandaskan pada suatu kaidah hukum yang lebih tinggi. Pada hukum muncul gambaran suatu sistem sebagai suatu penataan hierarkhis kaidah-kaidah hukum. Hierarkhi peraturan yang demikian disebut *stufenbau*. Penataan itu menemukan titik akhirnya dalam apa yang dinamakan "*Grundnorm*", kaidah basis yang tidak dilandaskan pada kaidah yang lebih tinggi. *Grundnorm* ini berada di luar sistem hukum, sehingga keberlakuannya harus diandaikan.<sup>182</sup> *Grundnorm* tidak ada yang menetapkan melainkan diandaikan sehingga ia tidak memerlukan landasan hukum. *Grundnorm* sebagai kaidah tertinggi berada di luar dan melandasi sistem hukum positif.<sup>183</sup>

Mengusahakan keadilan sosial merupakan salah satu kewajiban negara yang paling fundamental. Bagir Manan<sup>184</sup> mengatakan, bahwa bila ditinjau dari konsep negara kesejahteraan (*welfare state*), negara tidak semata-mata sebagai penjaga keamanan dan ketertiban masyarakat, tetapi juga sebagai pemikul utama tanggung jawab mewujudkan keadilan sosial, kesejahteraan umum, dan sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Pada negara hukum modern hak asasi sosial berkaitan dengan aspek sosial ekonomi. Abrar Saleng<sup>185</sup> sendiri menyatakan bahwa hal yang esensial dalam aspek sosial ekonomi adalah persoalan keadilan sosial (*social justice*) dan kesejahteraan masyarakat.

<sup>182</sup> J.J.H. Bruggink. *Rechtsreflecties* atau *Refleksi Tentang Hukum Pengertian-pengertian Dasar dalam Teori Hukum* (Terj. B. Arief Sidharta). Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2011, hlm. 151. Lihat juga Bernand L. Tanya. *Politik Hukum ...*. Op. Cit., hlm. 92. Bandingkan pula dengan Hans Kelsen. *Essay in Legal and Moral Philosophy, atau Hukum dan Logika*. Terj. B. Arief Sidharta, Bandung: Alumni, 2006, hlm. x.

<sup>183</sup> Widodo Dwi Patro, *Kritik Terhadap Paradigma Positivisme Hukum*. Yogyakarta: Genta Publishing, 2011, hlm. 44. Lihat juga Maria Farida Indrati S. *Ilmu Perundang-undangan: Jenis, Fungsi, dan Materi Muatan*. Jld 1. Yogyakarta: Kanisius, 2007, hlm. 46.

<sup>184</sup> Bagir Manan. *Politik Perundang-undangan dalam Rangka Mengantisipasi Liberalisasi Perekonomian*. Bandar Lampung: FH Unila, 1996, hlm. 15-16.

<sup>185</sup> Abrar Saleng. *Hukum Pertambangan*. Yogyakarta: UII Press, 2004, hlm. 15.

Sebenarnya adanya keterkaitan antara keadilan sosial dengan kesejahteraan masyarakat ini juga telah lama disampaikan oleh Soekarno. Menurut Djoko Dwiyanto dan Ignas G. Saksono,<sup>186</sup> dalam naskah pidato si depan Sidang Umum PBB, Soekarno mengatakan bahwa keadilan sosial punya rangkaian dengan kemakmuran sosial, karena ia menganggap kedua hal ini tidak dapat dipisah-pisahkan. Benar kata Bung Karno, hanya suatu masyarakat dapat merupakan masyarakat yang adil, meskipun kemakmuran itu sendiri bisa bersemayam dalam ketidakadilan sosial.

Komitmen keadilan menurut alam pemikiran Pancasila berdimensi luas. Menurut Yudi Latif,<sup>187</sup> peran negara dalam perwujudan keadilan sosial, setidaknya ada dalam kerangka: 1. Perwujudan relasi yang adil di semua tingkat sistem (kemasyarakatan), 2. Pengembangan struktur yang menyediakan kesetaraan kesempatan, 3. Proses fasilitasi akses atas informasi yang diperlukan, layanan yang diperlukan, dan sumber daya yang diperlukan, dan 4. Dukungan atas partisipasi bermakna atas pengambilan keputusan bagi semua orang. Yang dituju dari gagasan keadilan ini juga tidak terbatas pada pemenuhan kesejahteraan yang bersifat ekonomis, tetapi juga terkait dengan usaha emansipasi dalam rangka pembebasan manusia dari pemberhalaan terhadap benda, pemuliaan martabat kemanusiaan, pemupukan solidaritas kebangsaan, dan penguatan daulat rakyat.

Membangun dan mengembangkan keadilan sosial pada dasarnya membangun dan mengembangkan nilai-nilai keadilan yang dalam konteks Indonesia berdasarkan nilai-nilai dasar Pancasila. Suteki<sup>188</sup> dalam hal ini menyatakan, bahwa apabila

<sup>186</sup> Djoko Dwiyanto dan Ignas G. Saksono. *Ekonomi (Sosial) Pancasila Vs Kapitalisme: Nilai-nilai Tradisional dan Non-Tradisional dalam Pancasila*. Yogyakarta: Keluarga Besar Marhenisme DIY, 2011, hlm. 89.

<sup>187</sup> Yudi Latif. *Negara Paripurna ...*, Op. Cit., hlm. 585-586.

<sup>188</sup> Suteki. *Rekonstruksi Politik ...*, Op. Cit., hlm. 19.

ditelusuri makna nilai keadilan sosial bersama nilai-nilai dasar Pancasila, maka nilai keadilan sosial merupakan salah satu nilai yang dijadikan tujuan dari sebuah sistem nilai. Pancasila memiliki nilai-nilai dasar yang bersifat universal dan tetap. Nilai-nilai itu tersusun secara hierarkis dan piramidal. Apabila ditinjau dari stratifikasi nilai dasar Pancasila, nilai keadilan sosial merupakan nilai puncak piramida dari sistem nilai Pancasila.

Posisi puncak nilai keadilan sosial dalam piramida sistem nilai Pancasila di atas juga tersirat dari pendapat Darji Darmodiharjo<sup>100</sup> yang menyatakan, bahwa sila keadilan sosial adalah tujuan dari empat sila yang mendahuluinya, merupakan tujuan bangsa Indonesia dalam bernegara yang perwujudannya ialah tata masyarakat adil makmur berdasarkan Pancasila. Dikatakan selanjutnya, dalam sila kelima yang berbunyi keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia, terkandung nilai keadilan sosial, antara lain:

- a. Perwujudan keadilan sosial dalam kehidupan sosial atau kemasyarakatan meliputi seluruh rakyat Indonesia;
- b. Keadilan dalam kehidupan sosial terutama meliputi bidang-bidang ideologi, politik, ekonomi, sosial, kebudayaan, dan pertahanan keamanan nasional (Ipoleksosbudhankamnas);
- c. Cita-cita masyarakat adil makmur, material, dan spiritual yang merata bagi seluruh rakyat Indonesia;
- d. Keseimbangan antara hak dan kewajiban, dan menghormati hak orang lain;
- e. Cinta akan kemajuan dan pembangunan;
- f. Nilai sila kelima ini diliputi dan dijiwai sila-sila 1, 2, 3, dan 4.

Nilai keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia mengandung makna sebagai dasar sekaligus tujuan, yaitu tercapainya masyarakat Indonesia yang adil dan makmur secara

<sup>100</sup> Darji Darmodiharjo, *et. al. Santiaji Pancasila*. Surabaya: Usaha Nasional, 1991, hlm. 46 dan 54.

lahiriah dan batiniah. Menurut Agus Arijanto,<sup>190</sup> nilai-nilai dasar itu sifatnya abstrak dan normatif, oleh karena itu isinya belum dapat dioperasionalkan. Agar dapat bersifat operasional dan eksplisit, perlu dijabarkan ke dalam nilai instrumental. Contoh nilai instrumental tersebut adalah UUD 1945 dan peraturan perundang-undangan lainnya.

Menurut Manuel Kaisiepo<sup>191</sup> dalam UUD 1945 terdapat tiga pasal yang menyangkut kesejahteraan dan keadilan sosial, baik yang berupa hak warga negara maupun kewajiban negara terhadap warganya (Pasal 27 ayat (2), Pasal 33, dan Pasal 34). Pasal 27 ayat (2) menegaskan bahwa tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan. Pasal 33 dengan jelas mengatur corak perekonomian Indonesia seperti telah umum diketahui, dan Pasal 34 menekankan bahwa fakir miskin dan anak-anak terlantar dipelihara oleh negara. Secara lengkap bunyi Pasal 33 dan Pasal 34 UUD 1945 adalah sebagai berikut:

#### Pasal 33

- (1) Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.
- (2) Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara.
- (3) Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat.
- (4) Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.

<sup>190</sup> Agus Arijanto. *Etika Bisnis ...*, Op. Cit., hlm. 177.

<sup>191</sup> Irfan Nasution dan Ronny Agustinus (Peny). *Restorasi Pancasila: Mendamaikan Politik Identitas dan Modernitas*. Jakarta: Brighten Press, 2006, hlm. 191-192.

- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan pasal ini diatur dalam undang-undang.

Terhadap ketentuan Pasal 33 ayat (3) di atas, MK<sup>192</sup> mempertegas arti “untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat” yaitu berdasar empat tolok ukur: (1) Kemanfaatan sumber daya alam bagi rakyat; (2) Tingkat pemerataan sumber daya alam bagi rakyat; (3) Tingkat partisipasi rakyat dalam menentukan manfaat sumber daya alam; dan (4) Penghormatan terhadap hak rakyat secara turun menurun, (artinya subjek hukum perorangan dan swasta dihapuskan). Pengertian “untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat” seperti di atas yang pasti dapat menjadi tolok ukur terhadap konstitusionalitas produk-produk legislasi lain, baik di Pusat maupun di daerah.

Penjelasan terhadap ketentuan Pasal 33 ayat (4) menurut Sri Edi Swasono,<sup>193</sup> dengan perkataan “efisiensi berkeadilan” itu, maka “efisiensi” tertransformasi dari nilai ekonomi-sentris (neoklasikal liberal) menjadi “efisiensi-sosial” sebagai nilai sosial-ekonomi yang lebih luas, ke arah orientasi dan makna *social justice* dan *social welfare*, yang terkait langsung dengan makna Sila “Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia”.

#### Pasal 34

- (1) Fakir miskin dan anak-anak terlantar dipelihara oleh negara.
- (2) Negara mengembangkan sistim jaminan sosial bagi seluruh rakyat dan memberdayakan masyarakat yang lemah dan tidak mampu sesuai dengan martabat kemanusiaan.

<sup>192</sup>Lihat Sri Edi Swasono, “Pancasila, Pasal 33 UUD 1945, Menolak Neoliberalisme: Nasionalisme, Globalisasi, dan Ekonomi Rakyat”. Makalah Bahan Ceramah untuk BEM Universitas Diponegoro. Semarang 21 September 2013, hlm. 24.

<sup>193</sup> Sri Edi Swasono, “Pancasila dan Tanggungjawab Intelektual Kita: Pendekatan Teoritis, Akademis, dan Ideologis”. Makalah dalam Kongres Pancasila V 2013. UGM Yogyakarta 31 Mei-1 Juni 2013, hlm. 20.

- (3) Negara bertanggungjawab atas penyediaan fasilitas pelayanan kesehatan dan fasilitas pelayanan umum yang layak.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan pasal ini diatur dalam undang-undang.

Dengan dituangkannya ke dalam pasal-pasal UUD 1945 berarti keadilan sosial sebagai ketentuan-ketentuan dasar yang menjadi tuntutan sosial konstitusional yang wajib diusahakan oleh rakyat dan pemerintah. Kita akan melihat bahwa ketentuan wajib ini merupakan puncak perkembangan kesadaran sosial bangsa kita yang memahkotai perjuangan untuk merdeka.

