



**IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
SEBAGAI MODAL SOSIAL PADA PT NEWMONT**

TESIS

Disusun Oleh :

**HASAN ASY'ARI, SH.
B4A 005 021**

Dosen Pembimbing :

Prof. Dr. Sri Redjeki Hartono, SH.

**Magister Ilmu Hukum Program Pasca Sarjana
Universitas Diponegoro
Semarang
2009**

LEMBAR PENGESAHAN

**IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
SEBAGAI MODAL SOSIAL PADA PT NEWMONT**

TESIS

Disusun Oleh :

**HASAN ASY'ARI, SH.
B4A 005 021**

Dipertahankan Didepan Dewan Penguji
Pada tanggal 12 Januari 2009

Pembimbing

Peneliti

Prof. Dr. Sri Redjeki Hartono, SH.
NIP. 130 368 053

Hasan Asy'ari, SH.
NIM. B4A 005 021

Mengetahui,
Ketua Program Magister Ilmu Hukum

Prof. Dr. Paulus Hadi Suprpto, SH., MH.
NIP. 130 531 702

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Dengan ini saya, Hasan Asy'ari, SH, menyatakan bahwa Karya Ilmiah/Tesis ini adalah asli hasil karya saya sendiri dan Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan sebagai pemenuhan untuk memperoleh gelar kesarjanaan Strata Satu (S1) maupun Magister (S2) dari Universitas Diponegoro maupun Perguruan Tinggi lain.

Semua informasi yang dimuat dalam Karya Ilmiah ini yang berasal dari penulis lain baik dipublikasikan atau tidak, telah diberikan penghargaan dengan mengutip nama sumber penulis secara benar dan semua isi dari Karya Ilmiah/Tesis ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sebagai penulis.

Semarang, 12 Januari 2009

Penulis

Hasan Asy'ari, SH.
NIM. B4A 005 021

MOTTO

- Berilmu luas dan beramal sejati
- Sebaik – baiknya manusia adalah manusia yang dapat bermanfaat bagi sesama manusia
- **Cogito ergo Sum** yang artinya aku berfikir, oleh sebab itu aku ada.

PERSEMBAHAN

- Ayah dan Ibunda tercinta
- Saudara – saudaraku yang tersayang
- Almamater Universitas Mataram

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wata'ala, yang telah melimpahkan rahmat – Nya, sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan Tesis ini yang berjudul : **IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) SEBAGAI MODAL SOSIAL PADA PT. NEWMONT.**

Penulisan Tesis ini dimaksudkan sebagai salah satu persyaratan guna menyelesaikan studi program Magister Ilmu Hukum Kajian Hukum Ekonomi dan Teknologi Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan, waktu dan literatur. Oleh karena itu semua saran dan kritik yang sifatnya membangun akan diterima dengan segala keredahan hati.

Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat terselesaikan karena bantuan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Untuk itu perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah sudi memberikan saran, nasehat dan kritikan dan bantuan baik yang bersifat moril maupun materiil, sehingga tesis ini dapat terselesaikan. Ucapkan terima kasih ini penulis sampaikan, terutama kepada :

1. Rektor Universitas Diponegoro Semarang
2. Prof. DR. PAULUS HADI SUPRAPTO, SH. MH. Selaku Ketua Program Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro Semarang, yang telah mengesahkan penulisan tesis ini.
3. Sekretaris Akademik, Ibu Ani Purwanti, SH, M Hum dan Bapak Ibu Staf Administrasi yang banyak menunjang dan membantu kelancaran dalam menempuh program ini.
4. Para Guru Besar dan Staf Pengajar Program Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro yang telah memberikan perkuliahan secara profesional dan arif telah memberikan ilmu selama penulis mengikuti perkuliahan.

5. Prof. Dr. Sri Redjeki Hartono, SH selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan masukan, nasehat, serta bimbingan sehingga selesainya tesis ini.
6. Pimpinan PT. Newmont yang telah bersedia diwawancarai oleh penulis ketika melakukan penelitian
7. Rekan – rekan angkatan 2005 – 2006, yang menjadi mitra diskusi dalam mengikuti perkuliahan di program Magister Ilmu Hukum khususnya kajian Hukum Ekonomi dan Teknologi Universitas Diponegoro.
8. Kedua orang tua penulis Bapak Drs. H. Achmad Said dan Ibu Hj. Ayunah yang selalu memberikan doa restu dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulis tesis yang penuh dengan ujian dan tantangan serta perjalanan panjang ini.
9. Kepada semua pihak, penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dukungannya baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi S2 di Program Magister Ilmu Hukum Universitas Diponegoro

Semoga segala amal dan kebaikan semua pihak yang telah membantu penulisan ini bermanfaat / bernilai ibadah dan mendapat ganjaran dari Allah SWT.

Akhirnya semoga tesis ini dapat bermanfaat.

Semarang, Desember 2008

Hasan Asy'ari, SH

ABSTRAK

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang terbaru, yakni UU Nomer 40 Tahun 2007, melalui undang-undang ini, industri atau koperasi-koperasi wajib untuk melaksanakannya.. Meningkatnya tingkat kepedulian kualitas kehidupan, harmonisasi sosial dan lingkungan ini juga mempengaruhi aktivitas dunia bisnis, maka, lahirlah gugatan terhadap peran perusahaan agar mempunyai tanggungjawab sosial. Disinilah salah satu manfaat yang dapat dipetik perusahaan dari kegiatan CSR. Dalam konteks inilah aktifitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi menu wajib bagi perusahaan, di luar kewajiban yang digariskan undang-undang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan CSR yang sesuai dengan visi korporasi dan amanat pasal 74 Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan untuk mengetahui apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh perusahaan dalam implementasinya.

Data dalam penelitian ini dianalisis secara *kualitatif*, yaitu data skunder yang berupa teori, definisi dan substansinya dari berbagai literatur, dan peraturan perundang-undangan, serta data primer yang diperoleh dari wawancara, observasi dan studi lapangan, kemudian dianalisis dengan undang-undang, teori dan pendapat pakar yang relevan, sehingga didapat kesimpulan tentang pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan yang berkaitan dengan pengentasan masalah-masalah sosial kemasyarakatan.

Berdasarkan hasil analisa, diperoleh kesimpulan bahwa dalam mengimplementasikan tanggung jawab sosialnya, PT Newmont melakukan kegiatan-kegiatan Pembangunan Masyarakat yaitu pendidikan, Infrastruktur, Perbaikan Kesehatan, Pendidikan Kejuruan dan Pengembangan Bisnis, Program Pertanian dan Perikanan, Program Perbaikan Habitat Laut Minahasa. Sedangkan kendala-kendala yang ditemui adalah meningkatnya ketidakpercayaan masyarakat dan kesalahan persepsi yang muncul akibat tuduhan pencemaran terhadap operasi Newmont Minahasa Raya sehingga izin penempatan tailing PT NNT, yang mesti diperpanjang pada tahun 2005, akan tetap ditentang oleh LSM anti tambang, Kontroversi lain muncul terkait daerah eksplorasi Dodo di kecamatan Ropang yang melibatkan sembilan desa. Warga Labangkar mengklaim nenek moyang mereka dimakamkan di Dodo dan menuntut ganti rugi lahan dan pemakaman yang ada sehingga perusahaan memutuskan untuk menghentikan kegiatan eksplorasi di daerah tersebut. Tuntutan oleh beberapa nelayan setempat bahwa kegiatan tambang telah mengurangi hasil tangkapan mereka. Untuk mengatasi tuduhan ini dan memperbaiki kesalahan persepsi, PTNNT telah menyusun suatu sasaran untuk melibatkan diri lebih banyak dalam pengembangan desa nelayan setempat dan melakukan survei perikanan pada 2005

Kata Kunci : CSR (*Corporate Social Responsibility*), Visi Corporate

ABSTRACT

CSR (Corporate Social Responsibility) is one obligation that shall be completed by the corporate appropriated to the content of section 74 of the newest Undang-Undang Perseroan Terbatas/ UUPT (Code of the Limited), which is Code Number 40 Year 2007. By the Code, either industry or cooperative possesses the obligation to complete it. The increasing of the care level of life quality, harmonization of social and environment influences business world activity. Thus, it emerges the accusation against the role of the corporate to have the social responsibility. It is in this case one advantage that rises from the activity of CSR. Upon this context, the Corporate Social Responsibility (CSR) has become the main menu for the corporate, out of the obligation ruled by the regulation.

The purpose of the research is to acknowledge the application of CSR appropriated to the corporate vision and the instruction of section 74 of Code Number 40 Year 2007 upon the Limited and to acknowledge any risen obstacles faced by the corporate upon the application.

Data of the research were analyzed qualitatively, which is secondary of theory, definition, and substance from literature and regulation, and primary of interview, observation, and field study, in which they were analyzed with the relevant code, theory, and expert's opinion, thus, it could be concluded upon the application of corporate social responsibility related to the solving of social problems.

Based upon the analysis, it could be concluded that upon the implementation of the social responsibility, PT. Newmont completes activity of Social Development, such as education, infrastructure. Health Improvement, Vocational Education, and Business Development, Agricultural and Fishery Program, the Program of Minahasa Sea Habitat Restoration. Whereas, the faced risen problem is the increase of the society's distrusting behavior and the misperception risen caused by the accusation of soiled pollution against the operation of Newmont Minahasa Raya so that the license of the tailing placing of PT. NNT, which shall be elongated in 2005, nevertheless, it will always be subject to disagreement by the anti-mining NGO. The other controversial matter is arisen related to Dodo exploration territory in Ropang district that includes nine villages. Labangkar people claim that their ancestors were buried in Dodo and, thus, ask for the compensation of the land and the cemetery around the corporate, in which the corporate decided to end the activity of exploration upon the area. The accusation by several local fishermen that the mining activity reduces their gaining fish. In order to solve the problem, PT. NNT has arranged target to self-involve to more developing activities for the local fishermen and completed fishery survey in 2005.

Key Words: CSR (Corporate Social Responsibility), Corporate Vision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Kerangka Pemikiran.....	14
F. Metode Penelitian	21
G. Sistematika Penulisan	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Corporate Sosial Responsibility (CSR) Pada Umumnya	25
1. Pengertian Corporate Sosial Responsibility (CSR).....	32
2 Wacana CSR dari Berbagai Perspektif	45
B. CSR Sebagai Kewajiban Perusahaan	53
1. Standarisasi Pelaksanaan CSR di Indonesia	53

2. Program-Program CSR	75
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Di Indonesia Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT.Newmont	78
B. Regulasi CSR dalam Hasil Sinkronisasi UU Perseroan Terbatas.....	80
C. CSR Dalam Ketentuan Hukum Di Indonesia	82
1. Pengertian Hukum Pertambangan.....	82
2. Objek dan Ruang Lingkup Kegiatan Hukum Pertambangan.....	85
3. Asas-asas Hukum Pertambangan	87
4. Sumber-sumber Hukum Pertambangan	93
D. Gambaran Umum tentang PT Newmont.....	101
E. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT Newmont.....	103
1. PT Newmont Minahasa Raya (NMR).....	103
2. PT Newmont Nusa Tenggara (NNT).....	106
F. Kendala-Kendala Yang Dihadapi oleh PT Newmont Dalam Pelaksanaan Corporate Social Responsibility	125
G. Alasan-Alasan Perusahaan melaksanakan CSR.....	129
H. Efektifitas Konsep CSR Dalam Menangani Permasalahan- Permasalahan Sosial.....	133

I. Parameter Keberhasilan Pelaksanaan CSR Oleh PT Newmont	135
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	141
B. Saran.....	144
DAFTAR PUSTAKA	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang terbaru, yakni UU Nomer 40 Tahun 2007. Melalui undang-undang ini, industri atau koperasi-koperasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan suatu beban yang memberatkan. Perlu diingat pembangunan suatu negara bukan hanya tanggungjawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat.

Industri dan korporasi berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup.¹ Melihat pada kondisional semacam ini maka penulis mencoba mengangkat permasalahan ini kepermukaan. Penulis menganggap bahwa pengambilan judul diatas cukup strategis. Pertama, sebab sebenarnya konsep tanggungjawab sosial perusahaan telah dikenal sejak awal 1970, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk

¹ . Chairil N. Siregar, *Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi CSR Pada Masyarakat Indonesia*, hal.285

berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Seiring perjalanan waktu, di satu sisi sektor industri atau koperasi-koperasi skala besar telah mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi di sisi lain eksploitasi sumber-sumber daya alam oleh sektor industri sering kali menyebabkan kerusakan lingkungan. Kedua, adalah sebagai upaya untuk menegaskan hubungan perusahaan dengan aktifitas perniagaan yang diselenggarakan oleh para perusahaan. Dalam konteks perniagaan yang diselenggarakan terdapat hubungan timbal-balik antara *personal* perusahaan secara *internal* dan antara *internal* perusahaan dengan masyarakat luar perusahaan. *Corporate Social Responsibility* adalah suatu bagian hubungan perniagaan yang melibatkan perusahaan di satu pihak dan masyarakat sebagai lingkungan sosial perusahaan di pihak yang lain. Ketiga,² CSR adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat domisili. Secara teoritik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggungjawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholdersnya*, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja atau operasionalnya.

Di tahun 1970-an, topik CSR mengemuka melalui tulisan **Milton Friedman** tentang bentuk tunggal tanggungjawab sosial dari kegiatan bisnis. Bahkan **Estes**³ menilai bahwa roh atau semangatnya telah ada sejak mula berdirinya perusahaan-perusahaan (di Inggris), yang tugas utamanya adalah untuk membantu pemerintah dalam memberikan pelayanan dan

² Kutipan B Tamam Achda, anggota komisi VII DPR-RI, *Konteks Sosiologis Perkembangan CSR dan Implementasinya*, hal.3

³ . Jean Marten, *ibid.*, hal.10

memenuhi kebutuhan masyarakat sikap dan pendapat pro-kontra selalu merupakan bagian dari sejarah kehidupan perusahaan dan perkembangan konsep CSR itu sendiri. Pro dan kontra terhadap perkembangan CSR terus bergulir. Salah satunya, apakah tanggungjawab sosial tersebut sifatnya wajib atau sukarela, dimana ketika kegiatan *Corporate Social Responsibility* (untuk selanjutnya disebut CSR) diwajibkan dalam Undang-Undang. Nomer 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU.PT), Sontak menuai protes. Pasalnya aktivitas CSR diasumsikan sebagai aktivitas berdasarkan kerelaan dan bukannya ”paksaan”.

Memang bibit-bibit CSR berawal dari semangat *filantropis* perusahaan. Namun, tekanan dari komunitas yang keras, terutama ditengah masyarakat yang kritis semacam masyarakat Eropa, yang menjadikan CSR menjadi semacam *social license to operation*, dan ini dilakukan oleh komunitas, bukan oleh negara.⁴ Kritik lainnya, dalam pelaksanaannya CSR masih memiliki kekurangan. Program-program CSR yang banyak dijalankan oleh perusahaan banyak yang hanya memiliki pengaruh jangka pendek dengan skala yang terbatas.

Program-program CSR yang dilaksanakan seringkali kurang menyentuh akar permasalahan komunitas yang sesungguhnya. Seringkali pihak perusahaan masih menganggap dirinya sebagai pihak yang paling memahami kebutuhan komunitas, sementara komunitas dianggap sebagai kelompok pinggiran yang menderita sehingga memerlukan bantuan

⁴ .Dikutip dari A.B. Susanto, *Corporate Social Responsibility*, The Jakarta Consulting Group, 2007, hal. 3

perusahaan. Di samping itu, aktivitas CSR dianggap hanya semata-mata dilakukan demi terciptanya reputasi perusahaan yang pasif bukan demi perbaikan kualitas hidup komunitas dalam jangka panjang.⁵

Kritik lain dari pelaksanaan CSR adalah karena seringkali diselenggarakan dengan jumlah biaya yang tidak sedikit, maka CSR identik dengan perusahaan besar yang ternama. Yang menjadi permasalahan adalah dengan kekuatan sumberdaya yang ada dengan kekuatan sumber daya yang dimilikinya, perusahaan-perusahaan besar dan ternama ini mampu membentuk opini publik yang mengesankan seolah-olah mereka telah melaksanakan CSR, padahal yang dilakukanya hanya semata-mata hanya aktivitas *filantropis*, bahkan boleh jadi dilakukan untuk menutupi perilaku-perilaku yang tidak etis serta perbuatan melanggar hukum.⁶

Diidentikkannya CSR dengan perusahaan besar dan ternama membawa implikasi lain. Bila perusahaan besar dan ternama tersebut melakukan perbuatan yang tidak etis bahkan melanggar hukum, maka sorotan tajam publik akan mengarah kepada mereka. Namun bila yang melakukannya perusahaan kecil atau menengah yang kurang ternama, maka publik cenderung untuk kurang peduli, ataupun publik menarik perhatian, perhatian yang diberikan tidak sebesar bila yang melakukannya adalah perusahaan besar yang ternama. Padahal perilaku-perilaku yang tidak etis

⁵ Margiono, *Menuju Corporate Social Leadersip*, Suara Pembaruan, 11 Mei 2006

⁶ .Ari Margono, *ibid.*,

serta perubahan melanggar hukum yang dilakukan oleh siapapun tidak dapat diterima.⁷

Seberapa penting CSR bagi perusahaan tetap menjadi wacana dalam praktis bisnis, pro dan kontra ini tidak bisa dilepaskan dari fenomena perbenturan kepentingan antara pencapaian profit dengan pencapaian tujuan sosial. Jika diperhatikan, masyarakat sekarang hidup dalam kondisi yang dipenuhi beragam informasi dari berbagai bidang, serta dibekali kecanggihan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pola seperti ini mendorong terbentuknya cara pikir, gaya hidup, dan tuntutan masyarakat yang lebih tajam. Seiring dengan perkembangan ini, tumbuh suatu gerakan konsumen yang dikenal sebagai *vigilante consumerism* yang kemudian berkembang menjadi *ethonical consumerism*.⁸

Riset yang dilakukan oleh *Roper Search Worldwide* menunjukan 75% responden memberi nilai lebih kepada produk dan jasa yang dipasarkan oleh perusahaan yang memberi kontribusi nyata kepada komunitas melalui program pembangunan. Sekitar 66% responden juga menunjukkan mereka siap berganti merk kepada merek perusahaan yang memiliki citra sosial yang positif. Hal ini membuktikan terjadinya perluasan "minat" konsumen dari produk menuju korporat. Konsumen menaruh perhatiannya terhadap tanggungjawab sosial perusahaan yang lebih luas, yang menyangkut etika bisnis dan tanggungjawab sosialnya. Kepedulian konsumen telah meluas

⁷.Ari Margono,ibid.,

⁸. A.B. Susanto, ibid., hal.3

dari sekedar kepada korporetnya.⁹ Konsumen semacam ini tidak hanya peduli pada faktor pemenuhan kebutuhan pribadi sesaat saja. Tetapi juga peduli pada penciptaan kesejahteraan jangka panjang.

Meningkatnya tingkat kepedulian kualitas kehidupan, harmonisasi sosial dan lingkungan ini juga mempengaruhi aktivitas dunia bisnis, maka, lahirlah gugatan terhadap peran perusahaan agar mempunyai tanggungjawab sosial. Disinilah salah satu manfaat yang dapat dipetik perusahaan dari kegiatan CSR. Dalam konteks inilah aktifitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi menu wajib bagi perusahaan, di luar kewajiban yang digariskan undang-undang.¹⁰

Hubungan antara komunitas dan perusahaan telah mengalami pergeseran. Awalnya perusahaan meluncurkan program *Community Development* (CD) dalam upayanya membina hubungan dengan komunitas. Kemudian dengan aktivitas CSR sebagai lisensi social untuk beroperasi. Terakhir, perusahaan dituntut untuk mempunyai peranan kepemimpinan dalam komunitasnya. Namun, ternyata hanya sekedar menjalankan aktivitas CSR tidaklah lagi mencukupi. Sekali lagi, ini bukan berarti CSR kehilangan relevansinya. CSR tetap penting dan harus dijalankan. Namun disamping CSR, perusahaan perlu mengambil insentif kepemimpinan sosial. Inilah yang diistilahkan oleh **Hills** dan **Gibbon** dengan *Corporate Social Leadership* (CSL).¹¹

⁹ .A.B. Susanto, Op.Cit., hal.6

¹⁰ .A.B. Susanto, Ibid,hal.7

¹¹ .A.B. Susanto, Ibid, hal 10

Konteks CSL menegaskan bahwa perusahaan bukan hanya dituntut untuk menjalankan tanggungjawab sosialnya, namun juga harus menjadi sebuah institusi yang memimpin, memberikan inspirasi bagi terjadinya perubahan sosial dalam masyarakat, sehingga kualitas hidup masyarakat secara umum meningkat dalam jangka panjang. Perusahaan harus menyadari bahwa dirinya adalah bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat yang lebih luas, sehingga hal buruk yang menimpa dan merugikan masyarakat pada gilirannya akan berdampak pada mereka juga.

Oleh karena perusahaan harus memerlukan komunitasnya sebagai mitra, program-program yang dilaksanakan harus mampu benar-benar memberdayakan masyarakat, artinya masyarakat yang memiliki daya tahan yang tinggi serta mampu memecahkan setiap persoalan yang dihadapi dengan kekuatan sendiri dalam jangka panjang.

Dunia industri sering menjadi tertuduh utama dalam masalah kerusakan lingkungan, karena “kerakusanya” dalam mengeksploitasi sumber daya alam, sebagaimana dalam kasus pencemaran teluk buyat oleh PT Newmont Minahasa Raya, tetapi industri pula yang menjadikan peradapan manusia maju dengan pesat. Tak dapat dipungkiri bahwa kemampuan dalam menguasai industri menjadi parameter kualitas kehidupan manusia. Masalahnya adalah bagaimana mengolah jalan simpang diantara dua kepentingan : kepentingan industri dan kelestarian lingkungan.

Tekanan dari *stakeholders* yang tumbuh dari kesadaran terhadap kelestarian lingkungan, telah merasuk ke dalam dunia korporasi dan praktik-

praktik manajemen, misalnya institusionalisasi yang dituangkan dalam ISO 14000. Demikian juga konsep produksi telah mengalami kemajuan dari konsep *cradle to grave* menjadi daur ulang. *Cradle to cradle* seperti yang diterapkan oleh *Xerox*. Berarti industri tidak hanya mengamankan agar sampah atau limbah tidak mencemari lingkungan, tetapi juga berusaha agar sampah atau limbahnya dapat didaur ulang. Menjadi “hijau” bukan hanya mengubah proses dan produk, yang hanya berkuat dip roses internal pabrik belaka. Tetapi juga memperdulikan ke “hijauan”nya mulai dari bahan baku yang digunakan dan kualitas perusahaan pemasok dipandang dari kaca mata sadar lingkungan, seperti yang tertuang dalam standarisasi ISO 140000.

Perusahaan juga harus bertanggungjawab terhadap aktivitas-aktivitas untuk meminimalkan dampak negative dari sisa produk yang dihasilkan, penanganan limbah maupun ”sampah” dari produk yang sudah terpakai, seperti kemasan, namun kesemuanya hanya dapat terlaksana secara efektif dan efisien bila didukung sistem manajemen yang baik, serta dilandasi oleh budaya perusahaan yang peduli terhadap lingkungan, dimana hal ini dapat dilakukan terutama pada perusahaan-perusahaan besar. Karena itu salah satu cara untuk menyebarkan ide-ide “hijau” adalah dengan mendorong perusahaan-perusahaan besar agar memaksa para pemasoknya atau sub kontraknya untuk lebih ramah terhadap lingkungan.

Tekanan masyarakat agar perusahaan lebih peduli kepada lingkungan merupakan kesempatan untuk memperkuat antara perusahaan dengan konsumen, bahkan dapat dijadikan keunggulan kompetitif. Konsumen yang

semakin sadar terhadap isu lingkungan akan mencari produk yang bersahabat dengan lingkungan. Sebagai dampak ikutannya perusahaan akan mencari pemasok yang bisa memecahkan persoalan-persoalan lingkungan. Hubungan antar perusahaan pun akan berubah, karena sama-sama ditekan untuk menjadi hijau. Maka banyak perusahaan, terutama perusahaan besar, mulai cerewet terhadap perusahaan-perusahaan pemasoknya. Bagi perusahaan-perusahaan besar reputasi adalah *aset* terpenting perusahaan. Walaupun hanya belakangan ini istilah CSR dikenal, sesungguhnya aktivitas *community outreach* atau penjangkauan masyarakat sudah dilakukan oleh perusahaan sejak dahulu kala.

Bentuk *community outreach* yang paling primitif adalah *corporate philanthropy*. Yang terakhir ini merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh perusahaan, atau seseorang, untuk memberikan dana kepada individu atau kelompok masyarakat, misalnya dalam bentuk beasiswa.¹² Seiring waktu berlalu, *Corporate philanthropy* (CP) kemudian berkembang menjadi *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR berbeda dengan *philanthropy* dari dimensi keterlibatan si pemberi dana dalam aktivitas yang dilakukannya. Kegiatan CSR seringkali dilakukan sendiri oleh perusahaan, atau dengan melibatkan pihak ketiga (misalnya yayasan atau lembaga swadaya masyarakat) sebagai penyelenggara kegiatan tersebut. Yang jelas,

¹² . Dikutip dari Ari Margono, *Menuju Corporate social Leadership*, Suara Pembaharuan, 11 Mei 2006

melalui CSR perusahaan jauh lebih terlibat dan terhubung dengan pihak pertama (*beneficiaries*) dalam aktivitas sosial dibandingkan dengan CP.

Aktivitas sosial yang dilakukan melalui CSR pun jauh lebih beragam.¹³ CP maupun CSR biasanya dilakukan oleh para miliyoner ataupun perusahaan multinasional yang memiliki pendapatan yang tinggi. Oleh karena itu. Banyak kegunaan dari usaha menengah dan kecil untuk melakukan CP dan CSR. Namun dalam praktiknya, CP maupun CSR sering dilakukan sebagai salah satu bagian dari promosi produk, atau yang sering disebut sebagai *social-marketing*.¹⁴

Newmont Mining Corporation merupakan perusahaan penghasil emas terkemuka yang beroperasi di lima benua. Didirikan pada tahun 1921 di kota New York dan didaftarkan pada Bursa Saham New York (NYSE) sejak tahun 1925, Newmont juga terdaftar di Bursa Saham Australia dan Toronto, dengan domisili hukum di Denver, Colorado, Amerika Serikat. Sebagai perusahaan publik yang terdaftar di bursa saham terkemuka di dunia Newmont terikat pada standar profisiensi yang tinggi serta kepemimpinan di bidang-bidang manajemen lingkungan, kesehatan dan keselamatan bagi para karyawannya dan masyarakat sekitar. Sebagai anak perusahaan dari Newmont Mining Corporation, PT Newmont Minahasa Raya yang didirikan pada tahun 1986 dan selanjutnya menandatangani KK dengan Pemerintah Indonesia, juga terikat untuk menerapkan standar profisiensi yang tinggi serta kepemimpinan di bidang-bidang manajemen lingkungan, kesehatan

¹³ . Ari Margono, *ibid.*,

¹⁴ . Ari MArgono, *ibid.*,

dan keselamatan bagi para karyawannya dan masyarakat sekitar, termasuk melaksanakan CSRnya, oleh karena itu penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh mengenai implementasi CSR dengan mengambil lokasi penelitian pada PT Newmont.

