



# SERTIFIKAT

Diberikan kepada :

*Buana Aheri*  
Atas partisipasinya sebagai :

**Pemakalah**

Asosiasi Program Studi Sosiologi Indonesia

Pada Konferensi Nasional Sosiologi V, dengan tema “Gerakan Sosial dan Kebangkitan Bangsa”  
yang diselenggarakan di Padang 18 - 19 Mei 2016

Padang, 19 Mei 2016

Ketua APSSI

**APSSI**  
Asosiasi Program Studi Sosiologi Indonesia

Muhammad Najib Azca, S.Sos, M.A, Ph.D

Ketua Pelaksana

**APSSI**  
Publikasi  
KONFERENSI NASIONAL SOSIOLOGI V  
Padang 17-19 Mei 2016

Dr. Jendrius, M.Si

# Prosiding

## Konferensi Nasional Sosiologi V

Asosiasi Program Studi Sosiologi Indonesia

Padang, 18-19 Mei 2016



## GERAKAN SOSIAL DAN KEBANGKITAN BANGSA

Tim Editor :

Elfitra, M.Najib Azca, Syafruddin,

M.Ridhah Taqwa, Vina Salviana S, Indraddin



Kerjasama :

APSSI dan Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Andalas

VOLUME II

*Prosiding*  
**KONFERENSI NASIONAL SOSIOLOGI V**  
Asosiasi Program Studi Sosiologi Indonesia  
Padang 18 – 19 MEI 2016

**GERAKAN SOSIAL  
DAN KEBANGKITAN BANGSA**

**Tim Editor:**

Elfitra (Universitas Andalas)  
M. Najib Azca (Universitas Gadjah Mada)  
Syafuruddin (Universitas Mataram)  
M. Ridhah Taqwa (Universitas Sriwijaya)  
Vina Salviana S. (Universitas Muhammadiyah Malang)  
Indraddin (Universitas Andalas)

e-ISBN:

ISBN: 978-602-99467-03  
978-602-99467-2-7 (jil. 2)

**Kerjasama:**

APSSI dan Jurusan Sosiologi FISIP Universitas Andalas

**Diterbitkan Oleh:**

Laboratorium Sosiologi, FISIP Universitas Andalas  
2016

<b>4. Argyo Demartoto, Siti Zunariyah, Yuyun Sunesti</b>	1471
<i>Kebutuhan Praktis Dan Strategis Gender Dalam Penanggulangan HIV/AIDS</i>	
<b>5. Silfia Hanani</b>	1997
<i>Tradisi Sumbayang 40 Sebagai Alternatif Perlindungan terhadap Perempuan Lanjut Usia di Minangkabau.</i>	
<b>6. Evi Feronika Elbaar</b>	2012
<i>Peran Gender dalam Aktivitas Perikanan Tangkap di Kawasan Sabangau, Kalimantan Tengah</i>	
<b>7. Vinita Susanti</b>	2022
<i>Keadilan dan Kesetaraan Gender: Implikasi Undang-undang No. 23/2004 tentang Penghapusan Kekerasan Dalam Rumah Tangga</i>	
 <b>XVI. PEMBANGUNAN</b>	
<b>1. Masrizal</b>	2052
<i>Musrena dan Perencanaan Pembangunan Berbasis Kamus e-Musrenbang: Studi Pada Kebijakan Pembangunan yang Berprespektif Gender di Kota Banda Aceh.</i>	
<b>2. Hamda Rizani</b>	2066
<i>Penguatan Peran Humas Pemerintah untuk Mewujudkan Good Governance</i>	
<b>3. Robert Tua Siregar Marihot Manullang</b>	2081
<i>Kekuatan Potensi Lokal dalam Perspektif Perencanaan Pembangunan Daerah.</i>	
<b>4. Fery Andrianus</b>	2098
<i>Involuntary Resettlement: Solusi atau bencana?</i>	
<b>5. T.R. Andi Lolo, M. Ramli AT, Muh. Fuad Azis DM</b>	2119
<i>Peta Sosiologi Kota: Kebijakan Radikal dalam Membangun Kota Makasar sebagai Kota Dunia</i>	
<b>6. Cucu Nurhayati</b>	2145
<i>Dekonstruksi Struktur-Kultur dalam Membangun Kebijakan Sektor Informal di Perkotaan.</i>	
<b>7. Azwar</b>	2162
<i>Mobilitas Sosial Intra Generasi Masyarakat Limau Manis, Kecamatan Pauh, Kota Padang.</i>	
 <b>XVII. UMUM</b>	
<b>1. Fuad Madarisa, Melinda Noer, Asmawi dan Jafrinur</b>	2175
<i>Pelatihan Kolaboratif Untuk Perbaikan Kompetensi Peternak Sapi di Kabupaten Pasaman Barat</i>	
<b>2. Busyra Azheri</b>	2192
<i>Perilaku Pengusaha yang Mengabaikan Hak Masyarakat (Kajian terhadap Implementasi Corporate Social Responsibility)</i>	
<b>3. Sigit Pranawa, Totok Mardikanto, Drajat Tri Kartono, RB Sumanto</b>	2205
<i>Dinamika Stakeholder dalam Implementasi Program CSR: Kasus PT. Antam Pongkor</i>	

<b>4. Viza Juliansyah</b>	2214
<i>Dampak Sosial Ekspansi Industri Kelapa Sawit Terhadap Komunitas Penduduk Asli di Kalimantan Barat</i>	
<b>5. Mita Rozalisa</b>	2231
<i>Sosial Kapital dalam Pembangunan Wilayah Perdesaan: Perspektif Desa Eks Transmigrasi dan Desa Lokal</i>	
<b>6. Sudarsana</b>	1631
<i>Pemekaran Desa Sebagai Upaya Peningkatan Efisiensi Pelayanan Publik</i>	
<b>7. Afrizal Tjoetra</b>	2242
<i>Peranan Ornop dalam Keterbukaan Informasi Publik: Upaya Membangun Gerakan Anti Korupsi di Aceh</i>	
<b>8. Rozidateno Putri Hanida, Bimbi Irawan, Samsurizaldi, Fachrur Rozi</b>	2264
<i>Kepemimpinan Ninik Mamak sebagai Elit dalam Percepatan Pembangunan Masyarakat</i>	
<b>9. Trisni Utami</b>	2274
<i>Revitalisasi Pasar Tradisional Berbasis Pemberdayaan Komunitas: Suatu Alternatif Penanggulangan Kemiskinan</i>	
<b>10. Ernita Arif</b>	2281
<i>Perilaku Aparatur Kelurahan dan Nagari dalam Melayani Masyarakat: Tinjauan Aspek Komunikasi</i>	
<b>11. Firdaus</b>	2289
<i>Dari Aksi Demonstrasi Ke Negosiasi : Strategi Penguatan Gerakan Pedagang Korban Bencana Pasar Raya Padang Oleh Pbh Sumbar</i>	

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah Subhanahuwataala, berkat limpahan karunia dan rahmat-Nya penyusunan prosiding Konferensi Nasional Sosiologi V ini berhasil diselesaikan.

