

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM
PEMBANGUNAN EKONOMI BERKELANJUTAN GUNA
MENINGKATKAN KUALITAS KEHIDUPAN DAN
LINGKUNGAN PERUSAHAAN**

Primsa Bangun
Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Krida Wacana

Abstract

CSR is a self-regulation that can be integrated with a business model of corporation. The CSR policy has a function as a mechanism that regulates businesses to comply with law, standardized ethics and international social norms. In any business practices, one should be responsible for their environments, customers, communities and stakeholders. CSR should be used as a standard operation for businessmen when doing their business. Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR)*

PENDAHULUAN

Begitu banyak isu global mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)*, namun sampai saat ini belum ada suatu definisi yang tunggal dari CSR yang diterima secara global. Ini semua menyebabkan perbincangan di antara para praktisi maupun akademisi. Banyak pakar yang telah mencoba mengemukakan definisi atau pengertian dari CSR. Diantaranya adalah definisi CSR (*Corporate Social Responsibility*) menurut Pasal 1 butir 3 UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dalam Widjaja dan Pratama (2008:7) yaitu, komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang

bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat umumnya.

Pengertian lain dari CSR menurut Darwin (2006) dalam makalah yang disampaikan dalam *Workshop Sustainability Reporting* adalah sebagai berikut:

“A mechanism for organisations to voluntarily integrate social and environmental concerns into their operations and their interaction’s legal their stakeholders, which are over and above the organisation’s legal responsibilities”.

Dalam bahasa bebas kurang lebih maksudnya adalah komitmen bisnis untuk secara terus menerus berperilaku etis dan berkomitmen dalam pembangunan ekonomi serta meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal, serta masyarakat luas pada umumnya.

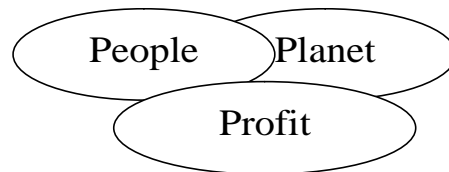
Elkington (1997) dalam Widjaja dan Pratama (2008:33) mengemukakan bahwa sebuah perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya, akan memberikan perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan (*profit*), masyarakat (*people*), serta lingkungan hidup (*planet*). Namun berbeda dengan pendapat yang lain, Komisi Eropa (2001) dalam Widjaja dan Pratama (2008:7) mendefinisikan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dengan lebih praktis, yang pada intinya bahwa perusahaan yang menerapkan CSR adalah perusahaan yang secara sukarela memberikan kontribusi bagi terbentuknya masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih.

Berdasarkan uraian definisi-definisi di atas, secara singkat dapat dijelaskan bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan suatu komitmen sukarela yang berkelanjutan dari suatu perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi secara positif kepada pelanggan, karyawan, masyarakat, lingkungan, serta *stakeholders* lainnya secara seimbang.

Konsep Triple Bottom Line

Sebagaimana pendapat Elkington dalam Widjaja dan Pratama (2008:33) menyatakan bahwa tujuan ekonomi dan sosial adalah terpisah dan bertentangan adalah pandangan yang keliru. Perusahaan pada dasarnya tidak berfungsi secara terpisah dari masyarakat sekitarnya. Faktanya, kemampuan perusahaan untuk bersaing sangat tergantung pada keadaan lokasi dimana perusahaan itu beroperasi. Oleh karena itu, CSR yang dikembangkan harus dipahami sebagai satu kesatuan, sebab CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari

tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah “*The Concept of The Triple Bottom Lines*” yaitu *profit*, *people*, dan *planet*.



Gambar 1. Triple Bottom Lines

Maksud dari *Triple Bottom Line* yang diungkapkan Elkington (1997) mengenai *profit*, *people*, *planet* dijelaskan secara terperinci oleh Porter (2005) dalam Widjaja dan Pratama (2008:33) yaitu: *Profit* maksudnya adalah perusahaan harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. *People* maksudnya adalah perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat. *Planet* maksudnya adalah perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa pemukiman, pengembangan pariwisata.