Menurut Suteki,<sup>194</sup> sebenarnya bangsa Indonesia telah memiliki pedoman bagaimana melaksanakan keadilan sosial, khususnya sila "Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia". Makna keadilan pada sila kelima Pancasila memiliki pengertian makna ekonomis yang lebih tajam dibandingkan keadilan pada sila kedua yang lebih bernuansa spiritual. Pada saat merumuskan UUD NRI 1945, *founding fathers* telah meletakkan makna keadilan sosial itu antara lain dengan memerincinya dalam Pasal 33 UUD NRI 1945. Kemudian pada tahun 1978 dengan Tap MPR No. II Tahun 1978 tentang Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila,<sup>195</sup> bangsa Indonesia sebenarnya dapat mengetahui bagaimana secara minimal kita memaknai sekaligus melaksanakan sila-sila Pancasila melalui 36 butir Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila (P4) atau dikenal Eka Prasetya Pancakarsa meskipun masih sebatas pada tataran ideologis. Khusus sila keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia dilaksanakan dengan mengacu pada 11 butir pengamalan sebagai pedoman praktis di dalam pelaksanaannya, yaitu:

<sup>194</sup> Suteki, *Rekonstruksi Politik ... Op. Cit.*, hlm. 22.

<sup>195</sup> Pada tahun 1998, Tap MPR No. II Tahun 1978 tentang Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila telah dicabut berdasarkan Tap MPR No. XVIII Tahun 1998.

1. Mengembangkan perbuatan yang luhur, yang mencerminkan sikap dan suasana kekeluargaan dan kegotongroyongan.
2. Mengembangkan sikap adil terhadap sesama.
3. Menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban.
4. Menghormati hak orang lain.
5. Suka memberi pertolongan kepada orang lain agar dapat berdiri sendiri.
6. Tidak menggunakan hak milik untuk usaha-usaha yang bersifat pemerasan terhadap orang lain.
7. Tidak menggunakan hak milik untuk hal-hal yang bersifat pemborosan dan gaya hidup mewah.
8. Tidak menggunakan hak milik untuk bertentangan dengan atau merugikan kepentingan umum.
9. Suka bekerja keras.
10. Suka menghargai hasil karya orang lain yang bermanfaat bagi kemajuan dan kesejahteraan bersama.
11. Suka melakukan kegiatan dalam rangka mewujudkan kemajuan yang merata dan berkeadilan sosial.

Berdasarkan Ketetapan MPR No. II/MPR/1978 tentang Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila (Ekaprasetia Pancakarsa) ini, maka di dalam pengamalan Sila Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia, manusia Indonesia diharapkan menyadari akan hak dan kewajiban yang sama untuk menciptakan keadilan sosial dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Terkait dengan hal ini dikembangkanlah perbuatan yang luhur yang mencerminkan sikap dan suasana kekeluargaan dan kegotongroyongan. Di sini perlu dikembangkan sikap adil terhadap sesama, menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban serta menghormati hak-hak orang lain.

Sebagaimana telah dinyatakan sebelumnya bahwa meskipun semua aspek keadilan itu penting, namun kita merasakan adanya kaitan yang erat antara keadilan sosial dengan keadilan di bidang ekonomi. Mengkaji keadilan ekonomi sebagai bagian penting dari keadilan sosial tidak terlepas dari penyelenggaraan

kebutuhan hidup terhadap barang-barang materiil, yang di dalamnya mencakup penggunaan kekayaan alam dan perlindungan bagi yang lemah guna mencapai kemakmuran atau kesejahteraan bersama. Keadilan ekonomi kondisi di mana mana setiap bagian masyarakat bisa tercukupi kebutuhan materiilnya secara adil dan makmur. Pada konteks tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), upaya yang dilakukan untuk mencapai kondisi di atas diperlukan adanya program-program yang di dalamnya ada aspek pemberdayaan ekonomi masyarakat, kemitraan usaha, dan program yang dilaksanakan secara berkelanjutan. Melalui program-program tersebut diharapkan kesejahteraan sebagaimana yang dicita-citakan dalam keadilan ekonomi akan dapat terwujud.

### 5.3. Elemen Strategis Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Mewujudkan Keadilan Sosial

Sesuai dengan sila kelima dari Pancasila, yaitu "Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia", maka pembangunan Indonesia bertujuan untuk mencapai masyarakat yang adil dan makmur. Ditinjau dari perspektif negara kesejahteraan, mengusahakan keadilan sosial merupakan salah satu kewajiban negara yang paling fundamental.<sup>196</sup> Meskipun demikian, ini bukan berarti upaya mencapai keadilan sosial hanya menjadi monopoli urusan dan tanggung jawab negara semata tanpa melibatkan peran dari unsur lain seperti swasta (dunia usaha) dan masyarakat itu sendiri sebagai sasarannya.

Negara, pelaku bisnis, dan masyarakat merupakan unsur atau komponen yang sangat penting di dalam proses pembangunan

---

<sup>196</sup> Menurut Francis Fukuyama, *Memperkuat Peran Negara*. Jakarta: Gramedia, 2005, hlm. 9, upaya menciptakan keadilan sosial mewajibkan kepada negara untuk melindungi kaum miskin, mengadakan program anti kemiskinan, bantuan bencana, menyediakan asuransi sosial, redistribusi dana pensiun, memberi keringanan pada keluarga, asuransi pengangguran, dan redistribusi aset.

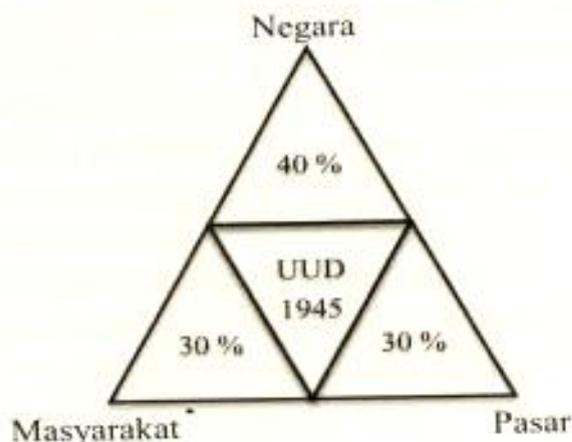
guna mencapai tujuan nasional, yaitu masyarakat yang adil dan makmur. Karena itu, menurut Jimly Asshiddiqie<sup>197</sup> hubungan triadik di antara negara (*state*), masyarakat (*civil society*), dan pasar (*market*) itu harus dibangun secara seimbang. Ketiga-tiganya harus sama-sama diperkuat dan diberdayakan di bawah payung kontrak sosial UUD negara. Melalui upaya tersebut, ketiganya dapat sama-sama kuat dan efektif dalam mengembangkan kualitas kehidupan kolektif dan peradaban bangsa kita. Secara fungsional, negara, masyarakat, dan pasar haruslah sama-sama berperan sesuai dengan kedudukan dan fungsinya masing-masing.

Jika digambarkan,<sup>198</sup> peranan ketiga ranah negara, masyarakat, pasar itu dalam membangun peradaban suatu bangsa dapat dibagi masing-masing 40, 30, dan 30 persen. Sumbangan pasar (*market*) dan masyarakat (*civil society*) dalam proses pemajuan peradaban sama-sama 30 persen. Namun, yang mengambil peran sebagai dirigen dalam suatu koor adalah negara yang untuk itu memiliki kelebihan 10 persen dibandingkan dengan masyarakat dan pasar, sehingga perannya menjadi 40 persen. Di luar perannya sebagai dirigen, porsi peran negara, masyarakat, dan pasar dalam kehidupan bersama masing-masing adalah sepertiga. Karena itu, kemajuan suatu bangsa tidak dapat dicapai dengan hanya mengandalkan peran negara saja, masyarakat saja, atau pun dunia usaha saja. Ketiganya harus berada dalam keseimbangan dan bersifat saling menunjang satu sama lain.

<sup>197</sup> Jimly Asshiddiqie. *Konstitusi Ekonomi ...*, Op. Cit., hlm. 377.

<sup>198</sup> Jimly Asshiddiqie. *Konstitusi Ekonomi ...*, *Ibid.*, hlm. 378.

## Ragaan 4. Peranan Negara, Masyarakat, dan Pasar



Sumber: Dikutip dari Jimly Asshiddiqie. *Konstitusi Ekonomi*. Jakarta: Kompas, 2010, hlm. 377.

Jika dikaitkan dengan kerangka tanggung jawab sosial, gambaran di atas sesuai dengan apa yang dikatakan oleh A Sonny Keraf,<sup>199</sup> bahwa para praktisi bisnis mempunyai peranan yang juga tidak kalah pentingnya dengan negara untuk ikut memperhatikan kepentingan pihak yang lemah. Para praktisi bisnis mempunyai kepentingan langsung untuk membangun struktur sosial sedemikian rupa sehingga semua pihak dapat memperoleh apa yang menjadi haknya. Misalnya, memperluas lapangan kerja, memberikan iklim kerja yang baik, menciptakan iklim berusaha yang saling menguntungkan dengan kelompok kecil dan lemah, membuka kesempatan pendidikan dan latihan bagi tenaga-tenaga tidak terdidik dan tidak terampil, dan sebagainya.

Bertolak dari peranan masing-masing unsur di dalam proses pembangunan tersebut, maka semakin mempertegas bahwa dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan, korporasi tidak hanya dituntut untuk sekedar menjalankan program-program CSR yang

<sup>199</sup> A. Sonny Keraf. *Etika Bisnis ...*, Op. Cit., hlm. 105.

bersifat karikatif dan temporer atau sesaat semata. Di sini, dalam upaya untuk mencapai harapan masyarakat yang adil dan makmur, perusahaan dituntut untuk melaksanakan program-program CSR-nya yang di dalamnya juga memperhatikan aspek-aspek lain, yaitu pemberdayaan masyarakat, kemitraan, dan program yang berkelanjutan sebagai elemen penting dan strategis di dalam tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Totok Mardikanto,<sup>200</sup> kegiatan CSR sesungguhnya merupakan salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan/korporat. CSR bukan sekedar kegiatan filantrophy atau kegiatan karikatif yang sering dimaknai sebagai biaya sosial (*social cost*), tetapi merupakan investasi sosial (*social investment*) untuk memberdayakan masyarakat, yang pada saatnya akan memberikan manfaat tidak hanya bagi masyarakat itu sendiri, tetapi juga pada korporat/perusahaan yang melakukannya.

Menurut Mella Ismelina Farma Rahayu,<sup>201</sup> secara etimologis, pemberdayaan berasal dari kata dasar “daya” yang berarti kekuatan atau kemampuan. Bertolak dari pengertian tersebut, maka

<sup>200</sup> Totok Mardikanto. “Pengembangan CSR/PK-BL Berbasis Penyuluhan/Pemberdayaan Masyarakat”. *Majalah Bisnis & CSR Edisi Khusus 40 Tahun Prof. Dr. Totok Mardikanto M.S. Menjadi Penyuluh*. Januari 2009, hlm. 222.

<sup>201</sup> Mella Ismelina Farma Rahayu. “Upaya Pragmatis Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup”. Makalah dalam Seminar Legal Hermeneutics sebagai Alternatif Kajian Hukum, di FH Undip Semarang, tanggal 24 Nopember 2007, hlm. 4. Hal ini selaras dengan pendapat Soetomo. *Pemberdayaan Masyarakat Mungkinkah Muncul Antitesisnya ?* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011, hlm. 88, yang menyatakan bahwa unsur utama dari proses pemberdayaan masyarakat adalah pemberian kewenangan dan pengembangan kapasitas masyarakat. Menurut Suharto dalam Joko Prastowo dan Miftachul Huda. *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 77, istilah pengembangan atau pemberdayaan, sebenarnya secara akademik punya substansi yang sama. Ada beberapa frasa lain yang digunakan untuk merujuk pemberdayaan masyarakat namun mempunyai makna yang kurang lebih sama: *community organizing (CO)*, *community work*, *community building*, *community capacity building*, *community development (comdev)*, *community participation*, *ecologically sustainable development*, *community economic development*, *asset-based community development*, *fath-based community development*, *political participatory development*, dan *social capital formation*.

pemberdayaan dapat dimaknai sebagai suatu proses menuju berdaya, atau proses untuk memperoleh daya, kekuatan atau kemampuan dari pihak yang memiliki daya kepada pihak yang kurang atau belum berdaya. Pemberdayaan masyarakat dengan demikian mengandung pengertian pengembangan masyarakat dari keadaan tidak atau kurang berdaya menjadi mempunyai atau memiliki daya guna mencapai kehidupan yang lebih baik.