Konferensi yang mengambil tema *Gerakan Sosial dan Kebangkitan Bangsa* dan berlangsung dari tanggal 18 – 19 Mei 2016 ini, melingkupi sub-tema yang cukup luas dan beragam. Karena itu penyusunan prosiding ini juga disesuaikan dengan sub-tema yang ada dalam konferensi tersebut.

Prosiding ini terdiri dari dua Volume. Volume I terdiri dari 7 BAB yakni (BAB I – BAB VII), mencakup beberapa sub-tema, yakni sub-tema gerakan perempuan, gerakan agraria, gerakan buruh, gerakan lingkungan, gerakan petani, gerakan kelompok marginal dan gerakan politik. Sementara itu, Volume II terdiri dari 10 BAB (BAB VIII – BAB XVII) yang mencakup sub-tema yang lebih beragam yakni gerakan keagamaan, pendidikan transformatif, gerakan pemuda, keluarga, komunitas, gaya hidup, gender dan sub-tema lainnya.

Atas selesainya penyusunan prosiding ini, terimakasih tak terhingga diucapkan kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung mulai dari pelaksanaan konferensi sampai penyusunan prosiding ini. Kepada pengurus pusat Asosiasi Program Studi Sosiologi Indonesia (APSSI), Rektor Universitas Andalas, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas, Ketua Yayasan dan Direktur STKIP PGRI Sumatera Barat, para editor, panitia pelaksana serta semua pihak yang telah ikut bertungkuslumus dalam membantu pelaksana Konferensi Nasional Sosiologi V dan penyusunan prosiding ini yang namanya tidak mungkin disebutkan satu-persatu, diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya.

Padang, 18 Mei 2016  
Tim Editor

**PERILAKU PENGUSAHA YANG MENGABAIKAN HAK  
MASYARAKAT  
(KAJIAN TERHADAP IMPLEMETASI CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY)**

Dr. Busyra Azheri, SH., M.Hum

*Abstract*

*Each businesses expect intention conducive business climate, so that the intent and purpose of the business can be run well. The facts show that the activity of the business world a lot of resistance from the community around the location of the company carries out its business activities. Sociologically, this condition does not appear out of nowhere, something is causing disharmony between businesses and surrounding communities. Various studies show that the disharmony is caused by the behavior of employers who ignore the rights of the people associated with the activity of the business world, such as the obligation to carry out corporate social responsibility (Corporate Social Responsibility (CSR) includes economic, social and environmental (triple bottom line). Most perpetrators businesses see CSR as an additional charge in addition to the tax, so the mind to do it because it will have an impact on reducing the benefits to be obtaining. Comprehensions like this is very wrong, because according to Article 74 paragraph (2) of Law Number 40 Year 2007 regarding Limited Liability Company confirms that costs issued to CSR activities constitute part of the cost of the company, the CSR funds that have been issued will be a component of a deduction from corporate taxes. In fact, businesses involving a third party to secure the conditions disharmony by issuing a greater cost. In terms of society, the CSR activities it shows the company's concern for the environment in which the company conducts its activities. If this condition can be synergized, between the interests of businesses and community rights will intention conducive business climate.*

*Key word: Entrepreneurs, Community Rights and Responsibility*

*Abstrak*

*Setiap pelaku usaha mengharapkan terwujudnya iklim usaha yang kondusif, agar maksud dan tujuan usahanya dapat berjalan dengan baik. Faktamenunjukkan bahwa aktivitas dunia usaha banyak mendapat resistensi dari masyarakat disekitar lokasi perusahaan melaksanakan aktivitas usahanya. Secara sosiologis, kondisi ini tidak muncul begitu saja, ada sesuatu yang menyebabkan ketidak harmonisan antara pelaku usaha dengan masyarakat sekitarnya. Berbagaipenelitian menunjukkan bahwa ketidakharmonisan tersebut disebabkan oleh perilaku pengusaha yang mengabaikan hak masyarakat berkaitan dengan aktivitas dunia usaha, seperti kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility (CSR) meliputi aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (triple bottom line). Kebanyakan pelaku usaha melihat CSR sebagai biaya tambahan selain pajak, sehingga keberatan untuk melaksanakannya karena akan berdampak pada pengurangan keuntungan yang akan diperolehnya. Pemahaman seperti ini sangat keliru, karena menurut Pasal 74 ayat (2) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menegaskan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan CSR merupakan bagian dari biaya perusahaan, maka dana CSR yang telah dikeluarkan akan menjadi komponen pengurang pajak perusahaan. Bahkan pelaku usaha melibatkan pihak ketiga untuk mengamankan kondisi disharmoni ini dengan mengeluarkan biaya yang lebih besar. Sedangkan dari sisi masyarakat, kegiatan CSR justru memperlihatkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dimana perusahaan*

melakukan aktivitasnya. Apabila kondisi ini dapat disinergikan, antara kepentingan pelaku usaha dan hak masyarakat maka akan terwujud iklim usaha yang kondusif.

**Keywords :** Pengusaha, Hak Masyarakat dan Responsibility

## 1. PENDAHULUAN

Keberadaan dunia usaha dalam tatatan masyarakat merupakan suatu keniscayaan. Sehingga antara perusahaan dengan masyarakat harus terjalin suatu hubungan yang harmonis. Fakta menunjukkan bahwa sektor industri atau korporasi-korporasi skala besar telah mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi di sisi lain eksploitasi sumber-sumber daya alam oleh sektor industri seringkali menyebabkan terjadinya degradasi lingkungan yang parah. Karakteristik umum korporasi skala-besar biasanya beroperasi secara *enclave*, dan melahirkan apa yang dalam perspektif sosiologi Booke, disebut sebagai "*dual society*", yakni tumbuhnya dua karakter ekonomi yang paradoks di dalam satu area. Di satu sisi ekonomi (di dalam *enclave*) tumbuh secara modern dan sangat pesat, tetapi di sisi masyarakat, ekonomi justru berjalan sangat lambat atau bahkan mandeg.<sup>403</sup>

Selain persoalan *dual society* tersebut, fakta juga menunjukkan bahwa berbagai aktivitas dunia usaha (korporasi) membawa dampak yang nyata terhadap kualitas kehidupan manusia baik itu terhadap individu, masyarakat, dan seluruh kehidupan. Terjadinya deforestasi, pemanasan global, pencemaran lingkungan, kemiskinan, pengangguran, kebodohan, penyakit menular, akses hidup dan air bersih. Konsisi ini berlangsung secara masif dan sistematis hingga saat sekarang. Apabila kondisi ini tidak dicarikan solusinya, maka dalam tempo yang tidak begitu lama lagi, manusia di permukaan bumi akan mengalami berbagai persoalan sebagai dampak dari aktivitas dunia usaha itu sendiri.