B. Permasalahan

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Newmont pada wilayah sekitar perusahaan?
2. Kendala-kendala apa saja yang dihadapi oleh PT Newmont dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* tersebut?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui implementasi CSR yang sesuai dengan visi korporasi dan amanat pasal 74 Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh PT Newmont dalam implementasi *Corporate Social Responsibility*.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang menjadi fokus kajian penelitian ini dan tujuan yang ingin dicapai, maka diharapkan peneliti ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan dapat menambah informasi atau wawasan yang lebih konkrit bagi lembaga legislatif, pemerintah, para praktisi ekonomi, dan khususnya para pengusaha mengenai manfaat penerapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran ilmiah ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan hukum pada umumnya dan khususnya yang berkaitan dengan pengkajian hukum bisnis.

b. Manfaat Praktis

Dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR. Pertama, mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perilaku tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang menjalankan tanggungjawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan luas dari komunitas yang telah merasakan manfaat dari berbagai aktifitas yang dijalankannya. CSR akan mendongkrak citra perusahaan, yang dalam rentang waktu panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan. Manakala terdapat pihak-pihak tertentu yang menuduh perusahaan melakukan perilaku serta menjalankan praktek-praktek yang tidak pantas, masyarakat akan menunjukkan pembelaanya. Karyawan pun akan berdiri dibelakang perusahaan, membela tempat industri mereka bekerja.

Kedua, CSR dapat berfungsi sebagai pelindung akan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Demikian pula ketika perusahaan diterpa kabar miring bahkan ketika perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat lebih mudah memahami dan memanfaatkannya. Sebagai contoh adalah sebuah perusahaan produsen consumer goods yang beberapa waktu yang lalu dilandai isu adanya kandungan bahan berbahaya dalam produknya. Namun karena perusahaan tersebut dianggap konsisten dalam menjalankan tanggungjawab sosialnya, maka masyarakat dapat memaklumi dan memanfaatkannya sehingga relatif tidak mempengaruhi aktivitas dan kinerjanya.

Ketiga, keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan uapaya-uapaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kebanggaan ini pada akhirnya akan menghasilkan loyalitas, sehingga mereka merasa lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras demi kemajuan perusahaan. Hal ini akan berujung pada peningkatan kinerja dan produktivitasnya.

Keempat, CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para stakeholdersnya. Pelaksanaan CSR secara konsisten menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap lancarnya berbagai aktivitas secara kemajuan yang mereka raih. Hal ini mengakibatkan para

stakeholders senang dan merasa nyaman dalam menjalankan hubungan dengan perusahaan.

Kelima, meningkatnya penjualan seperti yang terungkap dalam riset Search Worldwide, konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggungjawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik. Dan keenam, insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khususnya lainnya. Hal ini perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat lagi menjalankan tanggungjawab sosialnya.

E. Kerangka Pemikiran

Perusahaan merupakan salah satu sendi kehidupan masyarakat modern, karena perusahaan merupakan salah satu pusat kegiatan manusia guna memenuhi kehidupannya. Selain itu, perusahaan juga sebagai salah satu sumber pendapatan negara melalui pajak dan wadah tenaga kerja. Dapat dikatakan bahwa suatu perusahaan adalah setiap badan usaha yang menjalankan kegiatan dalam bidang perekonomian secara terus-menerus, bersifat tetap, dan terang-terangan dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba yang dibuktikan dengan pembukuan. Hubungan ideal antara bisnis dengan masyarakat menjadi suatu masalah perdebatan (*a matter of debate*). Pendukung konsep tanggung jawab sosial (*social responsibility*) memberi argumentasi bahwa suatu perusahaan mempunyai kewajiban terhadap masyarakat selain mencari keuntungan. Ada beberapa definisi tentang CSR,

yang pada dasarnya adalah etika dan tindakan untuk turut berperan dalam keberlanjutan ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan.

Pada hakekatnya setiap orang, kelompok dan organisasi mempunyai tanggung jawab sosial (*social responsibility*) pada lingkungannya. Tanggung jawab sosial seseorang atau organisasi adalah etika dan kemampuan berbuat baik pada lingkungan sosial hidup berdasarkan aturan, nilai dan kebutuhan masyarakat. Berbuat baik atau kebajikan merupakan bagian dari kehidupan sosial. Dan segi kecerdasan, berbuat kebajikan adalah salah satu unsur kecerdasan spiritual. Sementara dalam konteks perusahaan, tanggung jawab sosial itu disebut tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility--CSR*).

Secara etik, perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pesaham atau *shareholder*, tetapi juga mempunyai kewajiban terhadap pihak-pihak lain secara sosial termasuk masyarakat disekitarnya. Karena itu CSR adalah nilai moral yang semestinya dilaksanakan atas panggilan nurani pemilik atau pimpinan perusahaan bagi peningkatan kesejahteraan stakeholder perusahaan. *Stakeholders* adalah seseorang atau kelompok orang yang kena pengaruh langsung atau tidak langsung atau pada kegiatan bisnis perusahaan, atau yang mempengaruhi langsung atau tidak langsung kegiatan bisnis perusahaan. *Stakeholders* perusahaan meliputi pesaham, pemimpin, pekerja, penyedia barang dan jasa (mitra atau *supplier*), pesaing, konsumen, pemerintahan dan masyarakat.

Penerapan CSR saat ini berkembang pesat, termasuk di Indonesia. CSR kini dianggap sebagai peluang untuk meningkatkan daya saing serta sebagai bagian dari pengelolaan risiko menuju *sustainability* dari kegiatan usahanya. CSR di Indonesia baru dimulai pada awal tahun 2000. Namun, kegiatan yang esensi dasarnya sama telah berjalan sejak tahun 1970-an dengan tingkat yang bervariasi, mulai dari bentuk yang sederhana seperti donasi sampai pada bentuk yang komprehensif seperti membangun sekolah. Mengingat CSR bersifat *intangible* (kasat mata), maka sulit dilakukan pengukuran tingkat keberhasilan yang telah dicapai. Oleh karena itu, diperlukan berbagai pendekatan kuantitatif dengan menggunakan *triple bottom line* atau lebih dikenal secara *sustainability-reporting*. Dari sisi ekonomi, penggunaan sumber daya alam dihitung dengan akuntansi sumber daya alam, sedangkan pengeluaran dan penghematan biaya lingkungan dapat dihitung dengan menggunakan akuntansi lingkungan. Salah satu alat ukur yang dipakai disebut PROPER. Inilah awal dari pengukuran penerapan CSR dari aspek sosial dan lingkungan–*sustainability-reporting*. Pembangunan adalah apabila dapat memenuhi kebutuhan saat ini. Dengan mengusahakan berkelanjutan pemenuhan kebutuhan bagi hubungan antar generasi, artinya untuk memberikan kesempatan kepada generasi selanjutnya. Hal ini mengisyaratkan adanya suatu alih teknologi bagi hubungan antar generasi, artinya untuk memberikan kesempatan kepada generasi selanjutnya dalam memenuhi kebutuhannya. Penerapan pembangunan seperti itu harus didukung oleh aspek social-sustainability, yang berhubungan dengan lingkungan. Hal ini harus

disosialisasikan oleh para pelaksana pembangunan di Indonesia dan harus diterapkan pada setiap manusia pelaksana kegiatan pembangunan tersebut. *Social-sustainability* itu terdiri dari tiga aspek, yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. Untuk pelaksanaannya adalah *human-sustainability* yaitu peningkatan kualitas manusia secara etika seperti pendidikan, kesehatan, rasa empati, saling menghargai, dan kenyamanan yang terangkum dalam tiga kapasitas yaitu spiritual, emosional, dan intelektual. Pembangunan di bidang ekonomi, lingkungan dan sosial dapat dilakukan oleh korporasi yang mempunyai kebudayaan perusahaan sebagai suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). *Corporate social responsibility* dapat dipahami sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan komunitas secara lebih luas.

Secara umum, *Corporate Social Responsibility* merupakan peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota komunitas untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memelihara, atau dengan kata lain merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada suatu komunitas, atau merupakan suatu proses yang penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholders*, dan

penanaman modal) maupun eksternal (kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota komunitas, kelompok komunitas sipil dan perusahaan lain). Jadi, tanggung jawab perusahaan secara sosial tidak hanya terbatas pada konsep pemberian donor saja, tapi konsepnya sangat luas dan tidak bersifat statis dan pasif dan statis, hanya dikeluarkan dari perusahaan akan tetapi hak dan kewajiban yang dimiliki bersama antara *stakeholders*. Konsep *Corporate Social Responsibility* melibatkan tanggungjawab kemitraan antara pemerintah, lembaga, sumberdaya komunitas, juga komunitas lokal (setempat). Kemitraan ini tidaklah bersifat pasif dan statis. Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antara *stakeholders*. Konsep kedermawanan perusahaan (*corporate philanthropy*) dalam tanggung jawab sosial tidaklah lagi memadai karena konsep tersebut tidaklah melibatkan kemitraan tanggung jawab perusahaan secara sosial dengan *stakeholders* lainnya. Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) pada dasarnya juga terkait dengan budaya perusahaan (*corporate culture*) yang ada dipengaruhi oleh etika perusahaan yang bersangkutan. Budaya perusahaan terbentuk dari para individu sebagai anggota perusahaan yang bersangkutan dan biasanya dibentuk oleh sistem dalam perusahaan. Sistem perusahaan khususnya alur dominasi para pemimpin memegang peranan penting dalam pembentukan budaya perusahaan, pemimpin perusahaan dengan motivasi yang kuat dalam etikanya yang mengarah pada kemanusiaan akan dapat memberikan nuansa budaya perusahaan secara keseluruhan. Seiring waktu berlalu, *corporate philanthropy* (CP) kemudian berkembang menjadi *corporate social*

responsibility (CSR). CSR berbeda dengan *philanthropy* dari dimensi keterlibatan si pemberi dana dalam aktivitas yang dilakukannya. Kegiatan CSR seringkali dilakukan sendiri oleh perusahaan, atau dengan melibatkan pihak ketiga (misalnya yayasan atau lembaga swadaya masyarakat) sebagai penyelenggara kegiatan tersebut. Yang jelas, melalui CSR perusahaan jauh lebih terlibat dan terhubung dengan pihak penerima (*beneficiaries*) dalam aktivitas sosial dibandingkan dengan CP. Aktivitas sosial yang dilakukan melalui CSR pun jauh lebih beragam. **Hills dan Gibbon** (2002) berpendapat bahwa perusahaan harus bergeser dari pemahaman CP dan CSR menuju *corporate social leadership* (CSL), atau kepemimpinan sosial perusahaan. CSL menaungi sebuah jalan menuju solusi win-win antara masyarakat dan perusahaan dalam sebuah bentuk *partnership*. CSL menuntut perubahan cara pandang para pelaku bisnis tentang hubungan mereka dengan masyarakat. Para pelaku bisnis diminta untuk memandang aktivitas usaha yang mereka lakukan sebagai bagian dari eksistensi mereka di tengah-tengah masyarakat. Oleh karena itu, dalam CSL perusahaan tidak lagi hanya sekedar melakukan tanggung jawab (*doing the right thing*) tapi juga menjadi pemimpin dalam perubahan sosial yang tengah berlangsung (*making things right*). Pergeseran paradigma dalam hubungan antara sektor privat (perusahaan) dan sektor publik (masyarakat) ini tentunya memberikan peluang yang tersendiri untuk membantu menyelesaikan masalah-masalah global yang simpul-simpulnya dapat diperhatikan didalam delapan poin *Millennium Development Goal* (MDG).

Ada beberapa hal yang harus dipenuhi oleh sebuah aktivitas CSL perusahaan. **Pertama**, komitmen dan perubahan paradigma. Perusahaan harus menyadari bahwa entitas bisnis adalah juga merupakan bagian integral dari komunitas global. Ada aspek moral universal yang menaungi baik individu, masyarakat, pemerintah, maupun kalangan bisnis dalam berperilaku di dunia ini. Bahwa pada kenyataannya mereka tidak boleh saling merugikan satu dengan yang lainnya adalah sebuah kenyataan moral yang tidak dapat disangkal. **Kedua**, dalam merancang aktivitas CSL perusahaan harus memperhatikan beberapa hal esensial yang seringkali tidak diperhatikan dalam CP maupun CSR: program-program sosial yang disusun harus beriringan dengan bidang usaha yang bersangkutan. Misalnya, perusahaan jasa komunikasi tidak dianjurkan untuk mengembangkan aktivitas sosial yang jauh dari core business yang bersangkutan. Dengan mengembangkan aktivitas yang beriringan dengan bidang usaha yang bersangkutan, perusahaan tidak perlu secara khusus mengalokasikan dana yang besar, seperti halnya pada aktivitas CP dan CSR. Perusahaan cukup mengerahkan resources yang ada dan yang tengah berjalan. Hal ini membuka peluang bagi usaha menengah dan kecil untuk juga secara aktif menyelenggarakan program-program CSL. **Ketiga**, dampak positif yang dibawa oleh aktivitas CSL harus selalu bersifat berkelanjutan (*sustainable*). Maksudnya adalah bahwa aktivitas CSL harus selalu dirancang untuk mendorong kemandirian dan keberdayaan masyarakat (*community outreach*). Oleh karena itu, program CSL harus terukur dan berada dalam kerangka waktu tertentu. Ini untuk menjamin dampak positif dari

kegiatan *community outreach* yang dilakukan dapat terus terasa di tengah-tengah masyarakat sekalipun perusahaan sudah tidak lagi secara aktif terlibat di komunitas yang bersangkutan.

F. Metode Penelitian

Metode penulisan ini makalah ini dikelompokkan menjadi 5 bagian:

1. Metode Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan *juridis-empiris*, yaitu dengan melakukan inventarisasi hukum positif yang mengatur dan berkaitan dengan tanggungjawab sosial perusahaan dalam kaitannya dengan pengentasan masalah-masalah sosial kemasyarakatan, memperoleh penjelasan dan mengetahui hal-hal mengenai tanggungjawab sosial perusahaan, serta kendala-kendala yang dihadapi.

2. Spesifikasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian secara *deskriptif-analitis* dengan jalan menggambarkan secara rinci, sistematik, dan menyeluruh mengenai segala hal yang berhubungan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masalah-masalah sosial tersebut. Kemudian, dilakukan analisis terhadap aspek hukum yang berkaitan dengan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masalah-masalah sosial yang ada, serta kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya.

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber daya yang dibutuhkan meliputi data primer, yaitu pandangan, sikap, atau persepsi pelaku usaha mengenai tanggungjawab sosial

perusahaan dalam kaitanya dengan pengentasan masalah-masalah sosial. Di samping itu, juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, Sumber data dalam penelitian ini adalah PT. Newmont Minahasa Raya

Data sekunder yang diteliti adalah sebagai berikut:

- a. Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum yang mengikat;
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan yang memberikan penjelasan tentang bahan hukum primer, yaitu berupa dokumen atau risalah perundang-undangan.
- c. Bahan hukum tersier, yang memberikan penjelasan lebih mendalam mengenai bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder antara lain:
 - a) Kamus Hukum;
 - b) Berbagai majalah maupun jurnal hukum.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data digunakan teknik-teknik pengumpul data sebagai berikut:

- a. Studi dokumen/kepustakaan, dan
- b. Wawancara, yang dilakukan secara terarah dan mendalam

Penentuan sampel dipilih secara *purposive-sampling*, yaitu dengan menentukan 1 (satu) perusahaan yang bergerak di bidang pertambangan yakni PT Newmont Minahasa Raya dengan pertimbangan bahwa perusahaan tersebut merupakan salah satu perusahaan besar yang

keberadaannya berdampak baik positif maupun negatif terhadap masyarakat sekitar.

5. Metode Analisa Data

Data dalam penelitian ini dianalisis secara *kualitatif*¹⁵, yaitu data skunder yang berupa teori, definisi dan substansinya dari berbagai literatur, dan peraturan perundang-undangan, serta data primer yang diperoleh dari wawancara, observasi dan studi lapangan, kemudian dianalisis dengan undang-undang, teori dan pendapat pakar yang relevan, sehingga didapat kesimpulan tentang pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan yang berkaitan dengan pengentasan masalah-masalah sosial kemasyarakatan.

G. Sistematika Penulisan

Hasil Penelitian yang diperoleh setelah dilakukan analisis kemudian disusun dalam bentuk laporan akhir dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, berisi uraian tentang Latar Belakang; Permasalahan; Perumusan Masalah; Tujuan Penelitian; Landasan Teori; Manfaat Penelitian; Metode Penelitian; dan Sistematika Penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka, berisi tinjauan pustaka yang menjabarkan mengenai latar belakang sejarah perkembangan dan definisi-definisi tentang *Corporate Social Responsibility*, selanjutnya tentang wacana *Corporate Social Responsibility* tersebut dalam berbagai perspektif, baik tinjauan kemunculan dan latar belakang sejarah *Corporate Social Responsibility* di Indonesia dan khususnya di Nusa Tenggara Barat maupun perkembangan *Corporate Social*

¹⁵. Soerjono Soekanto, Pengantar Penelitian Hukum, Penerbit UI Press, 2006, hal. 250

Responsibility dari waktu ke waktu di Indonesia, khususnya di Nusa Tenggara Barat. Selanjutnya, akan dijelaskan pula tentang pengertian dan ruang lingkup kebijakan legislatif dalam kerangka *Corporate Social Responsibility*.

Bab III Hasil Penelitian dan Pembahasan, berisi uraian hasil penelitian tentang implementasi *Corporate Social Responsibility* sebagai modal sosial yang bersinergi dalam pengentasan masalah-masalah sosial di wilayah Nusa Tenggara Barat, yang meliputi latar belakang sejarah lahirnya konsep *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan-perusahaan di Nusa Tenggara Barat, implementasi dan penerapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan-perusahaan yang bersangkutan, keefektifan berlakunya konsep *Corporate Social Responsibility* dalam menangani permasalahan-permasalahan sosial yang ada, dan lain-lain.

Bab IV Kesimpulan, berisi Kesimpulan dari Pembahasan yang telah diuraikan, dan Saran berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh dalam penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Pada Umumnya

Lester Thurow, tahun 1966 dalam bukunya “The Future of Capitalism”, sudah memprediksikan bahwa pada saatnya nanti, kapitalisme akan berjalan kencang tanpa perlawanan. Hal ini disebabkan, musuh utamanya, sosialisme dan komunisme telah lenyap. Pemikiran Thurow ini menggaris bawahi bahwa kapitalisme tak hanya berurusan pada ekonomi semata, melainkan juga memasukkan unsur sosial dan lingkungan untuk membangun masyarakat, atau yang kemudian disebut *sustainable society*. Pada jamannya, pemikiran Thurow tersebut sulit diaplikasikan, hal ini ia tuliskan *seperti there is no social ‘must’ in capitalism*¹⁶.

Jaman pun berlalu, tahun 1962, Rachel Calson lewat bukunya “*The Silent Spring*”, memaparkan pada dunia tentang kerusakan lingkungan dan kehidupan yang diakibatkan oleh racun peptisida yang mematikan. Paparan yang disampaikan dalam buku “*Silent Spring*” tersebut menggugah kesadaran banyak pihak bahwa tingkah laku korporasi harus diluruskan sebelum menuju kehancuran bersama. Dari sini CSR (*Corporate Social Responsibility*) pun mulai digaungkan. Tepatnya di era 1970-an. Banyak professor menulis buku tentang pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan, di samping kegiatan mengeruk untung. Buku-buku tersebut antara lain; “*Beyond the Bottom Line*”

¹⁶ AB Susanto, *A Strategic Management Approach, CSR*, The Jakarta Consulting Group, Jakarta, 2007, hlm.21

karya Prof. Courtney C. Brown, orang pertama penerima gelar *Professor of Public Policy and Business Responsibility* dari Universitas Columbia.¹⁷

Pemikiran para ilmuwan sosial di era itu masih banyak mendapatkan tentangan, hingga akhirnya muncul buku yang menghebohkan dunia hasil pemikiran para intelektual dari Club of Roma, bertajuk “*The Limits to Growth*”. Buku ini mengingatkan bahwa, disatu sisi bumi memiliki keterbatasan daya dukung (*carrying capacity*), sementara di sisi lain populasi manusia bertumbuh secara eksponensial. Karena itu, eksploitasi sumber daya alam mesti dilakukan secara cermat agar pembangunan dapat berkelanjutan.

Era 1980 – 1990, pemikiran dan perbincangan tentang isu ini terus berkembang, kesadaran dalam berbagi keuntungan untuk tanggungjawab sosial, dan dikenal sebagai *community development*. Hasil mengembirakan datang dari KTT Bumi di Rio de Janeiro Tahun 1992 yang menegaskan bahwa konsep pembangunan berkelanjutan menjadi hal yang harus diperhatikan, tidak saja oleh negara, terlebih lagi oleh kalangan korporasi yang diprediksi bakal melesatkan kapitalisme di masa mendatang.

Dari sini konsep CSR terus bergulir, berkembang dan diaplikasikan dalam berbagai bentuk. James Collins dan Jerry Poras dalam bukunya *Built to Last: Successful Habits of Visionary Companies (1994)*, menyampaikan bukti bahwa perusahaan yang terus hidup adalah yang tidak semata mencetak limbah uang saja, tetapi perusahaan yang sangat peduli dengan lingkungan sosial dan turut andil dalam menjaga keberlangsungan lingkungan hidup.

¹⁷ Ibid, hlm.35

Konsep dan pemikiran senada juga ditawarkan oleh John Elkington lewat bukunya yang berjudul “*Cannibals with Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*”. Dalam bukunya ini, Elkington menawarkan solusi bagi perusahaan untuk berkembang di masa mendatang, di mana mereka harus memperhatikan 3P, bukan sekedar keuntungan (Profit), juga harus terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan rakyat (People) dan berperan aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (Planet).¹⁸

Agenda World Summit di Johannesburg (2002), menekankan pentingnya tanggung jawab social perusahaan. Dari situ program CSR mulai terus berjalan dan berkembang dengan berbagai konsep dan definisi. Kesadaran menjalankan CSR akhirnya tumbuh menjadi trend global, terutama produk-produk yang ramah lingkungan yang diproduksi dengan memperhatikan kaidah social dan hak asasi manusia.

Di pasar modal globalpun, CSR juga menjadi faktor yang diperhitungkan. Misalnya New York Stock Exchange (NYSE) saat ini menerapkan program *Dow Jones Sustainable Index (DJSI)* untuk saham perusahaan yang dikategorikan memiliki *Social Responsible Investment (SRI)*. Kemudian *Index and Financial Times Stock Exchange (FTSE)* menerapkan FTSE4 Good sejak 2001. Konsekuensi dari adanya index-index tersebut memacu investor global seperti perusahaan dana pensiun dan asuransi yang

¹⁸ <http://www.csrindonesia.com>

hanya akan menanamkan investasinya di perusahaan-perusahaan yang sudah masuk dalam index tersebut.¹⁹

Di Indonesia, kini kita menyaksikan perbincangan yang terus berlanjut seputar konsep dan perjalanan CSR ini. Ada persetujuan dan pula pertentangan. Terlebih pihak pemerintah secara khusus membuat UU tentang tanggung jawab sosial ini, yakni dalam UU Perseroan Terbatas Pasal 74. Terlepas dari itu, isu tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) memang kian hangat. Persoalannya bukan lagi melulu dari aspek sosial, tetapi sudah jauh merasuk ke aspek bisnis dan penyehatan orporasi. Lama-kelamaan, CSR tidak lagi dipandang sebagai keterpaksaan, melainkan sebagai kebutuhan. Dari yang semula dianggap sebagai cost, kini mulai diposisikan sebagai investasi.

Dalam sebuah ulasan di Majalah Marketing (edisi 11/2007) menegaskan tentang mengapa pula perusahaan harus berinvestasi pada kegiatan CSR? Apakah lantaran moralitas semata atau dia sudah menjadi *marketing tools* yang efisien? Pertanyaan ini menjadi pertanyaan manajemen dan divisi marketing sewaktu mempersiapkan strategi CSR. Akan tetapi, perdebatan paling baru tentang CSR adalah soal imbas program tersebut pada profit perusahaan. Para pelaku dituntut untuk ikut memikirkan program yang mampu mendukung *sustainability* perusahaan dan aktivitas CSR itu sendiri. Dalam hal ini, strategi perusahaan mesti responsif terhadap kondisi-kondisi

¹⁹ Ibid

yang mempengaruhi bisnis, seperti perubahan global, tren baru di pasar, dan kebutuhan *stakeholders* yang belum terpenuhi²⁰

Berkaitan dengan masalah imbas tadi, Global CSR Survey paling tidak bisa memperlihatkan betapa pentingnya CSR. Bayangkan, dalam survei di 10 negara tersebut, mayoritas konsumen (72%) mengatakan sudah membeli produk dari suatu perusahaan serta merekomendasikan kepada yang lainnya sebagai respon terhadap CSR yang dilakukan perusahaan tersebut. Sebaliknya, sebanyak 61% dari mereka sudah memboikot produk dari perusahaan yang tidak punya tanggung jawab sosial. CSR kini bukan lagi sekadar program *charity* yang tak berbekas. Melainkan telah menjadi pedoman untuk menciptakan profit dalam jangka panjang (*CSR for profit*). Karena itu, hendaknya kegiatan sosial yang dijalankan harus berhubungan dengan kepentingan perusahaan dan harus mendukung *core business* perusahaan.²¹

Philip Kotler, dalam buku *CSR: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, membeberkan beberapa alasan tentang perlunya perusahaan menggelar aktivitas itu. Disebutkannya, CSR bisa membangun positioning merek, mendongkrak penjualan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan loyalitas karyawan, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan daya tarik korporat di mata investor.²² Menurut Godo Tjahjono, *Chief Consulting Officer Prentis*, CSR memang punya beberapa manfaat yang bisa dikategorikan dalam empat aspek, yaitu: *license to operate*, sumber daya

²⁰ Majalah Marketing Edisi 11/2007

²¹ Ibid

²² Philip Kotler, *Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, New York, Thomas Dunne Books, 2007, page.33,

manusia, retensi, dan produktivitas karyawan. Dari sisi marketing, CSR juga bisa menjadi bagian dari *brand differentiation*.²³

Kini kita menyaksikan dan mengharap gairah perusahaan-perusahaan raksasa dunia untuk menerapkan program kepedulian sosial. Semoga ini tak hanya jadi sekedar angin segar ditengah kekosongan isu saja, melainkan mampu menjadi virus baik yang menyebar cepat di Indonesia.²⁴

Istilah CSR di Indonesia semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) 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. Melalui konsep investasi sosial perusahaan “*seat belt*”, sejak tahun 2003 Departemen Sosial tercatat sebagai lembaga pemerintah yang aktif dalam mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi kepada berbagai perusahaan nasional.

Kepedulian sosial perusahaan terutama didasari alasan bahwasanya kegiatan perusahaan membawa dampak (*for better or worse*), bagi kondisi lingkungan dan sosial-ekonomi masyarakat, khususnya di sekitar perusahaan beroperasi. Selain itu, pemilik perusahaan sejatinya bukan hanya *shareholders*

²³ Majalah Marketing, Edisi 11/2007

²⁴ (di sarikan dari berbagai sumber – Cikeas Magazine “CSR dari mana datangnya” (Vol 1 No 4/07), Majalah Marketing “CSR for Profit” (edisi 11/2007), dan Sejarah Panjang Konsep CSR, Societa (12/2006))

atau para pemegang saham. Melainkan pula *stakeholders*, yakni pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan.²⁵

Stakeholders dapat mencakup karyawan dan keluarganya, pelanggan, pemasok, masyarakat sekitar perusahaan, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, media massa dan pemerintah selaku regulator. Jenis dan prioritas *stakeholders* relatif berbeda antara satu perusahaan dengan lainnya, tergantung pada *core bisnis* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai contoh, PT Aneka Tambang, Tbk. dan Rio Tinto menempatkan masyarakat dan lingkungan sekitar sebagai *stakeholders* dalam skala prioritasnya. Sementara itu, *stakeholders* dalam skala prioritas bagi produk konsumen seperti Unilever atau Procter & Gamble adalah para *customer*-nya.