*Community development* pada hakikatnya merupakan suatu proses adaptasi sosial budaya yang dilakukan oleh industri, pemerintah pusat dan daerah terhadap kehidupan komunitas lokal.<sup>202</sup> Tujuan utama pemberdayaan masyarakat/ komunitas atau *comdev* adalah bukan sekedar membantu atau memberi barang kepada si penerima, melainkan berusaha agar si penerima memiliki kemampuan atau kapasitas untuk mampu menolong dirinya sendiri.<sup>203</sup> *Comdev* ini diyakini merupakan sebuah aktualisasi dari CSR yang lebih bermakna daripada hanya sekedar aktivitas *charity*. Hal ini disebabkan dalam pelaksanaan *comdev* terdapat kolaborasi kepentingan bersama antara perusahaan dengan komunitas, adanya partisipasi, produktivitas dan keberlanjutan.<sup>204</sup>

Berdasarkan pendapat-pendapat di atas nampak bahwa kata pemberdayaan mempunyai maksud dan tujuan yang lebih hakiki atau mendalam, yakni mempunyai arah ke suatu proses pemampuan (menjadi mampu), serta lebih memberikan peran atau fungsi yang lebih besar kepada masyarakat. Berbeda dengan kegiatan karitatif yang menunjukkan adanya hubungan patron-klien yang tidak seimbang atau subordinatif, maka pemberdayaan masyarakat dalam program *comdev* didasari oleh pendekatan yang partisipatoris, humanis dan emansipatoris. Proses pemberdayaan mengubah pola relasi lama subjek-objek menjadi subjek-subjek

<sup>202</sup> Bambang Rudito dan Melia Famiola. *Etika Bisnis ...*, Op. Cit., hlm. 234.

<sup>203</sup> Edi Suharto. *Pekerjaan Sosial ...*, Op. Cit., hlm. 112.

<sup>204</sup> Jackie Ambadar. *CSR dalam ...*, Op. Cit., hlm. 34.

sebagai prasyarat krusial dalam mewujudkan makna pemberdayaan secara utuh. Ditinjau dari konteks CSR, korporasi diajak untuk ikut serta secara aktif mengambil bagian dalam peningkatan hidup masyarakat, khususnya masyarakat miskin melalui program *community development*.

*Community development* pada umumnya dianggap sebagai sarana yang tepat untuk melaksanakan aktivitas CSR. Reza Rahman<sup>205</sup> menyatakan bahwa dalam praktiknya di lapangan, suatu kegiatan disebut CSR ketika memiliki sejumlah unsur berikut:

- a. *Continuity and sustainability* atau berkesinambungan dan berkelanjutan merupakan unsur vital dari CSR. Suatu kegiatan amal yang berdasar *trend* maupun insidental, bukanlah CSR. CSR merupakan hal yang bercirikan pada *long term perspective* bukan *instant, happening, atau pun booming*. CSR adalah suatu mekanisme kegiatan yang terencanakan, sistematis, dan dapat dievaluasi.
- b. *Community empowerment* atau pemberdayaan komunitas. Membedakan CSR dengan kegiatan yang bersifat *charity* atau pun *philantrophy* semata. Tindakan-tindakan kederewanan meskipun membantu komunitas, tetapi tidak menjadikannya mandiri. Salah satu indikasi dari suksesnya sebuah program CSR adalah adanya kemandirian yang lebih pada komunitas, dibandingkan dengan sebelum program CSR hadir.
- c. *Two ways*, artinya program CSR bersifat dua arah. Korporat bukan lagi berperan sebagai komunikator semata, tetapi juga harus mampu mendengarkan aspirasi dari komunitas. Ini dapat dilakukan dengan *need assessment*, yaitu sebuah survei untuk mengetahui *needs, desires, interest, dan wants* dari komunitas.

Pendapat di atas menunjukkan bahwa antara CSR dan pemberdayaan masyarakat memiliki keterkaitan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan. *Community development* pada umumnya

<sup>205</sup> Reza Rahman. *Corporate Social ... Op. Cit.*, hlm. 13-14.

dianggap sebagai sarana yang tepat untuk melaksanakan aktivitas CSR yang proporsional antara keuntungan ekonomis dan kepedulian sosial. Menurut Soetomo,<sup>206</sup> hal ini dapat dipahami dari beberapa pertimbangan, yaitu:

1. Sesuai dengan karakteristiknya melalui program *community development* dapat dikembangkan dan dimanfaatkan unsur modal sosial baik yang dimiliki dunia usaha maupun masyarakat. Dengan melaksanakan *community development*, dunia usaha dapat membangun citra sehingga selanjutnya dapat berdampak pada perluasan jaringan dan peningkatan *trust*. Sementara itu bagi masyarakat, khususnya masyarakat lokal, melalui *community development* dapat dikembangkan dan dimanfaatkan unsur solidaritas sosial, kesadaran kolektif, *mutual trust* dan *reciprocal* dalam masyarakat untuk mendorong tindakan bersama guna meningkatkan kondisi kehidupan ekonomi, sosial dan kultural masyarakat.
2. Melalui *community development* dapat diharapkan adanya hubungan sinergis antara kekuatan dunia usaha melalui berbagai bentuk bantuannya dengan potensi yang ada dalam masyarakat. Pada konteks *comdev*, apa yang dilakukan oleh dunia usaha melalui CSR bukan semata-mata bantuan yang bersifat karitatif, melainkan bagian dari usaha untuk mengembangkan kapasitas masyarakat. Melalui pendekatan *community development* dapat diharapkan program CSR tersebut akan mendorong usaha pembangunan oleh masyarakat lokal secara berkesinambungan dan terlembagakan.
3. Aktivitas bersama antara dunia usaha dengan masyarakat, terutama masyarakat lokal melalui *community development* dapat difungsikan sebagai sarana membangun jalinan komunikasi. Apabila media komunikasi sudah terlembagakan, berbagai persoalan dalam hubungan dunia usaha dengan masyarakat dapat dibicarakan melalui proses

<sup>206</sup> Soetomo. *Strategi-strategi Pembangunan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, hlm. 118-119.

dialog yang elegan dan dapat mengakomodasi kepentingan semua pihak. Hal itu dimungkinkan karena melalui kegiatan bersama dalam menggarap program-program dengan pendekatan *community development* dapat dibangun saling pengertian dan empati di antara semua pihak yang terkait.

Pemberdayaan adalah sebuah proses dan tujuan.<sup>207</sup> Sebagai proses, pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami masalah kemiskinan. Sebagai tujuan, maka pemberdayaan menunjuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh sebuah perubahan sosial, yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi, maupun sosial. Pemberdayaan bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang mandiri, terampil, memiliki motivasi, semangat dan kreasi untuk berkembang memanfaatkan segala potensi yang ada. Cara mencapainya diperlukan model pemberdayaan yang sesuai agar sasaran yang dituju tercapai sebagaimana mestinya. Model pemberdayaan yang tepat selain membantu mempersiapkan dan memberi bekal yang diperlukan kepada masyarakat juga tidak menimbulkan ketergantungan masyarakat terhadap pihak pembina.<sup>208</sup>

<sup>207</sup> Edi Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*. Bandung: Refika Aditama, 2009, hlm. 59-60. Terkait hal ini Isbandi Rukminto Adi, *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008, hlm. 84, menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat sebagai suatu proses adalah suatu kegiatan yang berkesinambungan (*on-going*) sepanjang komunitas itu masih ingin melakukan perubahan dan perbaikan, dan tidak hanya terpaku pada suatu program saja.

<sup>208</sup> Reni Renoati, "Program Pemberdayaan Masyarakat Desa yang Berkelanjutan dalam Rangka Menyongsong Otonomi Daerah di Kabupaten Sleman", *Jurnal Mimbar Hukum* No. 22/Dikti/Kep/2002, hlm. 44.

Uraian di atas menunjukkan bahwa muara dari esensi dari *community development* terletak pada komunitas atau masyarakat, baik fokus perhatian, orientasi kebutuhan, maupun prakarsa, partisipasi pada masyarakat. Hasil akhir dari proses *community development* adalah tumbuhnya kompetensi dan tanggung jawab sosial, walaupun pada awalnya mungkin masih harus didorong oleh intervensi dari luar. Manfaat dari keberhasilan dalam melaksanakan *comdev* tersebut sebenarnya tidak hanya akan dirasakan oleh pihak komunitas saja, tetapi juga bagi dunia usaha akan memperoleh citra positif di mata masyarakat, di mana citra tersebut sangat bermanfaat guna menjamin keberlangsungan usahanya. Pemberdayaan masyarakat dengan demikian merupakan salah satu strategi efektif yang diharapkan dapat menyelesaikan kompleksitas persoalan yang ada di masyarakat, seperti kemiskinan, kerusakan lingkungan hidup, kesehatan, pendidikan, dan sebagainya.

Upaya pemberdayaan masyarakat pada kenyataannya harus pula dibarengi dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. Bentuk pemberdayaan masyarakat yang berorientasi pada pengembangan ekonomi masyarakat lokal tersebut memiliki beberapa karakteristik, antara lain:<sup>209</sup>

---

<sup>209</sup> Mella Ismelina Farma Rahayu. "Upaya Pragmatis ...", *Op. Cit.*, hlm. 22. Dijelaskan juga dalam Anonim. "Program CSR". <http://www.mediaqtafoundation.org/CSR.html>. Diakses tanggal 15 Nopember 2013 pukul 17.00 WIB, bahwa di sini perlu dirumuskan bagaimana perusahaan merespon kebutuhan serta masalah-masalah yang mereka hadapi. Langkah-langkah yang kongkrit yang harus dilakukan adalah melakukan analisa kebutuhan komunitas (*community need analysis*). Dalam melakukan analisa kebutuhan harus diperhatikan benar agar dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), dan bukan sekedar keinginan (*wants*) yang dapat bersifat superfisial demi pemenuhan sesaat saja. Analisa harus dilakukan secara mendalam agar dapat menggali kebutuhan yang sesungguhnya, bukan berlandaskan keinginan perusahaan atau keinginan tokoh-tokoh masyarakat saja.

1. Orientasi kebutuhan (*needs oriented*), artinya model pemberdayaan yang hendak diterapkan didasarkan pada kebutuhan suatu kelompok masyarakat;
2. Prakarsa lokal (*local initiatives*), artinya bentuk pemberdayaan yang dikembangkan harus berdasarkan prakarsa masyarakat lokal;
3. Pengembangan sumber daya lokal (*local resources based*), baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia, yakni keterampilan dan budaya. Pemberdayaan masyarakat harus dilakukan dalam rangka pengembangan pemanfaatan sumber daya alam dan peningkatan kualitas keterampilan, pengembangan kapasitas perorangan dan lembaga serta budaya bisnis kelompok masyarakat; dan
4. Kelestarian dan keberlanjutan lingkungan (*sustainable and environmental friendly*), artinya model pemberdayaan masyarakat yang akan dikembangkan harus memperhatikan aspek keberlanjutan sumber daya dan lingkungan.

Menurut Reni Renoati,<sup>210</sup> agar program yang dijalankan sesuai dengan potensi dan kebutuhan masyarakat, masyarakat harus dilibatkan mulai dari penentuan atau pemilihan program, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi. Masyarakat yang dilibatkan akan merasa diberi kepercayaan sehingga akan muncul rasa tanggung jawab untuk melaksanakan dengan sebaik-baiknya karena keberhasilan program akan dirasakan sendiri manfaatnya oleh masyarakat. Salah satu elemen penting dalam pemberdayaan masyarakat adalah partisipasi masyarakat. Partisipasi tidak saja menjadi instrumen dan tujuan, namun juga menjadi roh program-program pemberdayaan masyarakat. Partisipasi menurut Plummer<sup>211</sup> selain dapat memberikan manfaat prasarana dan sarana, juga ada jaminan bahwa infrastruktur yang dibangun memang

<sup>210</sup> Reni Renoati. "Kebijakan Pemberdayaan Masyarakat Desa pada Era Otonomi Daerah dalam Rangka Mendukung Pembangunan Berkelanjutan". *Jurnal Mimbar Hukum Akreditasi* No. 22/Dikti/Kep/2002, hlm. 110.

<sup>211</sup> Wigny Adiyoso. *Menggugat Perencanaan Partisipatif dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2009, hlm. 5.

sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Melalui partisipasi, maka kualitas, rasa kepemilikan dan pemeliharaan dapat dijamin. Pentingnya partisipasi dalam pemberdayaan masyarakat juga bentuk penghargaan dan pengakuan terhadap eksistensi individu dan masyarakat sebagai "pemegang kekuasaan" atas pembangunan.