Kondisi ini menyebabkan hubungan perusahaan dengan masyarakat tempatan menjadi tidak harmonis dan diwarnai berbagai konflik serta ketegangan. Berbagai tuntutan seperti ganti-rugi atas kerusakan lingkungan, ketenagakerjaan (*employment*), pengangguran, dan lain sebagainya sangat jarang memperoleh solusi yang mendasar dan memuaskan masyarakat. Situasi tersebut diperparah oleh kultur perusahaan yang didominasi cara berpikir dan perilaku ekonomi yang bersifat *profit-oriented* semata.

Secara katagories, cara pandang dunia bisnis dalam menjalankan usahanya yang masih menghambakan dari pada akumulasi keuntungan tidak bisa dipersalahkan, sepanjang dilakukan secara wajar. Akan tetapi, fakta menunjukkan bahwa perusahaan yang menghambakan diri hanya mencarikan keuntungan akan menghalalkan berbagai cara, termasuk melakukan praktek-praktek yang secara moral tidak benar. Hal ini sangat bertentangan dengan ketentuan hukum dan etika bisnis. Jika masyarakat setempat merasa dirugikan oleh operasi perusahaan dan menuntut sesuatu, perusahaan tidak segan-segan melakukan tindakan represif untuk membungkamnya.

Sejalan dengan perubahan tatanan politik di Indonesia pada akhir tahun 90-an, dimana telah mengubah secara drastis cara pandang tersebut. Masyarakat kini menginginkan suasana keterbukaan informasi (*well informed*), termasuk dalam pengelolaan perusahaan. Pola hubungan masyarakat dan perusahaan juga secara total berubah. Masyarakat kini telah semakin *well informed*, sehingga daya kritis dan keberanian mereka untuk mengemukakan aspirasinya secara lebih terbuka semakin meningkat, termasukuntutannya terhadap perusahaan yang beroperasi di lingkungan mereka. Karena itu, pihak perusahaan dituntut untuk menyadari akan "kekeliruan" pendekatan masa lalu yang

---

<sup>403</sup><http://sosiologimasyarakat.blogspot.co.id/2010/06/konteks-sosiologis.html> di akses. 15 April 2016



represif, dan didorong untuk membangun fundamental hubungan yang lebih baik, sehingga terbentuk sebuah kerangka hubungan yang harmonis antara perusahaan atau industri dengan lingkungan strategisnya.

Fundamental hubungan yang baik tersebut, harus diletakkan pada prinsip-prinsip simbiosis mutualistik, saling pengertian dan saling memberi manfaat. Melalui konsep ini, masyarakat diharapkan dapat berperilaku santun dan kooperatif terhadap eksistensi perusahaan, sementara perusahaan tetap dapat beroperasi secara sehat dalam mengejar keuntungan ekonominya sembari tetap meningkatkan *Corporate Social Responsibility* (CSR)-nya didasarkan pada konsep *Triple Bottom Line* yang meliputi aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Bahkan pemerintah melalui Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (selanjutnya disingkat UUPT) mengatur secara eksplisit tentang CSR tersebut.

#### **Permasalahan**

Iklim usaha yang kondusif tidak akan lahir begitu saja, oleh karena itu setiap pelaku usaha harus menghormati hak masyarakat pada satu sisi dan kewajiban perusahaan pada sisi lain. Agar keseimbangan tersebut bisa terwujud, maka perusahaan dalam aktivitasnya harus menerapkan prinsip CSR guna terwujudnya iklim usaha yang kondusif.

## **2. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Perilaku Perusahaan dalam Menjalankan Aktivitas Usahanya**

Perusahaan merupakan artifisial dari manusia pribadi, sehingga kepentingan perusahaan tidak jauh berbeda dengan kepentingan manusia itu sendiri, yaitu ingin dihargai dan diakui eksistensinya. Namun demikian, perusahaan justru memposisikan dirinya sebagai sosok yang eksklusif yang hanya mengedepankan penghambaan upaya mencari keuntungan semata (*profit oriented*). Untuk mencapai keuntungan tersebut, perilaku perusahaan mengabaikan kewajiban yang seyogyanya harus dilaksanakannya, seperti pengakuan terhadap hak-hak masyarakat, baik dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Bila kondisi ini dikaitkan dengan ketentuan Pasal 33 ayat (3) UUD 1945 yang menyatakan “bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”, maka perilaku perusahaan tidak sejalan dengan amanah konstitusi tersebut. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Carolyn Marr yang menyatakan bahwa Indonesia adalah Negara kaya, tetapi juga miskin (*Indonesia of fabulously rich and Indonesians desperately poor*).<sup>404</sup> Hal ini memberikan makna bahwa perusahaan hanya sebagai entitas yang hanya mementingkan diri sendiri (*selfish*), alienasi dan atau eksklusifitas dari lingkungan masyarakat. Di lain pihak, masyarakat disekitar perusahaan dibiarkan hidup dalam kemiskinan, penderitaan, dan berbagai kesulitan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Bahkan pada daerah tertentu, masyarakat distigmatisasi sebagai penghalang pembangunan kalau tidak mau mengikuti kemauan perusahaan. Akibat dari stigmatisasi tersebut, timbulah berbagai resistensi, perlawanan, dan berbagai tindakan penolakan terhadap keberadaan perusahaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan berbagai konflik antara perusahaan dengan masyarakat, seperti kasus Timika di Papua, Meisuji di Sumatera Selatan, Newmon di Nusa Tenggara Barat dan lain sebagainya.

Kondisi seperti ini tidak perlu terjadi jika pihak perusahaan menyadari bahwa suatu perusahaan merupakan bagian dari subsisten tatanan kehidupan sosial masyarakat. Antara perusahaan dengan masyarakat saling ketergantungan, perusahaan tidak bisa hidup,

---

<sup>404</sup> Carolyn Marr, 1993, *Digging Deep the Hidden Cost of Mining in Indonesia*, Down to Earth & Minewatch, Penang, Malaysia, h. 1.

beroperasi dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak.<sup>405</sup>Oleh karena itu, setiap perusahaan harus merubah "image" terhadap masyarakat sekitarnya agar tercipta iklim dunia usaha yang kondusif. Salah satunya adalah dengan menerapkan CSR dalam aktivitas usahanya.

Pemerintah telah memasukkan CSR sebagai kewajiban investor sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 UUPM dan kewajiban perusahaan yang bergerak dan atau berkaitan dengan sumber daya alam sebagaimana diatur Pasal 74 ayat (1) UUPT. Dengan demikian keberadaan perusahaan pada wilayah tertentu betul-betul berdampak positif baik dari segi ekonomi, sosial dan kelestarian lingkungan hidup, karena pada dasarnya CSR merupakan wujud dari kepedulian perusahaan terhadap *stakeholders*.

