

PENGEMBANGAN KONSEP *COMMUNITY DEVELOPMENT* DALAM KERANGKA PELAKSANAAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

Charolinda

Abstrak

Corporate social responsibility, in United States of America, has known as "corporate citizenship". The most principle about their same meanings are designated to corporation's effort to conduct social and environmental care integrally in to their business by voluntary methods. The practice of community development in Indonesia that have been conducted both State Owned Enterprise (SOE) and private companies need to be more intensified. This program cannot be exercised by charity ways, but needs phases to its persistence. Then it will result better situation on both corporation and local people. In legal aspect in Indonesia the program has not controlled in particularly regulation but spread in many regulations. In the author's sight those needs more government efforts to secure that this agenda will continue by the aimed considerations.

Kata kunci: hukum perusahaan, community development, tanggungjawab social, pengembangan konsep

I. Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan laju perekonomian bangsa, banyak perusahaan yang didirikan di Indonesia baik perusahaan nasional yang modalnya berasal dari negara, perusahaan swasta yang modalnya dimiliki oleh pihak swasta, perusahaan patungan antara pihak swasta nasional dengan negara maupun perusahaan patungan antara pihak asing dengan negara dalam bentuk perusahaan penanaman modal asing di Indonesia. Selama beroperasi di Indonesia, berbagai jenis perusahaan tersebut telah membantu dalam menunjang roda perekonomian di negara kita dalam bentuk keuntungan yang diberikan kepada negara maupun dalam bentuk pajak-pajak yang harus dibayarkan kepada negara.

Dalam menjalankan kegiatannya, sebuah perusahaan harus berinteraksi dengan berbagai komponen yang terkait dengannya. Secara umum ada dua komponen yang terlibat dalam kegiatan perusahaan. Dua komponen ini dikenal dengan *shareholder* dan *stakeholder*. *Shareholder* adalah komponen yang terkait dengan internal perusahaan yang dalam hal ini

dikenal dengan para pemegang saham sedangkan yang dimaksud dengan *stakeholder* adalah semua pihak diluar para pemegang saham yang terkait dengan kegiatan perusahaan.

Peranan dari komponen *stakeholder* ini sangat menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Keberadaan sebuah perusahaan di sebuah lingkungan masyarakat harus mampu memberikan kontribusi positif bagi masyarakat yang bersangkutan. Ada banyak nilai dan tatanan yang telah hidup di dalam masyarakat yang harus tetap di jaga dengan munculnya sebuah elemen baru di lingkungan mereka.

Masalah yang pada akhirnya bermunculan di negara kita antara pihak perusahaan dengan masyarakat setempat sangat mempengaruhi kestabilan negara. Pemerintah juga pada akhirnya tidak bisa berbuat banyak dengan semua tuntutan masyarakat yang merasa hak-hak atas daerahnya dilanggar. Disatu sisi, pihak perusahaan telah memberikan sumbangan kepada negara dalam bentuk pajak, dan kelangsungan beroperasinya perusahaan di negara ini sangat mempengaruhi roda perekonomian. Akan tetapi disisi lain semakin banyak masyarakat yang merasa tidak diperhatikan hak-haknya. Ketegangan yang ada juga akan mempengaruhi minat investor asing di Indonesia. Semuanya merupakan mata rantai yang tidak bisa diputuskan dan mempengaruhi perekonomian dan keamanan negara.

Ada sebuah pola hubungan antara perusahaan dengan masyarakat yang telah terjadi selama ini yang perlu untuk disikapi dan diperbaiki. Hal ini perlu dilakukan untuk mendukung eksistensi perusahaan dan memperlancar jalannya perusahaan sehingga baik masyarakat ataupun perusahaan yang bersangkutan mengetahui apa-apa yang menjadi keinginan mereka. Negara sebagai sebuah organisasi kekuasaan sangat berperan untuk memperbaiki pola hubungan diantara masyarakat dan perusahaan yang telah ada selama ini agar semua kepentingan di dalam negara tersebut dapat terjamin dengan baik.

Tulisan ini akan membahas mengapa kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan berdampak tidak signifikan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat dan bagaimanakah hubungan sosial dan kemitraan yang seharusnya dibangun antara perusahaan dengan masyarakat.