Keberhasilan dari proses pemberdayaan masyarakat, selain diperlukan adanya partisipasi, juga dibutuhkan suatu strategi atau cara yang tepat pula. Kartasasmita,<sup>212</sup> mengemukakan bahwa dalam upaya memberdayakan rakyat harus dilakukan melalui tiga cara, yaitu:

1. Menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat untuk berkembang;
2. Memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh rakyat dengan menerapkan langkah-langkah nyata, menampung berbagai masukan, menyediakan prasarana dan sarana baik fisik maupun sosial yang dapat diakses oleh masyarakat lapisan paling bawah; dan
3. Memberdayakan rakyat dalam arti melindungi dan membela kepentingan masyarakat lemah. Perlindungan dan pemihakan kepada yang lemah amat mendasar sifatnya dalam konsep pemberdayaan rakyat.

Secara lebih rinci, Wignyo Adiyoso<sup>213</sup> menyebutkan adanya tujuh program pemberdayaan yang dapat dilakukan dan empat indikator kesuksesan program pemberdayaan. Ketujuh program tersebut yaitu melalui: (1) bantuan modal usaha, (2) pengembangan sumber daya manusia, (3) pengembangan manajemen dan teknologi, (4) penguatan lembaga-lembaga sosial ekonomi, (5) iklim

<sup>212</sup> Onny S. Prijono dan A.M.W. Pranarka. *Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan dan Implementasi*. Jakarta: Centre for Strategic and International Studies (CSIS), 1996, hlm. 105-106.

<sup>213</sup> Wignyo Adiyoso. *Menggugat Perencanaan ...*, Op. Cit., hlm. 122.

usaha yang kondusif, (6) kebijakan politik dan hukum yang berpihak, (7) pengembangan kerjasama pemerintah, swasta, LSM, pendamping profesional dan masyarakat.

Ketujuh program pemberdayaan di atas, untuk mengetahui hasilnya dapat menggunakan empat indikator yang dipakai untuk menilai suksesnya program pemberdayaan, yaitu:<sup>214</sup>

- a. Perubahan dalam kemampuan masyarakat dalam merencanakan dan mengelola program pembangunan;
- b. Meningkatnya keterlibatan masyarakat dalam setiap proses pembangunan;
- c. Peningkatan kepedulian dan peran pemerintah daerah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat; dan
- d. Hasil serta dampak ekonomi nyata sebagai hasil kegiatan ekonomi produktif masyarakat.

Program pemberdayaan sebagai prinsip utama di dalam menjalankan CSR di atas juga hendaknya berjalan seiring dengan adanya kemitraan antar pemangku kepentingan. Kemitraan merupakan prinsip penting di dalam CSR selain dari program pemberdayaan. Smile Foundation sebagaimana dikemukakan Totok Mardikanto<sup>215</sup> bahkan menyimpulkan bahwa dasar filosofi penerapan CSR oleh perusahaan adalah kemitraan, yaitu kesiapan untuk selalu siap hadir dan membuka diri dalam memberikan bantuan tentang apa yang seharusnya dan dapat dibantukan.

Ditinjau dari program pemberdayaan, konsep kederma-  
 wanan perusahaan (*corporate philanthropy*) dalam tanggung jawab sosial tidak lagi memadai, karena konsep tersebut tidak melibatkan kemitraan tanggung jawab perusahaan secara sosial dengan *stakeholders* lainnya. Membangun kemitraan dalam kegiatan CSR akan dapat mengurangi atau mengatasi eksekusi negatif dari bantuan

<sup>214</sup> Wignyo Adiyoso. *Menggugat Perencanaan ...*, *Ibid.* hlm. 39.

<sup>215</sup> Totok Mardikanto. *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta, 2014, hlm. 161.

yang bersifat karikatif, yaitu timbulnya ketergantungan pada pihak penerima. Alasan lain menurut Rahmatullah dan Trianita Kurniati<sup>216</sup> adalah dikarenakan keterbatasan perusahaan baik dalam aspek dana, Sumber Daya Manusia (SDM), keterampilan ataupun akses, sehingga beberapa perusahaan memilih menggandeng mitra dalam melaksanakan program CSR.

Kegiatan CSR membutuhkan dukungan dan kerjasama banyak pihak, baik unsur-unsur birokrasi, pelaku bisnis, akademisi, maupun kelompok masyarakat, organisasi profesi, dan LSM. Banyaknya pihak-pihak yang terlibat tersebut menuntut program CSR harus mampu mengembangkan jejaring kemitraan antar pemangku kepentingan. Harus disadari, bahwa jejaring atau *net work* merupakan sumber daya yang semakin penting di banding modal dan sumber daya yang lain.<sup>217</sup> Kemitraan ini diwujudkan secara umum dalam program *community development* untuk membantu peningkatan kesejahteraan umum masyarakat setempat dalam kurun waktu yang cukup panjang. Melalui program ini diharapkan masyarakat akan menerima manfaat keberadaan perusahaan yang digunakan untuk menopang kemandiriannya bahkan setelah perusahaan berhenti beroperasi.<sup>218</sup>

Ada beberapa model kemitraan yang masing-masing memiliki ciri yang berbeda satu sama lain. Ambar Teguh Sulistiyani<sup>219</sup> menyatakan, bahwa model-model kemitraan dibedakan menjadi:

1. Kemitraan semu (*pseudo partnership*), adalah merupakan sebuah persekutuan yang terjadi antara dua pihak atau lebih, namun tidak sesungguhnya melakukan kerjasama

<sup>216</sup> Rahmatullah dan Trianita Kurniati. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR (Corporate Social Responsibility)*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2011, hlm. 87-88.

<sup>217</sup> Totok Mardikanto. "Pengembangan CSR ...", *Loc. Cit.* hlm. 225.

<sup>218</sup> Isa Wahyudi dan Busyra Azheri. *Corporate Social ...*, *Op. Cit.* hlm. 62.

<sup>219</sup> Ambar Teguh Sulistiyani. *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Media, 2004, hlm. 130-131.

secara seimbang satu dengan lainnya. Bahkan pada satu pihak belum tentu memahami secara benar akan makna sebuah persekutuan yang dilakukan, dan untuk tujuan apa itu semua dilakukan serta disepakati. Ada suatu yang unik dalam kemitraan semacam ini, bahwa kedua belah pihak atau sama-sama merasa penting untuk melakukan kerjasama, akan tetapi pihak-pihak yang bermitra belum tentu memahami substansi yang diperjuangkan dan manfaatnya apa.

2. Kemitraan mutualistik (*mutualism partnership*), adalah merupakan persekutuan dua pihak atau lebih yang sama-sama menyadari aspek pentingnya melakukan kemitraan, yaitu untuk saling memberikan manfaat dan mendapatkan manfaat lebih, sehingga akan dapat mencapai tujuan secara lebih optimal. Manfaat saling silang antara pihak-pihak yang bekerjasama dapat diperoleh, sehingga memudahkan masing-masing dalam mewujudkan visi dan misinya, dan sekaligus saling menunjang satu dengan lain. Pemikiran kemitraan demikian ini diadopsi dari pola simbiosis mutualisme yang terjadi antara kerbau dan burung dalam kehidupan binatang.
3. Kemitraan melalui peleburan dan pengembangan (*conjugation partnership*), adalah kemitraan yang dianalogikan dari kehidupann "paramecium". Dua paramecium melakukan konjugasi untuk mendapatkan energi dan kemudian terpisah satu sama lain, dan selanjutnya dapat melakukan pembelahan diri. Bertolak dari analogi tersebut maka organisasi, agen-agen, kelompok-kelompok atau perorangan yang memiliki kelemahan di dalam melakukan usaha atau mencapai tujuan organisasi dapat melakukan kemitraan dengan model ini. Dua pihak atau lebih dapat melakukan konjugasi dalam rangka meningkatkan kemampuan masing-masing.

Ditinjau dari bentuknya, menurut Nor Hadi,<sup>220</sup> ada tiga bentuk kemitraan, yaitu kemitraan kontra produktif, kemitraan semi

<sup>220</sup> Nor Hadi, *Corporate Social ... Op. Cit.*, hlm. 167-169.

produktif, dan kemitraan produktif. Kemitraan kontra produktif, yaitu dalam bentuk *philanthropy charity* yang umumnya didasarkan pada motif sosial murni. Tipe ini bersifat karikatif, insidental, memenuhi standar minimal, upaya polesan bahwa perusahaan juga memiliki perhatian terhadap masalah sosial (tampilan kulitnya saja). Bantuan sosial *philantropis* ini dapat langsung bersinggungan dan dapat dinikmati secara langsung masyarakat, berjangka pendek dan tidak diharapkan berkontra-produktif langsung terhadap perusahaan. Anehnya, jenis bantuan *philantropis* justru yang diidentikkan oleh masyarakat sebagai tanggung jawab sosial, dibandingkan pengeluaran sosial dengan pendekatan lain.

Kemitraan semi produktif, tipe kemitraan jenis ini *stakeholder* diposisikan di luar perusahaan (objek). Program kemitraan semi produktif masih mengacu kepentingan jangka pendek, belum dan/atau tidak menimbulkan *sense of belonging* dan *low benefit* di pihak *stakeholder*. Kemitraan tipe ini masih lebih mengedepankan *corporate interest*, bukan kepentingan bersama (*common interest*). Tipe tanggung jawab sosial ini juga masih diarahkan dan berwawasan bina lingkungan dan menduduki peringkat terbesar. Perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosial didominasi tipe ini, mengingat pertimbangan *trade of cost and benefit* dalam praktik kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility policy*). Pengeluaran kemitraan semi produktif lebih memiliki manfaat jangka panjang dibanding pengeluaran *philantropis* serta memiliki peran untuk pemberdayaan atau unsur penguatan *stakeholder*. Pengeluaran kemitraan dalam tipe ini masih mengedepankan kepentingan perusahaan, dan belum memasuki ranah kualitas pemberdayaan antara perusahaan dan *stakeholder*.

Kemitraan produktif (*empowering*), pola kemitraan ini mendudukan *stakeholder* dalam paradigma *common interest*. Prinsip simbiosis mutualisme sangat kental serta pemberdayaan

masyarakat sangat kelihatan. Bahkan, bisa jadi mitra (*stakeholder*) dilibatkan pada pola hubungan *resourcesbased partnership*, dimana mitra diberi kesempatan menjadi bagian dari *shareholder*. *Stakeholder* dalam kemitraan ini memperoleh kesempatan meningkatkan kesejahteraan lewat pemberdayaan yang dikelola bersama lewat kegiatan produktif seperti *income generating*, pemilikan saham oleh *stakeholder* (seperti saham bonus bagi karyawan dan direksi), dana bergulir, serta bentuk kerjasama perusahaan *stakeholder* lainnya, membantu UKM, bantuan bibit pertanian, pelatihan holtikultura atau perbengkelan bagi masyarakat, dan sebagainya. Pola tanggung jawab sosial (*social responsibility*) tipe ini memiliki kemampuan *multiplier effect* lebih baik dibanding dengan pola karitas. Hal itu karena pola kemitraan mengandung pendidikan kemandirian, memposisikan *stakeholder* dalam derajat keberdayaan dan bermuatan *bottom up*, serta memiliki muatan pendidikan kemandirian *stakeholder* (*community development*).

Menjalankan kemitraan dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan, akan diperoleh banyak manfaat di dalamnya. A. Warhurst,<sup>221</sup> berpendapat keuntungan perusahaan sebagai akibat langsung penyelenggaraan CSR dan membangun kemitraan tiga sektor (perusahaan, pemerintah dan masyarakat sipil) adalah:

- a. Memperoleh izin sosial bagi kelangsungan operasinya.
- b. Mengurangi ketergantungan jangka panjang dari masyarakat.
- c. Meminimumkan kemungkinan keterlambatan atau penghentian pembiayaan oleh investor atau agen pembiayaan akibat perselisihan perusahaan dengan masyarakat.
- d. Membentuk hubungan baik dan mengurangi keberatan politis, misalnya saat perusahaan memperpanjang kontrak operasinya.

<sup>221</sup> Chrysanti Hasibuan Sedyono, et.al. (Ed). *Membumikan Bisnis ... Op. Cit.*, hlm. 105.

- e. Mengurangi risiko pemasaran akibat persepsi asosiasi penjualan maupun konsumen terhadap salah kelola dampak sosial dan lingkungan.
- f. Menyediakan bukti bagi perusahaan di hadapan pemegang saham berkaitan dengan kebijakan terhadap isu *sustainable development* dan *corporate citizenship*.
- g. Mengurangi risiko reaksi negatif publik terkait permasalahan dengan masyarakat setempat, HAM, maupun isu kerusakan lingkungan.
- h. Meningkatkan motivasi personel perusahaan.