Dari hasil survei dan penelitian menunjukkan bahwa CSR bukanlah murni atas dasar kesadaran perusahaan, tetapi merupakan suatu tuntutan dalam rangka menghadapi derasnya arus globalisasi dan tuntutan pasar bebas (*free market*). Kondisi ini dipertajam dengan terbentuknya ikatan ekonomi seperti WTO, AFTA, APEC, dan UE. Pada sisi lain fakta menunjukkan cepatnya dinamika sosial kemasyarakatan dan semakin berkurangnya peran pemerintah, serta dominannya peran sektor swasta dalam pembangunan ekonomi suatu negara.<sup>406</sup>Kondisi ini juga di picu dengan meningkatnya kesadaran dan tuntutan masyarakat terhadap keadilan sosial, lingkungan hidup dan hak-hak asasi manusia (HAM) serta penegakan hukum (*law enforcement*).Selain hal tersebut di atas, berbagai survei juga menunjukkan bahwa perusahaan yang melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa memiliki dari masyarakat (*sense of belonging*) terhadap kehadiran perusahaan. Di sinilah letak pentingnya pengaturan CSR, sehingga CSR yang semula bersifat *voluntary* perlu ditingkatkan menjadi *mandatory*.<sup>407</sup>

## **B. Pentingnya Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Dunia Usaha**

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya bahwa gerakan CSR tidak terlepas dari tumbuh dan berkembangnya kesadaran masyarakat terhadap HAM dan demokratisasi serta penerapan prinsip *will informed* pada 2 (dua) dekade terakhir ini, melalui desakan organisasi-organisasi masyarakat sipil dan jaringannya di tingkat global. Keprihatinan utama yang disuarakan adalah perilaku perusahaan atau korporasi, demi maksimalisasi laba, lazim mempraktekkan cara-cara yang tidak fair dan tidak etis, dan dalam banyak kasus bahkan dapat dikategorikan sebagai kejahatan korporasi. Beberapa raksasa korporasi transnasional sempat merasakan jatuhnya reputasi mereka akibat kampanye dalam skala global tersebut.<sup>408</sup>

Pada dekade 1980-90an, wacana CSR terus berkembang yang diawali Konferansi Tingkat Tinggi Bumi (*Earth Summit*) di Rio de Janeiro Brazilia pada 1992 yang menegaskan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) sebagai suatu hal yang mesti diperhatikan, tak hanya oleh negara, tapi kalangan korporasi yang memiliki kekuatan capital yang makin menggurita. Tekanan KTT Rio ini, terasa bermakna sewaktu James Collins dan Jerry Porras meluncurkan "*Built To Last: Succesful Habits of Visionary Companies*" pada tahun 1994. Lewat riset yang dilakukan, mereka menunjukkan bahwa

---

<sup>405</sup> Erni R. Ernawan, 2007, *Business Ethics*, Alfabeta, Bandung, h. 110.

<sup>406</sup> Teguh, 2006, *Tanggung Jawab Sosial Harus Dilakukan*, makalah pada seminar "*Corporate Social Responsibility*": *Integreting Sosial Aspect into The Business*, Ikatan Keluarga Mahasiswa Manajemen Universitas Gajah Mada (UGM), Yogyakarta, 11 Maret 2006.

<sup>407</sup> Busyra Azheri, *lot., cit.*, h. 375.

<sup>408</sup> The Business Watch Indonesia, Sumbangan Pemikiran pada Penyusunan Peraturan Pemerintah Perihal Tanggung Jawab Sosial Korporasi" Desember 2007 diakses pada 25 April 2016,

perusahaan-perusahaan yang terus hidup bukanlah perusahaan yang hanya mencetak keuntungan semata.<sup>409</sup>

Salah satu poin esensial dari hasil KTT Bumi (*Earth Summit*) di Rio de Janeiro Brazilia pada tahun 1992, yaitu menyepakati perubahan paradigma pembangunan, dari pertumbuhan ekonomi (*economic growth*) menjadi pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Dalam perspektif perusahaan, di mana keberlanjutan dimaksud merupakan suatu program sebagai dampak dari usaha-usaha yang telah dirintis, berdasarkan konsep kemitraan dan rekanan dari masing-masing stakeholder. Ada lima elemen sehingga konsep keberlanjutan menjadi penting, diantaranya:<sup>410</sup>

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

Pada tahun 2002 dalam pertemuan Yohannesburg yang dihadiri para pemimpin dunia memunculkan konsep "*social responsibility*". Kelima konsep ini menjadi dasar bagi perusahaan dalam melaksanakan CSR-nya. Kemudian dilanjutkan dengan pertemuan penting UN Global Compact di Jenewa, Swiss, 7 Juli 2007 yang dibuka Sekjen PBB mendapat perhatian media dari berbagai penjuru dunia. Pertemuan itu bertujuan meminta perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawab dan perilaku bisnis yang sehat yang kemudian dikenal dengan *Corporate Social Responsibility*. Munculnya konsep CSR didorong oleh terjadinya kecenderungan pada masyarakat industri yang dapat disingkat sebagai fenomena DEAF (yang dalam bahasa Inggris berarti tuli), sebuah akronim dari Dehumanisasi, Equalisasi, Aquariumisasi, dan Feminisasi.<sup>411</sup> :

1. Dehumanisasi industri.

Efisiensi dan mekanisasi yang semakin menguat di dunia industri telah menciptakan persoalan-persoalan kemanusiaan baik bagi kalangan buruh di perusahaan tersebut, maupun bagi masyarakat di sekitar perusahaan. 'merger mania' dan perampangan perusahaan telah menimbulkan gelombang pemutusan hubungan kerja dan pengangguran, ekspansi dan eksploitasi dunia industri telah melahirkan polusi dan kerusakan lingkungan yang hebat.

2. Equalisasi hak-hak publik.

Masyarakat kini semakin sadar akan haknya untuk meminta pertanggung jawaban perusahaan atas berbagai masalah sosial yang sering kali ditimbulkan oleh beroperasinya perusahaan. Kesadaran ini semakin menuntut akuntabilitas (*accountability*) perusahaan bukan saja dalam proses produksi, melainkan pula dalam kaitannya dengan kepedulian perusahaan terhadap berbagai dampak sosial yang ditimbulkan.

3. Aquariumisasi dunia industri.

Dunia kerja kini semakin transparan dan terbuka laksana sebuah akuarium. Perusahaan yang hanya memburu rente ekonomi dan cenderung mengabaikan hukum, prinsip etis, dan filantropis tidak akan mendapat dukungan publik. Bahkan dalam banyak kasus, masyarakat menuntut agar perusahaan seperti ini ditutup.

---

<sup>409</sup> Busyra Azheri, 2011, *Corporate Social Responsibility, dari Voluntary Menjadi Mandatory*, Raja Grafindo, Jakarta, hlm 107.

<sup>410</sup> *Ibid.*

<sup>411</sup> Edi Suharto, 2007, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. 2005. Bandung: Refika Aditama, hlm 103-104.