Berdasarkan “*Sustainability: A Guide to Triple Bottom Line Reporting*” yang dikemukakan oleh *G100-An Association of Australia’s senior Finance Executive from the nation’s business enterprises* (2003:12), *Triple Bottom Line* didefinisikan sebagai berikut:

“*Triple Bottom Line Reporting is defined as corporate communication with stakeholders that describes the company’s approach to managing one or more for the economic, environmental or social dimensions of its activities and through providing information on these dimensions*”.

Triple Bottom Line Reporting adalah suatu pendekatan menyeluruh untuk pelaporan publik tentang kinerja perusahaan terhadap dampak ekonomi,

lingkungan, dan sosial yang mengacu pada standar pembandingan yang telah ditetapkan. Ini semua bermula dari kesepakatan bahwa vitalitas suatu organisasi dan komunitas tergantung pada dampak *positif* yang diakibatkannya terhadap lingkungan, sosial, dan keuangan.

Definisi Sosial

Berdirinya sebuah perusahaan ditengah-tengah masyarakat pasti akan menimbulkan dampak sosial bagi masyarakat tersebut. Kehadiran perusahaan diharapkan sedikit banyak akan mengangkat derajat kesejahteraan masyarakat sekitarnya baik melalui pengrekrutan tenaga kerja maupun sumbangsih perusahaan secara langsung terhadap masyarakat tersebut.

Widjaja dan Pratama (2008:45), mendefinisikan tentang sosial, yaitu:
“suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengutamakan nilai-nilai yang tumbuh dalam masyarakat. Nilai sosial tersebut dijaga oleh perusahaan antara lain dengan cara mendukung upaya-upaya kesehatan masyarakat, penegakan Hak Asasi Manusia, pembangunan regional suatu negara dan melakukan persaingan usaha yang sehat.”.

Definisi Stakeholders Perusahaan

Stake dapat diartikan sebagai kepentingan, selain itu *stake* juga dapat diartikan sebagai tuntutan atas hak yang dimiliki oleh seseorang. Dalam Widjaja dan Pratama (2008:47) *Stakeholders* didefinisikan sebagai seseorang atau pihak yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan, keputusan, kebijakan, praktik atau tujuan dari sebuah perusahaan.

Menurut Wheeler dan Sillanpää dalam Widjaja dan Pratama (2008:49) menggolongkan *stakeholders* ke dalam dua katagori yaitu:

- a. *Stakeholders* primer meliputi pemegang saham, *investor*, karyawan komunitas lokal, pemasok, dan rekanan bisnis. *Stakeholders* primer memiliki peranan penting dalam kelangsungan hidup (*going concern*) dari perusahaan.
- b. *Stakeholders* sekunder meliputi pemerintah, institusi sipil, lembaga swadaya masyarakat (LSM), pers, pesaing usaha, asosiasi pengusaha dan masyarakat ada umumnya. *Stakeholder* sekunder juga dapat menjadi sangat berpengaruh, terutama dalam hal yang menyangkut reputasi perusahaan dan mendukung masyarakat terhadap perusahaan, walaupun sebenarnya

mereka tidak memiliki kepentingan langsung dalam kegiatan inti dari perusahaan.

Prinsip-prinsip dalam CSR

Berdasarkan ISO 26000 draft 4.1 *guidance on social responsibility* dalam www.globalreporting.org, ada 10 Prinsip yang harus diterakan dalam tanggung jawab sosial, yaitu:

a. Principle of legal compliance

An organization should willingly and completely observe all laws and regulations to which an organization and its activities are subject

b. Principle of respect for internationally recognized instruments

An organization should observe those international treaties, directives, declarations, conventions, resolutions and guidelines that have been ratified or endorsed by the national body or bodies relevant to an organization and that are within its power to apply

c. Principle of recognition of stakeholder and their concerns

An organization should accept that a range of stakeholders may have valid and significant (material) interest in its conduct and in the products and by-products of its activities where these may significantly affect such as stakeholders. Provision should be made for stakeholders to be consulted and express their views on an organization's affairs and to be adequately informed on policies, proposals, and decisions affecting them

d. Principle of accountability

An organization should accept its duty to show and explain to its stakeholders, in a clear and balanced manner and to a reasonable and sufficient degree, the obligations, policies, decisions and action for which it is responsible and the effect these have or could have

e. Principle of transparency

An organization should be willing to disclose its internal structures, policies, rules, safeguards, responsibilities, decision processes and other information through communication channels that are reasonable to its stakeholders

f. Principle of sustainable development

An organization should continually endeavor to 'meet the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs

- g. Principle of ethical conduct**
An organization should manage and conduct its affairs in an honorable and morally sound manner
- h. Principle of precautionary approach**
An organization should exercise prudent foresight, preferring, where there is a risk, to take actions that avoid harm or danger and secure beneficial, if more modest, outcomes
- i. Principle of respect the fundamental human rights**
An organization should accept its duty to implement practices and policies that reflect aspirations set out in the universal Declarations of human Rights, (and publications from various international bodies)
- j. Principle of respect for diversity**
An organization should be willing to employ people without the discrimination on ground of race, color, creed, age, gender or political persuasion, and to cultivate a positive approach to diversity as a factor for change”.

Berdasarkan tingkat atau lingkup keterlibatan ini, Lawrence, Weber dan Post (2005) dalam Agoes dan Ardana (2009:91) membedakan dua prinsip CSR, yaitu:

- 1). Prinsip amal (*charity principles*)
- 2). Prinsip pelayanan (*stewardship principles*)

Perbedaan kedua prinsip ini terletak pada perbedaan kesadaran dan lingkup keterlibatan. Ciri-ciri yang membedakan kedua prinsip ini adalah:

Ciri-ciri	Prinsip Awal	Prinsip Pelayanan
Definisi	Bisnis seharusnya memberikan bantuan sukarela kepada orang atau kelompok yang memerlukan	Sebagai agen publik, tindakan bisnis seharusnya mempertimbangkan semua kelompok pemangku kepentingan yang dipengaruhi oleh keputusan dan kebijakan perusahaan.
Tipe aktivitas	Filantropi korporasi: tindakan sukarela untuk menunjang citra perusahaan.	Mengakui adanya saling ketergantungan perusahaan dengan masyarakat, menyeimbangkan kepentingan dan kebutuhan semua ragam kelompok di masyarakat.
Contoh	Mendirikan yayasan amal, berinisiatif untuk menanggulangi masalah sosial, bekerjasama dengan kelompok masyarakat yang memerlukan	Pribadi yang tercerahkan, memenuhi ketentuan hukum, menggunakan pendekatan <i>stakeholder</i> dalam perencanaan strategis perusahaan.

Sumber: Agoes dan Ardana (2009: 92)

Penerapan CSR

Walaupun sudah banyak perusahaan yang menyadari pentingnya untuk menjalankan CSR, namun masih ada juga yang berkeberatan untuk menjalankannya. Bahkan diantara yang setuju agar perusahaan menjalankan CSR, masih terdapat perbedaan dalam memaknai tingkat keterlibatan perusahaan dalam menjalankan program CSR. Pada akhirnya, keberhasilan CSR dan cakupan program CSR yang dijalankan akan ditentukan oleh tingkat kesadaran para pelaku bisnis dan para *stakeholders* terkait lainnya.

Menurut Wibisono (2007:78) ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sejalan dengan operasi usahanya. Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karena itu wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan harus menyadari bahwa perusahaan beroperasi dalam suatu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial ini berfungsi sebagai kompensasi atau upaya timbal balik atas penguasaan sumber daya alam dan sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, di samping sebagai kompensasi sosial karena timbulnya ketidaknyamanan (*discomfort*) pada masyarakat.

Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, setidaknya *license to operate*, wajar bila perusahaan juga dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan.

Ketiga, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial. Potensi konflik itu bisa berasal akibat dampak operasional perusahaan atau akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.