Setiyadi,<sup>222</sup> juga menjelaskan bahwa fenomena kemitraan antara pelaku bisnis dan lingkungan sosial yang semakin erat dan hal ini akan menjanjikan beberapa hal yang bersifat positif, yaitu:

1. Menjawab isu-isu kemanusiaan dan kemasyarakatan dengan pengaruh yang besar melalui cara-cara baru dalam menyelesaikan permasalahan bisnis dan sosial yang membutuhkan sumber daya dari multi sektor dan multi sumber.
2. Meningkatkan nilai budaya masyarakat madani melalui semangat partisipasi dalam kerja sama lintas kelompok dan lintas sektor.
3. Membantu bisnis lebih berkemanusiaan dan organisasi layanan masyarakat lebih berorientasi bisnis, pelaku bisnis dan organisasi nirlaba dapat lebih baik dalam mencapai misinya.

Kemitraan meskipun bukan satu-satunya pilihan, tetapi kemitraan adalah pilihan yang paling strategis, khususnya dalam program pengembangan komunitas. Kemitraan yang diterjemahkan dari *partnership* bertujuan untuk menunjukkan kesetaraan antarpelaku pembangunan termasuk warga komunitas.<sup>223</sup> Menjalankan kemitraan hendaknya memberikan keuntungan kepada pihak-pihak yang bermitra, dan bukan sebaliknya, ada satu

<sup>222</sup> Isa Wahyudi dan Busyra Azheri. *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 51.

<sup>223</sup> Linda D. Ibrahim. "Memanfaatkan Modal Sosial Komunitas Lokal dalam Program Kepedulian Korporasi" dalam *Jurnal Galang* Vol. 1 No. 2, Januari 2006, hlm 114.

pihak yang dirugikan atau merugikan. Sebuah kemitraan agar menjadi kuat, saling menguntungkan, dan keberlanjutan, maka memerlukan komitmen bersama yang seimbang antar pihak. Selain aspek pemberdayaan dan kemitraan, anasir penting lain dari CSR adalah programnya harus berkelanjutan (*sustainable*). Dijelaskan,<sup>224</sup> bahwa melakukan program CSR yang berkelanjutan akan memberikan dampak positif dan manfaat yang lebih besar baik kepada perusahaan itu sendiri berupa citra perusahaan maupun bagi para *stakeholders* yang terkait. Sebagai contoh nyata dari program CSR yang dapat dilakukan oleh perusahaan dengan semangat keberlanjutan antara lain pengembangan bio energi, perkebunan rakyat, dan pembangkit listrik tenaga air swadaya masyarakat. Program CSR yang berkelanjutan diharapkan dapat membantu menciptakan kehidupan di masyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri. Setiap kegiatan tersebut akan melibatkan semangat sinergi dari semua pihak secara terus menerus membangun dan menciptakan kesejahteraan dan pada akhirnya akan tercipta kemandirian dari masyarakat yang terlibat dalam program tersebut, sesuai dengan kemampuannya. Hal ini sejalan dengan inti dari prinsip pembangunan berkelanjutan yaitu<sup>225</sup> untuk meningkatkan kesejahteraan manusia dan untuk mempertahankan perbaikan-perbaikan dari waktu ke waktu.

Menurut Timotheus Lesmana,<sup>226</sup> program CSR baru dapat menjadi berkelanjutan apabila program yang dibuat oleh suatu

<sup>224</sup> Anonim. "Pentingnya Implementasi Corporate Social Responsibility Pada Masyarakat Indonesia". <http://mamrh.wordpress.com/2008/07/21/53/> Diakses tanggal 15 Nopember 2013 pukul 16.30 WIB.

<sup>225</sup> International Institute for Environment and Development and World Business Council for Sustainable Development. *Breaking New Ground: Mining, Minerals, and Sustainable Development (MMSD) Project*. London: Earthscan Publications Ltd, 2002, hlm. 21.

<sup>226</sup> Timotheus Lesmana. "Program Corporate Social Responsibility yang Berkelanjutan". <http://businessenvironment.wordpress.com/2007/03/01/program->

perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Tentunya tanpa adanya komitmen dan dukungan dengan penuh antusias dari karyawan akan menjadikan program-program tersebut bagaikan program penebusan dosa dari pemegang saham belaka. Sebaliknya, dengan melibatkan karyawan secara intensif, maka nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan.

Bisa jadi, saat ini masih banyak perusahaan tidak mau menjalankan program-program CSR karena melihat hal tersebut hanya sebagai pengeluaran biaya (*cost center*). CSR memang tidak memberikan hasil secara keuangan dalam jangka pendek. Namun CSR akan memberikan hasil baik langsung maupun tidak langsung pada keuangan perusahaan di masa mendatang. Terhadap perusahaan yang melakukan program-program CSR diharapkan keberlanjutan perusahaan akan terjamin dengan baik. Atas dasar hal ini, program-program CSR lebih tepat apabila digolongkan sebagai investasi (*investment*) dan harus menjadi strategi bisnis dari suatu perusahaan.

Kesinambungan atau keberlanjutan (*sustainability*)<sup>27</sup> merupakan faktor terpenting dalam kegiatan pemberdayaan karena pendampingan yang dilakukan tidak berlangsung selamanya namun bila dirasa cukup, masyarakat harus dapat mempertahankan kelangsungan program tersebut untuk meningkatkan

---

corporate-social-responsibility-yang-berkelanjutan/ Diakses tanggal 15 Nopember 2013 pukul 16.45 WIB.

<sup>27</sup> Menurut Gunawan Sumodiningrat. *Mewujudkan Kesejahteraan Bangsa. Menanggulangi Kemiskinan dengan Prinsip Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009, hlm. 28, *sustainability* diartikan sebagai suatu pembangunan untuk memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa merugikan kebutuhan generasi mendatang. Risiko dan dampak pembangunan saat ini hendaknya jangan semuanya diwariskan kepada generasi mendatang, melainkan harus dipertimbangkan secara adil bagi generasi sekarang dan generasi mendatang.

kemandirian dan kesejahteraan. Gurvy Kavei,<sup>228</sup> menyatakan bahwa praktek CSR dipercaya menjadi landasan fundamental bagi pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*), bukan hanya bagi perusahaan, tetapi juga bagi *stakeholder* dalam arti keseluruhan.

CSR sangat erat hubungannya dengan pembangunan berkelanjutan. Salah satu faktor yang harus dihadapi dalam rangka mencapai pembangunan berkelanjutan adalah memperbaiki kehancuran lingkungan tanpa mengorbankan kebutuhan pembangunan ekonomi dan keadilan sosial. Pembangunan berkelanjutan mencakup tiga hal kebijakan, yaitu pembangunan ekonomi, pembangunan sosial, dan perlindungan lingkungan yang digambarkan oleh John Elkington dalam *triple bottom line*. Ketiga pilar tersebut harus dijaga keserasiannya guna menciptakan pembangunan berkelanjutan. Terkait hal ini Wimpy S. Tjetjep, menyatakan,<sup>229</sup> bahwa eksploitasi yang terlalu besar tentu akan merusak fungsi lingkungan hidup dan dapat dikategorikan sebagai periode pengurasan. Laju pengurasan yang terlalu tinggi yang semata-mata hanya untuk mengejar pertumbuhan ekonomi tanpa memperhatikan daya dukung lingkungan dan optimasinya akan menyebabkan *recovery cost* yang sangat tinggi bagi pemulihan lingkungan setempat. Oleh karena itu, pengelolaan sumber daya mineral dan energi perlu memperhatikan semua aspek kehidupan agar pembangunan nasional dapat berjalan dengan berkelanjutan.

Pembangunan berkelanjutan adalah inti dari CSR yang tidak boleh dipahami secara parsial sekadar dari aspek sosial, ekonomi, atau lingkungan saja melainkan harus dilihat keterkaitan di antara

<sup>228</sup> Busyra Azheri. "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dan Pengaturannya dalam UUPU". <http://www.scribd.com/doc/52629143/Kajian-Kritis-CSR-dalam-UUPU>. Diakses tanggal 1 Nopember 2011, Pukul 11. 20 WIB.

<sup>229</sup> Wimpy S. Tjetjep. *Dari Gunung Api Hingga Otonomi Daerah*. Jakarta: Yayasan Media Bhakti Tambang, 2002, hlm. 88.

semua elemen yang membentuk sebuah sistem CSR. Melalui pemahaman ini, sebuah intervensi yang efektif akan lebih mudah diperoleh untuk mencapai *sustainability*. Menurut Nurdizal M. Rachman,<sup>230</sup> CSR dan *sustainability* pada dasarnya adalah merajut dan menggerakkan elemen *people*, *planet*, dan *profit* dalam satu kesatuan intervensi. Cara pandang satu kesatuan intervensi artinya setiap isu yang terkait dengan CSR harus dikaji dari perspektif *people*, *planet*, dan *profit* dalam satu kesatuan.

Menurut Poerwanto,<sup>231</sup> pada prinsipnya pembangunan berkelanjutan mengandung tiga hal utama, yaitu:

1. *Ecological sustainability*, yaitu menjamin bahwa pembangunan sejalan dengan proses pemeliharaan ekologis yang penting, keragaman biologis dan sumber-sumber biologis.
2. *Social and cultural sustainability*, yaitu menjamin bahwa pembangunan meningkatkan kontrol masyarakat terhadap kehidupannya, sejalan dengan kultur dan nilai-nilai masyarakat bersangkutan atau setempat, dan memelihara serta memperkuat identitasnya.
3. *Economic sustainability*, yaitu menjamin bahwa pembangunan secara ekonomis efisien dan sumber-sumber yang digunakan dimanajementi secara benar sehingga dapat mendukung generasi yang akan datang.

Perusahaan dengan menerima konsep pembangunan berkelanjutan berarti mengakui keberadaannya sebagai bagian dari sistem lingkungan dan sistem sosial. Akibatnya, perusahaan juga harus mengakui adanya keterbatasan sumber daya alam (SDA) dan mengasumsikan tanggung jawab bersama atas penggunaan dan pengembangan sumber daya sosial.

Pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) menghendaki adanya hubungan yang harmonis antara pemerintah,

<sup>230</sup> Nurdizal M. Rachman, et al. *Panduan Lengkap ...*, Op. Cit., hlm. 11-13.

<sup>231</sup> Poerwanto. *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 37-38.

dunia usaha, dan masyarakat (*stakeholders*). Masing-masing *stakeholders* melakukan perannya sesuai dengan kapasitas dan kompetensi yang dimiliki. Dunia usaha memegang peranan yang cukup penting, karena potensinya dalam hal modal (*capital*) dan sumber daya manusia. Partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) adalah dengan mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat di sekitarnya yang disebut tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR merupakan salah satu upaya untuk menciptakan keberlangsungan usaha dalam menciptakan dan keseimbangan antara mencetak keuntungan, fungsi-fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan hidup (*triple bottom line*).<sup>232</sup>

Menurut Agus Ariyanto,<sup>233</sup> *sustainable development* memerlukan dua prakondisi, yaitu *social responsibility* dan *environment responsibility*. Melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan akan lebih memudahkan tercapainya pembangunan yang berkelanjutan. Hal ini disebabkan sumber-sumber produksi yang sangat penting bagi aktivitas perusahaan, yaitu tenaga kerja, bahan baku, dan pasar telah dapat lebih terpelihara. Ketiga konsep ini menjadi dasar bagi perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Mengacu pada konsep pembangunan yang berkesinambungan ini, maka perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom line*. Di sini *bottom line* selain finansial juga adalah sosial dan lingkungan. Kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).

<sup>232</sup> Jackie Ambadar, *CSR dalam ...*, Op. Cit., hlm. 31-32.

<sup>233</sup> Agus Ariyanto, *Etika Bisnis ...*, Op. Cit., hlm. 138.