#### 4. Feminisasi dunia kerja.

Semakin banyaknya wanita yang bekerja, semakin menuntut penyesuaian perusahaan, bukan saja terhadap lingkungan internal organisasi, seperti pemberian cuti hamil dan melahirkan, keselamatan dan kesehatan kerja, melainkan pula terhadap timbulnya biaya-biaya sosial, seperti penelantaran anak, kenakalan remaja akibat berkurang atau hilangnya kehadiran ibu-ibu di rumah dan tentunya di lingkungan masyarakat. Pelayanan sosial seperti perawatan anak (child care), pendirian fasilitas pendidikan dan kesehatan bagi anak-anak atau pusat-pusat kegiatan olah raga dan rekreasi bagi remaja bisa merupakan sebuah 'kompensasi' sosial terhadap isu ini.

Sejalan dengan dinamika dunia usaha semakin di Indonesia memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan CSR. Pemahaman itu memberikan garis tuntunan (*guideline*) bahwa korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja (*selfish*), sehingga ter-alienasi atau mengasingkan diri dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja. Seyogyanya perusahaan sebagai entitas sosial dalam masyarakat wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya. Dengan demikian CSR adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat tempat dalam upaya mewujudkan iklim usaha yang kondusif.

#### C. Pelaksanaan CSR dalam Upaya Menciptakan Iklim Usaha yang Kondusif

Secara esensial CSR merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*shareholders*), tetapi suatu perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*). Semua itu tidak lepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak.<sup>412</sup> Secara internal, kepedulian perusahaan ini sendiri terlihat dari komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan segala dampak dari aktivitas usahanya dalam dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan (*Triple Bottom Line*). Bagi perusahaan yang konsisten menerapkan CSR, maka akan mendapatkan keuntungan dalam bentuk kepercayaan dari *stakeholders*-nya (*corporate image*). Oleh karena itu, penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai "cost" semata-mata, melainkan sebagai investasi jangka panjang bagi perusahaan yang bersangkutan. Sedangkan dari segi eksternal, CSR juga tidak terlepas dari wujud pertanggungjawaban perusahaan atas dampak dari aktivitas usahanya. Hal ini terlihat dari fakta dimana begitu banyak perusahaan yang telah merusak tatanan lingkungan dan struktur sosial masyarakat, bahkan menimbulkan konflik baik secara vertikal maupun horizontal.

Bila dilakukan perbandingan penerapan CSR sebelum dan sesudah dikeluarkannya UUPT, terlihat bahwa hasil survei yang dilakukan Suprpto dan Siti Adiprignadi Adiwoso pada tahun 2005 terhadap 375 perusahaan di Jakarta,<sup>413</sup> menunjukkan bahwa 166 (44,27 %) perusahaan menyatakan tidak melakukan kegiatan CSR dan 209 (55,75%) perusahaan melakukan kegiatan CSR. Sedangkan bentuk CSR yang dilakukan adalah, *pertama*; kegiatan kekeluargaan (116 perusahaan), *kedua*; sumbangan pada lembaga agama (50 perusahaan), *ketiga*; sumbangan pada yayasan sosial (39 perusahaan), *keempat*; pengembangan komunitas (4 perusahaan). Survei ini juga mengungkapkan bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan amat tergantung pada keinginan dari pihak manajemen perusahaan. Sedangkan hasil survei yang dilakukan oleh Kompas pada tahun 2007

<sup>412</sup> Erni R. Ernawan, 2007, *Business Ethics*, Alfabeta, Bandung, halaman 110.

<sup>413</sup> Suprpto & Siti Adiprignadi Adiwoso, 2006, *Pola Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Lokal di Jakarta*. Majalah Galang vol.1, No. 2, Januari 2006.

menunjukkan bahwa kegiatan CSR hanya dilakukan  $\pm$  30 % dari keseluruhan perusahaan yang beroperasi di Indonesia, dan kegiatannya sendiri lebih terfokus pada kedermawanan (*philanthropy*) dan kemurahan hati (*charity*) dalam rangka membantu korban bencana alam.<sup>414</sup>

Dari kedua hasil survei tersebut, terlihat bahwa pelaksanaan CSR lebih bersifat spontanitas, tidak terencana dengan baik, dan sebagai upaya untuk meredakan tuntutan serta resistensi masyarakat setempat. Bahkan kegiatan CSR tidak lebih dari memperlihatkan empati terhadap musibah yang dialami masyarakat. Lebih disesali lagi adalah bahwa dibalik kegiatan CSR tersebut, terselip misi terselubung yang berkaitan dengan promosi perusahaan. Indikasi ini terlihat dari ekpose pelaksanaan CSR melalui media cetak dan elektronik.

Jika kondisi ini tidak segera dibenahi, maka kewajiban perusahaan untuk melaksanakan CSR tidak akan berdampak signifikan terhadap iklim usaha yang kondusif, malah sebaliknya bisa memicu hal-hal yang tidak diinginkan karena masyarakat telah mengetahui bahwa kegiatan CSR merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan. Oleh karena itu dalam pelaksanaan kegiatan CSR seyogyanya perusahaan mengacu pada prinsip yang dinyatakan Alyson Warhurst sebagai pakar CSR dari University of Bath Inggris, di mana beliau menjelaskan ada 16 (enam belas) prinsip yang harus diperhatikan dalam pelaksanaan CSR yaitu sebagai berikut :<sup>415</sup>

1. **Prioritas Perusahaan.**  
Dalam hal ini perusahaan harus menjadikan tanggung jawab sosial sebagai prioritas tertinggi dan penentu utama dalam pembangunan berkelanjutan. Dengan demikian suatu perusahaan dapat membuat kebijakan, program, dan praktek dalam menjalankan aktivitas bisnisnya dengan cara lebih bertanggung jawab secara sosial.
2. **Manajemen Terpadu.**  
Manajer sebagai pengendali dan pengambil keputusan harus mampu mengintegrasikan setiap kebijakan dan program dalam aktivitas bisnisnya, sebagai salah satu unsur dalam fungsi manajemen.
3. **Proses Perbaikan.**  
Setiap kebijakan, program, dan kinerja sosial harus dilakukan evaluasi secara berkesinambungan didasarkan atas temuan riset mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut secara global.
4. **Pendidikan Karyawan.**  
Karyawan sebagai *stakeholders* primer harus ditingkatkan kemampuan dan keahliannya, oleh karena itu perusahaan harus memotivasi mereka melalui program pendidikan dan pelatihan.
5. **Pengkajian.**  
Perusahaan sebelum melakukan sekecil apapun suatu kegiatan harus terlebih dahulu melakukan kajian mengenai dampak sosialnya. Kegiatan ini tidak saja dilakukan pada saat memulai suatu kegiatan, tapi juga pada saat sebelum mengakhiri atau menutup suatu kegiatan.
6. **Produk dan Jasa.**

---

<sup>414</sup> Harian Kompas, Hasil Survei CSR, 4 Agustus 2007.

<sup>415</sup> Yusuf Wibisono, 2007, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*, Gresik, FaschoPublising, halaman 39-41.

