

DOKUMEN LEMBAGA PENGEMBANGAN PEMBELAJARAN DAN PENJAMIN MUTU UNILA	
TANGGAL	09 Desember 2019
No. TERDAFTAR	224/BA/UP3M/2019
PARAF	<i>mf</i>

HALAMAN PENGESAHAN

- | | |
|---------------------|--|
| 1. Judul Buku | : Tanggungjawab Sosial Perusahaan di Indonesia (Telaah Konsep dan Aplikasinya) |
| 2. Bidang Ilmu | : Ilmu Hukum |
| 3. Penulis Utama | : Prof. Dr. I Gede AB Wiranata, S.H., M.H. |
| Nama Penulis | : --- |
| 4. Jenis Kelamin | : Laki-laki |
| 5. NIP | : 196211091988111001 |
| 6. Disiplin Ilmu | : Hukum Keperdataan/Hukum Bisnis |
| 7. Pangkat/Gol | : Pembina Utama Muda/IVd |
| 8. Jabatan | : Guru Besar |
| 9. Fakultas/Jurusan | : Hukum/Hukum Keperdataan |
| 10. Alamat Kantor | : Jln. Soemantri Brojonegoro 1 Gedungmeneng Bandarlampung |
| 11. Anggota Penulis | : -- |
| 12. Nomor ISBN | : 976-623-211-097-7 |

Bandarlampung, 05 November 2019
Penulis

Mengetahui/Menyetujui
Bagian Hukum Keperdataan



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



Prof. Dr. I Gede AB Wiranata, S.H., M.H.
NIP 196211091988111001



Mengetahui/Menyetujui
Dekan LPPM Universitas Lampung

Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.S
NIP 196403261989021001



Mengetahui/Menyetujui
Dekan Fakultas Hukum Unila

Prof. Dr. Maroni, S.H., M.Hum
NIP 196003101987031002

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202279074, 25 Oktober 2022

Pencipta

Nama : **Prof. Dr. I Gede AB Wiranata, S.H., M.H.**
Alamat : Jl. Bumi Manti Residen No. 19 LK I, RT. 003 Rw. 000 Kel. Kampung Baru Kec. Labuhan Ratu. Bandar Lampung, Lampung. KodePos 35149, Bandar Lampung, LAMPUNG, 35149
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Fakultas Hukum Universitas Lampung**
Alamat : Fakultas Hukum Universitas Lampung Jl. Soemantri Brojonegoro No. 1 Gedong Meneng Rajabasa Bandar Lampung, Lampung 35145, Bandar Lampung, LAMPUNG, 35145
Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Buku**
Judul Ciptaan : **TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DI INDONESIA (TELAAH KONSEP DAN APLIKASINYA)**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 1 Oktober 2020, di Bandar Lampung

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman.

Nomor pencatatan : 000394818

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia
Direktur Jenderal Kekayaan Intelektual
u.b.
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Anggoro Dasananto
NIP.196412081991031002

PROF. DR. I GEDE AB WIRANATA, S.H., M.H.

Keberadaan tanggungjawab sosial perusahaan (corporate social responsibility) sekarang ini tidak lagi menjadi sekedar isu yang relevan di tengah maraknya globalisasi. Justeru tanggungjawab sosial perusahaan menjadi prioritas utama para pemimpin bisnis di semua negara dalam rangka membangun sinergi dunia usaha dan masyarakat di mana perusahaan itu melaksanakan kegiatan usahanya.

Dengan demikian, tanggungjawab sosial perusahaan yang kemudian muncul dalam perkembangannya membawa isu bukan lagi tersentral pada aktivitas ekonomi semata-mata dalam bentuk peningkatan profit perusahaan sehingga akhirnya menunjang kelangsungan bisnis, namun juga tanggungjawab sosial termasuk lingkungan dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial dan perkembangan kelestarian lingkungan. Justeru di era kekinian itu kini aspek tersebut menjadi peluang untuk meningkatkan daya saling serta sebagai bagian dari pengelolaan risiko, menuju keberlangsungan kegiatan usaha perusahaan.