Terkait dengan hal di atas, Andreas Lako<sup>234</sup> mengajukan gagasan perlunya dekonstruksi CSR. Dekonstruksi CSR harus dirancang dan diarahkan untuk mewujudkan *sustainable business* atau *sustainable corporation*. CSR harus diperlakukan sebagai suatu komitmen berkelanjutan perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomi, sosial, dan ekologis kepada masyarakat, lingkungan, serta para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Tanggung jawab tersebut meliputi mencegah dampak-dampak negatif yang ditimbulkan perusahaan terhadap pihak lain dan lingkungan serta meningkatkan kualitas masyarakat (termasuk karyawan, pemasok, dan pelanggan) dan lingkungan sekitar perusahaan. Di sini perusahaan harus menyelaraskan pencapaian kinerja ekonomi (*profit*) dengan kinerja sosial (*people*), dan kinerja lingkungan (*planet*) atau disebut *triple bottom line performance*. Penyelarasan ketiga kinerja tersebut pada akhirnya bakal membuat perusahaan mampu meraup berkah berlimpah atau keuntungan yang *langgeng*.

Menurut teori sustainabilitas korporasi (*corporate sustainability theory*), agar bisa hidup dan tumbuh secara berkelanjutan, korporasi harus mengintegrasikan tujuan bisnis dengan tujuan sosial dan ekologi secara utuh. Pembangunan bisnis harus berlandaskan pada tiga pilar utama, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan secara terpadu, serta tidak mengorbankan kepentingan generasi-generasi berikutnya untuk hidup dan memenuhi kebutuhannya. Ditinjau dari perspektif teori *corporate sustainability*, masyarakat dan lingkungan adalah pilar dasar dan utama yang menentukan keberhasilan bisnis suatu perusahaan sehingga harus selalu diproteksi dan diberdayakan.

Fakta empiris menunjukkan bahwa kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin suatu perusahaan untuk tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan

<sup>234</sup> Andreas Lako, *Dekonstruksi CSR ...*, Op. Cit., hlm. 4-6.

terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidupnya. Perusahaan yang tidak mengindahkan aspek CSR, maka yang akan muncul adalah resistensi dari masyarakat terhadap dampak keberadaan dari perusahaan tersebut, seperti kasus Indorayon di Sumatera Utara, Newmont di Nusa Tenggara Timur, Freeport di Papua dan lain sebagainya.<sup>235</sup> Hanya perusahaan-perusahaan yang berkomitmen pada pembangunan berkelanjutan, dengan cara menjalankan tanggung jawab sosial pada seluruh pemangku kepentingannya serta bersedia melaporkan kinerjanya dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkunganlah yang memiliki kemungkinan beroperasi jangka panjang di masa datang.

---

<sup>235</sup> Isa Wahyudi dan Busyra Azheri. *Corporate Social ...*, Op. Cit., hlm. 171-172.

## Buku-buku

- Adi, Isbandi Rukminto. *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008.
- Adiyoso, Wignyo. *Menggugat Perencanaan Partisipatif dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2009.
- Agoes, Sukrisno dan Cenik Ardana. *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Agung, A.M. Lilik. *Ketika Nurani Ikut Berbisnis: 26 Praktik Etika Bisnis Kontemporer*. Jakarta: PT. Elex Media, 2010.
- Ali, Zainuddin. *Filsafat Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika, 2006.
- Alkostar, Artidjo (Edt). *Identitas Hukum Nasional*. Yogyakarta: FH UII, 1997.
- Ambadar, Jackie. *CSR dalam Praktik di Indonesia*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008.
- Ardianto, Elvinaro dan Didin M. Machfudz. *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR Berlipat-lipat*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2011.
- Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis: Cara Cerdas dalam Memahami Konsep dan Faktor-faktor Etika Bisnis dengan Beberapa Contoh Praktis*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011.
- Arrsa, Ria Casmi. *Deideologi Pancasila (Analisis Kritis Perspektif Sejarah Hukum Ketatanegaraan Indonesia)*. Malang: UB Press, 2011.
- Asshiddiqie, Jimly. *Konstitusi Ekonomi*. Jakarta: Kompas, 2010.

- Azheri, Busyra. *Corporate Social Responsibility dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011.
- Bertens, K. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius, 2000.
- ..... *Etika*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Bruggink, J.J.H. *Rechtsreflecties atau Refleksi Tentang Hukum Pengertian-pengertian Dasar dalam Teori Hukum*. Terj. B. Arief Sidharta. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2011.
- Budiyono, Tri. *Hukum Perusahaan: Telaah Yuridis Terhadap Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*. Salatiga: Griya Media, 2011.
- Cannon, Tom. *Corporate Responsibility, atau Tanggung Jawab Perusahaan*. Terj. Felicia Gerda Najoan. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 1995.
- Chandra, Robby I. *Etika Dunia Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius, 1995.
- Daniri, Mas Ahmad. *Good Corporate Governance, Konsep dan Penerapannya dalam Konteks Indonesia*, Jakarta: PT. Ray Indonesia, 2006.
- Darmodiharjo, Darji. *et. al. Santiaji Pancasila*. Surabaya: Usaha Nasional, 1991.
- Dewi, Alexandra Indriyanti. *Etika dan Hukum Kesehatan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher, 2008.
- Dewi, Sutrisno. *Etika Bisnis Konsep Dasar, Implementasi, dan Kasus*. Denpasar: Udayana University Press, 2011.
- Dwiyanto, Djoko dan Ignas G. Saksono. *Ekonomi (Sosial) Pancasila Vs Kapitalisme: Nilai-nilai Tradisional dan Non-Tradisional dalam Pancasila*. Yogyakarta: Keluarga Besar Marhenisme DIY, 2011.
- Effendi, Muh. Arief. *The Power of Good Corporate Governance Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat, 2009
- Endro, Gunardi. *Redefinisi Bisnis Suatu Penggalan Etika Keutamaan Aristoteles*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1999.

- Ernawan, Erni R. *Business Ethics Etika Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Erwin, Muhamad. *Filsafat Hukum Refleksi Kritis Terhadap Hukum*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011.
- Fajar, Mukti. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia: Studi Tentang Penerapan Ketentuan Corporate Sosial Responsibility pada Perusahaan Multi Nasional, Swasta Nasional dan Badan Usaha Milik Negara*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Faturochman. *Keadilan dalam Perspektif Psikologi*. Yogyakarta: Unit Publikasi Fakultas Psikologi UGM dengan Pustaka Pelajar, 2002.
- Friedmann, Wolfgang. *The State and The Rule of Law in Mixed Economy*. London: Steven and Sons, 1971.
- Fuady, Munir. *Dinamika Teori Hukum*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Fukuyama, Francis. *Memperkuat Peran Negara*. Jakarta: Gramedia, 2005.
- Garelli, Stephane. *Top Class Competitors How Nation, Firms and Individuals Succeed in the New World of Competitiveness, atau Menjadi No. 1 di Abad Ke-21 Kiat Negara, Perusahaan dan Individu memenangi persaingan di Era Baru*. Terj. Said Bazry, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Gunadi, Tom. *Sistem Perekonomian Menurut Pancasila dan UUD 45*. Bandung: Angkasa, 1985.
- Gunawan, Alex. *Membuat Program CSR Berbasis Pemberdayaan Partisipatif*. Yogyakarta: Tanpa Penerbit, 2009.
- Hadi, Nor. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Hamidjojo, O. Noto. *Soal-soal Pokok Filsafat Hukum*. Salatiga: Griya Media, 2011.
- Hartono, Sri Redjeki. *Kapita Selekta Hukum Ekonomi*. Bandung: Mandar Maju, 2000.

- Ibrahim, Johannes dan Lindawaty Sewu. *Hukum Bisnis dalam Persepsi Manusia Modern*. Bandung: Refika Aditama, 2004.
- Ibrahim, Johnny. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang: Bayumedia Publishing, 2008.
- Ihalauw, J.O.I. *Konstruksi Teori Komponen dan Proses*. Jakarta: PT. Grasindo, 2008.
- Indrati S., Maria Farida. *Ilmu Perundang-undangan: Jenis, Fungsi, dan Materi Muatan*. Jld 1. Yogyakarta: Kanisius, 2007.
- International Institute for Environment and Development and World Business Council for Sustainable Development. *Breaking New Ground: Mining, Minerals, and Sustainable Development (MMSD) Project*. London: Earthscan Publications Ltd, 2002.
- Kartini, Dwi. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2009.
- Kelsen, Hans. *General Theory of Law and State, atau Teori Umum Tentang Hukum dan Negara*, Terj. Raisul Muttaqien, Bandung: Rajawali, 2006.
- ..... . *Essay in Legal and Moral Philosophy, atau Hukum dan Logika*. Terj. B. Arief Sidharta, Bandung: Alumni, 2006.
- Keraf, A. Sonny. *Etika Bisnis Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*. Yogyakarta: Kanisius, 1993.
- ..... . *Etika Lingkungan Hidup*. Jakarta: Kompas, 2010.
- Khairandy, Ridwan dan Camelia Malik. *Good Corporate Governance Perkembangan Pemikiran dan Implementasinya di Indonesia dalam Perspektif Hukum*. Yogyakarta: Kreasi Total Media, 2007.
- Komite Nasional Kebijakan Governance. *Pedoman Umum Good Corporate Governance Indonesia*. Jakarta: KNKG, 2006.
- Kusumohamidjojo, Budiono. *Filsafat Hukum Problematik Ketertiban yang Adil*. Bandung: Mandar Maju, 2011.

- Lako, Andreas. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta: Erlangga, 2011.
- Latif, Yudi. *Negara Paripurna: Historias, Rasionalitas, dan Aktualitas Pancasila*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Lebacqz, Karen. *Six Theories of Justice atau Teori-teori Keadilan Analisis Kritis Terhadap Pemikiran J.S. Mill, John Rawls, Robert Nozick, Reinhold Neibuhr, Jose Porfirio Miranda* (Terj. Yudi Santoso). Bandung: Nusa Media, 2011.
- Mahmutarom. *Rekonstruksi Konsep Keadilan (Studi Tentang Perlindungan Korban Tindak Pidana Terhadap Nyawa Menurut Hukum Islam, Konstruksi Masyarakat dan Instrumen Internasional)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009.
- Manan, Bagir. *Politik Perundang-undangan dalam Rangka Mengantisipasi Liberalisasi Perekonomian*. Bandar Lampung: FH Unila, 1996.
- Mardikanto, Totok. *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- MD, Moh. Mahfud. *Membangun Politik Hukum, Menegakkan Konstitusi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010.
- ..... *Politik Hukum di Indonesia*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010.
- ..... *Konstitusi dan Hukum dalam Kontroversi Isu*. Jakarta : Rajawali Pers, 2010.
- Meliala, Adrianus (Peny). *Praktik Bisnis Curang*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1993.
- Moeljono, Djokosantoso. *Good Corporate Culture Sebagai Inti dari Good Corporate Governance*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2005.
- Mubyarto. *Ekonomi Pancasila: Gagasan dan Kemungkinan*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia, 1993.

- Nasution, Irfan dan Ronny Agustinus (Peny). *Restorasi Pancasila: Mendamaikan Politik Identitas dan Modernitas*. Jakarta: Brighten Press, 2006.
- Oesman, Oetoyo dan Alfian (Peny). *Pancasila Sebagai Ideologi dalam Berbagai Bidang Kehidupan Bermasyarakat, Berbangsa dan Bernegara*. Jakarta: BP-7 Pusat, 1991.
- Osborne, David and Ted Gaebler. *Reinventing Government: How the Entrepreneurial Spirit is Transforming the Public Sector* atau *Mewirauahakan Birokrasi: Mentransformasi Semangat Wirausaha ke dalam Sektor Publik*. (Terj. Abdul Rosyid). Jakarta: Penerbit PPM, 2003.
- Poerwanto. *Budaya Perusahaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- ..... *Corporate Social Responsibility: Menjinakkan Gejolak Sosial di Era Pornografi*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2010.
- Pramono, Nindyo. *Bunga Rampai Hukum Bisnis Aktual*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2006.
- Prastowo, Joko dan Miftachul Huda. *Corporate Social Responsibility: Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2011.
- Prijono, Onny S. dan A.M.W. Pranarka. *Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan dan Implementasi*. Jakarta: Centre for Strategic and International Studies (CSIS), 1996.
- Putro, Widodo Dwi. *Kritik Terhadap Paradigma Positivisme Hukum*. Yogyakarta: Genta Publishing, 2011.
- Rachman, Nurdizal M. *et al. Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Bogor: Penebar Swadaya, 2011.
- Rahardjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*. Bandung: Alumni, 1986.
- Rahman, Reza. *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta: MedPress, 2009.
- Rahmatullah dan Trianita Kurniati. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR (Corporate Social Responsibility)*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2011.