Penerapan CSR di Indonesia

Kecenderungan akhir-akhir ini di Indonesia banyak perusahaan telah menjalankan prinsip-prinsip CSR dalam tataran praktis, yaitu sebagai pengkaitan antara pengambilan keputusan dengan nilai etika, kaidah hukum serta menghargai manusia, masyarakat dan lingkungan. Terdapat beberapa motivasi yang mendasari kalangan dunia usaha dalam menerima konsep CSR.

Motivasi atau alasan perusahaan menerapkan CSR di klasifikasikan oleh Wibisono (2007) dalam tiga katagori. Pertama, sekedar basa-basi dan keterpaksaan. Artinya, CSR dipraktekkan lebih karena faktor eksternal (*external driven*). Tanggung jawab PT Lapindo Brantas kepada para korban lumpur panas merupakan contoh konkret adanya indikasi ini. Jadi bersifat *social driven*, disamping juga *environmental driven*. Pemenuhan tanggung jawab lebih karena keterpaksaan akibat tuntutan ketimbang kesukarelaan.

Kedua, sebagai upaya untuk memenuhi kewajiban (*compliance*). CSR diimplementasikan karena memang ada regulasi, hukum dan aturan yang memaksanya.

Ketiga, bukan lagi sekedar *compliance* tapi *beyond compliance* alias *compliance plus*. CSR diimplementasikan karena memang ada dorongan yang tulus dari dalam (*internal driven*). Perusahaan telah menyadari bahwa tanggung jawabnya bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan *profit* demi kelangsungan bisnisnya, melainkan juga tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dasar pemikirannya, menggantungkan semata-mata pada kesehatan keuangan saja, tidak akan menjamin perusahaan bisa tumbuh secara berkelanjutan.

1. Manfaat Penerapan CSR

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 dimasa akan datang.

Implementasi kebijakan CSR adalah suatu proses yang terus menerus dan berkelanjutan. Dengan demikiaan 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.

Menurut Widjaja dan Pratama (2008:53), secara umum beberapa manfaat yang diperoleh dari penerapan CSR pada perusahaan adalah:

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan
- b. Layak mendapatkan *social license to operate*

- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
- d. Melebarkan akses sumber daya
- e. Membentangkan akses menuju *market*
- f. Mereduksi biaya
- g. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator
- i. Meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan
- j. Peluang mendapatkan penghargaan

b. Tahap Penerapan CSR

Menurut Ambadar (2008:38), saat menerapkan CSR perusahaan menggunakan tahap-tahap sebagai berikut:

Pertama melihat dan menilai kebutuhan (*need assessment*) masyarakat sekitar. Caranya dengan mengidentifikasi masalah atau problem yang terjadi di masyarakat dan lingkungannya setelah itu dicarikan solusinya yang terbaik menurut kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini, perusahaan tidak perlu melakukannya sendiri, melainkan dapat menggunakan sumber daya di luar perusahaan, misalnya menunjuk perusahaan atau lembaga lain melakukan riset dasar atau *base line study*.

Kedua membuat rencana aksi, lengkap dengan anggaran, jadwal waktu, indikator untuk mengevaluasi dan sumber daya manusia yang ditunjuk untuk melakukannya. Dalam hal ini, perusahaan dapat membagi program dalam bentuk kegiatan jangka pendek, jangka menengah hingga jangka panjang. Hingga masyarakat menjadi mandiri dalam arti yang sesungguhnya.

Ketiga monitoring, yang dapat dilakukan melalui survei maupun kunjungan langsung. Evaluasi dilakukan secara reguler dan dilaporkan agar menjadi panduan untuk strategi atau pengembangan program selanjutnya. Selain itu, evaluasi juga dilakukan dengan mencocokkan hasil evaluasi internal perusahaan dengan pihak eksternal. Di samping itu, perlu pula dilakukan audit sosial (*social audit*) secara objektif terhadap pelaksanaan program, untuk melihat program telah tepat sasaran, serta disarankan manfaatnya oleh masyarakat, sesuai tujuan pelaksanaannya.