Meski demikian, dalam praktek bisnis tak terhindarkan ada dua pendapat yang saling kontradiktif mengenai keberadaan tanggungjawab sosial perusahaan. Sebagian menganggap tanggungjawab sosial perusahaan sebagai jawaban terhadap praktik bisnis yang ingin memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Di sisi lain, sebagian menganggap bahwa implementasi tanggungjawab sosial perusahaan dianggap sebagai beban yang hanya mengganggu konsentrasi perusahaan karena harus mengeluarkan sejumlah pengeluaran tambahan dari keuntungan yang harusnya diperoleh perusahaan.

Beranjak dari kontemplasi latar belakang di atas, penulis menyusun buku ini sebagai catatan awal memahami dan membedah keberadaan tanggungjawab sosial perusahaan dalam perspektif pemikiran, perkembangan dan realitas kebijakan berbagai aturan yang ada. Pembahasannya mungkin terlalu sederhana, namun memiliki tujuan sebagai bahan awal mempertemukan konsep pemikiran dan realitas yang ada, sehingga ke depannya bisa terbangun titik temu antara pemerintah, masyarakat, serta pelaku usaha.

Buku ini mengulas tanggungjawab sosial perusahaan dari telaah konsep, kebijakan legislasi yang tertuang dalam sejumlah dokumen hukum dan peraturan perundangan dan melihat bagaimanakah implikasinya di lapangan.



Aura Publishing
www.aura-publikasihing.com
@redaksiaura



TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DI INDONESIA (TELAH KONSEP DAN APLIKASINYA)

PROF. DR. I GEDE AB WIRANATA, S.H., M.H.

TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DI INDONESIA

(TELAH KONSEP DAN APLIKASINYA)

TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DI INDONESIA

(TELAAH KONSEP DAN APLIKASINYA)

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)

TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DI INDONESIA

(TELAAH KONSEP DAN APLIKASINYA)

PROF. DR. I GEDE AB WIRANATA, S.H., M.H.



Perpustakaan Nasional RI:
Katalog Dalam Terbitan (KDT)

**TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DI INDONESIA
(TELAAH KONSEP DAN APLIKASINYA)**

Penulis:

PROF. DR. I GEDE AB WIRANATA, S.H., M.H.

Desain Cover & Layout

Team Aura Creative

Penerbit

AURA

CV. Anugrah Utama Raharja

Anggota IKAPI

No.003/LPU/2013

X+ 90 hal : 15,5 x 23 cm
Cetakan, September 2019

ISBN: 978-623-211-097-7

Alamat

Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro, Komplek Unila
Gedongmeneng Bandar Lampung
HP. 081281430268

E-mail : redaksiaura@gmail.com

Website : www.aura-publishing.com

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

KATA PENGANTAR

Besarnya kekuasaan dan kekuatan yang tersentral pada pelaku bisnis, berpeluang meningkatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Namun di sisi lain muncul tuntutan pertanggungjawaban terhadap kelestarian lingkungan hidup dan pembangunan berkelanjutan. Fenomena yang saling kontradiktif ini bertemu pada satu kutub yaitu tanggung jawab sosial perusahaan.

Adalah Howard R. Bowen tahun 1953 yang pertama kali menggulirkan konsep tanggung jawab sosial perusahaan. Konsep ini terus menggelinding hingga pengembangannya mulai tahun 1960-an hingga kini. Dari kegiatan yang semula filantropi, hingga akhirnya dijadikan isu strategis untuk meningkatkan citra dan kinerja perusahaan.

Keberadaan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) sekarang ini tidak lagi menjadi sekedar isu yang relevan di tengah maraknya globalisasi. Justeru tanggung jawab sosial perusahaan menjadi prioritas utama para pemimpin bisnis di semua negara dalam rangka membangun sinergi dunia usaha dan masyarakat di mana perusahaan itu melaksanakan kegiatan usahanya.

Dengan demikian, tanggung jawab sosial perusahaan yang kemudian muncul dalam perkembangannya membawa isu bukan lagi tersentral pada aktivitas ekonomi semata-mata dalam bentuk peningkatan profit perusahaan sehingga akhirnya menunjang kelangsungan bisnis, namun juga tanggung jawab sosial termasuk lingkungan dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial dan perkembangan kelestarian lingkungan. Justeru di era kekinian itu kini aspek tersebut menjadi peluang untuk meningkatkan daya saing serta sebagai bagian dari pengelolaan risiko, menuju keberlangsungan kegiatan usaha perusahaan.