- Rasjidi, Lili dan I.B. Wyasa Putra. *Hukum sebagai Suatu Sistem*. Bandung: Mandar Maju, 2003.
- Rasuanto, Bur. *Keadilan Sosial Pandangan Deontologis Rawls dan Habermas Dua Teori Filsafat Politik Modern*. Jakarta: PT. Gramedia Pusataka Utama, 2005.
- Rosadi, Ootong. *Quo Vadis Hukum, Ekologi dan Keadilan Sosial dalam Perenungan Pemikiran (Filsafat) Hukum*. Yogyakarta: Thafa Media, 2012.
- Rudito, Bambang, dan Melia Famiola. *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. Bandung: Rekayasa Sains, 2007.
- Saidi, Zaim. *Sumbangan Sosial Perusahaan, Profil dan Pola Distribusinya di Indonesia: Survei 226 Perusahaan di 10 Kota*. Jakarta: Piramedia, 2003.
- Saleng, Abrar. *Hukum Pertambangan*. Yogyakarta: Ull Press, 2004.
- Scholten, Paul. *De Structuur Der Rechtswetenschap, atau Struktur Ilmu Hukum*, Terj. B. Arief Sidharta, Bandung: Alumni, 2005.
- Sedarmayanti. *Good Governance (Kepemerintahan yang Baik) dan Good Corporate Governance (Tata Kelola Perusahaan yang Baik)*. Bandung: Mandar Maju, 2007.
- Sedyono, Chrysanti Hasibuan, et. al. (Ed). *Membumikan Bisnis Berkelanjutan Memahami Konsep dan Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Jld.1. Jakarta: Indonesia Business Links, 2007.
- Sholehudin, Umar. *Hukum dan Keadilan Masyarakat Perspektif Kajian Sosiologi Hukum*. Malang: Setara Press, 2011.
- Sidharta, B. Arief. *Meuwissen Tentang Pengembangan Hukum, Ilmu Hukum, Teori Hukum, dan Filsafat Hukum*. Bandung: Refika Aditama, 2009.
- ..... . *Ilmu Hukum Indonesia*. Bandung : Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan, 2010.

- Simanjuntak, Marsillam. *Negara Integralistik*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1994.
- Simorangkir, O.P. *Etika Bisnis*. Tanpa Kota: Aksara Persada Indonesia, 1992.
- Soetomo. *Pemberdayaan Masyarakat Mungkinkah Muncul Antitesisnya ?* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- .....*Strategi-strategi Pembangunan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Solihin, Ismail. *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Suharto, Edi. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*. Bandung: Refika Aditama, 2009.
- ..... *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sulistiyani, Ambar Teguh. *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Media, 2004.
- Sulistiyono, Adi. *Reformasi Hukum Ekonomi Indonesia*. Surakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan (LPP) dan UNS Press, 2008.
- Sumodiningrat, Gunawan. *Mewujudkan Kesejahteraan Bangsa: Menaggulangi Kemiskinan dengan Prinsip Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009.
- Suparno. *Corporate Social Responsibility Teori dan Praktik*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2010.
- Suprayitno, G., et al. *Internalisasi Good Corporate Governance dalam Proses Bisnis*. Jakarta: The Indonesian Institute for Corporate Governance, 2005.
- Surya, Indra dan Ivan Yustiavandana. *Penerapan Good Corporate Governance: Mengesampingkan Hak-hak Istimewa Demi Kelangsungan Usaha*. Jakarta: Prenada Media Group, 2008.

- Susanto, Anthon Freddy. *Ilmu Hukum Non Sistematis: Fondasi Filsafat Pengembangan Ilmu Hukum Indonesia*. Yogyakarta: Genta Publishing, 2010.
- Suseno, Franz Magnis. *Etika Dasar Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: Kanisius, 1987.
- ..... *Etika Politik Prinsip-prinsip Moral Dasar Kenegaraan Modern*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1991.
- ..... *Kuasa dan Moral*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1995.
- Sutedi, Adrian. *Good Corporate Governance*. Jakarta: Sinar Grafika, 2011.
- Suteki. *Rekonstruksi Politik Hukum Hak Atas Air Pro Rakyat*. Malang: Surya Pena Gemilang, 2010.
- Sutrisno, Slamet. *Filsafat dan Ideologi Pancasila*. Yogyakarta: Andi, 2006.
- Syahrani dan Syahrani. *Implementasi Otonomi Daerah dalam Perspektif Good Governance*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Tanya, Bernand L. *Politik Hukum Agenda Kepentingan Bersama*. Yogyakarta: Genta Publishing, 2011.
- ....., Yoan N. Simanjuntak, dan Markus Y. Hage. *Teori Hukum Strategi Tertib Manusia Lintas Ruang dan Generasi*. Surabaya: CV. Kita, 2007.
- Tjetjep, Wimpy S. *Dari Gunung Api Hingga Otonomi Daerah*. Jakarta: Yayasan Media Bhakti Tambang, 2002.
- Turismo, Bambang Eko. *Etika Bisnis*. Bandung: CV. Mandar Maju, 2007.
- Untung, Hendrik Budi. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Wahyudi, Agus. *et. al. (Ed). Proceeding Kongres Pancasila: Pancasila dalam Berbagai Perspektif*. Jakarta : Sekretariat Jenderal dan Kepaniteraan Mahkamah Konstitusi. 2009.

- Wahyudi, Isa dan Busyra Azheri. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: Setara Press, 2011.
- Warsono, Sony. *et.al. Corporate Governance Concept and Model Preserving True Organization Welfare*. Yogyakarta: Centre for Good Corporate Governance Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM, 2009.
- Wibisono, Yusuf. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publising, 2007.
- Wiranata, I Gede A.B. *Etika, Bisnis dan Hukum Bisnis (Sebuah Pemikiran Awal)*. Bandar Lampung: Unila, 2007.
- Wirawan. *Konflik dan Manajemen Konflik: Teori, Aplikasi, dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Humanika, 2010.
- Yosephus, L. Sinuor. *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010.

### Makalah

- Manan, Bagir. "Peranan Hukum dalam Pergeseran Nilai Sosial Budaya Masyarakat Memasuki Era Reformasi". Makalah. FISIP Unpad, 1999.
- Rahayu, Mella Ismelina Farma. "Upaya Pragmatis Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup". Makalah dalam Seminar Legal Hermeneutics sebagai Alternatif Kajian Hukum, di FH Undip Semarang, tanggal 24 Nopember 2007.
- Suharto, Edi. "*Corporate Social Responsibility: Konsep dan Perkembangan Pemikiran*". Makalah yang disampaikan pada Workshop Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Universitas Islam Indonesia (UII), Yoyakarta, 6-8 Mei 2008.
- Swasono, Sri Edi. "Pancasila dan Tanggungjawab Intelektual Kita: Pendekatan Teoritis, Akademis, dan Ideologis". Makalah

dalam Kongres Pancasila V 2013. UGM Yogyakarta 31 Mei-1 Juni 2013.

..... "Pancasila, Pasal 33 UUD 1945, Menolak Neoliberalisme: Nasionalisme, Globalisasi, dan Ekonomi Rakyat". Makalah Bahan Ceramah untuk BEM Universitas Diponegoro. Semarang 21 September 2013.

### Jurnal/Majalah

Jurnal Galang Vol. 1 No. 2, Januari 2006.

Jurnal Hukum Bisnis, Vol. 22, No. 4 Tahun 2003.

Jurnal Hukum Bisnis. Vol. 22, No.6 Tahun 2003

Jurnal Hukum Bisnis. Vol. 26, No. 3 Tahun 2007

Jurnal Mimbar Hukum No. 22/Dikti/Kep/2002.

Majalah Bisnis & CSR Edisi Khusus 40 Tahun Prof. Dr. Totok Mardikanto M.S. Menjadi Penyuluh. Januari 2009.

Majalah Usahawan No. 12 Tahun XXVII Desember 1998.

### Website

Anonim. "Pentingnya Implementasi *Corporate Social Responsibility* Pada Masyarakat Indonesia". <http://mamrh.wordpress.com/2008/07/21/53/> Diakses tanggal 15 Nopember 2013, Pukul 16.30 WIB.

Anonim. "Prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) dan Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Pasar Modal". <http://yogimitha.blogspot.com/2011/03/prinsip-good-corporate-governance-gcg.html>. Diakses tanggal 29 Januari 2013, Pukul 10.20 WIB.

Anonim. "Program CSR". <http://www.mediaqitafoundation.org/CSR.html>. Diakses tanggal 15 Nopember 2013, Pukul 17.00 WIB.

Anonim. "Sejarah CSR". <http://csrjatim.org/2/data/sejarah-csr.pdf>. Diakses tanggal 28 Agustus 2012 Pukul 10.39 WIB.

- Anonim. [http:// keuanganism.com / article / umum / gcg - dan-hubungannya-dengan-csr/](http://keuanganism.com/article/umum/gcg-dan-hubungannya-dengan-csr/) Diakses tanggal 29 Januari 2013 pukul 10.15 WIB.
- Anonim. [http:// repository.usu.ac.id / bitstream / 123456789 / 25413 / 4 / Chapter%20II. pdf](http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/25413/4/Chapter%20II.pdf). Diakses tanggal 28 Agustus 2012 Pukul 11.07 WIB.
- Azheri Busyra. "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dalam Perspektif Negara Hukum Kesejahteraan (*Verzorgings Staat*)". [http:// ejournal. ukanjuruhan. ac. Id / media / paper / 6%20Busyra % 20 Azheri. pdf](http://ejournal.ukanjuruhan.ac.id/media/paper/6%20Busyra%20Azheri.pdf). Diakses tanggal 25 Pebruari 2012, Pukul 08.20 WIB.
- Azheri, Busyra. "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dan Pengaturannya dalam UUPT". [http://www.scribd.com / doc / 52629143 / Kajian-Kritis-CSR-dalam-UUPT](http://www.scribd.com/doc/52629143/Kajian-Kritis-CSR-dalam-UUPT). Diakses tanggal 1 Nopember 2011, Pukul 11. 20 WIB.
- Azheri, Busyra. "Pembangunan Hukum Perseroan yang Berlandaskan pada Prinsip *Good Corporate Governance*". [http:// ejournal. ukanjuruhan. ac.id / media / paper / 6%20busyra. pdf](http://ejournal.ukanjuruhan.ac.id/media/paper/6%20busyra.pdf). Diakses tanggal 25 Pebruari 2012, Pukul 21.20 WIB.
- Lesmana, Timotheus. "Program *Corporate Social Responsibility* yang Berkelanjutan". [http:// businessenvironment. word-press.com / 2007 / 03 / 01/ program - corporate - social - responsi - bility - yang - berke - lanjutan /](http://businessenvironment.wordpress.com/2007/03/01/program-corporate-social-responsibility-yang-berkelanjutan/) Diakses tanggal 15 Nopember 2013, Pukul 16.45 WIB.
- Retno. "Makna Sila-Sila Pancasila". [http://khazanna032.word-press.com/2009/07/ 16/makna-sila- sila-pancasila/](http://khazanna032.wordpress.com/2009/07/16/makna-sila-sila-pancasila/) Diakses tanggal 1 Mei 2012, Pukul 20.36 WIB.
- Ridwan Khairandy. "*Corporate Social Responsibility: Dari Shareholder ke Stakeholder, dan dari Etika Bisnis ke Norma Hukum*".

Makalah Pembicara pada Workshop Tanggungjawab Sosial Perusahaan. Yogyakarta, 6 - 8 Mei 2008, hlm. 12. [http://pusham.uii.ac.id/upl/article/id\\_ridwan.pdf](http://pusham.uii.ac.id/upl/article/id_ridwan.pdf). Diakses tanggal 1 Maret 2013, Pukul 17.05 WIB.

S. Trisoko. "Corporate Social Responsibility, Perwujudan bisnis bermuatan Nilai-nilai Pancasila". <http://breath4justice.wordpress.com/2011/04/17/corporate-social-respon-sibili-ty-perwujudan-bisnis-bermuatkan-nilai-nilai-pancasila/> Diakses tanggal 19 Januari 2012, Pukul 10.37 WIB.

Sihombing, Eka N.A.M. "Partisipasi Masyarakat dalam Pembentukan Peraturan Daerah sebagai Implementasi Hak Asasi Manusia di Kota Medan". <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/4922/5/Chapter%20II.pdf>. Diakses tanggal 1 Maret 2013, Pukul 17.35 WIB.

Suharto, Edi. "Negara Kesejahteraan dan *Reinventing Depsos*". [http://www.depsos.go.id/unduh/Negara Kesejahteraan.pdf](http://www.depsos.go.id/unduh/Negara%20Kesejahteraan.pdf). Diakses tanggal 22 Mei 2012, Pukul 11.13 WIB.