Standard Sustainability Reporting

1. GRI (*Global Reporting Initiative*)

Menurut Darwin (2006) dalam *Workshop Sustainability reporting* yang diselenggarakan oleh departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia menjelaskan bahwa:

“Sustainability Reporting is the reporting on the economic, Environmental and social policies, Impacts and performance of an organization and its products in the context of sustainable development Three Bottom Line Reporting”.

Bagi perusahaan yang menerapkan CSR, ada beberapa perbedaan teknik pelaporan dalam laporan tahunannya. Oleh karena itu pada tahun 1997, *The Boston-based Coalition on Environmentally Responsible Economies (CERES)* bekerjasama dengan *Tellus Institute* mempunyai misi merancang, mengembangkan, dan menyebarluaskan pedoman penerapan *Sustainability Reporting*. Organisasi ini dinamakan sebagai *Global Reporting Initiative (GRI)*.

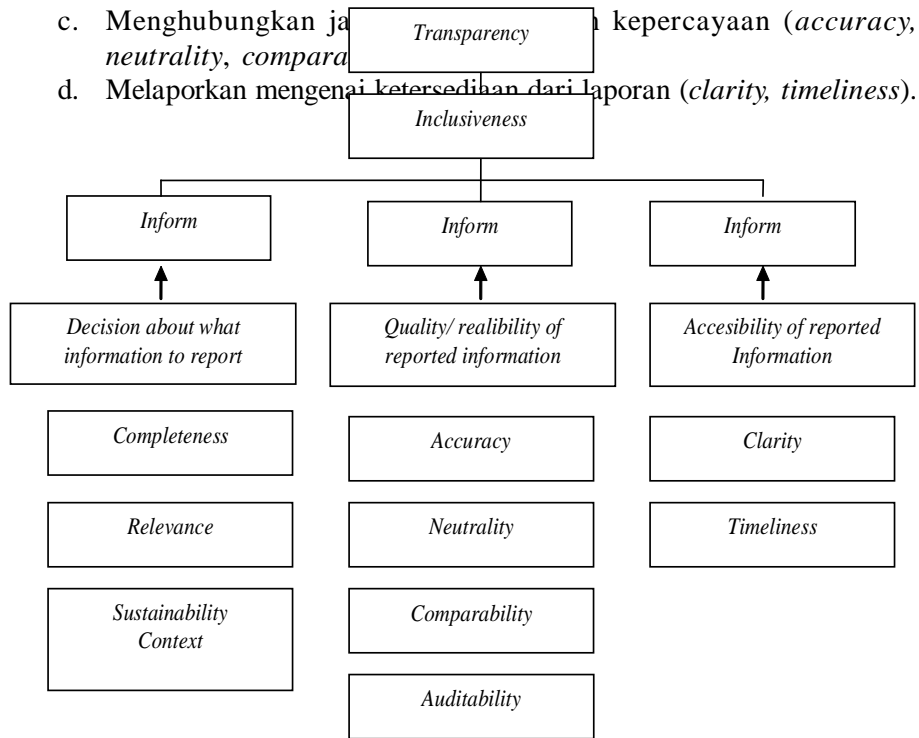
Menurut *www.csrindonesia.com*, GRI adalah suatu institusi independen yang melibatkan partisipasi aktif dari perwakilan organisasi bisnis, akuntansi, investasi, lingkungan, Hak Asasi Manusia, penelitian, serta organisasi buruh atau pekerja dari seluruh penjuru dunia.

The Global Reporting Initiative (GRI) telah mengembangkan kerangka kerja yang membedakan antara kegiatan ekonomi, sosial dan lingkungan dari sebuah perusahaan. Bagi GRI, dimensi sosial yang berkelanjutan menangkap dampak dari sebuah aktivitas organisasi terhadap masyarakat, termasuk karyawan, pelanggan, komunitas, rantai pasokan, dan rekan bisnis. Aktivitas tersebut mencakup: *the workplace, human rights, suppliers, dan product serta services*

2. Teknik Pelaporan CSR

Berdasarkan *Sustainability Reporting Guidelines (2002:23)* yang dikeluarkan oleh GRI, prinsip-prinsip yang harus dipenuhi dalam teknik pelaporan dikelompokkan ke dalam 4 kluster yaitu:

- a. Membentuk kerangka pelaporan (*transparency, inclusiveness, auditability*);
- b. Melaporkan mengenai isi pelaporan (*completeness, relevance, sustainability context*);



Gambar 2: *Sustainability Reporting Guideliness* (2002: 23)

3. Isi pelaporan menurut GRI

Berdasarkan media kuntansi yang dimuat dalam *www.globalreporting.org*, isi laporan didalam *Sustainability* menurut GRI terdiri dari 5 bagian, yaitu:

a. Visi dan strategi

Bagian ini menjelaskan visi dan strategi perusahaan berkaitan dengan *sustainability*, termasuk di dalamnya dicantumkan pertanyaan atau sambutan dan manajemen.

b. Profil perusahaan

Pada bagian ini dicantumkan *overview* dan struktur organisasi dan operasi perusahaan serta ruang lingkup pelaporan.

- c. Sistem Manajemen dan Struktur Pengelolaan
Bagian ini berisi penjelasan tentang struktur organisasi, kebijakan-kebijakan yang diambil dan sistem manajemen, termasuk di dalamnya usaha-usaha perusahaan dalam melibatkan *stakeholders*.
- d. *GRI Content Index*
Bagian ini berisikan tabel yang mengidentifikasikan letak setiap elemen isi laporan GRI berdasarkan bagian dan indikatornya. Tujuan bagian ini adalah untuk mempermudah pengguna laporan agar dapat secara cepat mengakses informasi dan indikator yang terdapat dalam pedoman GRI.
- e. Indikator Kinerja
Indikator kerja merupakan indikator yang mengukur dampak atau efek kegiatan perusahaan. Indikator ini meliputi indikator ekonomi, sosial dan lingkungan.

4. Komponen dari *Sustainability Report*

Menurut *Global Reporting Initiative (G3 Version)* (2006), elemen-elemen yang menjadi komponen di dalam isi laporan berkelanjutan (*Sustainability Report*) adalah:

- a. *Strategy and Analysis*
- b. *Organizational and Profile*
- c. *Report Parameters*
- d. *Governance, Commitment, and Engagement*
- e. *Management Approach and Performance Indicators*

Secara rinci komponen dari *sustainability reporting* menurut GRI dijabarkan sebagai berikut:

- a. *Strategy and Analysis*
Dalam komponen terdiri *Strategy and Analysis* dari sepeatah kata dari *CEO*, dan dampak utama, risiko dan peluang utama.
- b. *Organizational and Profile*
Dalam komponen *Organizational and Profile* terdiri dari nama organisasi, merk, jasa utama, struktur operasional, lokasi kantor pusat,

negara-negara tempat operasi, bentuk badan hukum, pasar yang dilayani, skala organisasi, perubahan signifikan, dan penghargaan yang diperoleh.

c. *Report Parameters*

Pada Komponen *Report Parameter* terdiri dari Periode laporan, Laporan sebelumnya, Siklus pelaporan, Titik kontak, Menemukan isi laporan, Batas laporan, Batas lingkup laporan, Dasar pelaporan, Ukuran, perhitungan, Uraian, Perubahan dibandingkan laporan sebelumnya, Pengungkapan dalam laporan, dan Praktik jaminan.

d. *Governance, Commitment, and Engagement*

Komponen *Governance, Commitment, and Engagement* terdiri dari Struktur organisasi, Pemisahan *Chair or CEO*, Anggota *independent*, Mekanisme pemegang saham dan karyawan untuk memberikan rekomendasi kepada manajemen, Hubungan antara kompensasi dan kinerja, Konflik kepentingan, Kualifikasi dewan, Nilai-nilai yang relevan dengan sosial, lingkungan, dan ekonomi, Prosedur, Proses evaluasi dewan direksi, Pendekatan kesiagaan, Ketangguhan prinsip, Keanggotaan, *Stakeholder* yang terlibat, Mengidentifikasi *stakeholder*, Keterlibatan *stakeholder*, dan Hasil keterlibatan *stakeholder*

e. *Management Approach and performance Indicators*

Pada Komponen *Management Approach and performance Indicators* terdiri atas, Indikator kinerja ekonomi, Indikator kinerja lingkungan, Indikator kinerja masyarakat, Indikator praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak, dan Indikator kinerja hak asasi manusia.