Salah satu bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan yang sering diterapkan di Indonesia adalah *community development*. Perusahaan yang mengedepankan konsep ini akan lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial-ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat. Rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat

²⁵ A.B.Susanto, *Budaya Perusahaan*, Jakarta, PT Elex Media Komputindo, 1997, hlm.55

merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat.

A. 1. Pengertian *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Perusahaan merupakan salah satu sendi kehidupan masyarakat moderen, karena perusahaan merupakan salah satu pusat kegiatan manusia guna memenuhi kehidupannya. Selain itu, perusahaan juga sebagai salah satu sumber pendapatan negara melalui pajak dan wadah tenaga kerja. Menurut Dwi Tuti Muryati, perusahaan merupakan lembaga yang secara sadar didirikan untuk melakukan kegiatan yang terus-menerus untuk mendayagunakan sumber daya alam dan sumber daya manusia sehingga menjadi barang dan jasa yang bermanfaat secara ekonomis.²⁶

Menurut Sri Rejeki Hartono, aktifitas menjalankan perusahaan adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara terus-menerus dalam pengertian yang tidak terputus-putus, kegiatan tersebut dilakukan secara terang-terangan dalam pengertian sah/legal, dan dalam rangka untuk memperoleh keuntungan, baik untuk diri sendiri maupun orang lain.²⁷ Menurut Menteri Kehakiman Nederland (*Minister van Justitie Nederland*) dalam memori jawaban kepada parlemen menafsirkan pengertian perusahaan sebagai berikut: "Barulah dapat dikatakan adanya perusahaan apabila pihak yang

²⁶ . Dikutip dari Dwi Tuti Mulyati , *Tanggungjawab Sosial Perusahaan Dalam Kaitanya Dengan Kebijakan Lingkungan Hidup*, Jurnal Law Reform, Pembaharuan Hukum, volume 3/No. 1 Februari 2007, Program Magister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang, hal.30

²⁷ Sri Rejeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia*, BayuMedia, 2007, Malang, hal. 15.

berkepentingan bertindak secara tidak terputus-putus, terang-terangan, serta di dalam kedudukan tertentu untuk memperoleh laba bagi dirinya sendiri”²⁸

Menurut Molengraaf pengertian perusahaan sebagai berikut:²⁹

”Barulah dapat dikatakan adanya perusahaan bila secara terus-menerus bertindak keluar untuk memperoleh penghasilan dengan mempergunakan atau menyerahkan barang-barang atau mengadakan perjanjian perdagangan.

Sementara Polak menambahkan pengertian perusahaan sebagai berikut:³⁰

”Suatu perusahaan mempunyai ”*keharusan melakukan pembukuan*”. Secara jelas pengertian perusahaan ini dijumpai dalam pasal Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan yang dinyatakan sebagai berikut:³¹ ”Perusahaan adalah setiap bentuk badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus-menerus, didirikan, bekerja,serta berkedudukan dalam wilayah negara Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan /laba.

Dari pengertian-pengertian diatas, ada dua unsur pokok yang terkandung dalam suatu perusahaan, yaitu:³²

1. bentuk badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha baik berupa suatu persekutuan atau badan usaha yang didirikan, bekerja dan berkedudukan di Indonesia.

²⁸ Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hal.33.

²⁹ Ibid,hal.34

³⁰ Ibid

³¹ .Lihat Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan.

³² . Zaeni Asyhadie, Op.cit.,hal.34

2. jenis usaha yang berupa kegiatan dalam bidang bisnis, yang dijalankan secara terus-menerus untuk mencari keuntungan.

Dengan demikian suatu perusahaan harus mempunyai unsur-unsur di antaranya:

1. Terus-menerus atau tidak terputus-putus;
2. Secara terang-terangan (karena berhubungan dengan pihak ketiga);
3. Dalam kualitas tertentu (karena dalam lapangan perniagaan);
4. Mengadakan perjanjian perdagangan;
5. Harus bermaksud memperoleh laba;

Unsur-unsur perusahaan sebagaimana dikemukakan diatas, dapat dirumuskan bahwa suatu perusahaan adalah setiap badan usaha yang menjalankan kegiatan dalam bidang perekonomian secara terus-menerus, bersifat tetap, dan terang-terangan dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba yang dibuktikan dengan pembukuan. Hubungan ideal antara bisnis dengan masyarakat menjadi suatu masalah perdebatan (*a matter of debate*).

Tanggungjawab sosial merupakan suatu ide bahwa bisnis memiliki tanggungjawab tertentu kepada masyarakat selain mencari keuntungan (*the pursuit of profits*). Baru-baru ini istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mencakup pengertian yang lebih luas, menuju *Social Responsibility* dan *Social Leadership*.

Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai berikut:³³

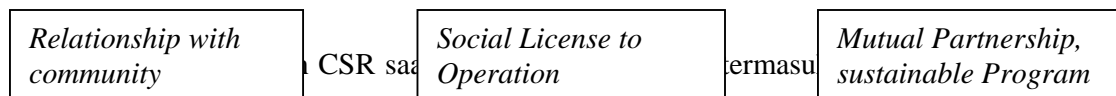
1. " *Social Responsibility is seriously considering the impact of the company's actions on society*"
2. " *the idea of social responsibility... ..reguares the individual to consider his (or her) responsible for the effects of his (or his) acts anywhere is that system.*"

Tanggungjawab sosial dapat pula diartikan sebagai berikut;³⁴

"merupakan kewajiban perusahaan untuk merumuskan kebijakan, mengambil keputusan, dan melaksanakan tindakan yang memberikan manfaat kepada masyarakat".

Pada pengertian yang lainnya *Social Responsibility* atau tanggungjawab sosial diartikan sebagai berikut:³⁵

" merupakan kontribusi menyeluruh dari dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari kegiataanya".



CSR kini dianggap sebagai peluang untuk meningkatkan daya saing serta sebagai bagian dari pengelolaan resiko menuju *sustainability* dari kegiatan

³³ .Dikutip dari Amin Widjaja Tunggal, *Corporate Social Responsibility*, Harvindo, Jakarta, 2008, hal. 30

³⁴ Ibid., hal 61

³⁵ Proper alat Ukur CSR, Dikutip dari CSR Review, Majalah Bulanan Vol.1 No. 1, Januari 2007, Jakarta.

usahany. CSR di Indonesia baru dimulai pada awal tahun 2000. Namun, kegiatan yang esensi dasarnya sama telah berjalan sejak tahun 1970-an dengan tingkat yang bervariasi, mulai dari bentuk yang sederhana seperti donasi sampai pada bentuk yang komperensif seperti membangun sekolah.

Mengingat CSR bersifat *intagible* (kasat mata), maka sulit dilakukan pengukuran tingkat keberhasilan yang telah dicapai. Oleh karena itu, diperlukan berbagai pendekatan kuantitatif dengan menggunakan triple bottom line atau lebih dikenal secara *sustainability-reporting*. Dari sisi ekonomi, penggunaan sumber daya alam dihitung dengan akutansi sumber daya alam, sedangkan pengeluaran dan penghematan biaya lingkungan dapat dihitung engan menggunakan akutansi lingkungan. Salah satu alat ukur yang dipakai disebut PROPER. Inilah awal dari pengukuran penerapan CSR dari aspek sosial dan lingkungan-*sustainability-reporting*.

Pembangunan adalah apabila dapat memenuhi kebutuhan saat ini. Dengan mengusahakan berkelanjutan pemenuhan kebutuhan bagi hubungan antar generasi, artinya untuk memberikan kesempatan kepada generasi selanjutnya,. Hal ini mengisyaratkan adanya adanya suatu ahli teknologi bagi hubungan antar generasi, artinya untuk memberi kesempatan kepada generasi selanjutnya dalam memenuhi kebutuhannya. Penerapan pembangunan seperti itu harus didukung oleh aspek sosial-sustainability, yang berhubungan dengan lingkungan. Hal ini harus disosialisasikan oleh para pelaksana pembangunan di Indonesia dan harus diterapkan kepada setiap manusia pelaksana kegiatan pembangunan tersebut. *Social-sustansibility* itu terdiri dari tiga aspek yaitu

ekonomi, sosial dan lingkungan. Untuk pelaksanaannya adalah human-sustainability yaitu peningkatan kualitas manusia secara etika seperti pendidikan, kesehatan, rasa empati, saling menghargai dan kenyamanan yang terkandung dalam tiga kapasitas yaitu spiritual, emosional, dan intelektual.

Pembangunan dibidang ekonomi, lingkungan dan sosial dapat dilakukan oleh korporasi yang mempunyai kebudayaan perusahaan sebagai suatu bentuk tanggungjawab social perusahaan (*corporate social responsibility*). *Corporate Social Responsibility* dapat dipahami sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersama dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan komunitas secara lebih luas.

Secara umum, *Corporate Social Responsibility* merupakan peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota komunitas untuk dapat menggapai keadaan sosial yang ada dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memelihara, atau dengan kata lain merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada suatu komunitas, atau merupakan suatu proses yang penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholders*, dan penanaman modal) maupun eksternal kelembagaan pengaturan umum, anggota-anggota komunitas, kelompok komunitas sipil dan perusahaan lain).

Jadi, tanggungjawabperusahaan secara sosial tidak hanya terbatas pada konsep pemberian donor saja, tetapi konsepnya sangat luas dan tidak bersifat statis dan pasif dan statis, hanya dikeluarkan dari perusahaan akan tetapi hak dan kewajiban yang dimiliki bersama antara *stakeholders*. Konsep *Corporate Social Responsibility* melibatkan tanggungjawab kemitraan antara pemerintah, lembaga, sumberdaya komunitas, juga komunitas lokal (setempat). Kemitraan ini tidaklah bersifat pasif atau statis. Kemitraan ini merupakan tanggungjawab bersama secara sosial antara *stakeholders*.

Konsep kedermawanan perusahaan (*corporate philanthropy*) dalam tanggungjawab sosial tidaklah lagi memadai karena konsep tersebut tidaklah melibatkan kemitraan tanggungjawab perusahaan secara sosial dengan *stakeholders* lainnya. Tanggungjawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) pada dasarnya juga terkait dengan budaya perusahaan (*corporate culture*) yang ada dipengaruhi oleh etika perusahaan yang bersangkutan. Budaya perusahaan terbentuk dari para individu sebagai anggota perusahaan yang bersangkutan dan biasanya dibentuk oleh sistem dalam perusahaan. Sistem perusahaan khususnya alur dominasi para pemimpin memegang peranan penting dalam pembentukan budaya perusahaan, pemimpin perusahaan dengan motivasi yang kuat dalam etikanya yang mengarah pada kemanusiaan akan dapat memberikan nuansa budaya perusahaan secara keseluruhan. Seiring waktu berlalu, *corporate philanthropy* (CP) kemudian berkembang menjadi *corporate social responsibility* (CSR).

CSR berbeda dengan *philantropy* dari dimensi ketrelibatan si pemberi dana dalam aktifitas yang dilakukannya.

Kegiatan CSR seringkali dilakukan sendiri oleh perusahaan, atau dengan melibatkan pihak ketiga (misalnya yayasan atau lembaga swadaya masyarakat) sebagai penyelenggara kegiatan tersebut. Yang jelas, melalui CSR perusahaan jauh lebih terlibat dan terhubung dengan pihak penerima (*beneficiaries*) dalam aktivitas sosial dibandingkan dengan CP. Aktivitas sosial yang dilakukan melalui CSR pun jauh lebih beragam. Hills dan Gibbon (2002) berpendapat bahwa perusahaan harus bergeser dari pemahaman CP dan CSR menuju *corporate social leadership* (CSL), atau kepemimpinan sosial perusahaan. CSL menaungi sebuah jalan menuju solusi win-win antara masyarakat dan perusahaan dalam sebuah bentuk *partnership*.

CSL menuntut perubahan cara pandang pelaku bisnis diminta untuk memandang aktivitas usaha yang mereka lakukan sebagai bagian dari eksistensi mereka ditengah-tengah masyarakat. Oleh karena itu, dalam CSL perusahaan tidak lagi hanya sekedar melakukan tanggungjawab (*doing the right thing*) tetapi juga menjadi pemimpin dalam perubahan sosial yang tengah berlangsung (*making things right*). Pergeseran paradigma dalam hubungan antara sektor privat (perusahaan) dan sektor publik (masyarakat) ini tentunya memberikan peluang yang tersendiri untuk membantu menyelesaikan masalah-masalah global yang simpul-simpulnya dapat diperhatikan didalam delapan poin *Milinium Development Global* (MDG).

Ada beberapa hal yang harus dipenuhi oleh sebuah aktivitas CSL perusahaan. Pertama, komitmen dan perubahan paradigma. Perusahaan harus menyadari bahwa entitas bisnis adalah juga merupakan bagian integral dari komunitas global. Ada aspek moral universal yang menaungi baik individu, masyarakat pemerintah, maupun kalangan bisnis dalam berperilaku di dunia ini. Bahwa pada kenyataannya mereka tidak boleh saling merugikan satu dengan yang lainnya adalah sebuah kenyataan moral yang tidak dapat disangkal.

Kedua, dalam merancang aktivitas CSL perusahaan harus memperhatikan beberapa hal esensial yang seringkali tidak diperhatikan dalam CP maupun CSR: program-program sosial yang disusun harus beriringan dengan bidang usaha yang bersangkutan. Misalnya, perusahaan jasa komunikasi tidak diajarkan untuk menembangkan aktivitas sosial yang jauh dari core business yang bersangkutan. Dengan mengembangkan aktivitas yang beriringan dengan bidang usaha yang bersangkutan, perusahaan tidak perlu secara khusus mengalokasikan dana yang besar, seperti halnya pada aktivitas CP dan CSR.

Perusahaan cukup menggerakkan resources yang ada dan yang tengah berjalan. Hal ini membuka peluang bagi usaha menengah dan kecil untuk juga secara aktif menyelenggarakan program-program CSL. Ketiga, dampak positif yang dibawa oleh aktivitas CSL harus selalu bersifat berkelanjutan (*sustainable*). Maksudnya adalah bahwa aktivitas CSL harus selalu dirancang untuk mendorong kemandirian dan keberdayaan masyarakat

(*community outreach*). Oleh karena itu, program CSL harus terukur dan berada dalam kerangka waktu tertentu. Ini untuk menjamin dampak positif dari kegiatan *community outreach* yang dilakukan dapat terus terasa di tengah-tengah masyarakat sekalipun perusahaan sudah tidak lagi secara aktif terlibat di komunitas yang bersangkutan.

Pendukung konsep tanggungjawab sosial (*social responsibility*) memberi argumentasi bahwa suatu perusahaan mempunyai kewajiban terhadap masyarakat selain mencari keuntungan. Ada berapa definisi tentang definisi CSR, yang pada dasarnya adalah etika dan tindakan untuk turut berperan dalam keberlanjutan ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan. Hopkin (1998) memberikan definisi CSR sebagai etika memperlakukan *stakeholders* dan bumi. *The Conadin Business for Social Responsibility-CSR* (2001).³⁶ *The European Commission* menyebutkan CSR adalah konsep perusahaan yang mengintergrasikan kepedulian sosial dan lingkungan ke dalam oprasi bisnis serta interaksinya dengan *stakeholders* secara suka rela (Fenwick, T, 2004)³⁷

Menurut WBCD (2005), CSR adalah komitmen perusahaan yang berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan pekerja dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas guna meningkatkan kualitas hidupnya. Departemen Sosial (2005) mendefinisikan CSR sebagai komitmen dan kemampuan dunia usaha untuk melaksanakan

³⁶ HAM Hardiansyah, CSR dan *Modal Sosial Untuk Membangun Sinergi, Kemitraan Bagi Upaya Pengentasan Kemiskinan*, Makalah disampaikan pada Seminar & Talk Show CSR 2007 “Kalimantan 2015: Menuju Pembangunan Berkelanjutan, Tantangan, dan Harapan”, Jum’at, 10 Agustus 2007

³⁷ . HAM Hardiansyah, *ibid.*

kewajiban sosial terhadap lingkungan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menjaga keseimbangan hidup ekosistem disekelilingnya. Definisi dari Corporate Social Responcibility (CSR) itu sendiri telah dikemukakan oleh banyak pakar. Diantaranya adalah definisi yang dikembangkan oleh Magnan & Ferrel (2004) yang mendefinisikan CSR sebagai ”*A business acts in socially responsible manner when its decisionand account for and balance diverse stake holder interest*”³⁸

Pada hakekatnya setiap orang, kelompok dan organisasi mempunyai tanggungjawab sosial (*social responcibility*) pada lingkungannya. Tanggungjawab sosial seorang atau organisasi adalah etika dan kemampuan berbuat baik pada lingkungan sosial hidup berdasarkan aturan, nilai dan kebutuhan masyarakat. Berbuat baik atau kebajikan merupakan bagian dari kehidupan sosial. Dan segi kecerdasan, berbuat kebajikan adalah salah satu unsur kecerdasan spiritual.³⁹

Sementara dalam konteks perusahaan, tanggungjawab sosial itu disebut tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responcibility—CSR*). Howard Rothmann Bowen menggagas istilah CSR pada tahun 1953 dalam tulisanya berjudul *Social Responcibility of the Businessman*. CSR berakar dari etika yang berlaku di perusahaan dan di masyarakat. Etika yang dianut oleh perusahaan merupakan bagian dari budaya perusahaan (*corporate*

³⁸ A B. Susanto,Ibid, hal.21

³⁹ A.B. Susanto, *Corporate Greening*, Majalah Ozon, Edisi No.2 Oktober 2002

culture); dan etika yang dianut oleh masyarakat merupakan bagian dari budaya masyarakat.⁴⁰

Definisi Corporate Social Responsibility (CSR) itu sendiri telah dikemukakan oleh banyak pakar. Diantaranya adalah definisi yang dikemukakan oleh Magnan dan Ferrel yang mendefinisikan CSR sebagai “ *A business acts in socially responsible manner when its decision and account for and balance diverse stake holder interest*”.⁴¹ Definisi ini menekankan kepada perlunya memberikan perintah secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholders* yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang ambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara social bertanggungjawab. Sedangkan komisi eropa membuat definisi yang lebih praktis, yang pada galibnya bagaimana perusahaan secara sukarela memberi kontribusi bagi terbentuknya masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih. Sedangkan Elkington (1997) mengemukakan bahwa sebuah perusahaan yang menunjukkan tanggungjawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan (*profit*); masyarakat, khususnya sekitar (*people*); serta lingkungan hidup (planet bumi).⁴²

Dalam UU PM, yang digunakan sebagai rujukan kewajiban CSR dalam RUU PT, di penjelasan Pasal 15 huruf b, CSR didefinisikan sebagai “tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan untuk tetap

⁴⁰ HAM Hardiansyah, *CSR dan Model Sosial Untuk membangun Sinergi Kemitraan Bagi Upaya Pengentasan Kemiskinan*, Makalah disampaikan pada Seminar & TalkShow CSR 2007”Kalimantan 2015: Menuju Pembangunan Berkelanjutan, Tantangan, dan Harapan” Jum’at, 10 Agustus 2007.

⁴¹ Ibid

⁴² Ibid

menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.” Dalam teks Pasal 74 RUU PT sendiri CSR tidak didefinisikan, namun dalam dokumen kerja Tim Perumus terdapat definisi “Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah 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.” Definisi ini telah disetujui Tim Perumus pada tanggal 3 Juli 2007.

Ada banyak masalah dalam definisi yang tertera dalam dokumen kerja RUU PT. Pertama, penyebutan tanggung jawab sosial dan lingkungan tidaklah lazim. Penjelasan yang sangat komprehensif paling mutakhir tentang definisi misalnya diberikan oleh Michael Hopkins (2007) dalam *Corporate Social Responsibility and International Development*.⁴³ Di situ dijelaskan bahwa kata “*social*” di tengah CSR memang kerap menyasarkan orang pada sangkaan bahwa CSR hanya berisikan kegiatan pada ranah sosial. Namun demikian, menghilangkan kata tersebut juga problematik karena tidak memberikan penekanan terhadap sebuah bentuk tanggung jawab baru yang sebelumnya tidak/kurang begitu dikenal (kalau tadinya hanya ada tanggung jawab pada ranah ekonomi terhadap pemilik modal—maksimisasi keuntungan— kini tanggung jawab itu disadari menjadi dalam tiga ranah: ekonomi, sosial dan lingkungan. Pada ranah ekonomi juga ditekankan bahwa yang harus menikmati bukan saja pemilik modal,

⁴³ Hopkins, M. 2007. *Corporate Social Responsibility and International Development. Is Business the Solution?* Earthscan, hlm.22.

melainkan juga pemangku kepentingan lainnya). Ia juga menekankan bahwa “*social*” dalam CSR memang sah dan lazim untuk mewakili tiga ranah tersebut dengan mencontohkan banyak kejadian serupa (misalnya di dunia akademik). CSR sudah jelas mencakup tiga ranah—bukan dua, seperti dalam penyebutan RUU PT—dan karenanya kerap disandingkan dengan konsep *triple bottom line*.⁴⁴

A.2. Wacana CSR dari Berbagai Perspektif

Perkembangan wacana dan praktik CSR di Indonesia memang sangat menggembirakan. Dari sebuah konsep asing, CSR kini menjadi konsep yang banyak sekali diperbincangkan, diperdebatkan dan digunakan untuk melabel banyak aktivitas. Tentu saja, hal tersebut sangat patut disukuri. Hanya saja, karena tidak cukup banyak pihak yang menekuni wacana CSR sebagaimana yang termuat dalam berbagai literatur di negara-negara maju, maka banyak kesalahan umum yang kerap ditemui kalau kita benar-benar memperhatikan bagaimana kini CSR digunakan. Kesalahan umum yang kerap ditemui tersebut adalah :⁴⁵

1) CD adalah CSR.

Kesalahan paling umum dijumpai mungkin adalah menyamakan CD (*community development* atau pengembangan masyarakat) dengan CSR. Pengembangan masyarakat sebetulnya adalah upaya sistematis untuk

⁴⁴ Elkington, J. 1997. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Thompson. London., hlm.66

⁴⁵ <http://www.csrintonesia.com>

meningkatkan kekuatan kelompok-kelompok masyarakat yang kurang beruntung (*disadvantaged groups*) agar menjadi lebih dekat kepada kemandirian. Jadi, CD sangatlah menasar kelompok masyarakat yang spesifik, yaitu mereka yang mengalami masalah.

Perusahaan jelas punya kepentingan besar untuk melakukan CD, karena kelompok ini adalah yang paling rentan terhadap dampak negatif operasi, sekaligus paling jauh aksesnya dari dampak positifnya. Kalau tidak secara khusus perusahaan membuat kelompok ini menjadi sasaran, maka ketimpangan akan semakin terjadi dan disharmoni hubungan pasti akan terjadi suatu saat. Hanya saja, menyamakan CD dengan CSR adalah kesalahan besar. CD hanyalah bagian kecil dari CSR. CSR punya cakupan yang sangat luas, yaitu terhadap seluruh pemangku kepentingan. Bandingkan dengan CD yang menasar kelompok kepentingan sangat spesifik, yaitu kelompok masyarakat rentan. Di masyarakat sendiri, ada berbagai pemangku kepentingan di luar mereka yang rentan, belum lagi organisasi masyarakat sipil, kelompok bisnis maupun lembaga-lembaga pemerintah.

Dapat disimpulkan bahwa CD adalah bagian dari CSR, dan boleh jadi salah satu yang sangat penting mengingat di Indonesia kelompok masyarakat rentan jumlahnya masih sangat besar. Mereka benar-benar membutuhkan perhatian perusahaan.

2) Amal sama dengan CSR.

Menyamakan tindakan karitatif/amal dengan CSR juga kini banyak dilakukan, baik oleh perusahaan maupun media massa. Banjir besar yang baru saja melanda Jakarta atau kejadian-kejadian bencana alam telah membuat iklan mengenai “CSR” menjamur di media massa. Padahal, yang dilakukan oleh sebagian besar perusahaan itu adalah tindakan karitatif belaka, yaitu membantu pihak lain agar penderitaan mereka berkurang. Tidak ada yang salah dengan tindakan mulia tersebut, namun menyamakannya dengan CSR tentu saja salah.

Nama generik untuk tindakan membantu sesama manusia adalah filantropi, yang kerap juga dilakukan oleh perusahaan. Pada kondisi yang lebih maju, yaitu dengan pertimbangan kegunaan optimum dan dampak terbesar terhadap reputasi perusahaan pemberi, tindakan filantropi itu diberi nama filantropi strategis. Melihat sejarahnya, tindakan sosial perusahaan banyak dimulai dari filantropi, kemudian menjadi filantropi strategis, baru kemudian CSR. Tentu saja, banyak juga percabangan lain yang tidak mengikuti alur tersebut. Yang mau ditegaskan adalah bahwa tindakan karitatif merupakan bentuk “primitif” dari tindakan sosial perusahaan yang hingga kini masih penting—dan akan terus penting—dilakukan, namun kini sudah dianggap tidak lagi mencukupi. Ini berhubungan dengan pembangunan berkelanjutan, yang akan dibahas berikut ini.

- 3) CSR harus menonjolkan aspek sosial.

Banyak perusahaan juga pengamat yang menekankan CSR pada aspek sosial semata. Mereka mengira bahwa karena S yang berada di tengah C dan R merupakan singkatan dari *social*, maka aspek sosial di dalam CSR haruslah yang paling menonjol, kalau bukan satu-satunya. Padahal, sebagian besar literatur mengenai CSR sekarang sudah bersepakat bahwa CSR mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Ini terutama terjadi setelah pembangunan berkelanjutan menjadi arus utama berpikir—walau hingga kini belum juga jadi arus utama bertindak. Pembangunan berkelanjutan yang didefinisikan sebagai pembangunan yang memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhannya secara sangat tegas menyatakan pentingnya keseimbangan dalam tiga aspek tersebut.

4) Organisasi CSR cuma tempelan.

Banyak perusahaan yang mula-mula mengadopsi CSR merasa punya kebutuhan untuk membuat struktur baru, yang diberi nama-nama yang berhubungan dengan CSR. Pembuatan organisasi yang khusus sesungguhnya merupakan hal yang sangat menggembirakan, karena itu merupakan bukti komitmen perusahaan untuk menyediakan organisasi khusus, relatif independen dengan sumberdaya manusia yang bekerja secara fokus. Tentu saja, komitmen seperti itu patut diacungi dua jempol. Namun yang kemudian menjadi pertanyaan adalah apakah benar bahwa

CSR itu bisa dilaksanakan oleh bagian itu saja, sementara yang lain bisa berpangku tangan.

5) CSR hanya untuk perusahaan besar.

Banyak keengganan perusahaan—atau dalih saja dari mereka yang tak peduli—untuk mengadopsi CSR karena anggapan bahwa CSR adalah untuk perusahaan berskala besar saja. Hal ini boleh jadi merupakan kesalahan besar dari mereka yang membiarkan C di depan SR tetap sebagai singkatan dari *corporate*. Sebagaimana yang banyak diketahui, *corporate* juga *corporation* berarti perusahaan besar. Sementara istilah generik untuk entitas bisnis yang mencari keuntungan—tanpa memerhatikan ukuran—adalah *company*. Karenanya, prihatin dengan ketidaktertarikan perusahaan skala sedang dan kecil pada CSR—serta kerancuan akibat digunakannya “*social*”, Edward Freeman dan Ramakhrisna Velamuri mengusulkan agar CSR diartikan sebagai *company stakeholder responsibility*. Dengan demikian, CSR berarti tanggung jawab perusahaan (apapun ukurannya) terhadap (seluruh) pemangku kepentingan mereka.