Suatu perusahaan harus senantiasa berusaha mengembangkan suatu produk dan jasa yang tidak mempunyai dampak negatif secara sosial.

7. Informasi Publik.  
Memberikan informasi dan bila perlu mengadakan pendidikan terhadap konsumen, distributor, dan masyarakat umum tentang penggunaan, penyimpanan, dan pembuangan atas suatu produk barang dan atau jasa.
8. Fasilitas dan Operasi.  
Mengembangkan, merancang, dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan kegiatan dengan mempertimbangkan temuan yang berkaitan dengan dampak sosial dari suatu kegiatan perusahaan.
9. Penelitian.  
Melakukan dan atau mendukung suatu riset atas dampak sosial dari penggunaan bahan baku, produk, proses, emisi, dan limbah yang dihasilkan sehubungan dengan kegiatan usaha. Penelitian itu sendiri dilakukan dalam upaya mengurangi dan atau meniadakan dampak negatif kegiatan dimaksud.
10. Prinsip Pencegahan.  
Memodifikasi manufaktur, pemasaran dan atau penggunaan atas produk barang atau jasa yang sejalan dengan hasil penelitian mutakhir. Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya mencegah dampak sosial yang bersifat negatif.
11. Kontraktor dan Pemasok.  
Mendorong kontraktor dan pemasok untuk mengimplementasikan dari prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan, baik yang telah maupun yang akan melakukannya. Bila perlu menjadikan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari suatu persyaratan dalam kegiatan usahanya.
12. Siaga Menghadapi Darurat.  
Perusahaan harus menyusun dan merumuskan rencana dalam menghadapi keadaan darurat. Dan bila terjadi keadaan berbahaya perusahaan harus bekerja sama dengan layanan gawat darurat (*emergency*), instansi berwenang, dan komunitas lokal. Selain itu perusahaan berusaha mengenali potensi bahaya yang muncul.
13. Transfer *Best Practice*.  
Berkontribusi pada pengembangan dan transfer bisnis praktis sepanjang bertanggung jawab secara sosial pada semua industri dan sektor publik.
14. Memberikan Sumbangan.  
Sumbangan ini ditujukan untuk pengembangan usaha bersama, kebijakan publik dan bisnis, lembaga pemerintah dan lintas departemen serta lembaga pendidikan yang akan membantu meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial.
15. Keterbukaan (*disclosure*).  
Menumbuh kembangkan budaya keterbukaan dan dialogis dalam lingkungan perusahaan dan dengan unsur publik. Selain itu perusahaan harus mampu mengantisipasi dan memberikan respons terhadap risiko potensial (*potencial hazard*) yang mungkin muncul, dan dampak negatif dari operasi, produk, limbah dan jasa.
16. Pencapaian dan Pelaporan.  
Melakukan evaluasi atas hasil kinerja sosial, melaksanakan audit sosial secara berkala dan mengkaji pencapaian berdasarkan kriteria perusahaan dan ketentuan peraturan perundang-undangan serta menyampaikan informasi tersebut kepada dewan direksi, pemegang saham, pekerja, dan publik.

Pada sisi lain, *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) pada saat pertemuan para menteri anggota OECD di Prancis tahun 2000 juga merumuskan prinsip-prinsip yang dapat dijadikan pedoman dalam implementasi CSR bagi perusahaan transnasional. Pedoman itu berisikan kebijakan umum yang meliputi:<sup>416</sup>

1. Memberi kontribusi untuk kemajuan ekonomi, sosial, dan lingkungan berdasarkan pandangan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).
2. Menghormati hak-hak asasi manusia yang dipengaruhi oleh kegiatan yang dijalankan perusahaan tersebut, sejalan dengan kewajiban dan komitmen pemerintah di negara tempat perusahaan beroperasi.
3. Mendorong pembangunan kapasitas lokal melalui kerja sama yang erat dengan komunitas lokal. Termasuk kepentingan bisnis. Selain mengembangkan kegiatan perusahaan di pasar dalam dan luar negeri sejalan dengan kebutuhan praktek perdagangan.
4. Mendorong pembentukan *human capital*, khususnya melalui penciptaan kesempatan kerja dan memfasilitasi pelatihan bagi karyawan.
5. Menahan diri untuk tidak mencari atau menerima pembebasan di luar yang dibenarkan secara hukum yang terkait dengan lingkungan, kesehatan dan keselamatan kerja, perburuhan, perpajakan, insentif finansial dan isu-isu lainnya.
6. Mendorong dan memegang teguh prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) serta mengembangkan dan menerapkan praktek-praktek tata kelola perusahaan yang baik.
7. Mengembangkan dan menerapkan praktek-praktek sistem manajemen yang mengatur diri sendiri (*self-regulation*) secara efektif guna menumbuh kembangkan relasi saling percaya diantara perusahaan dan masyarakat setempat di mana perusahaan beroperasi.
8. Mendorong kesadaran pekerja yang sejalan dengan kebijakan perusahaan melalui penyebaran informasi tentang kebijakan-kebijakan itu pada pekerja termasuk melalui program-program pelatihan.
9. Menahan diri untuk tidak melakukan tindakan tebang pilih (*discrimination*) dan indiscipliner.
10. Mengembangkan mitra bisnis, termasuk para pemasok dan sub-kontraktor, untuk menerapkan aturan perusahaan yang sejalan dengan pedoman tersebut.
11. Bersikap abstain terhadap semua keterlibatan yang tak sepatutnya dalam kegiatan-kegiatan politik lokal.

Selain prinsip CSR yang dinyatakan oleh Alyson Warhurst dan OECD, perusahaan dalam pelaksanaan CSR juga dapat mengacu pada panduan ISO 26000: *Guidance Standard on Social Responsibility* yang merumuskan beberapa prinsip yaitu:<sup>417</sup>

- a. Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat;
- b. Memperhatikan kepentingan dari para stakeholder;
- c. Sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional; dan
- d. Terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, baik kegiatan, produk maupun jasa.

Selain itu, dalam ISO 2006, terdapat 7 (tujuh) isu pokok yang berkaitan dengan penerapan CSR, yaitu:<sup>418</sup>

- a. Pengembangan masyarakat;
- b. Konsumen;

---

<sup>416</sup>*Ibid*, halaman 42-43.

<sup>417</sup>Busyra Azheri & Isa Wahyudi, 2008, *Corporate Social Responsibility*, Prinsip, Pengaturan, dan Implementasi, Malang, Inspire Indonesia, halaman 120-212..

<sup>418</sup>*Ibid*,

- c. Praktek kegiatan institusi yang sehat;
- d. Lingkungan;
- e. Ketenagakerjaan;
- f. Hak Asasi Manusia;
- g. *Organizational Governance* (Organisasi Pemerintahan).