5. UU No. 40 tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas

Salah satu penyebab lambannya pelaksanaan CSR di Indonesia adalah tidak adanya instrumen hukum yang komprehensif yang mengatur CSR. Instrumen hukum sangat diperlukan sekali untuk mendorong pelaksanaan CSR di Indonesia. Oleh sebab itu, pemerintah telah berupaya dengan mengesahkan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas. Peraturan ini telah secara jelas mencantumkan adanya kewajiban setiap perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan sekitarnya.

Rumusan pasal 74 UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dapat dijabarkan oleh sebagai berikut dalam Widjaja dan Pratama (2008:92):

- a. Pasal 74 Ayat (1) UUP: Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- b. Pasal 74 ayat (2) UUP: Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- c. Pasal 74 ayat (3) UUP: Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- d. Pasal 74 (4) UUP: Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Ketentuan yang disebutkan dalam ayat (1), (2), dan (3) Pasal 74 UU No. 40 tahun 2007 adalah peraturan yang memayungi pelaksanaan CSR di Indonesia. Dengan demikian sesuai dengan amanah yang diberikan oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas tersebut, maka setiap Perseroan Terbatas dapat menjalankan kewajibannya dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan sekitarnya.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

CSR merupakan komitmen bisnis untuk secara terus menerus berperilaku etis dan berkomitmen dalam pembangunan ekonomi serta meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal, serta masyarakat luas pada umumnya. Perusahaan secara sukarela memberikan kontribusi bagi terbentuknya masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih, memberikan perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan (*profit*), masyarakat (*people*), serta lingkungan hidup (*planet*).

Motivasi atau alasan menerapkan CSR ada tiga, pertama karena factor eksternal (*external driven*) yaitu *social driven* dan *environmental driven*, kedua

sebagai upaya untuk memenuhi kewajiban (*compliance*) yang disebabkan karena ada regulasi, hukum dan aturan yang memaksa, ketiga karena faktor internal yang tidak hanya mendapatkan profit saja tetapi juga menjalankan tanggungjawab sosial dan lingkungan.

Tahap-tahap menerapkan CSR adalah melihat dan menilai kebutuhan masyarakat, membuat rencana aksi, lengkap dengan anggaran, jadwal waktu, indicator untuk mengevaluasi dan sumberdaya manusia yang ditunjuk untuk melakukannya serta monitoring yang dapat dilakukan melalui survey maupun kunjungan langsung.

DAFTAR PUSTAKA

Agoes, Sukrisno *“Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia”*. Jakarta: Seminar Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi UKRIDA. 2008

_____ dan I Cenik Ardana. *Etika Bisnis dan Profesi*. Jakarta: Salemba Empat. 2009

Darwin, Ali. *Sustainability Reporting*. Makalah disampaikan dalam *Workshop Sustainability Reporting*. Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta. 2006

European Commission. *Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility* – Green Paper, Luxembourg. 2001

G100 –An Association of Australia’s senior Finance Executives from the nation’s business enterprises. *“Sustainability: A Guide to Triple Bottom Line Reporting”*. Australia. 2003

Lawrence, Weber, dan Post. *Business and Society: Shareholders, Ethics, Public Policy*. McGraw-Hill Companies. 2005

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Wibisono, Jusuf. *Membedah Konsep & Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Fascho Publishing. 2007

Widjaja, Gunawan dan Yeremia Ardi Pratama. *Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*. Jakarta: Forum Sahabat. 2008

Ambadar “*CSR dalam Praktik di Indonesia*”. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2008

Wom.finance. *Annual Report 2007*.2008

CSR Indonesia. “GRI”. <http://www.csrindonesia.com/newfolder/info.php.htm>

Global Reporting, *Sustainability Report*”.<http://www.globalreporting.org/reportingframework/G3Online/Profile/>