Meski demikian, dalam praktek bisnis tak terhindarkan ada dua pendapat yang saling kontradiktif mengenai keberadaan tanggungjawab sosial perusahaan. Sebagian menganggap tanggungjawab sosial perusahaan sebagai jawaban terhadap praktik bisnis yang ingin memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Di sisi lain, sebagian menganggap bahwa implementasi tanggungjawab sosial perusahaan dianggap sebagai beban yang hanya mengganggu konsentrasi perusahaan karena harus mengeluarkan sejumlah pengeluaran tambahan dari keuntungan yang harusnya diperoleh perusahaan.

Beranjak dari kontemplasi latar belakang di atas, penulis menyusun buku ini sebagai catatan awal memahami dan membedah keberadaan tanggungjawab sosial perusahaan dalam perspektif pemikiran, perkembangan dan realitas kebijakan berbagai aturan yang ada. Pembahasannya mungkin terlalu sederhana, namun memiliki tujuan sebagai bahan awal mempertemukan konsep pemikiran dan realitas yang ada, sehingga ke depannya bisa terbangun titik temu antara pemerintah, masyarakat, serta pelaku usaha.

Buku ini mengulas tanggungjawab sosial perusahaan dari telaah konsep, kebijakan legislasi yang tertuang dalam sejumlah dokumen hukum dan peraturan perundangan dan melihat bagaimanakah implikasinya di lapangan.

Terimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan masukan, diskusi dan penyempurnaannya hingga akhirnya naskah ini diterbitkan oleh penerbit Aura Publisher.

Bandarlampung, September 2019

Prof. Dr. I Gede AB Wiranata, S.H., M.H.

"Om Dewa Suksma Parama Acintya Ya Namah Swaha, Sarwa
Karya Prasadhantam,
Om Santih, Santih, Santih, Om...

Ya Tuhan dalam wujud *Parama Acintya* yang maha gaib dan maha karya, hanya atas anugerah-Mu lah maka pekerjaan ini berhasil dengan baik. Semoga damai, damai di hati, damai di dunia, damai selamanya....

Buku ini didedikasikan kepada Keluarga Besar Universitas Warmadewa – Denpasar – Bali khususnya Fakultas Hukum dalam rangka peringatan Dies Natalis ke 35 serta dalam rangka Pengukuhan dan Penerimaan Jabatan Guru Besar Ilmu Hukum kepada Prof. Dr. Nyoman Putu Budiarta, SH., M.H.

DAFTAR ISI

BAB I	BISNIS, ANTARA ORIENTASI DAN DAMPAK YANG DITIMBULKAN.....	1
	1.1 Bisnis dan Orientasi Bisnis	1
	1.2 Dampak Ekonomi	9
	1.3 Dampak Sosial	11
	1.4 Dampak Lingkungan	12
BAB II	MAKNA, KONSEP, DAN PERKEMBANGAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN	13
	2.1 Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	13
	2.2 Perkembangan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	15
	2.3 Jenis dan Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	25
BAB III	PERSEPSI PARSIAL TENTANG TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN	30
	3.1 Kegiatan Sosial dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	30
	3.2 Untuk Siapa Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	31
	3.3 Biaya Perusahaan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	31
	3.4 Pengembangan Masyarakat dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	32
BAB IV	ISU-ISU TERKINI SEPUTAR TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN	33
	4.1 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Isu Lingkungan	34
	4.2 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Isu Sosial..	35

4.3	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Isu Ekonomi	36
4.4	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Perusahaan Multi Nasional	36
4.5	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Globalisasi	37
4.6	Tanggung Jawab Sosial dan Etika Bisnis.....	42