6) Memisahkan CSR dari bisnis inti perusahaan.

Banyak sekali perusahaan yang membuat berbagai program CSR dengan curahan sumberdaya yang sangat besar, namun hingga sekarang belum banyak perusahaan yang membuat program-program yang berkaitan dengan bisnis intinya. Tidak mengherankan kalau kebanyakan program CSR kebanyakan dikotak-kotakkan ke dalam bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, sarana fisik, dsb sementara dampak perusahaan itu sendiri tidaklah diurus secara memadai.

7) CSR untuk diri sendiri, bukan sepanjang supply chain.

Kalau sebuah perusahaan beroperasi dalam sebuah rantai produksi yang sangat panjang, apakah layak ia membatasi diri untuk melakukan CSR dalam lingkup perusahaannya saja? Pembatasan ini banyak sekali dilakukan oleh perusahaan. Kilahnya adalah bahwa mereka tidak berhak untuk mencampuri kinerja CSR perusahaan lain. Logika ini jelas tak dapat diterima, karena itu berarti bahwa produknya tidaklah bisa dibuktikan berasal dari seluruh operasi yang berkinerja CSR baik.

8) Setelah sampai konsumen, tak ada lagi CSR.

Dalam perkembangan awal, seluruh perusahaan membatasi CSRnya sampai di tangan salah satu pemangku kepentingan terpenting: konsumen. Belakangan, setelah sampai tangan konsumen, perusahaan yang bersungguh-sungguh ingin memberikan kepuasan kepada mereka menambahkan *after sales service*. Garansi produk adalah salah satu bentuk dari jasa itu. Kalau konsumen mengajukan keberatan atas mutu produk

sampai batas waktu tertentu—pada beberapa kasus ada “*life time guarantee*”—maka konsumen berhak atas pengembalian, perbaikan atau penggantian.

9) CSR cuma tambahan biaya belaka.

Ketika perusahaan mulai mengadopsi CSR, tidak terelakkan adanya penambahan pengeluaran. Ini mungkin penyebab utama keengganan untuk mengadopsi CSR. Banyak pihak yang menyatakan tambahan pengeluaran itu sia-sia belaka, dan boleh jadi juga bahwa anggapan tersebut memiliki dukungan empiris. Penelitian-penelitian mengenai filantropi perusahaan banyak mendapatkan kenyataan bahwa pengeluaran perusahaan itu benar-benar tidak bias dilacak keuntungannya.

10) CSR adalah pemolesan citra perusahaan.

Ketika inisiatif CSR digulirkan, banyak organisasi gerakan sosial yang langsung skeptis dengannya. Menurut mereka, CSR hanya akan menjadi cara baru untuk memoles citra perusahaan. Kalau citra ramah lingkungan yang diinginkan perusahaan—padahal kinerja lingkungannya tidak setinggi pencitraan yang dilakukan—hal itu disebut sebagai *greenwash*. Belakangan juga muncul istilah *bluewash* untuk pemolesan citra sosial. Secara retorik, Craig Bennett dari Friends of The Earth International pernah menyatakan “*For every company that sincerely implements its CSR policies, there are hundreds who greenwash, and for each of these there are hundreds more who don’t even bother with that.*”

11) Menganggap bahwa CSR sepenuhnya voluntari atau sukarela.

Apakah konsep tanggung jawab itu adalah sebuah konsep yang benar-benar bisa dilaksanakan dengan sukarela? Tampaknya menyatakan bahwa tanggung jawab itu sukarela adalah *contradictio in terminis* atau keduanya merupakan istilah yang bertentangan. Yang “benar”, tanggung jawab itu wajib dilaksanakan. Namun demikian, harus diakui bahwa di antara kubu pendirian bahwa CSR itu mandatori atau voluntari, kini lebih cenderung pada kemenangan kubu voluntari. Salah satu alasannya adalah bahwa perusahaan-perusahaan memang menginginkan kondisi yang demikian.

12) Mempraktikkan CSR dalam ranah eksternal saja.

Banyak kejadian beberapa tahun belakangan ini, ketika perusahaan hendak mulai menerapkan CSRnya banyak pekerjanya bertanya-tanya mengapa mereka merasa menjadi anak tiri. Memang, belakangan banyak sekali perusahaan tiba-tiba mencurahkan uang dalam jumlah yang besar, yang seakan-akan memberi sinyal bahwa kondisi perusahaan sedang sangat membaik. Sayangnya curahan sumberdaya untuk pemangku kepentingan eksternal itu tidak dibarengi dengan curahan yang sama untuk pemangku kepentingan internalnya.

B. CSR Sebagai Kewajiban Perusahaan

B.1. Standarisasi Pelaksanaan CSR di Indonesia

Pada tahun 2001, ISO-suatu lembaga internasional dalam perumusan standar atau pedoman, mengagaskan perlunya standar tanggungjawab sosial perusahaan (*CSR standard*). Setelah mengalami diskusi panjang selama hampir 4 tahun tentang gagasan ini, akhirnya Dewan manajemen ISO menetapkan bahwa yang diperlukan adalah Standar Tanggungjawab Sosial atau *Social Responsibility Standard* (ISO, 2005). CSR merupakan salah satu bagian dari SR. Tidak hanya perusahaan yang perlu terpenggil melakukan SR tetapi semua organisasi, termasuk pemerintah dan LSM.⁴⁶ Sejak Januari 2005 dibentuk kelompok kerja ISO 26000 untuk merumuskan *draf Standar SR*. Definisi tanggungjawab Sosial—*Social Responsibility* (SR), berdasarkan dokumen draf dokumen ISO 26000, adalah etika dan tindakan terkait tanggungjawab organisasi yang mempertimbangkan dampak aktivitas organisasi pada berbagai pihak dengan cara-cara yang konsisten dengan kebutuhan masyarakat. *Social Responsibility* (SR) merupakan kepedulian dan tindakan manajemen organisasi pada masyarakat dan lingkungan, disamping harus mentaati aspek legal yang berlaku. ISO 26000 memberikan prinsip-prinsip dasar, isu-isu universal dan kerangka pikir yang menjadi landasan umum bagi penyelenggaraan SR oleh setiap organisasi, tanpa membedakan ukuran dan jenis organisasi. ISO 26000 tidak dimaksudkan untuk menjadi standar sistem manajemen dan tidak untuk

⁴⁶. HAM Hardiansyah, *ibid.*,

sertifikasi perusahaan. ISO 26000 juga tidak dimaksudkan untuk menggantikan konsensus internasional yang sudah ada, tetapi untuk melengkapi dan memperkuat berbagai konsensus internasional, misalnya tentang lingkungan, hak azasi manusia, perlindungan pekerja, MDGs, dan lain sebagainya. Prinsip Penyelenggaraan SR antara lain terkait dengan pembangunan berkelanjutan, penentuan dan pelipatan *stakeholders*; komunikasi kebijakan kinerja SR; penghargaan terhadap nilai-nilai universal, pengintegrasian SR dalam kegiatan normal organisasi. Oleh karena itu, ada tujuh isu utama dalam perumusan ISO 26000 yaitu 1) isu lingkungan, 2) isu hak asasi manusia, 3) isu praktek ketenaga-kerjaan, 4) isu pengelolaan organisasi, 5) isu praktik beroperasi yang adil, 6) isu hak dan perlindungan konsumen, dan 7) isu partisipasi masyarakat, Dokumen Final ISO 26000 dipublikasi pada awal tahun 2009. Diharapkan keberadaan ISO 26000 akan berdampak positif pada upaya percepatan penanggulangan masalah kemiskinan, masalah pangan dan gizi, masalah kesehatan, masalah pendidikan, dan masalah kesejahteraan sosial.

Penerapan CSR di perusahaan akan menciptakan iklim saling percaya di dalamnya, yang akan menaikkan motivasi dan komitmen karyawan. Pihak konsumen, investor, pemasok, dan *stakeholders* yang lain juga telah terbukti lebih mendukung perusahaan yang dinilai bertanggung jawab sosial, sehingga meningkatkan peluang pasar dan keunggulan kompetitifnya. Dengan segala kelebihan itu, perusahaan yang menerapkan CSR akan

menunjukkan kinerja yang lebih baik serta keuntungan dan pertumbuhan yang meningkat.

Memang saat ini belum tersedia formula yang dapat memperlihatkan hubungan praktik CSR terhadap keuntungan perusahaan sehingga banyak kalangan dunia usaha yang bersikap skeptis dan menganggap CSR tidak memberi dampak atas prestasi usaha, karena mereka memandang bahwa CSR hanya merupakan komponen biaya yang mengurangi keuntungan. Praktek CSR akan berdampak positif jika dipandang sebagai investasi jangka panjang, karena dengan melakukan praktek CSR yang berkelanjutan, perusahaan akan mendapat tempat di hati dan ijin operasional dari masyarakat, bahkan mampu memberikan kontribusi bagi pembangunan berkelanjutan.⁴⁷

Salah satu bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan yang sering diterapkan di Indonesia adalah *community development*. Perusahaan yang mengedepankan konsep ini akan lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial-ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat. Rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat

⁴⁷ A.B. Susanto, *CSR dalam Perspektif Ganda*, Harian Bisnis Indonesia, 2 September 2007

merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat.⁴⁸

Kepedulian kepada masyarakat sekitar komunitas dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dimengerti sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. CSR adalah bukan hanya sekedar kegiatan amal, di mana CSR mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibatnya terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan, termasuk lingkungan hidup. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk membuat keseimbangan antara kepentingan beragam pemangku kepentingan eksternal dengan kepentingan pemegang saham, yang merupakan salah satu pemangku kepentingan internal.⁴⁹

Setidaknya ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. *Pertama*, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. *Kedua*, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. *Ketiga*, kegiatan

⁴⁸ Ibid

⁴⁹ A.B. Susanto, *Membumikan Gerakan Hijau*, Majalah Ozon, Edisi No.5 Februari 2003

tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial⁵⁰

Program yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial di Indonesia dapat digolongkan dalam tiga bentuk, yaitu:⁵¹

a. Public Relations

Usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

b. Strategi defensif

Usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negatif komunitas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan, dan biasanya untuk melawan serangan negatif dari anggapan komunitas. Usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan yang berkembang sebelumnya dengan menggantinya dengan yang baru yang bersifat positif.

c. Kegiatan yang berasal dari visi perusahaan

Melakukan program untuk kebutuhan komunitas sekitar perusahaan atau kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil dari perusahaan itu sendiri.

Program pengembangan masyarakat di Indonesia dapat dibagi dalam tiga kategori yaitu:⁵²

1. Community Relation

Yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang

⁵⁰ Ibid

⁵¹ Himawan Wijanarko, *Reputasi*, Majalah Trust, 4-10 Juli 2005

⁵² Ibid

terkait. Dalam kategori ini, program lebih cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (charity) perusahaan.

2. Community Services

Merupakan pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau kepentingan umum. Inti dari kategori ini adalah memberikan kebutuhan yang ada di masyarakat dan pemecahan masalah dilakukan oleh masyarakat sendiri sedangkan perusahaan hanyalah sebagai fasilitator dari pemecahan masalah tersebut.

3. Community Empowering

Adalah program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya, seperti pembentukan usaha industri kecil lainnya yang secara alami anggota masyarakat sudah mempunyai pranata pendukungnya dan perusahaan memberikan akses kepada pranata sosial yang ada tersebut agar dapat berlanjut. Dalam kategori ini, sasaran utama adalah kemandirian komunitas.

Dari sisi masyarakat, praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Sesungguhnya substansi keberadaan CSR adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerja sama antar stakeholder yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya.

Pada saat ini di Indonesia, praktek *CSR* belum menjadi perilaku yang umum, namun dalam abad informasi dan teknologi serta adanya desakan globalisasi, maka tuntutan terhadap perusahaan untuk menjalankan *CSR* semakin besar. Tidak menutup kemungkinan bahwa *CSR* menjadi kewajiban baru standar bisnis yang harus dipenuhi seperti layaknya standar ISO. Dan diperkirakan pada akhir tahun 2009 mendatang akan diluncurkan *ISO 26000 on Social Responsibility*, sehingga tuntutan dunia usaha menjadi semakin jelas akan pentingnya program *CSR* dijalankan oleh perusahaan apabila menginginkan keberlanjutan dari perusahaan tersebut.

CSR akan menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merek produk (loyalitas) atau citra perusahaan. Kedua hal tersebut akan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang sulit untuk ditiru oleh para pesaing. Di lain pihak, adanya pertumbuhan keinginan dari konsumen untuk membeli produk berdasarkan kriteria-kriteria berbasis nilai-nilai dan etika akan merubah perilaku konsumen di masa mendatang.

Implementasi kebijakan *CSR* adalah suatu proses yang terus menerus dan berkelanjutan. Dengan demikian akan tercipta satu ekosistem yang menguntungkan semua pihak (*true win win situation*) - konsumen mendapatkan produk unggul yang ramah lingkungan, produsen pun mendapatkan profit yang sesuai yang pada akhirnya akan dikembalikan ke tangan masyarakat secara tidak langsung.

Pelaksanaan CSR di Indonesia sangat tergantung pada pimpinan puncak korporasi. Artinya, kebijakan CSR tidak selalu dijamin selaras dengan visi dan misi korporasi. Jika pimpinan perusahaan memiliki kesadaran moral yang tinggi, besar kemungkinan korporasi tersebut menerapkan kebijakan CSR yang benar. Sebaliknya, jika orientasi pimpinannya hanya berkiblat pada kepentingan kepuasan pemegang saham (produktivitas tinggi, *profit* besar, nilai saham tinggi) serta pencapaian prestasi pribadi, boleh jadi kebijakan CSR hanya sekedar kosmetik.

Sifat CSR yang sukarela, absennya produk hukum yang menunjang dan lemahnya penegakan hukum telah menjadikan Indonesia sebagai negara ideal bagi korporasi yang memang memperlakukan CSR sebagai kosmetik. Yang penting, Laporan Sosial Tahunannya tampil mengkilap, lengkap dengan tampilan foto aktivitas sosial serta dana program pembangunan komunitas yang telah direalisasi. Sekali lagi untuk mencapai keberhasilan dalam melakukan program *CSR*, diperlukannya komitmen yang kuat, partisipasi aktif, serta ketulusan dari semua pihak yang peduli terhadap program-program *CSR*. Program *CSR* menjadi begitu penting karena kewajiban manusia untuk bertanggung jawab atas keutuhan kondisi-kondisi kehidupan umat manusia di masa datang.

Sebagai contoh, terdapat sebuah perusahaan di Indonesia yang menjalankan strategi bisnis dengan konsep 3 P yaitu *Profit*, memastikan bahwa tetap mampu memenuhi permintaan dengan kualitas tinggi dan biaya murah sebagai sebuah perusahaan internasional yang kompetitif. Konsep

kedua yaitu *Planet*, memastikan bahwa pelaksanaan usaha tetap melindungi keanekaragaman hayati dan mengurangi penurunan kualitas lingkungan. Konsep ketiga *People* dengan menyediakan kesempatan untuk ikut serta dalam pengentasan kemiskinan serta menjadi tempat untuk pilihan pekerjaan. Perusahaan tersebut memiliki 6 konsep strategi pelaksanaan CSR yaitu *environment, community empowerment, improving workplace, volunteerism, stakeholders engagement* dan *transparency*.⁵³

Penerapan CSR dimulai pada tahun 1993 dimana pelaksanaan program CD dijalankan oleh Public Relations dengan kegiatan yang bersifat insidental dan kedermawanan. Pada 1999 July 2005 kegiatan CD lebih mengarah ke penguatan komunitas di bawah Departemen Community Development yang kemudian didirikan *Community Development Foundation*. Pada November 2005 CSR Department terbentuk dan pada tahun 2007 dibentuk Sustainability Director dan menandatangani *The Global Compact* untuk mendukung terwujudnya tujuan-tujuan *Millenium Development Goals* (MDGs).

Perusahaan tersebut menyimpulkan bahwa melaksanakan bisnis di Indonesia memiliki tantangan yang besar terutama untuk perusahaan extractive. Bisnis bukan hanya dilaksanakan *beyond compliance* tapi harus juga melibatkan stakeholder (*stakeholders engagement*) . Perusahaan tersebut berkomitmen untuk menjalankan usaha dengan mengutamakan prinsip-prinsip *sustainable management, Socio-economic contribution* dan

⁵³ <http://www.csrindonesia.com>

conservation and environmental responsibility. CSR sebagai core competency dilakukan sebagai sebuah nilai yang dilakukan oleh semua. Salah satu yang dilakukan perusahaan tersebut adalah melakukan *collaborative effort* dengan LSM sebagai usaha untuk mengelola konflik dan isu sosial serta ekonomi yang merupakan tiket untuk melakukan bisnis sehingga bisa menjanjikan bisnis yang berkelanjutan.

Secara singkat CSR dapat diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan yang bersifat sukarela. CSR adalah konsep yang mendorong organisasi untuk memiliki tanggung jawab sosial secara seimbang kepada pelanggan, karyawan, masyarakat, lingkungan, dan seluruh stakeholder. Sedangkan program *charity* dan *community development* merupakan bagian dari pelaksanaan CSR.⁵⁴

Dalam praktiknya, memang *charity* dan *community development* dikenal lebih dahulu terkait interaksi perusahaan dengan lingkungan sekitarnya. Serta, kebutuhan perusahaan untuk lebih dapat diterima masyarakat. Sementara itu, lebih jauh CSR dapat dimaknai sebagai komitmen dalam menjalankan bisnis dengan memperhatikan aspek sosial, norma-norma dan etika yang berlaku, bukan saja pada lingkungan sekitar, tapi juga pada lingkup internal dan eksternal yang lebih luas. Tidak hanya itu, CSR dalam jangka panjang memiliki kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan meningkatnya kesejahteraan.

⁵⁴ Himawan Wijanarko, *Filantropi bukan Deterjen*, Majalah Trust, 11-17 September 2006

Memang ada pendekatan yang berbeda-beda terhadap ketentuan dan pelaksanaan CSR. Dari sisi pendekatan, misalnya, ada community based development project yang lebih mengedepankan pembangunan keterampilan dan kemampuan kelompok masyarakat. Ada pula yang fokus pada penyediaan kebutuhan sarana. Dan, yang paling umum adalah memberikan bantuan sosial secara langsung maupun tidak langsung guna membantu perbaikan kesejahteraan masyarakat, baik karena eksternalitas negatif yang ditimbulkan sendiri maupun yang bertujuan sebagai sumbangan sosial semata.

Pada tahun 1990an para aktivis pembangunan melihat persoalan kemiskinan sebagai persoalan ketimpangan dalam sistem politik. Menurut pandangan mereka, kelompok-kelompok seperti komunitas lokal, masyarakat adat, dan buruh tidak mempunyai kesempatan untuk menentukan pembangunan macam apa yang dibutuhkan. Akibatnya, demikian menurut pandangan mereka, pembangunan sering tidak sesuai dengan kebutuhan kelompok masyarakat tersebut dan sering timpang dalam pembagian keuntungan dan resiko.

Jalan keluar yang diusulkan para aktivis pembangunan adalah merubah skema pembangunan menjadi memberi kemungkinan berbagai kelompok melindungi kepentingannya. Kata kuncinya transparansi, partisipasi, dan penguatan kelompok lemah. Pemerintah dan perusahaan dituntut membuat mekanisme untuk berkomunikasi dengan lebih banyak pihak dan memperhatikan kepentingan-kepentingan mereka. Terakhir, harus ada upaya

penguatan kelompok masyarakat agar dapat berpartisipasi dengan benar. Ketiga kata kunci diatas pada akhirnya menjadi semacam prinsip yang dianggap seharusnya ada bagi organisasi apapun dalam masyarakat.

CSR secara umum merupakan kontribusi menyeluruh dari dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari kegiatannya.

Sebagai salah satu pendekatan sukarela yang berada pada tingkat *beyond compliance*, penerapan CSR saat ini berkembang pesat termasuk di Indonesia, sebagai respon dunia usaha yang melihat aspek lingkungan dan sosial sebagai peluang untuk meningkatkan daya saing serta sebagai bagian dari pengelolaan risiko, menuju sustainability (keberlanjutan) dari kegiatan usahanya.

Penerapan kegiatan CSR di Indonesia baru dimulai pada awal tahun 2000, walaupun kegiatan dengan esensi dasar yang sama telah berjalan sejak tahun 1970-an, dengan tingkat yang bervariasi, mulai dari yang paling sederhana seperti donasi sampai kepada yang komprehensif seperti terintegrasi ke dalam strategi perusahaan dalam mengoperasikan usahanya. Belakangan melalui Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pemerintah memasukkan pengaturan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan kedalam Undang-Undang Perseroan Terbatas.

Pada dasarnya ada beberapa hal yang mendasari pemerintah mengambil kebijakan pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan *Pertama* adalah keprihatinan pemerintah atas praktek korporasi yang

mengabaikan aspek sosial lingkungan yang mengakibatkan kerugian di pihak masyarakat. *Kedua* adalah sebagai wujud upaya entitas negara dalam penentuan standard aktivitas sosial lingkungan yang sesuai dengan konteks nasional maupun lokal.⁵⁵

Menurut Endro Sampurno pemahaman yang dimiliki pemerintah mempunyai kecenderungan memaknai CSR semata-mata hanya karena peluang sumberdaya finansial yang dapat segera dicurahkan perusahaan untuk memenuhi kewajiban atas regulasi yang berlaku. Memahami CSR hanya sebatas sumber daya finansial tentunya akan mereduksi arti CSR itu sendiri.⁵⁶

Akibat kebijakan tersebut aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan akan menjadi tanggung jawab legal yang mengabaikan sejumlah prasyarat yang memungkinkan terwujudnya makna dasar CSR tersebut, yakni sebagai pilihan sadar, adanya kebebasan, dan kemauan bertindak. Mewajibkan CSR, apa pun alasannya, jelas memberangus sekaligus ruang-ruang pilihan yang ada, berikut kesempatan masyarakat mengukur derajat pemaknaannya dalam praktik.

Konsekuensi selanjutnya adalah CSR akan bermakna sebatas upaya pencegahan dan dampak negatif keberadaan perusahaan di lingkungan sekitarnya (bergantung pada *core business*-nya masing-masing) padahal melihat perkembangan aktivitas CSR di Indonesia semakin memperlihatkan semakin sinergisnya program CSR dengan beberapa tujuan pemerintah.

⁵⁵ A.B. Susanto, Paradigma Baru “*Community Development*” Harian Kompas, 22 Mei

2001
⁵⁶ Ibid

Terakhir yang mungkin terjadi adalah aktivitas CSR dengan regulasi seperti itu akan mengarahkan program pada formalitas pemenuhan kewajiban dan terkesan basa-basi.

Keluhan hubungan yang tidak harmonis antara perusahaan dan pemangku kepentingannya sesungguhnya sudah terdengar setidaknya dalam dua dekade belakangan. Gerakan sosial Indonesia, khususnya gerakan buruh dan lingkungan, telah menunjuk dengan tepat adanya masalah itu sejak dulu. Namun, tanggapan positif terhadapnya memang baru terjadi belakangan. Di masa lampau, hampir selalu keluhan pada kinerja sosial dan lingkungan perusahaan akan membuat mereka yang menyatakannya berhadapan dengan aparat keamanan. Walaupun kini hal tersebut belum menghilang sepenuhnya, tanggapan positif atas keluhan telah lebih banyak terdengar.

Kiranya, disinsentif untuk perusahaan yang berkinerja buruk kini telah banyak tersedia. Gerakan sosial kita tidak kurang memberikan tekanan kepada perusahaan berkinerja buruk. Payahnya, banyak perusahaan juga yang mulai menyadari pentingnya meningkatkan kinerja sosial dan lingkungan ternyata tidak mendapatkan insentif yang memadai dari berbagai pemangku kepentingan. Bahkan mereka yang secara fundamental hendak berubah malah menjadi sasaran tembak. Karena dianggap “melunak”, perusahaan tersebut kerap dianggap sebagai sumber uang yang bisa diambil kapan saja melalui berbagai cara.

Di antara berbagai pemangku kepentingan itu terdapat pemerintah. Selain berbagai perangkat yang diciptakan di tingkat pusat, beberapa

pemerintah kabupaten telah membuat berbagai macam forum CSR. Regulasi hubungan industrial juga telah dibuat di beberapa provinsi. Di satu sisi, perkembangan ini cukup menggembirakan karena menunjukkan tumbuhnya pemahaman pemerintah atas potensi kemitraan pembangunan dengan perusahaan. Di sisi lain, terdapat kekhawatiran bahwa pemerintah sedang memindahkan beban pembangunannya ke perusahaan. Berbagai regulasi yang dibuat telah juga menjadi tambahan beban baru bagi perusahaan, alih-alih menjadi insentif bagi mereka yang hendak meningkatkan kinerja CSR-nya.

Secara teoritis telah diungkapkan banyak pakar bahwa pemerintah seharusnya menciptakan prakondisi yang memadai agar perusahaan dapat beroperasi dengan kepastian hukum yang tinggi. Dalam hal ini, berbagai regulasi yang ada tidak hanya berfungsi memberikan batasan kinerja minimal bagi perusahaan, tapi juga memberikan perlindungan penuh bagi mereka yang telah mencapainya. Di luar itu, pemerintah bisa pula membantu perusahaan yang sedang berupaya melampaui standar minimal dengan berbagai cara. Di antaranya dengan memberikan legitimasi, menjadi penghubung yang jujur dengan pemangku kepentingan lain, meningkatkan kepedulian pihak lain atas upaya yang sedang dijalankan perusahaan, serta mencurahkan sumber dayanya untuk bersama-sama mencapai tujuan keberlanjutan

Mengingat CSR sulit terlihat dengan kasat mata, maka tidak mudah untuk melakukan pengukuran tingkat keberhasilan yang dicapai. Oleh

karena itu diperlukan berbagai pendekatan untuk menjadikannya kuantitatif dengan menggunakan pendekatan *Triple Bottom Line* atau *Sustainability Reporting*. Dari sisi ekonomi, penggunaan sumber daya alam dapat dihitung dengan akuntansi sumber daya alam, sedangkan pengeluaran dan penghematan biaya lingkungan dapat dihitung dengan menggunakan akuntansi lingkungan.¹⁰

Terdapat dua hal yang dapat mendorong perusahaan menerapkan CSR, yaitu bersifat dari luar perusahaan (*external drivers*) dan dari dalam perusahaan (*internal drivers*). Termasuk kategori pendorong dari luar, misalnya adanya regulasi, hukum, dan diwajibkannya analisis mengenai dampak lingkungan (Amdal). Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) telah memberlakukan audit Proper (Program penilaian peningkatan kinerja perusahaan). Pendorong dari dalam perusahaan terutama bersumber dari perilaku manajemen dan pemilik perusahaan (*stakeholders*), termasuk tingkat kepedulian/tanggung jawab perusahaan untuk membangun masyarakat sekitar (*community development responsibility*).