II. Perkembangan Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*

A. Sejarah *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility, dalam bahasa Indonesia dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Di Amerika, konsep ini seringkali disamakan juga dengan "*corporate citizenship*". Pada intinya, keduanya dimaksudkan pada upaya perusahaan untuk

mengintegrasikan kepeduliannya terhadap masalah sosial dan lingkungan ke dalam kegiatan usaha mereka dan juga ke dalam cara-cara perusahaan berinteraksi dengan stakeholder perusahaan. Semuanya dilakukan secara sukarela.¹

Konsep adanya prinsip tanggung jawab sosial perusahaan sudah lama dikenal di kalangan dunia usaha. Konsep ini muncul seiring dengan perkembangan perusahaan-perusahaan di dunia pada saat itu. Aturan-aturan mengenai perusahaan, cara memproduksi barang, pelayanan terhadap konsumen dan pemasaran sangat berkaitan dengan aturan-aturan yang berkenaan di bidang politik, sosial dan militer. Sebagai contoh, pada tahap awal perkembangan perusahaan-perusahaan di Inggris, misalnya Hudson Bay Company dan East Indian Company, telah berkembang pula suatu kebijakan publik pada masa itu bahwa sebuah perusahaan haruslah membantu masyarakat di sekitarnya yang pada masa itu bentuk bantuan yang diharapkan adalah membantu perluasan daerah-daerah jajahan, mendirikan tempat pemukiman, menyediakan sarana transportasi, serta mendirikan bank dan lembaga keuangan lainnya.

Pada pertengahan abad ke-20, di Amerika Serikat telah berkembang diskusi yang mendalam tentang konsep tanggung jawab sosial perusahaan oleh para pakar ekonomi seperti Peter Drucker dan Milton Friedmann. Tanggung jawab perusahaan menjadi kunci utama dalam manajemen perusahaan, pemasaran dan keuangan di berbagai negara seperti Amerika Serikat, Eropa dan Canada. Dalam sepuluh tahun terakhir, kajian mengenai tanggung jawab perusahaan dan konsep-konsep yang berkaitan seperti konsep corporate citizenship (cc)², telah dikembangkan secara mendalam dan merupakan kajian bagi kebijakan pemerintah, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, para investor, pemegang saham, konsumen dan para akademisi.

Di Indonesia, penerapan tanggung jawab sosial perusahaan ini bukanlah merupakan suatu hal yang baru, karena sudah banyak perusahaan yang melakukan kegiatan-kegiatan sosial untuk membina hubungan baik dengan masyarakat sekitar. Akan tetapi secara konsep hal ini merupakan sesuatu yang baru dikenal di Indonesia. Diantara sekian banyak perusahaan yang beroperasi di Indonesia, hanya sedikit

¹ Business & Biodiversity, "The Handbook for Corporate Action, Earthwatch Europe". IUCN, The World Business Council for Sustainable Development 2002." <www.menlh.go.id>, diakses pada tanggal 7 April 2006.

² Suatu konsep yang secara tegas menganggap bahwa sebagai subjek hukum, setiap korporasi adalah warga negara (*citizen*) dari negara di mana ia beroperasi.

yang mau memasukkan *corporate social responsibility* sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari strategi perusahaan dalam berusaha secara maksimal dan tidak menganggap hal tersebut sebagai kegiatan yang filantropik³ saja sifatnya melainkan ada upaya tulus untuk membantu masyarakat.

B. Hubungan Antara Community Development Dengan Corporate Social Responsibility Dan Konsep Good Corporate Governance

Corporate Social Responsibility merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari *good corporate governance* karena pelaksanaan dari *corporate social responsibility* merupakan bagian dari salah satu prinsip yang dipegang dalam *good corporate governance*. Menurut Mas Achmad Daniri⁴, pada dasarnya ada lima prinsip dalam *good corporate governance*, yaitu: Transparansi, Akuntabilitas, Responsibilitas, Independensi, dan Kesetaraan dan kewajaran.