Agar penerapan CSR tersebut efektif, maka ke 7 (tujuh) isu pokok ISO 26000 harus terintegrasi dalam aktivitas perusahaan. Untuk itu perlu diperhatikan prinsip dasar dalam pembuatan keputusan dan kegiatan CSR meliputi:

- a. Kepatuhan kepada hukum;
- b. Menghormati instrumen/badan-badan internasional;
- c. Menghormati *stakeholders* dan kepentingannya;
- d. Akuntabilitas;
- e. Transparansi;
- f. Perilaku yang beretika;
- g. Melakukan tindakan pencegahan;
- h. Menghormati dasar-dasar hak asasi manusia.

Dari berbagai prinsip yang harus dipedomani dalam pelaksanaan CSR oleh kalangan dunia usaha sebagaimana tersebut di atas terlihat bahwa cakupan kegiatan CSR begitu luas, sehingga dalam pelaksanaannya harus mempertimbangkan aspek sosio kultural dan keterlibatan masyarakat setempat. Harus diakui baik langsung maupun tidak langsung keberadaan suatu perusahaan akan berdampak pada aspek sosio kultural suatu masyarakat. Apabila hal ini bisa dilakukan dengan baik, secara tidak langsung akan menumbuhkan "*since of belonging*" terhadap perusahaan.

#### **D. Peran Pemerintah dalam Mewujudkan Iklim Usaha yang Kondusif Melalui Pelaksanaan CSR**

Mengingat keterbatasan sumberdana dalam pembangunan suatu wilayah, pemerintah berdasarkan kewenangan yang ia miliki dapat menjadikan kegiatan CSR sebagai instrumen dalam pembangunan dengan memberikan kebebasan kepada pelaku usaha melaksanakan CSR dengan mengedepankan prinsip "*self assesment and benchmark*". Oleh karena itu pemerintah (Pemda) lebih memposisikan dirinyasebagai :

- a. Regulator  
Sehubungan telah dikeluarkannya Peraturan Pemerintah (PP) tentang CSR sebagai tindak lanjut dari Pasal 74 ayat (4) UUP, pemerintah daerah (Pemda) dapat mengatur penerapan CSR sedemikian rupa yang dituangkan dalam bentuk Peraturan Daerah (Perda) yang didasarkan atas kewenangan yang dimiliki oleh Pemda sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah. Regulasi dimaksud harus dirumuskan sedemikian rupa, sehingga pelaksanaan CSR oleh perusahaan bukanlah sesuatu beban, tetapi merupakan sesuatu yang tumbuh dari kesadaran dengan member ruang yang seluas-luasnya bagi pelaku usaha untuk berkreasi dalam pelaksanaan CSR-nya.
- b. Partisipan  
Pemerintah sebagai bagian dari *stakeholders* suatu perusahaan bisa berpartisipasi secara aktif dengan merumuskan suatu program yang berkaitan dengan penerapan CSR dalam lingkup *triple bottom line* (aspek ekonomi, sosial dan lingkungan). Program tersebut ditawarkan kepada kalangan dunia usaha, terutama perusahaan yang beroperasi pada wilayah tertentu.
- c. Fasilitator



Mengingat keterbatasan yang suatu perusahaan, sudah seyogyanya pemerintah bisa bertindak sebagai fasilitator dalam penerapan CSR dengan mempertemukan para *stakeholders* sehubungan dengan rencana pelaksanaan suatu kegiatan CSR.

Selain apa yang telah dijelaskan di atas, tidak salah juga kiranya sebagai komparasi kita lihat bagaimana pelaksanaan CSR pada Negara lain seperti Kanada. Sebagai salah satu negara yang mempunyai perhatian yang besar terhadap CSR, di mana pada bulan Desember 2006 pemerintah dan parlemen bersama kalangan industrinya berusaha menetapkan beberapa strategi berkaitan dengan penerapan CSR sebagai berikut :<sup>419</sup>

- a. *Perlindungan Lingkungan (Environmental Protection)*:  
Industri Kanada berusaha mendorong perusahaan berkenaan dengan praktek perlindungan lingkungan melalui beberapa lembaga, seperti untuk strategi pembangunan berkelanjutan dengan melibatkan *Industrial Technologies Office, Lean Manufacturing, and Technology Roadmaps*. Ketentuan perlindungan lingkungan ini telah menjadi suatu persyaratan baik berkenaan dengan perizinan maupun dengan lembaga keuangan.
- b. *Pengelolaan Perusahaan (Corporate Governance)*:  
Pemerintah Kanada tidak lagi terlibat dalam pengelolaan perusahaan, semuanya diserahkan pada asosiasi perusahaan yang bersangkutan. Ketentuan ini diatur dalam amandemen *Canada Business Corporations Act* pada tahun 2001. Sedangkan pertanggungjawabannya tetap di bawah pemerintah, baik pada tingkat pusat, provinsi maupun lokal. Kondisi ini berdampak positif bagi perkembangan dan kemampuan berkompetisi antara perusahaan.
- c. *Praktek Manajemen Sumber daya Manusia (Human Resource Management Practices)*:  
Kalangan industri Kanada mempunyai perhatian yang cukup untuk meningkatkan praktek manajemen sumber daya manusia. Hal ini terlihat dari program pelatihan dalam rangka meningkatkan keterampilan dan keahlian pekerja/buruh.
- d. *Promosi dan Perlindungan Konsumen (Promotion and Protection of Consumer)* :  
Melalui serangkaian aktivitas industri Kanada memastikan terwujudnya suatu kompetisi yang adil dan pasar yang efisien untuk bisnis dan konsumen. Dalam hal ini *Office of Consumer Affairs (OCA)* dan *Competition Bureau* memainkan peran penting. OCA menyediakan jasa dan produk untuk meningkatkan kesadaran konsumen. Berdasarkan keikutsertaan OCA dalam kelompok kerja ISO's untuk perlindungan konsumen pada pasar global, OCA tengah menyelidiki pengembangan standard internasional untuk CSR. Sedangkan *Competition Bureau* mengurus dan mengatur mengenai penegakan hukum yang berkaitan dengan ketentuan *Competition Act, Consumer Packaging and Labelling Act, and the Textile Labelling Act*.
- e. *Pengembangan Komunitas (Community Development)* :  
Berkaitan dengan program yang amat kental dengan dimensi sosial dan kemanfaatannya, baik bagi Kanada sendiri, maupun negara lain. Kegiatan ini dilaksanakan dalam berbagai bentuk seperti pemberian komputer untuk sekolah, pelayanan kesehatan masyarakat, pemberian beasiswa, magang dan lain sebagainya.
- f. *Kesehatan dan Keselamatan Kerja (Health and Safety)* :  
Masalah kesehatan dan keselamatan kerja dalam lingkungan industri di Kanada mendapat tempat tersendiri. Setiap perusahaan harus membuat suatu kebijakan melindungi seluruh pekerja/buruhnya bekerja sama dengan industri farmasi dan asuransi. Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi, dikembangkan program "telehealth". Program ini memberikan berbagai informasi

---

<sup>419</sup> Busyra Azheri, *Op.*, *Cit* halaman 184-185.

dan kemudahan dalam pelayanan kesehatan melalui teknologi multi media.