Ada empat manfaat yang diperoleh bagi perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. *Pertama*, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas. *Kedua*, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap kapital (modal). *Ketiga*, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. *Keempat*, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis

(*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).⁵⁷

Dalam menangani isu-isu sosial, ada dua pendekatan yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu: Responsive CSR dan Strategic CSR. Agenda sosial perusahaan perlu melihat jauh melebihi harapan masyarakat, kepada peluang untuk memperoleh manfaat sosial, ekonomi, dan lingkungan secara bersamaan. Bergeser dari sekadar mengurangi kerusakan menuju penemuan jalan untuk mendukung strategi perusahaan dengan meningkatkan kondisi sosial. Agenda sosial seperti ini harus responsif terhadap pemangku kepentingan.

Isu sosial yang mempengaruhi sebuah perusahaan terbagi dalam tiga kategori. Pertama, isu sosial generik, yakni isu sosial yang tidak dipengaruhi secara signifikan oleh operasi perusahaan dan tidak memengaruhi kemampuan perusahaan untuk berkompetisi dalam jangka panjang. Kedua, dampak sosial *value chain*, yakni isu sosial yang secara signifikan dipengaruhi oleh aktivitas normal perusahaan. Ketiga, dimensi sosial dari konteks kompetitif, yakni isu sosial di lingkungan eksternal perusahaan yang secara signifikan mempengaruhi kemampuan berkompetisi perusahaan.

Setiap perusahaan perlu mengklasifikasikan isu sosial ke dalam tiga kategori tersebut untuk setiap unit bisnis dan lokasi utama, kemudian menyusunnya berdasarkan dampak potensial. Isu sosial yang sama bisa

⁵⁷ <http://www.csrindonesia.com>

masuk dalam kategori yang berbeda, tergantung unit bisnis, industri, dan tempatnya.

Ketegangan yang sering terjadi antara sebuah perusahaan dan komunitas atau masyarakat di sekitar perusahaan berlokasi umumnya muncul lantaran terabaikannya komitmen dan pelaksanaan tanggung jawab sosial tersebut. Perubahan orientasi sosial politik di tanah air dapat memunculkan kembali apresiasi rakyat yang terbagi-bagi dalam wilayah administratif dalam upaya menciptakan kembali akses mereka terhadap sumber daya yang ada di wilayahnya.

Seringkali kepentingan perusahaan diseberangkan dengan kepentingan masyarakat. Sesungguhnya perusahaan dan masyarakat memiliki saling ketergantungan yang tinggi. Saling ketergantungan antara perusahaan dan masyarakat berimplikasi bahwa baik keputusan bisnis dan kebijakan sosial harus mengikuti prinsip berbagi keuntungan, yaitu pilihan-pilihan harus menguntungkan kedua belah pihak.

Saling ketergantungan antara sebuah perusahaan dengan masyarakat memiliki dua bentuk. Pertama, *inside-out linkages*, bahwa perusahaan memiliki dampak terhadap masyarakat melalui operasi bisnisnya secara normal. Dalam hal ini perusahaan perlu memerhatikan dampak dari semua aktivitas produksinya, aktivitas pengembangan sumber daya manusia, pemasaran, penjualan, logistik, dan aktivitas lainnya.

Kedua, *outside-in-linkages*, di mana kondisi sosial eksternal juga memengaruhi perusahaan, menjadi lebih baik atau lebih buruk. Ini meliputi

kuantitas dan kualitas input bisnis yang tersedia-sumber daya manusia, infrastruktur transportasi; peraturan dan insentif yang mengatur kompetisi- seperti kebijakan yang melindungi hak kekayaan intelektual, menjamin transparansi, mencegah korupsi, dan mendorong investasi; besar dan kompleksitas permintaan daerah setempat; ketersediaan industri pendukung di daerah setempat, seperti penyedia jasa dan produsen mesin.⁵⁸

Etika sebagai rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji (*good conduct*) yang harus selalu dipatuhi dan dilaksanakan. Etika di dalam bisnis sudah tentu harus disepakati oleh orang-orang yang berada dalam kelompok bisnis serta kelompok yang terkait lainnya.

Secara umum, prinsip-prinsip yang berlaku dalam bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia, dan prinsip-prinsip ini sangat erat terkait dengan sistem nilai yang dianut oleh masing-masing masyarakat. Prinsip etika bisnis itu sendiri adalah:⁵⁹

- 1) Prinsip otonomi; adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.
- 2) Prinsip kejujuran.
- 3) Prinsip keadilan.
- 4) Prinsip saling menguntungkan (*mutual benefit principle*).

⁵⁸ Ibid

⁵⁹ Majalah Bisnis Dan CSR, Oktober 2007

- 5) Prinsip integritas moral; terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan/orang-orangnya maupun perusahaannya.

Bagi masyarakat, praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika ada masyarakat adat/masyarakat lokal, praktek CSR akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.

Agar efektif CSR memerlukan peran *civil society* yang aktif. Setidaknya terdapat tiga wilayah dimana masyarakat dapat menunjukkan perannya yaitu:⁶⁰

- a. Kampanye melawan korporasi yang melakukan praktik bisnis yang tidak sejalan dengan prinsip CSR lewat berbagai aktivitas lobby dan advokasi.
- b. Mengembangkan kompetensi untuk meningkatkan kapasitas dan membangun institusi yang terkait dengan CSR
- c. Mengembangkan inisiatif multi-stakeholder yang melibatkan berbagai elemen dari masyarakat, korporasi dan pemerintah untuk mempromosikan dan meningkatkan kualitas penerapan CSR

⁶⁰ Ibid

Lewat ISO 26000 terlihat upaya untuk mengakomodir kepentingan semua stakeholder. Dalam hal ini, peran pemerintah menjadi penting. Pemerintah harus punya pemahaman menyeluruh soal CSR agar bisa melindungi kepentingan yang lebih luas, yaitu pembangunan nasional. Jangan lupa, dari kacamata kepentingan ekonomi pembangunan nasional, sektor bisnis atau perusahaan itu ada untuk pembangunan, bukan sebaliknya. Pemerintah perlu jelas bersikap dalam hal ini. Misalnya, di satu sisi, mendorong agar perusahaan-perusahaan yang sudah tercatat di bursa efek harus melaporkan pelaksanaan CSR kepada publik.

Cakupan dari ISO 26000 ini antara lain untuk membantu organisasi-organisasi menjalankan tanggung jawab sosialnya; memberikan “*practical guidances*” yang berhubungan dengan operasionalisasi tanggung jawab sosial; identifikasi dan pemilihan stakeholders; mempercepat laporan kredibilitas dan klaim mengenai tanggungjawab sosial; untuk menekankan kepada hasil performansi dan peningkatannya; untuk meningkatkan keyakinan dan kepuasan atas konsumen dan ~stakeholders lainnya; untuk menjadi konsisten dan tidak berkonflik dengan traktat internasional dan standarisasi ISO lainnya; tidak bermaksud mengurangi otoritas pemerintah dalam menjalankan tanggung jawab sosial oleh suatu organisasi; dan, mempromosikan terminologi umum dalam lingkupan tanggung jawab sosial dan semakin memperluas pengetahuan mengenai tanggung jawab sosial.⁶¹

⁶¹ A.B. Susanto, *Manajemen Aktual*, Jakarta, Grasindo, 1997, hlm.53

ISO 26000 sesuatu yang tidak bisa ditawar. Meskipun, dalam rilis yang diambil dari website resmi ISO, standarisasi mengenai Social Responsibility, memang dinyatakan sebagai sesuatu yang tidak wajib, tetap saja ini akan menjadi trend yang akan naik daun di tahun 2009 dan harus dihadapi dengan sungguh-sungguh, jika ingin tetap eksis dalam dunia usaha di Indonesia. ISO 26000 ini bisa dijadikan sebagai rujukan atau pedoman dalam pembentukan pedoman prinsip pelaksanaan CSR di Indonesia.

Di sisi lain, pemerintah harus bisa bernegosiasi di level internasional untuk membantu produk Indonesia bisa masuk ke pasar internasional secara *fair*. Misalnya lewat mekanisme WTO. Ini bisa dibarengi dengan upaya pemerintah memberikan bantuan/asistensi pada perusahaan yang belum/menjadi perusahaan publik agar penerapan CSR-nya juga diapresiasi melalui mekanisme selain ISO. Misalnya dengan menciptakan/menerapkan standard nasional CSR yang lebih bottom-up atau insentif tertentu yang bisa meyakinkan pasar internasional untuk menerima produk Indonesia.

Pada saat ini CSR dapat dianggap sebagai investasi masa depan bagi perusahaan. Minat para pemilik modal dalam menanamkan modal di perusahaan yang telah menerapkan CSR lebih besar, dibandingkan dengan yang tidak menerapkan CSR. Melalui program CSR dapat dibangun komunikasi yang efektif dan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya.

B.2. Program-Program CSR

Belakangan pelaporan mengenai penyelenggaraan CSR mulai menghiasi media massa. Setidaknya sepanjang Januari 2007, terdapat dua laporan CSR yang dimuat di harian besar ibukota. Bank Negara Indonesia (BNI) 1946, melaporkan kegiatan CSR-nya kepada khalayak melalui harian Kompas (15/01/07) dengan tajuk Dari Masyarakat, Kembali ke Masyarakat, sepanjang empat halaman penuh. Disusul oleh Bank Indonesia (BI) mengambil satu halaman penuh harian Tempo (31/01/07) menurunkan laporan kegiatan CSR-nya dengan tajuk: CSR=Cara Sejahterakan Rakyat.⁶²

Jika kita menelaah lebih tajam laporan CSR BNI 46 dan BI di atas, untuk sementara, wacana terkuat yang berkembang adalah memahami CSR hanya sebagai kegiatan filantropis. Meski ada kesadaran bahwa kegiatan CSR bukan sekadar kegiatan karitatif—menyadari bahwa CSR adalah mencoba berkontribusi pada pembangunan dan pengembangan masyarakat secara berkelanjutan—akan tetapi hal ini agak bertabrakan dengan pilihan program yang diselenggarakannya. Program CSR masih didominasi oleh kegiatan bantuan infrastruktur dan donasi untuk berbagai kegiatan keagamaan, penanggulangan bahaya kesehatan dan bantuan untuk penanganan bencana.

Jika pun ada program jangka panjang seperti program pembinaan kualitas pendidikan dan pemeliharaan kesehatan lingkungan, terasa masih rentan dan diragukan keberlanjutannya. Pandangan ini dilatarbelakangi oleh besarnya kecenderungan perusahaan melakukan program CSR-nya

⁶² <http://www.csrindonesia.com>

sendirian. Belum tampak adanya kesadaran untuk menyelenggarakan kemitraan strategis dengan unsur masyarakat sipil, pemerintah daerah dan sejumlah institusi lain, baik dalam hal kesesuaian dengan perencanaan jangka panjang pembangunan daerah, maupun dalam hal matching resources dengan pelaku bisnis lain dan pemerintah daerah. Pola kerjasama kemitraan jangka panjang ini penting mendapat tekanan karena substansi tanggung jawab kesinambungan kehidupan sosial, ekonomi dan lingkungan merupakan tanggung jawab bersama.

Boleh jadi apa dilaporkan oleh dua institusi perbankan di atas adalah sebuah laporan mengenai keharusan menyelenggarakan program bina lingkungan yang diwajibkan oleh Kementrian BUMN. Jika perspektif ini yang dipegang, maka kegiatan filantropis itu memang sebuah bentuk ketaatan perusahaan pada peraturan negara. Ini merupakan bagian dari kewajiban yang setara dengan kewajiban-kewajiban penyelenggaraan aturan negara lainnya. Lepas dari kepatuhan terhadap peraturan atau diselenggarakan atas motivasi lain, yang jelas dua perusahaan itu memahaminya sebagai sebuah bentuk kegiatan CSR.

Untuk mampu memaksimalkan dampak positif dan meminimumkan dampak negatif kehadiran perusahaan, maka implementasi CSR harus mendukung tujuan-tujuan core business perusahaan. Untuk itu, Philip Kotler dan Nancy Lee (2005), memberikan catatan yang menarik untuk digarispawahi: “bahwa di dalam suatu perusahaan sekali pun, gagasan dan pelaksanaan CSR itu patut diperjuangkan dan dipasarkan pada staf-staf

perusahaan yang lain baik secara horizontal (kepada bagian lain) maupun secara vertikal (kepada bawahan atau atasan).”

Sebagai salah satu instrumen untuk mendorong mewujudkan gagasan pemerataan ekonomi, keadilan sosial dan pemeliharaan lingkungan yang berkelanjutan, implementasi CSR merupakan tanggungjawab perusahaan dalam arti menyeluruh. Implementasi yang baik dari instrumen ini membutuhkan penjabaran nilai-nilai etika sosial dan lingkungan lebih jauh dalam organisasi perusahaan. Prasyarat ini, membutuhkan proses yang mungkin tidak singkat dan harus lebih komprehensif dibandingkan apa yang telah diiklankan dalam contoh di atas.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di Indonesia

Telaah Hamann dan Acutt sangat relevan dengan situasi implementasi CSR di Indonesia dewasa ini. Khususnya dalam kondisi keragaman pengertian konsep CSR dan penjabarannya dalam program-program yang dikaitkan dengan upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan. Keragaman pengertian konsep CSR adalah akibat logis dari sifat pelaksanaannya yang berdasarkan prinsip voluntari. Tidak ada konsep baku yang dapat dianggap sebagai acuan pokok baik di tingkat global maupun lokal.

Secara internasional, saat ini tercatat sejumlah inisiatif *code of conduct* implementasi CSR. Inisiatif itu diusulkan baik oleh organisasi internasional independen (Sullivan Principles, Global Reporting Initiative), organisasi negara (OECD), juga organisasi nonpemerintah (Caux Roundtables). Di Indonesia, acuan pegangan itu belum ada. Bahkan peraturan tentang *community development* (CD), saat ini masih dalam bentuk draf yang diajukan Departemen ESDM. Tak heran jika berbagai korporasi

Sebenarnya berada dalam situasi 'bingung' dalam pelaksanaan CSR. Banyak forum diskusi antarkorporasi atau kegiatan pelatihan CD bagi korporasi digunakan untuk mengungkapkan kebingungan itu. Selain gambaran kebingungan itu, tampak pula kecenderungan pelaksanaan CSR di Indonesia yang sangat tergantung pada *Chief Executive Officer* (CEO)

korporasi. Artinya, kebijakan CSR tidak otomatis selaras dengan visi dan misi korporasi. Jika CEO memiliki kesadaran tentang moral bisnis yang berwajah manusiawi, besar kemungkinan korporasi tersebut menerapkan kebijakan CSR yang layak. Sebaliknya, jika orientasi CEOnya hanya pada kepentingan kepuasan *shareholders* (produktivitas tinggi, profit besar, nilai saham tinggi) serta pencapaian prestasi pribadi, maka boleh jadi kebijakan CSR hanya sekedar kosmetik.

Sifat CSR yang voluntaristik, absensi produk hukum yang menunjang dan lemahnyapenegakan hukum telah menjadikan Indonesia sebagai negara ideal bagi korporasi yang memang memperlakukan CSR sebagai kosmetik. Yang penting *Annual Social Report* tampil *glossy*, lengkap dengan tampilan foto berbagai aktivitas sosial serta dana program 'CD' yang telah direalisasi. Di pihak lain, kondisi itu juga membuat frustrasi korporasi yang berupaya menunjukkan itikad baik untuk melaksanakan CSR. Celaknya, bagi yang terakhir ini, walau dana program CSR dalam jumlah besar sudah dikururkan, manajemen CSR sudah dibentuk, serta strategi dan program CSR sudah dibuat, ternyata tuntutan serta demo dari masyarakat dan aktivis organisasi nonpemerintah masih tetap berlangsung. Sementara, sikap pemerintah dalam hal CSR sejauh ini masih memprihatinkan.

B. Regulasi CSR dalam Hasil Sinkronisasi UU Perseroan Terbatas

Kerja kolektif Tim Sinkronisasi dan Tim Perumus Rancangan Undang-Undang Perseroan Terbatas (RUU PT) telah diselesaikan pada akhir Juni 2007 lalu. Teks Pasal 74 RUU PT yang dinyatakan final adalah:

- (1) Perseroan wajib mengalokasikan sebagian laba bersih tahunan Perseroan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan;
- (2) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan;
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Menurut DPR, kewajiban CSR juga sudah diatur dalam UU Penanaman Modal (UU PM, UU Nomor 25/2007) yang sudah terlebih dahulu muncul, sehingga apa yang mereka lakukan sesungguhnya konsisten dengan UU tersebut. Dalam hal ini, konsistensi dalam kewajiban CSR memang benar terjadi, namun tentu saja RUU PT telah meluaskan cakupan kewajiban CSR, yaitu menjadi terhadap seluruh badan usaha berbentuk perseoroan terbatas.

Secara umum dapat dinyatakan bahwa kewajiban CSR terhadap seluruh perseroan terbatas sebagaimana yang diatur dalam RUU PT adalah hal yang tidak tepat dan belum jelas. Salah satu penyebab utamanya adalah bahwa penambahan bab dan pasal yang mewajibkan CSR itu tidak dihasilkan dari sebuah proses konsultasi publik yang memadai. Anggota-

anggota DPR yang menyusun UU ini bukanlah para pakar CSR, namun mereka abai atas (1) masukan pemangku kepentingan utama, yaitu perusahaan, yang akan terkena dampak pemberlakuan peraturan tersebut, dan (2) fakta bahwa sudah banyaknya pihak di luar Gedung DPR yang memiliki pengetahuan mengenai CSR jauh melampaui mereka, sehingga seharusnya bisa diundang untuk memberikan masukan.

Ketiadaan sebuah naskah akademik yang lazim dalam perumusan UU juga menjadi pertanda tidak matangnya pemikiran yang mendasari kewajiban itu. Sebuah naskah akademik dalam perumusan UU berfungsi sebagai media dialog antara konsep yang hendak diajukan dengan realitas. Sebagaimana yang akan ditunjukkan pada bagian-bagian berikut, konsep CSR yang diajukan oleh DPR adalah lemah, dan juga tidak dibuat berdasarkan pemahaman atas realitas dunia usaha

Tentu saja, membicarakan CSR haruslah dimulai dari pemahaman yang sama tentang apa itu CSR. Sayangnya, dalam bab dan pasal RUU PT yang mengatur tentang CSR definisi itu tak dapat langsung ditemukan. Untuk memahami bagaimana CSR dipersepsikan oleh para penyusun RUU PT diperlukan upaya untuk melihat UU PM dan dokumen kerja mereka dalam proses penyusunan RUU PT.

Dalam UU PM—yang digunakan sebagai rujukan kewajiban CSR dalam RUU PT—di penjelasan Pasal 15 huruf b, CSR didefinisikan sebagai “tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan

lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.” Dalam teks Pasal 74 RUU PT sendiri CSR tidak didefinisikan.

Namun dalam dokumen kerja Tim Perumus terdapat definisi “Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah 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.” Definisi ini telah disetujui Tim Perumus pada tanggal 3 Juli 2007.

C. CSR Dalam Ketentuan Hukum Di Indonesia

C.1. Pengertian Hukum Pertambangan

Istilah hukum pertambangan merupakan terjemahan dari bahasa Inggris, yaitu *mining law*. Hukum pertambangan adalah : “hukum yang mengatur tentang penggalian atau pertambahan bijih-bijihan dan mineral-mineral dalam tanah”

Definisi ini hanya difokuskan pada aktifitas penggalian atau pertambangan bijih-bijihan. Penggalian atau pertambangan merupakan usaha untuk menggali berbagai potensi-potensi yang terkandung dalam perut bumi. Di dalam definisi ini juga tidak terlihat bagaimana hubungan antara pemerintah dengan subjek hukum. Padahal untuk menggali bahan tambang itu diperlukan perusahaan atau badan hukum yang mengelolanya. Menurut *Blacklaw Dictionary*. *Mining law* adalah :

“the act of appropriating a mining claim (parcel of land containing precious metal in its soil or rock) according to certain established rule” (Blacklaw Dictionary, 1982:847).

Artinya, hukum pertambangan adalah ketentuan yang khusus yang mengatur hak menambang (bagian dari tanah yang mengandung logam berharga di dalam tanah atau bebatuan) menurut aturan-aturan yang telah ditetapkan.

Definisi ini difokuskan kepada hak masyarakat semata-mata untuk melakukan penambangan pada sebidang tanah atau bebatuan yang telah ditentukan. Sementara itu, hak menambang adalah hak untuk melakukan kegiatan penyelidikan dan hak untuk melakukan kegiatan penyelidikan dan hak untuk melakukan kegiatan eksploitasi (*mining right shall be regarded as a prospecting right and exploitation right*) (lihat *Articelle 11 Japanese Mining law, No.289,1950 Latest Amendement In 1962*). Begitu juga dengan objek kajian hukum pertambangan. Objek kajian hukum pertambangan tidak hanya mengatur hak penambangan semata-mata, tetapi juga mengatur kewajiban penambangan kepada negara. Oleh karena itu, kedua definisi diatas perlu disempurnakan sehingga menurut penulis, yang diartikan dengan hukum pertambangan adalah :

”keseluruhan kaidah hukum yang mengatur kewenangan negara dalam pengelolaan bahan galian(tambang) dan mengatur hubungan hukum antara negara dengan orang dan atau badan hukum dalam pengelolaan dan pemanfaatan bahan galian (tambang)”.

Kaidah hukum dalam hukum pertambangan dibedakan menjadi dua macam, yakni kaidah hukum pertambangan tertulis merupakan kaidah-

kaidah hukum yang terdapat didalam peraturan perundang-undangan , traktat dan yurisprudensi. Hukum Pertambangan tidak tertulis merupakan ketentuan-ketentuan hukum yang hidup berkembang dalam masyarakat. Bentuknya tidak tertulis dan sifatnya lokal, artinya hanya berlaku dalam masyarakat setempat. Kewenangan negara merupakan kekuasaan-kekuasaan yang diberikan oleh hukum kepada negara untuk mengurus, mengatur dan mengawasi pengelolaan bahan galian sehingga didalam perusahaan dan pemanfaatannya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kewenangan negara ini dilakukan oleh pemerintah. Penguasaan bahan galian tidak hanya menjadi monopoli pemerintah semata-mata, tetapi juga diberikan hak kepada orang dan/ atau badan hukum untuk mengusahakan bahan galian sehingga hubungan hukum antara negara dengan orang atau badan hukum harus diatur sedemikian rupa agar mereka dapat mengusahakan bahan galian secara optimal. Agar orang atau badan hukum dapat mengusahakan bahan galian secara optimal, pemerintah/pemerintah daerah (provinsi/kabupaten/kota) memberikan izin kuasa pertambangan , kontrak karya, perjanjian karya perusahaan batubara kepada orang atau badan hukum tersebut.

Dari uraian diatas, ada tiga unsur yang tercantum dalam definisi yang terakhir ini, yakni adanya kaidah hukum , adanya kewenangan negara dalam pengelolaan bahan galian, dan adanya hubungan hukum antara negara dan orang dan/atau badan hukum dalam perusahaan bahan galian.

C. 2. Objek dan Ruang Lingkup Kegiatan Hukum Pertambangan

Apabila kita mengacu kepada definisi yang dipaparkan di atas, kita dapat menelaah objek dan ruang lingkup kajian hukum pertambangan. Objek kajian merupakan sasaran di dalam penyelidikan atau pengkajian hukum pertambangan. Objek itu dibagi menjadi dua macam, yaitu objek materiil dan objek forma. Objek materiil adalah : Bahan (*materiil*) yang dijadikan sasaran dan penyelidikan. Objek materiil hukum pertambangan adalah manusia dan bahan galian. Objek forma hukum pertambangan adalah mengatur hubungan antara negara dengan bahan galian dan hubungan antara negara dengan orang atau badan hukum dalam pemanfaatan bahan galian.

Kedudukan negara adalah sebagai pemilik bahan galian mengatur peruntukan dan penggunaan bahan galian untuk kemakmuran masyarakat sehingga negara menguasai bahan galian. Tujuan pengusahaan oleh negara (pemerintah) adalah agar kekayaan nasional tersebut dimanfaatkan untuk sebesar-besarnya kemakmuran seluruh rakyat Indonesia. Dengan demikian, baik perseorangan, masyarakat maupun pelaku usaha, sekalipun memiliki hak atas sebidang tanah di permukaan, tidak mempunyai hak menguasai ataupun memiliki bahan galian yang terkandung di bawahnya.

Pengusahaan oleh negara diselenggarakan oleh pemerintah sebagai pemegang kuasa pertambangan. Kuasa pertambangan adalah wewenang yang diberikan negara kepada pemerintah untuk menyelenggarakan kegiatan eksploitasi dan eksploitasi baik terhadap bahan galian strategis, vital maupun golongan C.

Ruang lingkup kajian hukum pertambnagan meliputi pertambangan umum, dan pertambangan minyak dan gas bumi. Pertambangan umum merupakan pertambnagan bhan galian di luar minyak dan gas bumi. Pertambngan umum digolongkan menjadi lima golongan, yaitu :

1. pertambangan mineral radioaktif;
2. pertambangan mineral logam;
3. pertambangan mineral nonlogam;
4. pertambangan batu bara, gambut, dan bitumen padat; dan
5. pertambangan panas bumi (pasal 8 Rancangan undang-undang tentang Pertambangan Umum).

Walaupun ruang lingkup kajian hukum pertambangan begitu luas, namun dalam buku ini yang menjadi ruang lingkup kajian hanya difokuskan pada pertambangan mineral non logam, seperti emas, perak dan tembaga, pertambnagan batu bara dan pertambangan minyak dan gas bumi. Ketiuga pertambangan ini mempunyai nilai komersial yang sangat tinggi dan tidak hanya melibatkan modal dalam negeri, tetapi juga melibatkan modal asing. Modal asing diperlukan untuk membiayai kegiatan pertambangan ini karena Indonesia tidak memiliki modal yang cukup dan sumber daya manusia yang memadai untuk mengelola sumber daya tambang itu. Di samping itu, pengusaha bahan galian tambang banyak menimbulkan persoalan dalam masyarakat, seperti terjadinya pencemaran lingkungan, kondisi kesehatan masyarakat di sekitar tambang yang sangat memprihatinkan, konflik antara

pemilik tanah dengan perusahaan tambang, konflik antara perusahaan dengan buruh, dan lain-lain.

C. 3. Asas-asas Hukum Pertambangan

Di dalam undang-undang nomer 11 Tahun 1967 tentang Ketentuan-ketentuan pokok pertambangan, tidak ditemukan secara eksplisit tentang asas-asas hukum pertambangan. Namun apalagi kita mengkaji secara mendalam berbagai substansi pasal-pasal didalamnya maupun yang tercantum dalam penjelasannya, kita dapat mengidentifikasi asas-asas hukum pertambangan yang terdapat dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 1967. Asas-asas itu meliputi asas manfaat, asas pengusaha, asas keselarasan, asas partisipatif, asas musyawarah dan mufakat. Di dalam undang-undang itu tidak ditemukan pengertian yang terkandung dalam asas-asas hukum tersebut. Untuk itu, berikut diberikan penjelasan tentang pengertian kelima atas hukum sebagaimana yang terkandung dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 1967.

1. Asas manfaat

Asas manfaat merupakan asas, dimana di dalam penguasaan bahan galian dapat dimanfaatkan/digunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat Indonesia.

2. Asas pengusaha

Asas penguasaan merupakan asas, di mana di dalam penyelenggaraan usaha pertambangan atau bahan galian yang terdapat di dalam hukum pertambangan Indonesia dapat diusahakan secara optimal.

3. Asas keselarasan

Asas keselarasan merupakan asas, dimana ketentuan undang-undang pokok pertambangan harus selaras atau sesuai atau seide dengan cita-cita dasar negara republik Indonesia dapat diusahakan secara optimal.