BAB V PRODUK HUKUM PENGATURAN TANGGUNG

	JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DI INDONESIA.....	49
5.1	Tanggung jawab Sosial Perusahaan dalam Undang- Undang Nomor 5 Tahun 1984 Lembaran Negara RI Tahun 1984 Nomor 22 Tambahan Lembaran Negara Nomor 3274 Tentang Perindustrian.....	50
5.2	Tanggung jawab Sosial Perusahaan dalam Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Lembaran Negara RI Tahun 1999 Nomor 42 Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821 Tentang Perlindungan Konsumen	52
5.3	Tanggung jawab Sosial Perusahaan dalam Undang- Undang Nomor 19 Tahun 2003 Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 70 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4297 tentang Badan Usaha Milik Negara.....	56
5.4	Tanggung jawab Sosial Perusahaan dalam Undang- Undang Nomor 17 Tahun 2000 Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2000 Nomor 127 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3985 tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan	62
5.5	Tanggung jawab Sosial Perusahaan dalam Undang- Undang Nomor 25 Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 67 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4724 tentang Penanaman Modal	64

5.6	Tanggung jawab Sosial Perusahaan dalam UU Nomor 40 Tahun 2007 Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4756 tentang Perseroan Terbatas	71
5.7	Tanggung jawab Sosial Perusahaan dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 Lembaran Negara RI Tahun 2009 Nomor 140 Tambahan Lembaran Negara Nomor 5059 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup	73
	BAB VI CATATAN PENUTUP.....	79
	SENARAI PUSTAKA.....	84
	BIODATA.....	87

BAB I

BISNIS, ANTARA ORIENTASI DAN DAMPAK YANG DITIMBULKAN

1.1 Bisnis dan Orientasi Bisnis

Bisnis merupakan kegiatan manusia dalam mengorganisasikan sumberdaya. Pengorganisasian sumber daya bertujuan untuk menghasilkan dan mendistribusikan barang/jasa guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis juga merupakan kegiatan manusia untuk memperoleh keuntungan. Dalam bisnis terdapat persaingan dengan aturan yang berbeda dengan norma-norma yang pada umumnya berlaku dalam masyarakat.

Perkembangan bisnis saat ini telah memasuki era global, dimana terjadi pergerakan komoditas, modal dan juga manusia yang seolah tanpa batas, menembus berbagai penjuru dunia. Modal yang paling utama dalam bisnis adalah kepercayaan. Oleh karena itu kalangan bisnis sangat memegang teguh etika dan mempertahankan kepercayaan dengan sesama pelaku bisnis.

Secara etimologi, bisnis berarti suatu keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata “bisnis” sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung lingkungannya – penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu misalnya, “bisnis pertelevisian.” Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa. Meskipun demikian, definisi, “bisnis” yang tepat masih menjadi bahan perdebatan hingga saat ini. Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada

konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan keuntungan. Kata bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*, yaitu kata dasar *busy* yang berarti “sibuk” dalam konteks individu maupun komunitas, ataupun masyarakat. Dalam arti, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan yang banyak.

Bisnis merupakan salah satu aktivitas usaha yang utama dalam menunjang perkembangan ekonomi. Kata “bisnis” berarti “kegiatan usaha”. Kata ini dapat ditemukan dalam ragam pemaknaan, antara lain:

- a. Kamus Besar Bahasa Indonesia
Bisnis adalah usaha dagang, usaha komersial, dalam dunia perdagangan;
- b. Black Law Dictionary
Business, Employment, occupation, profession, or commercial activity engaged in for gain or livelihood. Activity or enterprise for gain benefit, advantage or livelihood...
- c. Microsoft Encharta Premium 2010 DVD-Room Edition
Business, organized approach to providing customers with the goods and services they want. The word business also refers to an organization that provides these goods and services. Most businesses seek to make a profit- that is, they aim to achieve revenues that exceed the costs of operating the business.

Berdasarkan ragam pemaknaan di atas, tampak bahwa bisnis tidak hanya merupakan kegiatan perdagangan, namun meliputi juga unsur-unsur yang lebih luas, yaitu pekerjaan, profesi, penghasilan, mata pencaharian, dan keuntungan. Apabila diuraikan secara lebih mendasar, pemaknaan tentang bisnis meliputi:

- a. Bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan secara rutin. Oleh karena dilakukan secara rutin, maka dapat dinyatakan sebagai sebuah pekerjaan, mata pencaharian, bahkan profesi;
- b. Bisnis merupakan aktivitas dalam perdagangan, meskipun dapat juga dilakukan dalam aktivitas di luar perdagangan;
- c. Bisnis dilakukan dalam rangka memperoleh keuntungan;