Sukarmi, "Tanggung Jawab Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dan Iklim Penanaman Modal", [file:///C:/Users/Acer/Desktop/84-tanggung-jawab-sosial-perusahaan - corporate - social - responsibility - dan-iklim-penanaman-modal.html](file:///C:/Users/Acer/Desktop/84-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-corporate-social-responsibility-dan-iklim-penanaman-modal.html). Diakses tanggal 11 Nopember 2010, Pukul 19. 27 WIB.

### Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945

TAP MPR RI No. XVI/MPR/1998 tentang Politik Ekonomi dalam Rangka Demokrasi Ekonomi

TAP MPR RI No. XVIII/MPR/1998 tentang Pencabutan Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor II/MPR/1978 tentang Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila (Ekaprasetia Pancakarsa) dan

Penetapan tentang Penegasan Pancasila Sebagai Dasar Negara

TAP MPR RI No. VI/MPR/2001 tentang Etika Kehidupan Berbangsa  
Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal  
(Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor  
67, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor  
4724)

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas  
(Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor  
106, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia  
Nomor 4756)

Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung  
Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (Lembaran  
Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 89,  
Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor  
5305)

*International Standard Organization (ISO) 26000*

- Charity*: kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan bantuan sukarela kepada seseorang atau kelompok yang membutuhkan. Kegiatan ini biasanya dalam bentuk kegiatan kedermawanan baik yang didorong karena keyakinan keagamaan maupun oleh motif lainnya.
- Conjugation partnership (kemitraan melalui peleburan dan pengembangan)*: kemitraan antara dua pihak atau lebih dengan melakukan konjugasi dalam rangka meningkatkan kemampuan masing-masing.
- Corporate sustainability theory (teori sustainabilitas korporasi)*: agar bisa hidup dan tumbuh secara berkelanjutan, korporasi harus mengintegrasikan tujuan bisnis dengan tujuan sosial dan ekologi secara utuh.
- Demokrasi ekonomi*: produksi dikerjakan oleh semua masyarakat dan untuk semua di bawah pimpinan atau pemilihan anggota-anggota masyarakat. Kemakmuran masyarakatlah yang diutamakan, bukan kemakmuran orang seorang.
- Disadvantaged groups*: kelompok-kelompok yang kurang beruntung.
- Ecological sustainability*: menjamin bahwa pembangunan sejalan dengan proses pemeliharaan ekologis, keragaman biologis dan sumber-sumber biologis.
- Economic measurement*: menilai kinerja perusahaan yang didasarkan pada ukuran ekonomi.
- Economic sustainability*: menjamin bahwa pembangunan secara ekonomis efisien dan sumber-sumber yang digunakan

dimanajementi secara benar sehingga dapat mendukung generasi yang akan datang.

**Entitas bisnis:** organisasi badan usaha berupa perusahaan baik sebagai badan hukum maupun bukan badan hukum yang kegiatannya menyediakan barang dan atau jasa bagi konsumen dengan tujuan memperoleh keuntungan.

**Etika bisnis:** cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat dalam menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku, dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.

**Filantropi:** tindakan seseorang yang mencintai sesama manusia, sehingga menyumbangkan waktu, uang, dan tenaganya untuk menolong orang lain. Istilah ini umumnya diberikan pada orang-orang yang memberikan banyak dana untuk amal. Biasanya, filantropi seorang kaya raya yang sering menyumbang untuk kaum miskin.

**Golden rule:** suatu prinsip yang mengajarkan seseorang agar memperlakukan orang lain sama seperti mereka ingin diperlakukan.

**Grundnorm:** norma dasar, suatu norma yang tidak dapat dideduksikan lagi dari sumber lainnya, suatu norma awal yang keberadaannya dan kesahannya diasumsikan, dan bukan merupakan bagian dari hukum positif, tetapi merupakan sumber dari hukum positif.

**Hukum positif:** hukum yang berlaku di suatu negara atau masyarakat tertentu pada saat tertentu.

**Keadilan distributif:** keadilan yang berlaku untuk perhubungan antara masyarakat dan negara, khususnya untuk membagi kewajiban atau beban sosial dengan penekanan pada aspek proporsionalitas.

**Keadilan komutatif:** keadilan dalam hubungan perdata yang pada umumnya prestasi senilai dengan kontra prestasi.

**Keadilan sosial:** keadilan yang pelaksanaannya tergantung dari struktur-struktur kekuasaan dalam masyarakat mencakup di bidang politik, ekonomi, sosial, dan budaya.

**Kemiskinan struktural:** kemiskinan akibat dari super struktur yang membuat sebagian anggota atau kelompok masyarakat tertentu mendominasi sarana ekonomi, sosial, politik dan budaya.

**Kesenjangan sosial:** suatu keadaan ketidakseimbangan sosial yang ada di masyarakat yang menjadikan suatu perbedaan yang sangat menyolok yang dialami oleh individu dan kelompok yang dianggap penting dalam suatu masyarakat.

**Konflik sosial:** perseteruan dan/atau benturan fisik dengan kekerasan antara dua kelompok masyarakat atau lebih yang berlangsung dalam waktu tertentu dan berdampak luas yang mengakibatkan ketidakamanan dan disintegrasi sosial sehingga mengganggu stabilitas nasional dan menghambat pembangunan nasional.

**Konstitusi ekonomi:** konstitusi yang memuat kebijakan negara di bidang ekonomi.

**Kontrak sosial (*social contract*):** kesepakatan-kesepakatan yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat dalam rangka untuk menjaga keselarasan, keserasian dan keseimbangan hubungan antar keduanya, serta untuk menjaga dan melindungi kepentingan antar keduanya.

**Legitimasi:** keterangan yg mengesahkan atau membenarkan bahwa pemegang keterangan adalah betul-betul orang yg dimaksud; kesahan.

**Misallocation of resources:** penggunaan yang keliru terhadap berbagai sumber daya.

- Mutualism partnership (kemitraan mutualistik):** kerja sama antara dua pihak atau lebih yang sama-sama menyadari aspek pentingnya melakukan kemitraan, yaitu untuk saling memberikan manfaat dan mendapatkan manfaat lebih, sehingga akan dapat mencapai tujuan secara lebih optimal.
- Negara hukum kesejahteraan:** negara selain tunduk pada hukum yang berlaku juga berfungsi menyelenggarakan kesejahteraan rakyat.
- Negara kesejahteraan:** negara berfungsi menyelenggarakan kesejahteraan rakyat.
- Nomokrasi:** kekuasaan negara atau pemerintah yang didasarkan pada kedaulatan hukum.
- Norma sosial:** petunjuk atau patokan untuk melangsungkan hubungan sosial dalam masyarakat yang berisi perintah, larangan dan anjuran agar seseorang dapat bertingkah laku yang pantas, untuk menciptakan ketertiban, keteraturan, kedamaian dalam bermasyarakat.
- Pembangunan berkelanjutan:** pembangunan yang memadukan aspek lingkungan hidup, sosial, dan ekonomi untuk menjamin keutuhan lingkungan hidup serta keselamatan, kemampuan, kesejahteraan, dan mutu hidup generasi masa kini dan generasi masa depan.
- Pemberdayaan masyarakat:** upaya untuk meningkatkan daya atau kekuatan pada masyarakat dengan cara memberi dorongan, peluang, kesempatan, dan perlindungan sehingga masyarakat tersebut dapat meningkatkan potensi, kemampuan dan mengaktualisasikan diri atau berpartisipasi melalui berbagai aktivitas.
- Primary stakeholders (pemangku kepentingan utama):** berbagai pihak yang berinteraksi langsung dalam aktivitas bisnis perusahaan serta mempengaruhi kemampuan perusahaan

untuk melaksanakan tujuan utamanya yakni menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat.

**Prinsip subsidiaritas:** suatu prinsip di mana masyarakat atau lembaga yang lebih tinggi kedudukannya harus memberi bantuan kepada anggota-anggotanya atau lembaga yang lebih terbatas sejauh mereka sendiri tidak dapat menyelesaikan tugas mereka secara memuaskan.

**Profit oriented:** bisnis yang didirikan semata-mata bertujuan untuk memperoleh keuntungan guna meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawannya serta untuk mengembangkan usaha lebih lanjut.

**Promoting public welfare:** meningkatkan kesejahteraan umum

**Pseudo partnership (kemitraan semu):** kemitraan yang terjadi antara dua pihak atau lebih, namun tidak sesungguhnya melakukan kerjasama secara seimbang satu dengan lainnya.

**Qoid tibi fieri non vis, alteri ne feceris:** jangan melakukan sesuatu pada orang lain apa yang tidak suka orang lain lakukan kepadamu

**Rechtsidee:** cita hukum, yang mengandung arti gagasan, karsa, cipta, dan pikiran berkenaan dengan hukum atau persepsi tentang makna hukum.

**Resistensi:** sebuah sikap untuk berperilaku bertahan, berusaha melawan, menentang atau upaya oposisi pada umumnya sikap ini tidak berdasarkan atau merujuk pada paham yang jelas.

**Secondary stakeholders (pemangku kepentingan sekunder):** orang-orang atau kelompok di dalam masyarakat secara langsung maupun tidak langsung terkait oleh berbagai aktivitas atau keputusan utama perusahaan.

**Shareholder orientation:** orientasi perusahaan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan para pemilik

(pemegang saham) dan para kreditur agar terjamin kepastian pengembalian klaim dalam perusahaan.

**Shareholders:** seseorang atau badan hukum yang secara sah memiliki satu atau lebih saham pada perusahaan. Para pemegang saham adalah pemilik dari perusahaan tersebut.

**Sistem hukum:** keseluruhan aturan hukum, kaidah hukum yang berlaku, dan asas-asas yang mendasarinya serta pranata-pranata hukum yang membentuk tata hukum.

**Social and cultural sustainability:** menjamin bahwa pembangunan meningkatkan kontrol masyarakat terhadap kehidupannya, sejalan dengan kultur dan nilai-nilai masyarakat setempat, dan memelihara serta memperkuat identitasnya.

**Social measurement:** menilai kinerja perusahaan yang didasarkan atau memperhitungkan batas-batas tanggung jawab sosial.

**Staatsfundamentalnorm:** norma fundamental negara, merupakan norma tertinggi dalam suatu negara ini merupakan norma yang tidak dibentuk oleh suatu norma yang lebih tinggi lagi, tetapi bersifat *pre-supposed* atau ditetapkan terlebih dahulu oleh masyarakat dalam suatu negara dan merupakan norma yang menjadi tempat bergantungnya norma-norma hukum di bawahnya.

**Stakeholder kunci:** merupakan *stakeholder* yang memiliki kewenangan dalam hal pengambilan keputusan dan atau bisa diajak berprakarsa.

**Stakeholder orientation:** orientasi perusahaan ditujukan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan *shareholder*, namun upaya mencapai peningkatan dan perkembangan perusahaan juga didudukkan dalam kerangka keselarasan, keserasian, dan keseimbangan lingkungan.

**Stakeholder utama atau primer:** merupakan *stakeholder* yang memiliki kaitan kepentingan secara langsung dengan kehadiran perusahaan.

**Stakeholders:** pihak-pihak baik yang ada di dalam perusahaan maupun yang di luar perusahaan yang berperan (dipengaruhi sekaligus mempengaruhi) dalam menentukan tujuan pencapaian keuntungan perusahaan.

**Stufenbau:** penataan secara hirarkhi kaidah-kaidah hukum dalam suatu sistem hukum.

**Sumber daya alam:** unsur lingkungan hidup yang terdiri atas sumber daya hayati dan nonhayati yang secara keseluruhan membentuk kesatuan ekosistem.

**Sustainable development:** proses pembangunanyang berprinsip memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan pemenuhan kebutuhan generasi masa depan. Pembangunan berkelanjutan terdiri dari tiga tiang utama , yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan yang saling bergantung dan memperkuat.

**The greatest happiness for the greatest numbers:** kebahagiaan yang terbesar, untuk terbanyak orang.

**The right action produces a greatest benefit for the most people:** tindakan tepat yang dilakukan oleh suatu perusahaan berdasarkan prinsip moral dengan sendirinya akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat.

**Triple bottom line:** untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan "3P". Selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

**Volonte generale (kemauan umum):** yaitu kesatuan kemauan orang-orang yang telah melakukan kontrak sosial.