4. Asas partisipatif

Asas partisipatif merupakan asas, di mana pihak swasta maupun perorangan diberikan hak untuk mengusahakan bahan galian yang terdapat dalam wilayah hukum pertambangan Indonesia.

5. Asas musyawarah dan mufakat

Asas musyawarah dan mufakat merupakan asas, di mana pemegang kuasa pertambangan yang menggunakan hak atas tanah hak milik harus membayar ganti kerugian kepada pemilik hak atas tanah, yang besarnya ditentukan berdasarkan hasil musyawarah (berunding, berembuk) dan disepakati oleh kedua belah pihak.

Disamping asas-asas itu, di dalam pasal 2 di dalam Undang-undang nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi telah ditentukan secara jelas asas-asas hukum dalam penyelenggaraan pertambangan minyak dan gas bumi. Asas-asas itu meliputi ekonomi kerakyatan, keterpaduan, manfaat, keadilan, keseimbangan, pemerataan, dan kemakmuran bersama dan kesejahteraan rakyat banyak, keamana, keselamatan, dan kepastian hukum serta berwawasan lingkungan. Di dalam penjelasan pasal 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi tidak kita jumpai pengertian dari masing-masing asas tersebut, namun penulis mencoba untuk memberikan pengertian dari masing-masing asas tersebut di atas. Ketujuh asas itu disajikan berikut ini.

1. Asas ekonomi kerakyatan

Asas ekonomi kerakyatan, yaitu asas di mana di dalam penyelenggaraan pertambangan minyak dan gas bumi harus memberikan peluang yang sama kepada pelaku ekonomi.

2. Asas Keterpaduan

Asas keterpaduan di maksudkan agar setiap penyelenggaraan pertambnagan minyak dan gas bumi di lakukan secara terpadu dengan memperhatikan kepentingan nasional, sektor lain dan masyarakat setempat.

3. Asas manfaat

Asas manfaat adalah suatu asas didalam penyelenggaraan pertambangan minyak dan gas bumi, di mana dalam penyelenggaraan kegiatan usaha minyak dan gas bumi harus memberikan manfaat/kegunaan bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat banyak.

4. Asas keadilan

Asas keadilan adalah suatu asas di dalam penyelenggaraan pertambangan minyak dan gas bumi, di mana dalam penyelenggaraan kegiatan itu harus memberikan peluang dan kesempatan yang sama kepada semua warga negara sesuai dengan kemampuannya sehingga dapat meningkatkan kemampuan seluruh masyarakat. Oleh karena itu di dalam memberikan izin usaha hilir dan kontrak kerja sama harus terjadinya praktik monopoli, monoposni, oligopoli, dan oligopsoni.

5. Asas keseimbangan

Asas keseimbangan merupakan asas di atas di dalam penyelenggaraan pertambangan minyak dan gas bumi, di mana para piha mempunyai kedudukan yang setara/sejajar dalam menentukan bentuk dan substansi kontrak kerja sama, baik kontrak bagi hasil pertambangan maupun kontrak-kontrak lainnya.

6. Asas pemertaan, yaitu asas di dalam penyelenggaraan pertambangan minyak dan gas bumi, di mana hasil-hasil dari pertambangan minyak dan gas bumi dapat dimiliki secara merata oleh seluruh masyarakat Indonesia.

7. Asas kemakmuran bersama dan kesejahteraan rakyat banyak, yaitu asas didalam penyelenggaraan pertambangan minyak dan gas bumi, di mana hasil-hasil dari pertambangan minyak dan gas bumi dapat memakmurkan (menjadi makmur) dan menyejahterakan seluruh masyarakat Indonesia.

8. Asas keamanan dan keselamatan, yaitu asas di dalam penyelenggaraan pertambangan minyak dan gas bumi, di mana di dalam penyelenggaraannya mampu memberikan rasa entram, tidak ada gangguan dan aman bagi para pihak yang mengadakan kontrak kerja sama atau permintaan izin usaha hilir.

9. Asas Kepastian hukum

Asas kepastian hukum merupakan asas dalam penyelenggaraan pertambangan minyak dan gas bumi, di mana di dalam penyelenggaraan usaha minyak dan gas bu,i mampu menjamin kepastian hak-hak dan

kewajiban para pihak yang mengadakan kontrak kerja sama atau yang menerima izin usaha hilir.

10. Asas berwawasan lingkungan, yakni asas dalam penyelenggaraan pertambangan minyak dan gas bumi, di mana di dalam penyelenggaraan kegiatan usaha minyak dan gas bumi harus memperhatikan lingkungan hidup agar tidak terjadi pencemaran lingkungan.

Tujuan penyelenggaraan kegiatan usaha minyak dan gas bumi adalah :

1. Menjamin efektifitas pelaksana dan pengendalian kegiatan usaha eksploitasi dan eksploitasi secara berdaya guna, berhasil guna, serta berdaya asing tinggi dan berkelanjutan atas minyak dan gas bumi milik negara yang strategis dan tidak terbarukan melalui mekanisme yang terbuka dan transparan;
2. Menjamin efektifitas pelaksanaan dan pengendalian usaha pengolahan, pengangkutan, penyimpanan dan niaga secara bertanggung jawab yang diselenggarakan melalui mekanisme persaingan usaha yang wajar , sehat, dan transparan;
3. Menjamin efisiensi dan efektifitas terjadinya minyak bumi dan gas bumi, baik sebagai sumber energi maupun sebagai bahan baku, untuk kebutuhan dalam negeri;
4. Mendukung dan menumbuh kembangkan kemampuan nasional untuk lebih mampu bersaing di tingkat nasional, regional, dan interbasional;

5. Meningkatkan pendapatan negara untuk memberikan kontribusi yang sebesar-besarnya bagi perekonomian nasional dan mengembangkan serta memperkuat posisi industri dan perdagangan Indonesia;
6. Menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat yang adil dan merata, serta tetap menjaga kelestarian lingkungan hidup.

Keberadaan pertambangan minyak dan gas bumi dalam suatu wilayah mempunyai arti yang sangat strategis karena dengan adanya usaha pertambangan itu akan menambah lapangan kerja baru. Sebagian besar warga masyarakat yang berada di wilayah pertambangan akan direkrut oleh perusahaan untuk dapat bekerja pada perusahaan pertambangan. Rekrutmen itu akan menjegah terjadinya konflik antara masyarakat dengan perusahaan. Apabila sebagian dari mereka telah tertampung di perusahaan, perusahaan akan aman di dalam melakukan usaha eksplorasi dan eksploitasi.

C. 4. Sumber-sumber Hukum Pertambangan

Pada dasarnya sumber hukum dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu : sumber hukum materiil dan sumber hukum formal (Alarga, dkk.1975). Sumber hukum materiil adalah tempat dari mana materi hukum itu diambil. Sumber hukum materiil ini merupakan faktor yang membantu pembentukan hukum, misalnya hubungan sosialkekuatan politik, situasi sosial ekonomi, tradisi (pandangan keagamaan dan kesusilaan), hasil penelitian ilmiah, perkembangan internasional, dan keadaan geografis. Sumber hukum formal maupun tempat memperoleh kekuatan hukum. Ini

berkaitan dengan bentuk atau cara yang menyebabkan peraturan hukum forma itu berlaku. Sumber hukum yang diakui umum sebagai hukum formal ialah undang-undang, perjanjian antarnegara, yurisprudensi, dan kebiasaan. Adapun yang menjadi sumber hukum pertambangan tertulis disajikan berikut ini.

1. *Indische Mijin Wes (IMW)*

Undang-undang ini diundangkan pada tahun 1899 dengan *staatblad* 1899, Nomor 214. *Indische Mijin Wes (IMW)* hanya mengatur mengenai penggolongan bahan galian dan perusahaan pertambangan. Peraturan pelaksanaan dari *Indische Mijin Wes (IMW)* adalah berupa *Minordonantie*, yang diberlakukan mulai tanggal 1 Mei 1907. *Minordonantie* mengatur pengawasan keselamatan kerja (tercantum dalam pasal 356 sampai dengan pasal 612). Kemudian, pada tahun 1930, *Minordonantie* 1907 dicabut dan diperbaharui dengan *Minordonantie* 1930, yang mulai berlaku sejak tanggal 1 Juli 1930. Dalam *Minordonantie* 1930, tidak lagi mengatur mengenai pengawasan keselamatan kerja pertambangan tetapi diatur sendiri dalam *Minj Politie Reglemen* (Stb. 1930 Nomor 341), yang hingga kini masih berlaku (Abror Saleng, 2004:64).

2. *Undang-undang Nomor 5 Tahun 1960 tentang peraturan Dasar pokok-pokok Agraria*

Hubungan undang-undang pokok nomor 5 Tahun 1960 dengan pertambangan erat kaitannya dengan pemanfaatan hak atas tanah untuk

kepentingan pembangunan di bidang pertambangan. Pasal-pasal yang berkaitan dengan itu adalah sebagai berikut :

- a. Pasal 1 ayat (2) yang berbunyi :”Seluruh bumi, air dan ruang angkasa termasuk kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dalam wilayah Republik Indonesia sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa adalah bumi, air dan ruang angkasa bangsa Indonesia dan merupakan kekayaan nasional.” Apabila kita mengacu kepada ketentuan ini, maka yang menjadi ketentuan objek ketentuan hukum ageraria, tidak hanya hak atas tanah (bumi), tetapi juga tentang air, ruang angkasa dan bahan galian. Namun dalam proses pengembangan ilmu hukum keempat hal itu dikaji oleh disiplin ilmu hukum yang berbeda.
- b. Pasal 16 ayat (1) berbunyi ”Hak-hak atas tanah sebagaimana dimaksud dalam pasal 4 ayat (1) ialah: hak milik, hak guna usaha, hak guna bangunan dan hak pakai, hak sewa, hak membuka tanah, hak memungut hasil hutan, dan hak-hak lainnya”.
- c. Pasal 20 yang berkaitan dengan hak milik.
- d. Pasal 28 UUPA berkaitan hak guna usaha.
- e. Pasal 35 UUPA yang berkaitan dengan hak guna bangunan.
- f. Pasal 41 UUPA yang berkaitan dengan hak pakai.

Hak-hak atas tanah tersebut dapat diberikan untuk kepentingan pembangunan di bidang pertambangan. Tentunya perusahaan pertambangan yang akan menggunakan hak atas tanah itu harus memenuhi

syarat-syarat yang telah ditentukan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

3. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1967 tentang ketentuan-ketentuan pokok pertambangan.

a. Bahwa guna mempercepat terlaksananya pembangunan ekonomi nasional menuju masyarakat Indonesia yang adil dan makmur materiil dan spiritual berdasarkan Pancasila, perlu dikerahkan semua dana dan daya untuk mengolah dan membina segenap kekuatan ekonomi potensildi bidang pertambangan menjadi kekuatan ekonomi.

b. Bahwa berkaitan dengan hal itu, dengan dengan tetap berpegang bahwa Undang-Undang Dasar 1945, dipandang perlu untuk mencabut Undang-Undang No. 37 prop tahun 1960 tentang pertambangan (Lembaga Negara Tahun 1960 No.119), , serta menggantinya dengan undang-undang pokok pertambangan yang baru yang lebih sesuai dengan kenyataan yang ada, dalam rangka memperkembangkan usaha-usaha pertambangan Indonesia di masa sekarang dan kemudian hari.

Undang-undang ini terdiri atas 12 bab dan 37 pasal . Hal-hal yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 1967 meliputi sebagai berikut :

a) Ketentuan umum (pasal 1 sampai dngan pasal 2)

Ada dua hal yang diatur dalam ketentuan umum ini yaitu perusahaan bahan galian dan istilah-istilah. Pasal 1 Berbuyi :
"Segala bahan galian yang terdapat dalam wilayah hukum

pertambangan Indonesia merupakan endapan-endapan alam sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa adalah kekayaan nasional bangsa Indonesia dan oleh karenanya dikuasai dan dipergunakan oleh negara untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Istilah yang tercantum dalam pasal 2 meliputi : bahan galian, hak atas tanah, penyelidikan umum, eksplorasi, eksploitasi, pengolahan dan pemurnian, pengangkutan dan penjualan, kuasa pertambangan, menteri, wilayah hukum pertambangan Indonesia, perusahaan negara, perusahaan daerah, dan pertambangan rakyat.

b) Penggolongan dan pelaksana penguasaan bahan galian (pasal 3 sampai dengan pasal 4). Bahan galian dibagi atas tiga golongan, yaitu:

- 1). Golongan bahan galian strategis;
- 2). golongan bahan galian vital;
- 3). golongan bahan galian yang tidak termasuk dalam golongan a dan b.

c. Bentuk dan organisasiperusahaan pertambangan (pasal 5 sampai dengan pasal 13).

d. Usaha pertambangan (pasal 14).

e. Kuasa pertambangan (pasal 15 sampai dengan pasal 16).

f. Cara dan syarat-syarat bagaimana memperoleh kuasa pertambangan (pasal 17 sampai sdengan pasal 19).

- g. Berakhirnya kuasa pertambangan (pasal 20 sampai dengan pasal 24).
- h. Hubungan kuasa pertambangan dengan hak-hak tanah (Pasal 25 sampai dengan pasal 27).
- i. Pungutan-pungutan Negara (pasal 28).
- j. Pengawasan pertambangan (Pasal 29 sampai dengan pasal 30).
- k. Ketentuan-ketentuan pidana (Pasal 31 sampai dengan pasal 34).
- l. Ketentuan peralihan dan penutup (Pasal 35 sampai dengan pasal 37).

Masing-masing ketentuan itu dikaji secara mendalam dalam bab-bab berikutnya.

4. Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi

Undang-Undang ini ditetapkan pada tanggal 23 November 2001. Pertimbangan ditetapkan Undang-undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang minyak dan gas bumi adalah :

- a. Bahwa pembangunan nasional harus diarahkan kepada terwujudnya kesejahteraan rakyat dengan melakukan reformasi di segala bidang kehidupan bangsa dan bernegara berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang dasar 1945;
- b. Bahwa minyak dan gas bumi merupakan sumber daya alam strategis tidak terbarukan yang dikuasai oleh negara serta merupakan komoditas vital yang menguasai hajat hidup orang banyak dan mempunyai peranan penting dalam perekonomian nasional sehingga pengelolaannya

harus dapat secara maksimal memberikan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat;

- c. Bahwa kegiatan usaha minyak dan gas bumi mempunyai peranan penting dalam memberikan nilai tambah secara nyata kepada pertumbuhan ekonomi nasional yang meningkat dan berkelanjutan;
- d. Bahwa undang-undang Nomor 44 Prop. Tahun 1960 tentang pertambangan Minyak dan Gas Bumi, Undang-undang Nomor 15 tahun 1962 tentang penetapan peraturan pemerintah Perganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1962 tentang Kewajiban Perusahaan Minyak memenuhi Kebutuhan Dalam Negeri, dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1971 tentang Perusahaan Pertambangan Minyak dan Gas Bumi Negara sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan usaha pertambangan minyak dan gas bumi;
- e. Bahwa dengan tetap mempertimbangkan perkembangan nasional maupun internasional dibutuhkan peraturan perundang-undangan tentang pertambangan minyak dan gas bumi yang dapat menciptakan kegiatan usaha minyak dan gas bumi yang mandiri, andal, transparan, berdaya saing efisien, dan berwawasan pelestarian lingkungan, serta mendorong perkembangan potensi dan peranan nasional;
- f. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, dan huruf e tersebut diatas serta untuk memberikan landasan hukum bagi langkah-langkah pembaharuan dan

penataan atas penyelenggaraan perusahaan minyak dan gas bumi, maka perlu membentuk undang-undang tentang minyak dan gas bumi.

Pertimbangan yang paling prinsip ditetapkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 karena peraturan yang mengatur tentang pertambangan minyak dan gas bumi sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan usaha pertambangan minyak dan gas bumi. Undang-Undang ini terdiri atas 14 bab dan 67 pasal. hal-hal yang diatur dalam undang-undang ini adalah sebagai berikut :

a. Ketentuan umum (Pasal 1)

Dalam ketentuan umum ini diatur tentang pengertian minyak bumi, gas bumi, bahan bakar minyak, kuasa pertambangan, survai umum, kegiatan usaha hulu, kegiatan usaha hilir, eksplorasi, eksploitasi, pengolahan, penyimpanan, niaga, wilayah hukum pertambangan Indonesia, wilayah kerja, badan usaha, bentuk usaha tetap, kontrak kerja sama, izin usaha, badan pelaksana, badan pengatur, menteri dan pengertian pemerintah daerah.

b. Asas dan tujuan (Pasal 2 sampai dengan Pasal 3).

c. Penguasaan dan perusahaan (Pasal 4 sampai dengan Pasal 10).

d. Kegiatan usaha hulu (Pasal 11 sampai dengan Pasal 22).

e. Kegiatan usaha hilir (Pasal 23 sampai dengan Pasal 31).

f. Penerimaan negara (Pasal 31 sampai dengan Pasal 32).

g. Hubungan antara kegiatan usaha minyak dan gas bumi dengan hak atas tanah (Pasal 33 sampai dengan Pasal 37).

- h. Pembinaan dan pengawasan (Pasal 38 sampai dengan pasal 43).
- i. Badan pelaksana dan badan pengatur (Pasal 44 sampai dengan Pasal 49).
- j. Penyidikan (Pasal 50 sampai dengan pasal 51).
- k. Ketentuan pidana (Pasal 52 sampai dengan Pasal 58).
- l. Ketentuan peralihan (Pasal 59 sampai dengan Pasal 64).
- m. Ketentuan lain (Pasal 65).
- n. Ketentuan penutup (Pasal 66 sampai dengan Pasal 67).

D. Gambaran Umum tentang PT Newmont

Newmont Mining Corporation (NMC) merupakan perusahaan penghasil emas terkemuka yang beroperasi di lima benua. Didirikan pada tahun 1921 di kota New York dan didaftarkan pada Bursa Saham New York (NYSE) sejak tahun 1925, Newmont juga terdaftar di Bursa Saham Australia dan Toronto, dengan domisili hukum di Denver, Colorado, Amerika Serikat. Di Indonesia NMC mendirikan dua anak perusahaan yaitu Newmont Minahasa Raya (MNR) di Sulawesi Utara dan Newmont Nusa Tenggara (NTT) di Nusa Tenggara.

Sebagai perusahaan publik yang terdaftar di bursa saham terkemuka di dunia Newmont terikat pada standar profisiensi yang tinggi serta kepemimpinan di bidang-bidang manajemen lingkungan, kesehatan dan keselamatan bagi para karyawannya dan masyarakat sekitar. Sebagai anak perusahaan dari Newmont Mining Corporation, PT Newmont Minahasa Raya (NMR) dan Newmont Nusa Tenggara (NNT) menandatangani KK dengan Pemerintah Indonesia, juga terikat untuk menerapkan standar profisiensi yang

tinggi serta kepemimpinan di bidang-bidang manajemen lingkungan, kesehatan dan keselamatan bagi para karyawannya dan masyarakat sekitar.

Salah satu bagian dari proses penataan terhadap standard profisiensi yang tinggi adalah komitmen PT NMR dan NNT untuk mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku. Lebih dari 30-40 izin atau persetujuan mulai dari yang sederhana seperti izin untuk mempekerjakan seorang ekspatriat sampai ke izin untuk membuang *tailing*, telah dipenuhi..

Seperti halnya perseroan terbatas lainnya di Indonesia, PT NMR dan NNT terdiri dari para pemegang saham, dewan komisaris dan dewan direksi. Dewan Direksi mengadakan pertemuan per caturwulan dalam masa satu tahun, yang diikuti dengan pertemuan dewan komisaris, sebagai tambahan dari Rapat Umum Pemegang Saham. Dewan direksi yang terdiri dari 4 orang direktur bersama-sama dengan Richard Bruce Ness, masing-masing memiliki fungsi, tugas dan tanggung jawabnya. Dalam masa operasional, salah satu direktur ditempatkan di lokasi pertambangan yang sekaligus menduduki posisi sebagai *general manager* dan Kepala Tehnik Tambang, dengan fungsi utama mengatur dan menetapkan keadaan yang dipertanggungjawabkan untuk semua masalah yang berhubungan dengan Kesehatan kerja, Keselamatan dan Lingkungan sebagaimana ditetapkan dalam Keputusan Menteri Pertambangan dan Energi No.555K/26/M.PE/1995 perihal Kesehatan, Keselamatan Tenaga Kerja, dan Lingkungan.

E. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT Newmont

E.1. PT Newmont Minahasa Raya (NMR)

Dalam mengimplementasikan tanggung jawab sosialnya, PT Newmont melakukan kegiatan-kegiatan Pembangunan Masyarakat. Tujuan dari pembangunan masyarakat adalah untuk menaikkan kualitas hidup dari masyarakat yang tinggal di sekitar area pertambangan. Sasarannya adalah agar manfaat dari tambang mengalir kepada masyarakat sekitar, tidak hanya dari mempekerjakan mereka secara langsung, namun juga dari kegiatan lainnya yang bisa didorong dari keberadaan tambang (efek ganda). Yang juga menjadi tujuan NMR ini adalah agar manfaat ini dapat bertahan lebih lama dari umur tambang, dan agar segala industri serta usaha yang terbentuk karena adanya tambang akan terus berjalan biarpun tambang sudah tidak ada.

Untuk mencapai tujuan ini, NMR telah memberikan sumbangan di berbagai bidang yang penting yaitu : pendidikan, infrastruktur pembangunan, layanan kesehatan, pendidikan kejuruan, dan pengembangan bisnis. Tujuan NMR bukanlah untuk menggantikan peran dan tanggung jawab pemerintah yang bertanggung jawab untuk kesejahteraan masyarakat. Tapi sebagai sebuah perusahaan dan tetangga, NMR memiliki dampak positif yang signifikan pada taraf kehidupan masyarakat lokal yang tinggal di sekitar tambang.

Bantuan-bantuan lain yang diberikan oleh PT NMR selama beroperasi di Sulawesi Utara termasuk juga dalam bidang:

1. Pendidikan, berupa pembangunan sarana pendidikan dan beasiswa

2. Infrastruktur, berupa pengembangan kawasan buyat pantai sebagai sarana dan objek wisata.
3. Perbaikan Kesehatan, berupa pembangunan pusat kesehatan desa oleh NMR, pemberian suplai peralatan, penyediaan staff medis dan kendaraan yang beroperasi memberikan pelayanan ke desa-desa sekitar, termasuk juga bantuan bulanan juga diberikan oleh NMR untuk memenuhi kebutuhan obat-obatan di sarana kesehatan.
4. Pendidikan Kejuruan dan Pengembangan Bisnis, berupa para kontraktor lokal dalam kegiatan-kegiatan di pertambangan, mendukung pembangunan dan pelatihan personil, membantu dalam proyek perluasan pertanian, dan penggerak lain dari pertumbuhan ekonomi.
5. Program Pertanian dan Perikanan berupa pelatihan dalam teknik kultur kelautan kepada para nelayan untuk mengembangkan pengolahan rumput laut, menyediakan pinjaman untuk perbaikan peralatan nelayan dan mengurangi praktek penangkapan ikan yang merusak, serta kesempatan untuk mempelajari teknik pertanian baru lewat tempat-tempat demonstrasi pertanian.
6. Program Perbaikan Habitat Laut Minahasa, berupa prakarsa dan pendanaan
7. Program Peningkatan Kelautan Minahasa. Program ini terdiri dari dua komponen, yaitu :

1) *Reef Ball Project*, dan Program Rehabilitasi Hutan Bakau.

Proyek ini sedemikian suksesnya hingga dipamerkan di

Konferensi ke-10 PBB mengenai Pembangunan Yang Berkesinambungan pada tahun 2002, kemudian di majalah National Geographic bulan Agustus 2006 dan bulan lalu di panduan menyelam dan wisata Sulawesi Utara yang berjudul “Teluk Buyat dan Sekitarnya”.

- 2) Yayasan Minahasa Raya, Sebagai bagian dari program penutupan, NMR telah mengalokasikan 1,5 juta USD untuk pendirian sebuah yayasan yang akan meneruskan pembangunan masyarakat lokal dan pengembangan kegiatan bisnis di masa depan yang akan berlangsung dalam jangka waktu panjang setelah tambang tak lagi beroperasi.

E. 2. PT Newmont Nusa Tenggara (NNT)

PT Newmont Nusa Tenggara (NNT) memiliki komitmen untuk meningkatkan program yang berkelanjutan dengan didasarkan pada empat pilar yaitu pembangunan berkelanjutan di bidang kesehatan, pendidikan, komunitas yang makmur, dan penyediaan infrastruktur. Komitmen ini diwujudkan melalui sejumlah strategi seperti Participatory Rural Appraisal (PRA), Future Search Dialogue, Ziel-Orienterte Projektplanung (ZOPP) dan Participatory Wealth Ranking (PWR) untuk kecamatan Sekongkang dan Jereweh. Perencanaan partisipatif membutuhkan partisipasi dari perusahaan, pemerintah lokal, dan juga komunitas. Sehingga setiap orang tahu apa yang dapat mereka lakukan untuk turut terlibat

PT NNT sangat menghargai hubungannya dengan masyarakat lokal dan menghargai peran mereka bagi keberadaan dan kemampuan operasi tambang Batu Hijau. Karyawan, waktu dan sumber daya disediakan dalam jumlah yang signifikan bagi program hubungan kemasyarakatan. Batu Hijau menargetkan empat bidang utama bagi program pengembangan masyarakat yakni infrastruktur, kesehatan, pendidikan dan usaha kecil, serta pengembangan usaha pertanian bagi 10 desa di lingkaran tambang dan sekitarnya. Prioritas tersebut merupakan bagian dari rencana pengembangan masyarakat jangka panjang yang disusun berdasarkan konsultasi dengan Komite Pengembangan Desa pada 2003. Masukan dari Komite membantu penyaluran dana secara langsung sesuai dengan aspirasi masyarakat desa. Untuk menghilangkan persepsi yang salah dan harapan yang tidak realistis terhadap prioritas tersebut, Batu Hijau mengumumkan daftar program pengembangan masyarakat melalui surat kabar lokal pada 2004.

Peningkatan kualitas dan kuantitas air bersih bagi masyarakat dan petani tetap menjadi prioritas utama pada 2004. Melalui kerja sama dengan pemerintah setempat, PTNNT menghimpun kelompok pengelola air untuk membangun prasarana yang dapat mengalirkan air bersih dan air irigasi ke dua desa baru, SP-1 dan SP-2. Batu Hijau juga telah memasang pipa saluran air dan mendanai pemasangan sambungan untuk menyediakan air bersih bagi 750 rumah di Benete, Maluk, Sekongkang Atas, Sekongkang Bawah dan Tongo-Sejorong. BUMDes setempat

ditunjuk sebagai pengelola pengoperasian sistem ini. Masyarakat membayar penggunaan air tersebut dan subsidi diberikan bagi masyarakat yang tidak mampu membayar.

Kurangnya dana, kemiskinan dan prasarana yang tidak memadai berperan besar terhadap buruknya sistem pendidikan Indonesia. PT NNT terletak di suatu daerah terpencil, di antara kecamatan Jereweh dan Sekongkang, di mana akses ke pendidikan yang lebih baik masih merupakan impian. Indeks Pembangunan Manusia PBB menempatkan Indonesia pada urutan ke-112 dari 120 negara. Indeks ini mengukur pembangunan manusia dari angka harapan hidup, angka melek huruf orang dewasa dan taraf hidup.