Selain itu, CSR tidak hanya menjadi kewajiban perusahaan yang menghasilkan produk barang dan jasa, tetapi juga dilaksanakan oleh perusahaan yang bergerak di bidang portofolio atau surat berharga. Kebijakan ini didukung oleh *Business Development Bank of Canada* melalui penerapan GCG salah satunya dalam bentuk CSR. Berkaitan penerapan CSR, dimana berdasarkan hasil penelitian dewan ilmu sosial dan riset kemanusiaan (*Social Sciences and Humanities Research Council (SSHRC)*) menunjukkan bahwa bisnis perbankan menerapkan CSR dalam bentuk menyediakan pelatihan dan program magang bagi mereka yang baru lulus perguruan tinggi, pemberian bantuan dana operasional untuk kegiatan pelatihan dan pengembangan bisnis serta pengembangan berbagai aktivitas kemasyarakatan.

Perkembangan pendekatan kebijakan yang diambil oleh pemerintah terhadap penerapan CSR semakin luas, mencakup aspek informasi, ekonomi, dan instrumen regulasi lainnya. Bahkan aktivitas CSR diintegrasikan menjadi tindakan kebijakan publik, meskipun tidak dinyatakan sebagai CSR secara tegas antara lain:<sup>420</sup>

- a. Standar minimum berkaitan dengan perlindungan lingkungan, kesehatan dan keselamatan, serta hubungan ketenagakerjaan;
- b. Keharusan membuat laporan tahunan yang berkaitan dengan tanggung jawab publik yang digambarkan sebagai kontribusi perusahaan terhadap masyarakat dan perekonomian negara (Kanada), sosial dan budaya, dan lain sebagainya;
- c. Instrumen fiskal yang dapat mendorong CSR, seperti pengurangan dan kredit pajak untuk perusahaan;
- d. Pelatihan bidang pendidikan dan dukungan jaringan profesional;
- e. Prakarsa mengumpulkan informasi untuk membangun pengetahuan berdasar CSR.
- f. Program bersifat fakultatif berkaitan dengan pendaftaran capaian emisi atau efek rumah kaca dan lain-lain.
- g. Pada tahun 1995, berdasarkan amanat *Auditor General Act* di bentuklah Komisi Lingkungan dan Pembangunan Berkelanjutan. Komisi ini diharapkan mampu melahirkan strategi pembangunan berkelanjutan untuk setiap 3 (tiga) tahun sekali.

Selain itu Dewan Perwakilan Rakyat Kanada (*Board of Canada*) juga membentuk badan independent yang khusus menangani CSR yaitu *Canadian Business for Social Responsibility (CBSR)*. Badan ini diberi wewenang yang luas, mulai dari mensosialisasikan CSR kepada berbagai asosiasi dunia usaha, merumuskan kebijakan, memberikan penghargaan (*CSR award*), menerapkan standar mutu sesuai dengan ketentuan internasional berkaitan dengan aspek CSR, dan berbagai kebijakan lainnya.

Khusus dalam penerapan CSR, CBSR memberikan kebebasan kepada perusahaan untuk melaksanakan CSR didasarkan atas prinsip *self assesment and benchmark*. Dengan demikian perusahaan bisa dengan leluasa menerapkan CSR yang didasarkan atas kebutuhan lingkungan dimana perusahaan beroperasi. Semua itu terlihat dari laporan yang bersifat suatu keharusan yang mengacu pada standar ISO dan OECD, dan OHS.A.

## Penutup

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan beberapa hal yang berkaitan dengan perilaku perusahaan yang mengabaikan hak masyarakat sebagai berikut :

1. Perilaku perusahaan terhadap masyarakat masih memperlihatkan pada sikap yang arogan dan lebih mengedepankan kepentingan sendiri (*selfish*). Untuk itu perusahaan harus menyadari bahwa ia merupakan bagian dari sub-sistem dari tatanan sosial

---

<sup>420</sup>*Ibid.*, halaman 188.

kemasyarakatan. Sehingga dalam aktivitas usahanya tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata (*profit oriented*), tetapi harus mengedepankan prinsip *will informed*.

2. Agar tercipta iklim usaha yang kondusif dalam dunia usaha, maka setiap perusahaan dalam melaksanakan aktivitas usahanya harus memperhatikan prinsip *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Pemahaman itu memberikan garis tuntunan (*guideline*) bahwa korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja (*selfish*), tetapi perusahaan sebagai entitas sosial dalam masyarakat. Dengan demikian CSR adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat tempat dalam upaya mewujudkan iklim usaha yang kondusif.
3. Dalam pelaksanaan CSR pelaku usaha harus melibatkan *stakeholders* sejak perencanaan dan memperhatikan sosio cultural masyarakat setempat dalam upaya menumbuhkan *sense of belonging* terhadap perusahaan. Sedangkan pemerintah harus memberikan ruang yang luas bagi pelaku usaha dengan mengedepankan prinsip *self assesment and benchmark*. Untuk itu pemerintah harus mampu memposisikan dirinya sebagai regulator, partisipan dan fasilitator yang baik.

### 3. DAFTAR PUSTAKA

- Busyra Azheri, 2011, *Corporate Social Responsibility, dari Voluntary Menjadi Mandatory*, Raja Grafindo, Jakarta.
- Busyra Azheri & Isa Wahyudi, 2008, *Corporate Social Responsibility, Prinsip, Pengaturan, dan Implementasi*, Malang, Inspire Indonesia.
- Carolyn Marr, 1993, *Digging Deep the Hidden Cost of Mining in Indonesia*, Down to Earth & Minewatch, Penang, Malaysia, h. 1.
- Edi Suharto, 2007, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. 2005. Bandung: Refika Aditama.
- Erni R. Ernawan, 2007, *Business Ethics*, Alfabeta, Bandung, h. 110.
- Harian Kompas, Hasil Surve CSR, 4 Agustus 2007.
- <http://sosiologimasyarakat.blogspot.co.id/2010/06/konteks-sosiologis.html>.
- Teguh, 2006, *Tanggung Jawab Sosial Harus Dilakukan*, makalah pada seminar "Corporate Social Responsibility": *Integreting Sosial Aspect into The Business*, Ikatan Keluarga Mahasiswa Manajemen Universitas Gajah Mada (UGM), Yogyakarta, 11 Maret 2006.
- The Business Watch Indonesia, Sumbangan Pemikiran pada Penyusunan Peraturan Pemerintah Perihal Tanggung Jawab Sosial Korporasi" Desember 2007 diakses pada 25 April 2016,
- Suprpto & Siti Adipringadi Adiwoso, 2006, *Pola Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Lokal di Jakarta*. Majalah Galang vol.1, No. 2, Januari 2006.
- Yusuf Wibisono, 2007, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*, Gresik, FaschoPublising.