Masyarakat dan dinas pendidikan setempat berharap PT NNT memberikan bantuan dana untuk pendidikan. Upaya Newmont meningkatkan kesempatan memperoleh pendidikan bagi masyarakat mendukung tujuan Newmont untuk mewariskan suatu masyarakat mandiri yang berkelanjutan.

Inisiatif PT NNT yang luas dalam bidang pendidikan mencakup pembangunan dan renovasi sekolah, penyediaan buku-buku dan alat bantu belajar mengajar, mendanai dua buah perpustakaan keliling dan memberikan beasiswa kepada pelajar yang berasal dari Nusa Tenggara Barat dan membantu siswa-siswi yang tidak mampu membayar uang sekolah dan membeli buku.

Dalam pengembangan usaha pertanian dilakukan dengan mendukung kemampuan petani untuk memperoleh penghasilan tetap dan meningkatkan kualitas tanaman, hal ini turut mendukung pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan. PT NNT, bekerja sama dengan desa Tongo Sejorong kecamatan Sekongkang, Sumbawa Barat, memulai pembangunan sebuah dam dan saluran irigasi sepanjang 1.950 meter untuk mengairi lahan pertanian seluas 70 hektar. Dam tersebut akan memungkinkan petani untuk menanam dan mengairi lahan pertanian mereka pada musim tanam padi kedua setiap tahunnya sehingga meningkatkan hasil panen dan penghasilan petani.

Selain pembangunan dam, Batu Hijau juga memulai perbaikan sistem irigasi di Bendung Plampo (sejenis dam pada sebuah sungai) di kecamatan Sekongkang dan membangun saluran irigasi di desa lain. Pada 2005, Batu Hijau merencanakan pembangunan sebuah bendung di Benete untuk mengairi lahan pertanian seluas 80 hektar. Studi kelayakan juga akan dilaksanakan untuk menentukan kemungkinan pembuatan saluran irigasi di Maluk dan Jereweh.

Proyek infrastruktur utama lainnya adalah membantu pemerintah dan desa setempat membangun sistem kebersihan dan pembuangan sampah di Benete, Maluk, Sekongkang Atas dan Sekongkang Bawah. Sekitar 20 persen rumah tangga yang ada telah terdaftar sebagai pelanggan sistem ini. Limbah rumah tangga dari desa

lingkar tambang biasanya ditanam atau dibakar di dekat rumah atau pantai.

Sebagai upaya untuk menjaga kebersihan pantai yang akan dijadikan tujuan wisata, Batu Hijau menyediakan truk, pengemudi dan tukang sampah untuk mengangkut sampah yang dibuang di pantai Maluku ke tempat pembuangan akhir. Namun demikian, partisipasi masyarakat masih terbatas. Untuk memberikan insentif dan mencapai tujuan dalam menjaga kebersihan pantai, PT NNT mengadakan kerja sama dengan pemerintah desa setempat dan setuju untuk menyediakan dana awal yang akan digunakan untuk mengubah pantai tersebut menjadi pantai tujuan wisata.

Tahun lalu, Batu Hijau mendirikan 12 warung makan dan fasilitas pantai yang menyediakan pekerjaan bagi warga setempat dalam bidang konstruksi dan usaha warung makan. Pemerintah desa bertugas menjaga kebersihan dan keamanan pantai dengan menugaskan penjaga pantai dan petugas keamanan bagi pengunjung yang dapat mencapai 500 pengunjung setiap minggunya. PT NNT tetap memberikan kontribusi dalam pemeliharaan fasilitas tersebut.

Pada 2004, lebih dari 200 orang petani dari 10 desa mendapat pelatihan mengenai Sistem Intensifikasi Padi, sebuah program yang dirancang untuk meningkatkan hasil panen padi pada lahan kering. Hasil panen tradisional sebesar 3,6 ton per hektar diharapkan meningkat menjadi 10 ton per hektar setelah menerapkan

Sistem Intensifikasi Padi. PT NNT, bersama mitra lokal Yayasan Serikat Tani Pembangunan, menyampaikan 26 modul pelatihan untuk meningkatkan keterampilan petani dalam membuat pupuk organik dan menguasai teknik pengujian pupuk sederhana. Batu Hijau juga menyediakan benih padi varietas unggul dan dukungan irigasi.

Prioritas lainnya adalah meningkatkan akses terhadap perawatan kesehatan yang berkualitas. Pada 2004, Batu Hijau bekerja sama dengan masyarakat mendirikan dua puskesmas pembantu. Puskesmas pembantu tersebut dikelola oleh tenaga medis profesional yang disediakan oleh pemerintah. Puskesmas baru dan yang telah ada serta bantuan makanan dan perlengkapan telah memberikan kontribusi yang sangat berarti bagi kesehatan seluruh masyarakat sekitar terutama anak-anak yang kurang gizi.

Selain menyediakan tenaga spesialis untuk mendidik ibu-ibu mengenai nutrisi, perusahaan juga menyediakan susu dan dana bagi tenaga spesialis kesehatan dari International SOS. PT NNT dan *Doctors Children Fund* juga tetap bekerja sama dengan Interplast, sebuah tim ahli bedah dari Australia, yang memberikan perawatan kesehatan bagi 79 anak-anak dan orang dewasa di Sumbawa.

Batu Hijau tetap menjalankan program prakarsa bisnis lokal termasuk memberikan kontrak bagi jasa lokal dan membeli kebutuhan dari pengusaha lokal. Berbagai kegiatan yang mendatangkan penghasilan

dan pelatihan kejuruan diberikan untuk menyiapkan pemuda setempat yang ingin berwiraswasta atau mencari peluang kerja lainnya.

Batu Hijau memberikan bantuan kepada yayasan lokal yang dikelola masyarakat bernama Yayasan Olat Parigi (YOP), yang menyediakan bantuan dana bagi usaha kecil, pertanian dan prakarsa lainnya di tiga kecamatan setempat. Proyek-proyek dipilih oleh kelompok perwakilan masyarakat dan dipresentasikan di perusahaan untuk mendapat bantuan dana selama 2004.

Kebingungan pun timbul di masyarakat mengenai YOP, apakah yayasan ini merupakan wadah pemberi bantuan, dana bergulir untuk kredit mikro atau keduanya. Keterbukaan dan prioritas pendanaan yayasan pun dipertanyakan. Perusahaan melakukan audit internal terhadap yayasan ini dan mengakui bahwa tambahan pekerjaan dan komunikasi sangat diperlukan untuk memudahkan pemahaman yang lebih baik mengenai peranan yayasan dalam masyarakat dan peranan PT NNT sebagai penyandang dana.

PT NNT melibatkan LSM dan wakil pemerintah dalam acara-acara tingkat lokal, provinsi atau nasional seperti pameran, dialog tentang isu-isu yang berkembang dan safari penyuluhan. PT NNT membantu pemerintah Sumbawa dan Komisi Pemilihan Umum Sumbawa dalam mengkoordinasikan logistik bagi Pemilu 2004 termasuk pendistribusian kertas suara ke beberapa daerah terpencil. Batu Hijau menggunakan helikopter perusahaan untuk mengirim logistik ke daerah-

daerah terpencil di Sumbawa yang tidak dapat dicapai melalui darat sehingga memungkinkan pemilihan umum dilaksanakan tepat waktu.

Selain bantuan tersebut PT NNT juga membantu Kelompok Penyelenggara Pemungutan Suara (KPPS) Kecamatan Jereweh, Sekongkang dan Taliwang dalam memberikan penyuluhan bagi warga setempat mengenai pentingnya berpartisipasi dalam pemilihan umum.

Banyak upaya telah dilakukan pada 2004 untuk mengenalkan isu-isu hak asasi manusia (HAM) kepada satuan sekuriti Batu Hijau. Pada setiap giliran kerja, petugas sekuriti mendapat informasi harian mengenai isu HAM. Saat ini, setiap petugas sekuriti selalu membawa kartu informasi HAM. Pelatihan HAM, yang disampaikan oleh ahli HAM dari luar perusahaan, telah dilaksanakan untuk departemen lain dan manajemen senior.

Nilai yang diperoleh Batu Hijau pada Penilaian Bintang Lima dalam hubungan kemasyarakatan dan hubungan eksternal meningkat pada 2004. Dua bidang yakni kepatuhan hukum dan keterlibatan pemangku kepentingan memperoleh nilai 4 dari nilai tertinggi 5. Auditor menilai Batu Hijau tetap menerapkan serangkaian program pengembangan masyarakat yang mengagumkan. Dukungan yang proaktif terhadap bisnis lokal terus ditingkatkan dan penerimaan karyawan “lokal-lokal” sangat membantu dalam memastikan peningkatan ekonomi bagi masyarakat lingkaran tambang. Namun, persepsi masyarakat terhadap kinerja bidang ini tetap kurang. Menyadari

hal ini, perusahaan harus meningkatkan komunikasi mengenai penerimaan karyawan dan investasi yang ditanamkan perusahaan di masyarakat untuk mengubah persepsi ini.

Audit Bintang Lima menilai bahwa penyertaan dan partisipasi anggota masyarakat yang terpinggirkan dan belum diberdayakan menjadi hal yang sangat penting bagi PT NNT untuk mengkomunikasikan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosialnya.

PT NNT berhasil meningkatkan peringkat dalam Penilaian Bintang Lima pada 2004 dan tetap mematuhi seluruh standar peraturan yang berlaku di Indonesia. Pada saat yang sama, Batu Hijau melakukan reklamasi atau rehabilitasi lahan yang terkena dampak selama penambangan untuk mengembalikan kawasan tersebut kepada fungsi ekosistem hutan.

Untuk mereklamasi daerah yang terganggu, Batu Hijau menambahkan tanah lapisan bawah dan tanah pucuk yang telah dipadatkan dan dilanjutkan dengan revegetasi. Kegiatan ini juga menstabilkan tanah yang terganggu oleh kegiatan konstruksi dan penambangan untuk mengurangi erosi yang dapat mempengaruhi kualitas air hilir.

Pada 2004, daerah yang telah direklamasi mencapai 14 hektar sehingga jumlah daerah yang telah direklamasi menjadi 635 hektar. Pelatihan formal mengenai penanggulangan tumpahan telah diberikan

kepada 140 karyawan Tanggap Darurat, Operasi Pelabuhan dan Departemen Lingkungan. Selain itu, karyawan Departemen Lingkungan juga mengikuti kursus ekologi pantai, hortikultura serta identifikasi dan reklamasi tanaman.

Batu Hijau melaporkan 183 tumpahan dan kejadian tingkat 1 atau 2 pada 2004, sebagian besar terkait dengan pengelolaan oli dan solar di area tambang. Tidak terdapat tumpahan atau kejadian dengan tingkat yang lebih tinggi. Batu Hijau berhasil mengurangi jumlah tumpahan pada 2004 sebesar 46 persen dari 2003. Tiga satwa langka ditemukan mati di wilayah tambang tahun lalu, yaitu seekor ular phyton, rusa langka dan burung elang. Ular phyton tersebut mati tertabrak kendaraan sedangkan penyebab kematian dua hewan lainnya tidak diketahui.

Batu Hijau memiliki kebijakan “dilarang mengganggu atau memberi makan satwa liar” dan melaksanakan penyuluhan satwa liar yang disampaikan dalam program pelatihan penyegaran tahunan. PT NNT menyusun program konservasi kakaktua jambul kuning dan memantau habitatnya. Departemen Energi & SDM memberikan penghargaan kepada PT NNT atas penggunaan pohon binong sebagai habitat asli burung kakaktua dalam kegiatan reklamasi tambang. Selain penangkaran yang terus berlangsung, pengumpulan data dan pemasangan tanda, program konservasi penyu diperluas dengan

mengenalkan modul pendidikan konservasi penyu kepada sekolah-sekolah lingkar tambang.

PT NNT memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi langsung dan tidak langsung dan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari ekonomi setempat. Batu Hijau mempekerjakan 4.241 karyawan dan 2.414 kontraktor sampai akhir 2004. Total gaji yang dikeluarkan untuk karyawan nasional pada 2004 mencapai \$78,3 juta. Biaya pembelian barang dan jasa mencapai \$402 juta termasuk \$17,4 juta bagi daerah setempat. Pada 2004, para *supply chain manager* berusaha memperbesar pembelian barang dan jasa dari desa “local-lokal” dari \$1,5 juta pada 2003 menjadi \$2 juta pada 2004. Jumlah aktual yang dikeluarkan mencapai \$2,5 juta. Sejumlah \$2,6 juta lagi dikeluarkan untuk pembelian dari daerah NTB. Pada 2004,

Batu Hijau melaksanakan perjanjian pembelian jangka panjang dengan supplier lokal. Pembayaran pajak mencapai \$25 juta. Royalti yang dibayarkan kepada pemerintah Indonesia mencapai \$23,3 juta sehingga jumlah pembayaran royalti dari 1999 mencapai hampir \$91 juta yang sebagian besarnya diserahkan kepada provinsi dan masing-masing kabupaten. Tidak ada bantuan atau pembayaran yang bersifat politis kepada pemerintah setempat yang dilakukan pada 2004.

PT NNT telah meningkatkan investasi masyarakat secara signifikan pada 2004. Batu Hijau mengeluarkan sekitar \$4,1 juta, yang meliputi program sosial, pertanian, kesehatan dan pendidikan, dibanding

\$673.000 pada 2003. Dari jumlah tersebut, bantuan dalam bentuk barang mencapai nilai \$900.000. Sebesar \$594.038 disediakan untuk mendanai program YOP dan \$158.000 dialokasikan untuk beasiswa. Untuk pembangunan infrastruktur disediakan dana sebesar \$1,57 juta, yang meliputi sistem irigasi masyarakat, gedung umum, air dan sanitasi desa, pengumpulan sampah dan pembuatan tempat pembuangan akhir.

Untuk dukungan dan bantuan dalam bentuk barang disediakan dana sejumlah \$789.000. Dalam rangka membantu mengatasi kejadian tak terduga yang dihadapi Indonesia, karyawan PT NNT berhasil mengumpulkan dana sebesar \$32.000 (Rp306 juta) untuk disumbangkan kepada korban gempa bumi dan tsunami yang telah menghancurkan Nanggroe Aceh Darussalam pada akhir 2004. Manajemen PT NNT memberi tambahan sumbangan sehingga mencapai total \$64.000 (Rp612 juta) dalam bentuk dana. Bantuan dalam bentuk barang berupa telepon satelit dan makanan juga telah diberikan. Selain itu, PT NNT dan pemasok alat beratnya, Trakindo dan Caterpillar, bersama-sama mengirimkan berbagai alat berat seperti *excavator*, *bulldozer*, *loader*, generator dan kendaraan ringan serta satu kru yang terdiri dari 50 orang untuk mengoperasikan alat tersebut.

Perkembangan tingkat kehidupan ekonomi masyarakat yang terus berkembang, juga berpengaruh pada perkembangan dunia usaha. Iklim usaha semakin mengalami kemajuan yang pesat. Hal ini juga diikuti dengan kemajuan di bidang teknologi, yang mengakibatkan

semakin mutakhirnya teknologi yang digunakan oleh kalangan dunia usaha tersebut.

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat ditandai dengan munculnya berbagai perusahaan yang berskala produksi besar dan menyerap banyak tenaga kerja. Bidang-bidang usaha yang tersedia juga semakin banyak sehingga semakin membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Apalagi didukung dengan adanya kebijakan Otonomi Daerah, yang menyebabkan daerah-daerah juga turut berlomba-lomba untuk memajukan dirinya dengan cara memberikan kesempatan bagi perusahaan-perusahaan untuk beroperasi di daerahnya.

Kemajuan yang seperti ini tentunya membawa dampak yang positif bagi perkembangan dunia investasi dan bisnis di Indonesia. Selain itu turut berperan serta dalam peningkatan tingkat kesejahteraan masyarakat Indonesia. Namun, yang sangat disayangkan, tidak jarang perusahaan-perusahaan yang ada terlalu terfokus kepada kegiatan ekonomi dan produksi yang mereka lakukan, sehingga melupakan keadaan masyarakat di sekitar wilayah beroperasinya dan juga melupakan aspek-aspek kelestarian lingkungan. Padahal, sebagaimana diamanatkan di dalam Undang-Undang Dasar 1945, pada pasal 28H ayat 1, yang berbunyi sebagai berikut:

“Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup baik dan sehat serta berhak memperoleh pelayanan kesehatan.”

Hak yang sama juga diatur di dalam Pasal 9 Undang-Undang No. 39 tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, sebagai berikut:

Ayat (2) *“Setiap orang berhak hidup tenteram, aman, damai, bahagia, sejahtera lahir dan batin.”*

Ayat (3)

“Setiap orang berhak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat.”

Dari kedua aturan hukum tersebut dapat dilihat dengan jelas, bahwa masyarakat memiliki hak akan kehidupan sosial yang baik dan atas lingkungan hidup yang sehat. Selanjutnya, kewajiban untuk melakukan pelestarian lingkungan hidup juga diatur di dalam Pasal 5 Undang-Undang No. 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, sebagai berikut: *“Setiap orang mempunyai hak untuk berperan dalam rangka pengelolaan lingkungan hidup sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.”*

Di lain pihak, seiring dengan perkembangan jaman, juga mendorong masyarakat untuk menjadi semakin kritis dan menyadari hak-hak asasinya, serta berani mengekspresikan tuntutan mereka terhadap perkembangan dunia bisnis Indonesia. Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya dengan semakin bertanggung jawab. Pelaku bisnis tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan dari

lapangan usahanya, melainkan mereka juga diminta untuk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosialnya.

CSR adalah suatu konsep yang bermaterikan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan kepada masyarakat luas, khususnya di wilayah perusahaan tersebut beroperasi. Misalnya, CSR bisa berupa program yang memberikan bantuan modal kerja lunak bagi para petani, nelayan, pengusaha kecil, pemberian beasiswa bagi pelajar dan mahasiswa terutama yang tidak mampu dan berprestasi, perbaikan infrastruktur jalan, gedung-gedung sekolah, sarana keagamaan dan olah raga, pendidikan dan pelatihan keperempuanan dan pemuda, serta pemberdayaan masyarakat adat. Termasuk pula memelihara kondisi alam agar tetap dalam kondisi yang sehat dan seimbang. Pada posisi demikian, perusahaan telah ikut serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi (*Economic Growth*) masyarakat dari segi ekonomis dan ekologis.

Implementasi CSR oleh perusahaan-perusahaan pada umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Yang pertama adalah terkait dengan komitmen pimpinannya. Perusahaan yang pimpinannya tidak tanggap dengan masalah-masalah sosial dan lingkungan, kecil kemungkinan akan mempedulikan aktivitas sosial. Kedua, menyangkut ukuran dan kematangan perusahaan. Perusahaan besar dan mapan lebih mempunyai potensi memberikan kontribusi ketimbang perusahaan kecil dan belum mapan. Namun, bukan berarti perusahaan menengah, kecil dan belum

mapan tersebut tidak dapat menerapkan CSR. Ketiga, regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah. Semakin overlap-nya regulasi dan penataan pajak akan membuat semakin kecil ketertarikan perusahaan untuk memberikan donasi dan sumbangan sosial kepada masyarakat. Sebaliknya, semakin kondusif regulasi atau semakin besar insentif pajak yang diberikan, akan lebih berpotensi memberi semangat kepada perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat.

Program CSR dapat dilihat sebagai suatu pertolongan dalam bentuk rekrutmen tenaga kerja dan memperjalkan masyarakat sekitar, terutama sekali dengan adanya persaingan kerja diantara para lulusan sekolah. Akan terjadi peningkatan kemungkinan untuk ditanyakannya kebijakan CSR perusahaan pada rekrutmen tenaga kerja yang berpotensi maka dengan memiliki suatu kebijakan komprehensif akan menjadi suatu nilai tambah perusahaan. CSR dapat juga digunakan untuk membentuk suatu atmosfir kerja yang nyaman diantara para staf, terutama apabila mereka dapat dilibatkan dalam "penyisihan gaji" dan aktifitas "penggalangan dana" ataupun suka relawan.

Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pemahaman itu memberikan pedoman bahwa korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja sehingga ter-alienasi atau mengasingkan diri dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan suatu entitas usaha

yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya. Hal yang sama juga terjadi pada aspek lingkungan hidup, yang menuntut perusahaan untuk lebih peduli pada lingkungan hidup tempatnya beroperasi.

Sebagaimana hasil KTT Bumi (*Earth Summit*) di Rio de Janeiro, Brasil, pada tahun 1992, yang menegaskan mengenai konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) sebagai suatu hal yang bukan hanya menjadi kewajiban negara, namun juga harus diperhatikan oleh kalangan korporasi. Konsep pembangunan berkelanjutan menuntut korporasi, dalam menjalankan usahanya, untuk turut memperhatikan aspek-aspek sebagai berikut:

1. Ketersediaan dana;
2. Misi lingkungan;
3. Tanggung jawab sosial;
4. Terimplementasi dalam kebijakan (masyarakat, korporat, dan pemerintah);
5. Mempunyai nilai keuntungan/manfaat).

Substansi keberadaan Prinsip Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan bagi Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*; selanjutnya disebut CSR), adalah dalam rangka memperkuat kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan stakeholder yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global. Di dalam pengimplementasiannya, diharapkan agar unsur-unsur

perusahaan, pemerintah dan masyarakat saling berinteraksi dan mendukung, supaya CSR dapat diwujudkan secara komprehensif, sehingga dalam pengambilan keputusan, menjalankan keputusan, dan pertanggungjawabannya dapat dilaksanakan bersama.

Peraturan pemerintah pada beberapa negara mengenai lingkungan hidup dan permasalahan sosial melatarbelakangi lahirnya konsep CSR. Beberapa investor dan perusahaan manajemen investasi telah mulai memperhatikan kebijakan CSR dari suatu perusahaan dalam membuat keputusan investasi mereka, sebuah praktek yang dikenal sebagai "Investasi bertanggung jawab sosial" (*socially responsible investing*).

CSR berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan , dimana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata hanya berdasarkan faktor keuangan belaka seperti halnya keuntungan atau dividen melainkan juga harus berdasarkan konsekwensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang.

Diskursus CSR dewasa ini, mengalami perkembangan yang cukup tematik, yang ikut mempengaruhi perusahaan-perusahaan untuk melaksanakan CSR. Salah satu pendorongnya adalah perubahan dan pergeseran paradigma dunia usaha, untuk tidak semata-mata mencari keuntungan, tetapi turut pula bersikap etis dan berperan dalam

penciptaan investasi sosial. Di antaranya, yang lazim dilakukan oleh perusahaan adalah melakukan kegiatan karitatif, filantropis, dan meyelenggarakan program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat (*community development*). Di sisi lain, pemicunya adalah ketika disahkannya Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) terutama pasal 74 yang mewajibkan perseroan untuk menyisihkan sebagian laba bersih dalam menganggarkan dana pelaksanaan tanggung jawab sosial terutama bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam. Namun, UU PT secara eksplisit tidak mengatur berapa jumlah nominal dan atau berapa besaran persen laba bersih dari suatu perusahaan yang harus disumbangkan. Karena, pengaturan lebih lanjut merupakan domain daripada Peraturan Pemerintah (PP) sebagai manifestasi dari UU, dan saat ini PP tersebut masih dibahas oleh pemerintah.

F. Kendala-Kendala Yang Dihadapi oleh PT Newmont Dalam Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*

Salah satu tantangan utama yang dihadapi PT Newmont pada 2004 adalah meningkatnya ketidakpercayaan masyarakat dan kesalahan persepsi yang muncul akibat tuduhan pencemaran terhadap operasi Newmont Minahasa Raya. Tuduhan bahwa Newmont Minahasa Raya telah mencemari

Teluk Buyat meningkatkan perhatian masyarakat terhadap sistem penempatan tailing dasar laut Batu Hijau di Sumbawa.

Batu Hijau mencanangkan sebuah kampanye sosialisasi yang intensif dan mendidik dengan memberikan informasi kepada public mengenai pengelolaan lingkungan dan penempatan tailing dasar laut. Kunjungan ke lokasi tambang untuk umum, pertemuan dengan berbagai instansi pemerintah dan penyebaran informasi ke media massa semuanya menekankan pada perbedaan proses yang digunakan di Batu Hijau, sebuah tambang tembaga, dan Minahasa, sebuah tambang emas.

PT Newmont menyampaikan hasil penelitian ilmiah yang dilakukan oleh pihak ketiga seperti Organisasi Kesehatan Dunia (*WHO*) dan pemerintah Indonesia yang membuktikan bahwa pembuangan tailing di Minahasa tidak membahayakan masyarakat setempat atau pun kehidupan laut di Teluk Buyat. Izin penempatan tailing PT Newmont, yang mesti diperpanjang pada tahun 2005, akan tetap ditentang oleh LSM anti tambang.

Kontroversi lain muncul terkait daerah eksplorasi Dodo di kecamatan Ropang yang melibatkan sembilan desa. Warga Labangkar mengklaim nenek moyang mereka dimakamkan di Dodo dan menuntut ganti rugi lahan dan pemakaman yang ada. Saat ini perusahaan memutuskan untuk menghentikan kegiatan eksplorasi di daerah tersebut.

Tekanan eksternal mengakibatkan peringkat PROPER lingkungan PT NNT turun dari hijau menjadi biru pada 2004 pada saat audit lingkungan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Biru adalah peringkat ketiga dari

lima warna kategori dan menunjukkan bahwa pengelolaan lingkungan tambang mematuhi peraturan yang berlaku di Indonesia. Pada 2003, PT Newmont termasuk perusahaan yang memperoleh peringkat tertinggi dari 85 perusahaan yang ikut serta. Penilaian meliputi 51 kriteria seperti pengendalian limbah cair, polusi udara dan limbah berbahaya; penerapan analisis dampak lingkungan; pengelolaan sumber daya dan lingkungan; dan pengembangan masyarakat. Penilaian ini diikuti dengan kunjungan lapangan untuk verifikasi serta wawancara dengan karyawan dan anggota masyarakat.

Faktor eksternal yang mengakibatkan turunnya nilai tersebut adalah tuntutan oleh beberapa nelayan setempat bahwa kegiatan tambang telah mengurangi hasil tangkapan mereka. Untuk mengatasi tuduhan ini dan memperbaiki kesalahan persepsi, PT Newmont telah menyusun suatu sasaran untuk melibatkan diri lebih banyak dalam pengembangan desa nelayan setempat dan melakukan survei perikanan pada 2005

Kegiatan pertambangan memiliki daya rusak bagi lingkungan. Lingkungan yang rusak itu sulit dipulihkan. Daya rusak ini berkontribusi terhadap pemiskinan di sekitar kawasan pertambangan. Semakin besar skala kegiatan pertambangan, potensi terjadinya kerusakan ekosistem menjadi semakin besar dan semakin sulit dipulihkan. Seluruh tahap pengembangan tambang mineral memiliki dampak merusak lingkungan hidup dan ekosistem alami tempatnya beroperasi. Di wilayah operasi di mana masyarakat setempat hidup dan penghidupannya bergantung sebagian dan atau sepenuhnya kepada tanah dan kekayaan alam, seluruh mata rantai

operasi tambang mineral memiliki dampak terhadap penurunan mutu dan pelenyapan kehidupan masyarakat. Seluruh aspek penghidupan masyarakat terkena dampak dari seluruh mata rantai operasi tambang.

Proses pemiskinan terjadi bahkan sejak awal pertambangan masuk. Hak penguasaan dan kelola rakyat atas tanah diingkari, sehingga perijinan pertambangan dikeluarkan secara sepihak tanpa persetujuan rakyat yang menguasai dan mengelola tanah. Jika perusahaan tambang beroperasi, rakyat tak punya pilihan. Mereka menerima ganti rugi tanah yang ditetapkan secara sepihak atau digusur karena menolak ganti rugi. Akibatnya konflik tanah antara pertambangan dan masyarakat di awal operasi terjadi di hampir semua lokasi pertambangan. Seperti misalnya, ganti rugi tanah Rp 30 per meter oleh Perusahaan Beyond Petroleum – BP Tangguh di Saengga Papua. Demikian juga sebanyak 444 KK warga di sekitar sungai Kelian (1990) digusur dan dari pemukiman dan kebunnya ketika PT Kelian Equatorial Mining (KEM) akan beroperasi di Kalimantan Timur. Pembebasan tanah umumnya disertai intimidasi, bentuk kekerasan lainnya, hingga penghilangan nyawa. Warga Rataotok di Minahasa Selatan, misalnya, dipaksa menerima ganti rugi hanya Rp 250 per m² untuk lahan-lahan kebun. Ketika mereka menolak ganti rugi itu, warga diintimidasi oleh aparat pemerintah dan kepolisian

Di hadapan pertambangan, penduduk lokal seolah tak punya hak untuk menolak pertambangan yang akan beroperasi di wilayah kelola mereka. Apalagi memilih model ekonomi yang berkelanjutan, seperti

pertanian, kehutanan, pariwisata atau perikanan. Padahal saat tambang beroperasi, pemiskinan terus berlangsung sejalan dengan menurunnya kualitas pelayanan alam dan produktivitas rakyat, khususnya terkait dengan sumberdaya tanah dan air. Untuk mendapatkan 1 gram emas di tambang PT Newmont dihasilkan 2480 gram limbah. Selain itu, pertambangan juga dikenal rakus air. Air menjadi bahan baku kedua setelah batuan dan tanah galian. Di pertambangan Barisan Tropical Mining, Sumatera Selatan, misalnya, dibutuhkan setidaknya 104 liter air untuk mendapatkan 1 gr emas. Krisis air merupakan masalah yang selalu dijumpai di lokasi pertambangan. Kuantitas dan kualitas air menurun, selain karena air disedot untuk kebutuhan pertambangan, juga karena pertambangan itu sendiri juga merusak sistem hidrologi tanah dan mencemari lingkungan perairan, baik karena rembesan air asam tambang, rembesan logam berat, maupun buangan lumpur tailing.

Limbah pertambangan dibuang ke lingkungan sekitar, yaitu ke lokasi-lokasi produktif tempat mata pencaharian penduduk: sungai, hutan, rawa, sumber-sumber air, lahan pertanian, dan laut. Itulah mengapa sektor pertambangan mematikan sektor lain yang berkelanjutan, seperti kebun, lahan pertanian, rumah dan pekarangan, hutan adat, tambang rakyat, wilayah peternakan, penggembalaan dan perikanan. Sebagaimana dicatat JATAM, pada tahun 2004 Newmont membuang sekitar 5,8 juta ton tailing ke Teluk Buyat dan 310 juta ton tailing ke Teluk Senunu, Sumbawa. PT Newmont membuat sedikitnya 5 milyar ton limbah ke sungai, danau, dan hutan-hutan

hingga laut. Barisan Tropical Mining (*Laverton Gold*) membuang 2,5 ton tailing ke lingkungan dan mencemari sungai.

G. Alasan-Alasan Perusahaan melaksanakan CSR

Setidaknya ada tiga alasan penting dan manfaat yang diperoleh suatu perusahaan dalam merespon dan menerapkan isu tanggung jawab sosial (CSR) yang sejalan dengan operasi usahanya. Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan juga turut memperhatikan kepentingan masyarakat. Dengan adanya penerapan CSR, maka perusahaan secara tidak langsung telah menjalin hubungan dan ikatan emosional yang baik terhadap shareholder maupun stakeholders. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat memiliki hubungan yang bersifat *simbiosis mutualisme* (saling mengisi dan menguntungkan). Bagi perusahaan, untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, setidaknya *licence to operate*, adalah suatu keharusan bagi perusahaan jika dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa mendongkrak citra dan performa perusahaan. Dan Ketiga, kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk mengeliminasi berbagai potensi mobilisasi massa (penduduk) untuk melakukan hal-hal yang tidak diinginkan sebagai akses eksklusif dan monopoli sumber daya alam yang dieksploitasi oleh perusahaan tanpa mengedepankan adanya perluasan kesempatan bagi terciptanya kesejahteraan dan pengembangan sumber daya manusia yang

berdomisili di sekitar wilayah penambangan pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya.

Suatu perusahaan, jangan pernah mengidap penyakit amputasi sosial, yakni kelumpuhan rasa untuk menolong ketika menyaksikan warga tidak mampu (miskin) disekitarnya. Sebab, hal ini dapat mengundang berubarannya konflik horizontal sehingga perusahaan akan merasa dirugikan oleh sikap dan perilaku merusak warga. Hal ini bisa dilihat, misalnya, pada masyarakat Papua yang menuntut perusahaan Freefort secara anarkis karena telah sedemikian gerah dengan eksploitasi perusahaan terhadap potensi alam daerah, sementara itu kesejahteraan warga tidak beringsut ke arah lebih baik.

Kepedulian sosial perusahaan terutama didasari alasan bahwasanya kegiatan perusahaan membawa dampak – *for better or worse*, bagi kondisi lingkungan dan sosial-ekonomi masyarakat, khususnya di sekitar perusahaan beroperasi. Selain itu, pemilik perusahaan sejatinya bukan hanya shareholders atau para pemegang saham. Melainkan pula stakeholders, yakni pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan.

Stakeholders dapat mencakup karyawan dan keluarganya, pelanggan, pemasok, masyarakat sekitar perusahaan, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, media massa dan pemerintah selaku regulator. Jenis dan prioritas stakeholders relatif berbeda antara satu perusahaan dengan lainnya, tergantung pada core bisnis perusahaan yang bersangkutan. Sebagai contoh, PT Aneka Tambang, Tbk. dan Rio Tinto menempatkan masyarakat

dan lingkungan sekitar sebagai stakeholders dalam skala prioritasnya. Sementara itu, stakeholders dalam skala prioritas bagi produk konsumen seperti Unilever atau Procter & Gamble adalah para customer-nya.

Kepedulian kepada masyarakat sekitar/relasi komunitas dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dimengerti sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. CSR adalah bukan hanya sekedar kegiatan amal, di mana CSR mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibat terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan, termasuk lingkungan hidup. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk membuat keseimbangan antara kepentingan beragam pemangku kepentingan eksternal dengan kepentingan pemegang saham, yang merupakan salah satu pemangku kepentingan internal.

Pengaturan CSR di dalam peraturan perundang-undangan Indonesia masih menciptakan kontroversi dan kritikan. Kalangan pebisnis CSR dipandang sebagai suatu kegiatan sukarela, sehingga tidak diperlukan pengaturan di dalam peraturan perundang-undangan. Menurut Ketua Umum Kadin, Mohammad S. Hidayat, CSR adalah kegiatan di luar kewajiban perusahaan yang umum dan sudah ditetapkan dalam perundang-undangan formal, sehingga jika diatur akan bertentangan dengan prinsip kerelaan dan akan memberikan beban baru kepada dunia usaha. Di lain pihak, Ketua

Panitia Khusus UU PT, Akil Mochtar menjelaskan bahwa kewajiban CSR terpaksa dilakukan karena banyak perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia lepas dari tanggung jawabnya dalam mengelola lingkungan.

Selain itu kewajiban CSR sudah diterapkan pada perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yang mewajibkan BUMN untuk memberikan bantuan kepada pihak ketiga dalam bentuk pembangunan fisik. Kewajiban ini diatur di dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang terkait dengan BUMN.

H. Efektifitas Konsep CSR Dalam Menangani Permasalahan-Permasalahan Sosial

Di dalam keterbatasan sumber daya maupun pendanaan, mencari solusi terhadap penyakit, masalah dan penyediaan kebutuhan masyarakat, seringkali mengalami kebuntuan. Contoh penyakit sosial antara lain seperti tindakan korupsi yang sudah dianggap hal yang biasa.

Sedangkan masalah masyarakat antara lain misalnya kesenjangan ekonomi yang cenderung semakin melebar, mewabahnya penyakit seperti flu burung, demam berdarah yang tak kunjung tuntas, banjir bandang yang hampir secara rutin dialami beberapa daerah tertentu, dan sebagainya. Meskipun tanggung jawab utama dalam mengatasi hal tersebut berada pada Pemerintah, baik Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah, namun sesuai dengan porsinya hal ini juga merupakan tanggung jawab semua pihak sebagai anggota masyarakat. Kita tahu Pemerintah Pusat dan juga Pemerintah Daerah

memiliki keterbatasan APBN/ APBD, namun upaya yang paling penting dilakukan oleh Pemerintah adalah memetakan penyakit dan masalah masyarakat itu secara komprehensif berikut solusi mengatasinya. Beberapa proyek strategis yang tanggung jawab utamanya berada pada Pemerintah, tentu dapat dibiayai oleh APBN maupun APBD, selebihnya kita bisa melibatkan dunia usaha dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) untuk secara bersama-sama mengatasi secara tuntas penyakit dan masalah masyarakat tersebut.

Dari sisi dunia usaha, kecenderungan belakangan ini, Corporate Social Responsibility (CSR) tidak lagi dipandang sebagai cost center tetapi sudah menjadi bagian dari strategi usaha dalam meningkatkan keuntungan dan pertumbuhan usaha yang stabil. CSR lahir dari desakan masyarakat atas perilaku perusahaan yang biasanya mengabaikan tanggung jawab sosial seperti perusakan lingkungan, eksploitasi sumber daya alam, mengemplang pajak, menindas buruh, dan sejenisnya. Intinya, keberadaan perusahaan berdiri secara berseberangan dengan kenyataan kehidupan sosial. Namun, kini situasi semakin berubah, konsep dan praktik CSR sudah menunjukkan gejala baru sebagai suatu strategi perusahaan yang dapat memacu dan menstabilkan pertumbuhan usaha secara jangka panjang. Sebagai contoh Unilever meluncurkan program CSR tentang sosialisasi air bersih. Program ini sangat bermanfaat bagi masyarakat yang mendambakan kehidupan bersih jauh dari penyakit. Di sisi Unilever, program ini akan meningkatkan penjualan produk kebersihannya. Contoh yang lain, Panasonic meluncurkan program CSR

dengan melakukan pelatihan instalasi, pemeliharaan, dan reparasi produk-produk elektronik bagi pemuda-pemudi yang putus sekolah, sebagai pelengkap Program Kelompok Belajar Mandiri (PKBM). Dari sisi masyarakat setempat, program ini sangat bermanfaat untuk menyediakan tenaga kerja ataupun wiraswasta yang siap memberikan pelayanan yang memang dibutuhkan oleh masyarakat. Dari sisi Panasonic sendiri, program ini sedikit banyaknya akan mendukung peningkatan penjualan produk-produknya.

Jelas dalam hal ini Pemerintah Daerah memerlukan dukungan dunia usaha dan masyarakat pada umumnya dalam mengatasi penyakit dan masalah masyarakat tersebut. Dunia usaha juga sudah menempatkan CSR sebagai strategi usaha dalam meningkatkan keuntungan dan pertumbuhan usaha yang stabil. Namun, yang menjadi persoalan adalah upaya yang sudah dilakukan oleh suatu perusahaan bisa jadi tumpang tindih dengan perusahaan yang lain atau bisa juga hanya terfokus pada masalah tertentu saja. Dalam kaitan ini, Pemerintah Daerah, dunia usaha, dan LSM seyogyanya melakukan upaya bersama dalam mengatasi penyakit dan masalah sosial tersebut. Harapan kita tidak lain tuntasnya penanggulangan penyakit dan masalah sosial yang ada, sekaligus terjadi sinergi yang saling menguntungkan antara Pemerintah Daerah, Dunia Usaha, dan masyarakat pada umumnya.

I. Parameter Keberhasilan Pelaksanaan CSR Oleh PT Newmont

Menteri Energi dan Sumberdaya Mineral akhirnya menyatakan apa saja aspek yang akan menjadi fokus penilaian terhadap , yaitu pendapatan

negara, jumlah produksi, dampak terhadap lingkungan dan dana pengembangan masyarakat (*Koran Tempo* 22/3). Empat aspek tersebut konsisten dengan pilar pembangunan berkelanjutan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial yang terkenal dengan sebutan *triple bottom line*.

Hanya saja, ada dua ganjalan dalam hal pengembangan masyarakat. Pertama adalah bahwa sudah seharusnya seluruh program sosial dinilai, bukan saja yang berkenaan dengan pengembangan masyarakat. Ini demi keadilan penilaian terhadap yang telah mencurahkan sumberdayanya. Kedua, kalau memang hanya program pengembangan masyarakat yang menjadi fokus, sudah seharusnya bukan semata-mata masalah dana saja yang dinilai.

Aspek sosial, sebagaimana aspek lingkungan, tidaklah mungkin direduksi menjadi ukuran-ukuran finansial. Pembiayaan merupakan fungsi dari program, dan karenanya ukuran finansial seharusnya menjadi salah satu indikator saja. Secara umum, program sosial perusahaan biasa dinilai dari masukan, proses dan kinerjanya. Kalau hal ini diikuti, maka banyak indikator lain yang bisa dipergunakan untuk menilai program pengembangan masyarakat .

Pertama-tama, harus disadari bahwa program pengembangan masyarakat yang memadai haruslah diintegrasikan ke dalam strategi menyeluruh perusahaan, bukan sekedar tempelan. Untuk menilainya, beberapa indikator dapat dipergunakan, yaitu: Adanya kebijakan tertulis perusahaan mengenai pentingnya membangun hubungan baik dengan masyarakat yang terkena dampak operasi perusahaan; Terdapatnya bagian khusus yang

menanganinya pengembangan masyarakat yang bekerja secara efektif dengan bagian lain yang terkait dengan aktivitas hubungan antara perusahaan dan masyarakat; Sumberdaya manusia yang bekerja untuk bagian itu memiliki kapabilitas yang memadai dari segi pendidikan, pelatihan dan pengalaman kerja; Adanya rencana kerja strategik untuk waktu lima tahun, dilengkapi dengan rincian program setahunan yang telah disepakati bersama-sama pemangku kepentingan serta mekanisme penyesuaian rencana; Dan tersedianya dana yang mencukupi untuk melaksanakan program yang direncanakan

Perusahaan pertambangan dalam operasinya pasti mengakibatkan dampak negative sosial dan lingkungan bagi masyarakat yang berada di sekitarnya. Pengembangan masyarakat dapat dipandang sebagai salah satu bentuk upaya mengkompensasi dampak tersebut, di luar minimisasi dampak yang wajib juga dilakukan oleh perusahaan. Tanpa penyelesaian permasalahan dampak negatif, sangatlah sulit bagi perusahaan untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Karenanya perusahaan seharusnya melakukan perhitungan dampak dengan terperinci sebagai dasar dari pengembangan masyarakat. Sebagai konsekuensi penghitungan dampak, besaran program harus dibedakan menurut wilayah dan kelompok dampak.

Semakin besar suatu wilayah atau kelompok masyarakat terkena dampak negative aktivitas perusahaan, semakin besar hak mereka untuk memperoleh program. Dalam hal tersebut, tiga indikator dapat diajukan, yaitu: Penilaian kerusakan yang diderita masyarakat dilakukan secara bersama-sama

antara perusahaan dan masyarakat, dengan disaksikan oleh pihak lain yang netral; Negosiasi harga

Kompensasi kerusakan dilakukan dengan cara-cara yang jujur, diterima masyarakat setempat, tanpa paksaan dan tipuan; Dan pembayaran kompensasi sesuai dengan kesepakatan yang dibuat, baik dalam aras individu maupun kelompok. Penting disadari bahwa perusahaan bukanlah agen pembangunan masyarakat semata. Perusahaan adalah entitas yang mencari keuntungan ekonomi, namun dalam usahanya tidak diperkenankan merusak lingkungan dan tatanan sosial ekonomi masyarakat. Perusahaan juga harus melindungi lingkungan dan sedapat mungkin memaksimumkan keuntungan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar. Karenanya, partisipasi masyarakat luas serta pihak-pihak lain yang kompeten dan memiliki niat baik menjadi sangat penting.

Mengingat hal di atas, berbagai indikator partisipasi dapat dipergunakan, yaitu Program direncanakan secara partisipatoris dengan memperhitungkan keragaman kelompok-kelompok masyarakat; Program tersebut merupakan komplemen dan suplemen dari kegiatan-kegiatan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah dan pihak-pihak lain;

Kegiatan dilaksanakan bersama-sama dengan masyarakat dan pihak lain yang memiliki kompetensi yang tepat; Pelaksanaan pemantauan kegiatan dilakukan bersama-sama dengan komponen masyarakat dan pemangku kepentingan lain, Serta dilakukannya evaluasi keberhasilan kegiatan bersama masyarakat dengan umpan balik bagi kegiatan mendatang Seluruh indikator di

atas merupakan indikator masukan dan proses, sementara penilaian kinerja merupakan puncak upaya untuk mengetahui apakah perusahaan diterima oleh seluruh pemangku kepentingannya. Dalam hal ini, haruslah dikemukakan dimensi-dimensi keberhasilan dari berbagai sudut pandang, utamanya dari perusahaan sendiri, masyarakat, pemerintah daerah dan pemangku kepentingan lain yang terlibat langsung dalam pengelolaannya.

Program yang memuaskan seluruh pihak merupakan cerminan keberhasilan tertinggi sehingga dapat diyakini bahwa keberadaan dan operasi perusahaan tersebut akan terus mendapatkan dukungan masyarakat dan pihak terkait lainnya.

Indikator-indikator kinerja yang dapat dipergunakan antara lain:

1. Terlaksananya seluruh program yang direncanakan; Terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan masyarakat yang dinyatakan hendak dipenuhi dalam rencana program;
2. Terpeliharanya integrasi sosial masyarakat;
3. Program berhasil mendorong kemandirian masyarakat dan tidak menimbulkan ketergantungan;
4. Perusahaan secara umum diterima keberadaannya di tengah-tengah masyarakat;
5. Adanya pengakuan dari pemerintah dan pihak lain bahwa perusahaan telah berpartisipasi dalam pembangunan daerah.

Jika indikator-indikator di atas dipergunakan, reduksi pengembangan masyarakat menjadi sekadar masalah dana akan dapat dihindari. Tentu saja,

lebih baik lagi kalau Departemen ESDM mau menilai keseluruhan program sosial . Hasilnya kemudian dapat dipergunakan untuk membuat daftar tindakan perbaikan yang dituangkan dalam sebuah kontrak kinerja. Penilaian dan tindak lanjutnya yang komprehensif akan mengurangi resistensi banyak pihak, juga akan mengurangi retorika elit yang tidak perlu, sehingga kita tidak lagi akan terjerumus ke dalam politisasi atas nasib masyarakat.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Dalam mengimplementasikan tanggung jawab sosialnya, PT Newmont melakukan kegiatan-kegiatan Pembangunan Masyarakat yaitu :
 - 3) Pendidikan, berupa pembangunan sarana pendidikan dan beasiswa mencakup pembangunan dan renovasi sekolah, penyediaan buku-buku dan alat bantu belajar mengajar, mendanai dua buah perpustakaan keliling dan memberikan beasiswa kepada pelajar yang berasal dari Nusa Tenggara Barat dan membantu siswa-siswi yang tidak mampu membayar uang sekolah dan membeli buku.
 - 4) Infrastruktur, berupa pengembangan kawasan buyat pantai sebagai sarana dan objek wisata. Proyek infrastruktur utama lainnya adalah membantu pemerintah dan desa setempat membangun sistem kebersihan dan pembuangan sampah di Benete, Maluk, Sekongkang Atas dan Sekongkang Bawah
 - 5) Perbaikan Kesehatan, berupa pembangunan pusat kesehatan desa oleh NMR, pemberian suplai peralatan, penyediaan staff medis dan kendaraan yang beroperasi memberikan pelayanan ke desa-desa sekitar, termasuk juga bantuan bulanan juga diberikan oleh NMR untuk memenuhi kebutuhan obat-obatan di sarana kesehatan.

- 6) Pendidikan Kejuruan dan Pengembangan Bisnis, berupa para kontraktor lokal dalam kegiatan-kegiatan di pertambangan, mendukung pembangunan dan pelatihan personil, membantu dalam proyek perluasan pertanian, dan penggerak lain dari pertumbuhan ekonomi.
- 7) Program Pertanian dan Perikanan berupa pelatihan dalam teknik kultur kelautan kepada para nelayan untuk mengembangkan pengolahan rumput laut, menyediakan pinjaman untuk perbaikan peralatan nelayan dan mengurangi praktek penangkapan ikan yang merusak, serta kesempatan untuk mempelajari teknik pertanian baru lewat tempat-tempat demonstrasi pertanian dan mendukung kemampuan petani untuk memperoleh penghasilan tetap dan meningkatkan kualitas tanaman
- 8) Program Perbaikan Habitat Laut Minahasa, berupa prakarsa dan pendanaan. Program ini terdiri dari dua komponen, yaitu :
 - 1) *Reef Ball Project*, dan Program Rehabilitasi Hutan Bakau. Proyek ini sedemikian suksesnya hingga dipamerkan di Konferensi ke-10 PBB mengenai Pembangunan Yang Berkesinambungan pada tahun 2002, kemudian di majalah National Geographic bulan Agustus 2006 dan bulan lalu di panduan menyelam dan wisata Sulawesi Utara yang berjudul “Teluk Buyat dan Sekitarnya”.
 - 2) Yayasan Minahasa Raya, Sebagai bagian dari program *penutupan*, NMR telah mengalokasikan 1,5 juta USD untuk pendirian sebuah

yayasan yang akan meneruskan pembangunan masyarakat lokal dan pengembangan kegiatan bisnis di masa depan yang akan berlangsung dalam jangka waktu panjang setelah tambang tak lagi beroperasi.

2. Dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* tersebut, PT Newmont menemui kendala-kendala sebagai berikut :
 - a. Tantangan utama yang dihadapi PT NNT pada 2004 adalah meningkatnya ketidakpercayaan masyarakat dan kesalahan persepsi yang muncul akibat tuduhan pencemaran terhadap operasi Newmont Minahasa Raya sehingga izin penempatan tailing PT NNT, yang mesti diperpanjang pada tahun 2005, akan tetap ditentang oleh LSM anti tambang.
 - b. Kontroversi lain muncul terkait daerah eksplorasi Dodo di kecamatan Ropang yang melibatkan sembilan desa. Warga Labangkar mengklaim nenek moyang mereka dimakamkan di Dodo dan menuntut ganti rugi lahan dan pemakaman yang ada sehingga perusahaan memutuskan untuk menghentikan kegiatan eksplorasi di daerah tersebut
 - c. Tuntutan oleh beberapa nelayan setempat bahwa kegiatan tambang telah mengurangi hasil tangkapan mereka. Untuk mengatasi tuduhan ini dan memperbaiki kesalahan persepsi, PTNNT telah menyusun suatu sasaran untuk melibatkan diri lebih banyak dalam pengembangan desa nelayan setempat dan melakukan survei perikanan pada 2005

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis menyarankan :

1. Hendaknya PT Newmont menempatkan program pengentasan kemiskinan menjadi program utama perusahaan mengingat keadaan penduduk sekitar lokasi masih jauh dari kemakmuran
2. Dalam pelaksanaan CSR, PT Newmont hendaknya menetapkan mekanisme serta pemantauan secara berkala, jelas dan transparan sehingga masyarakat dapat memonitor kegiatan tersebut.
3. Mengenai issue pencemaran teluk Buyat, hendaknya PT Newmont memberikan laporan terhadap masyarakat melalui pemerintah maupun LSM Lingkungan sebagai tindak lanjut terhadap kasus tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-Buku :

- AB Susanto, 2007, *A Strategic Management Approach, CSR*, The Jakarta Consulting Group, Jakarta
- , 1997, *Budaya Perusahaan*, Jakarta, PT Elex Media Komputindo
- , 2002, *Corporate Greening*, Majalah Ozon, Edisi No.2 Oktober
- *CSR dalam Perspektif Ganda*, Harian Bisnis Indonesia, 2 September 2007
- *Membumikan Gerakan Hijau*, Majalah Ozon, Edisi No.5 Februari 2003
- , *Paradigma Baru "Community Development"* Harian Kompas, 22 Mei 2001
- , 1997, *Manajemen Aktual*, Jakarta, Grasindo
- Asyhadie, Zaeni., 2006, SH, M. Hum, *Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaanya di Indonesia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Dwi Tuti Mulyati , *Tanggungjawab Sosial Perusahaan Dalam Kaitanya Dengan Kebijakan Lingkungan Hidup*, Jurnal Law Reform, Pembaharuan Hukum, volume 3/No. 1 Februari 2007, Program Megister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang
- Elkington, J. 1997. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Thompson. London.
- Emirzon, Joni, dkk (ed), 2007, *Perspektif Hukum Bisnis Indonesia, Pada Era Globalisasi Ekonomi*, Genta Press, Yogyakarta.
- Hartono, Sri Rejeki, Prof., Sh., 2007, *Hukum Ekonomi Indonesia*, Bayu Media, Malang.
- Hardiansyah, HAM, MS., Prof., Prof. Ir, M.S, *CSR dan Modal Sosial Untuk Membangun Sinergi Kemitraan Bagi Upaya Pengentasan Kemiskinan*, Makalah disampaikan pada Seminar & TalkShow CSR 2007 "Kalimantan 21015: Menuju Pembangunan Berkelanjutan , Tantangan, dan Harapan", Jum'at 10 Agustus 2007.

- Himawan Wijanarko, *Reputasi*, Majalah Trust, 4-10 Juli 2005
- , *Filantropi bukan Deterjen*, Majalah Trust, 11-17 September 2006
- Hopkins, M. 2007. *Corporate Social Responsibility and International Development. Is Business the Solution?* Earthscan
- Margiono, Ari, *Menuju Corporate Sosial Ledership*, Suara Pembaharuan, 11 Mei 2006.
- Marten H. Jean, dkk, *Corporate Social Responsibility Perusahaan Multinasional Kepada Masyarakat Sekitar: Studi Kasus*, Jurnal Usahawan Nomer 03 Tahun XXXVI Maret 2007, Bagian CSR, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.
- Muryati, Dewi Tutri., SH, *Tanggungjawab Sosial Perusahaan Dalam Kaitanya Dengan Kebijakan Lingkungan Hidup*, Jurnal Law Reform, Pembaharuan Hukum, Volume 3/No. 1 Februari 2007, Program Magister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Philip Kotler, 2007, *Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, New York, Thomas Dunne Books
- Sri Rejeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia*, 2007, BayuMedia, Malang,
- Siregar, Chairil. N., *Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi CSR pada Masyarakat Indonesia*, Jurnal Sositeknologi Edisi 12 tahun 06, Desember 2007, ITB, Bandung.
- Soekanto, soerjono, Prof. Dr., SH., 2006, Pengantar Penelitian Hukum, UI Press, Jakarta.
- Susanto, A.B, 2007, *Corporate Social Responcibility*, The Jakarta Consulting Group, Jakarta.
- Tunggal, Amin Widjaja, 2008, *Corporate Social Responcibility*, Harvarindo, Jakarta.
- , 2007 *Proper alat Ukur CSR*, Dikutip dari CSR Review, Majalah Bulanan Vol.1 No. 1, Januari, Jakarta.
- Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta

Undang-Undang :

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan

Majalah :

Majalah Marketing Edisi 11/2007

Internet :

<http://www.csrindonesia.com>

<http://business.enveroment.wordpress.com>