Prinsip yang berkaitan erat dengan *corporate social responsibility* adalah responsibilitas yaitu aspek pertanggungjawaban dari setiap kegiatan perusahaan kepada para *stakeholder* dimana didalamnya termasuk komunitas masyarakat yang ada di sekitar tempat beroperasinya perusahaan. Penerapan prinsip ini didalam *good corporate governance* akan mendorong perusahaan untuk melaksanakan prinsip *corporate social responsibility* karena dalam berusaha, sebuah perusahaan tidak akan lepas dari masyarakat di sekitarnya.

Penerapan prinsip ini diharapkan membuat perusahaan menyadari bahwa dalam kegiatan operasionalnya seringkali ia menghasilkan eksternalitas (dampak luar kegiatan perusahaan) negatif yang harus ditanggung oleh masyarakat. Diluar hal itu lewat prinsip *responsibility* ini diharapkan membantu pemerintah dalam mengurangi kesenjangan pendapatan dan kesempatan kerja pada segmen masyarakat yang belum mendapatkan manfaat dari mekanisme pasar.⁵ Karena dalam kegiatannya perusahaan tidak bisa dilepaskan dari unsur masyarakat, maka perlu untuk menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat demi kesinambungan kegiatan berusaha dalam jangka panjang.

³ Suatu kegiatan yang dilandasi oleh rasa kedermawanan saja.

⁴ Daniri. *Op. Cit.* hal. 9.

⁵ *Ibid.*, hal. 10.

Sampai saat ini belum ada pengklasifikasian yang baku mengenai macam-macam tanggung jawab sosial perusahaan ini. Berbagai organisasi yang terkait mencoba untuk mengadakan pembagian mengenai macam-macam tanggung jawab sosial perusahaan ini. Secara ringkas bentuk tanggung jawab sosial perusahaan digolongkan dalam empat bentuk:⁶

- 1) Pengelolaan lingkungan kerja secara baik. Termasuk di dalamnya penyediaan lingkungan yang aman dan nyaman, sistem kompensasi yang layak dan perhatian terhadap kesejahteraan keluarga karyawan.
- 2) Kemitraan antara perusahaan dengan masyarakat, khususnya masyarakat lokal. Wujudnya yang paling umum adalah program-program *community development* untuk membantu peningkatan kesejahteraan umum masyarakat setempat dalam kurun waktu yang cukup panjang. Melalui program ini, diharapkan masyarakat akan menerima manfaat keberadaan perusahaan yang digunakan untuk menopang kemandiriannya bahkan setelah perusahaan berhenti beroperasi.
- 3) Penanganan kelestarian lingkungan. Diinulai dari lingkungan perusahaan sendiri, termasuk melakukan penghematan penggunaan listrik, air, kertas, dll, sampai penanganan limbah akibat kegiatan perusahaan, agar tidak mencemari lingkungan sekitar kantor/pabrik/lahan.
- 4) Investasi sosial. Sering diartikan secara sempit sebagai "kegiatan amal perusahaan". Makna sesungguhnya adalah perusahaan memberi dukungan finansial dan non-finansial terhadap kegiatan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh kelompok/organisasi lain yang pada akhirnya akan menunjang kegiatan bisnis perusahaan. Di samping itu, dari dukungan yang diberikannya, perusahaan dapat menuai citra yang baik.

Community development sebagai salah satu bentuk dari *corporate social responsibility* terhadap para *stakeholder*, yang diantaranya adalah masyarakat di sekitar lokasi beroperasinya perusahaan. Bentuk-bentuk *community development* yang dilakukan antara lain meningkatkan taraf hidup masyarakat dan kesejahteraan

⁶ *Keanekaragaman Hayati Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, <<http://www.menlh.go.id>>, diakses pada tanggal 7 April 2006.

masyarakat dengan mengadakan kegiatan-kegiatan yang terpadu yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat. Secara umum *community development* atau dalam bahasa Indonesia dikenal dengan pengembangan masyarakat adalah kegiatan yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk meningkatkan kualitas masyarakat dari segi sosial, ekonomi dan kualitas kehidupan yang lebih baik apabila dibandingkan dengan kegiatan pembangunan yang sebelumnya dan kegiatan ini dilakukan secara terpadu dan kontinyu.

Community development merupakan salah satu bentuk dari *corporate social responsibility* yang paling penting dalam menjaga hubungan dengan masyarakat sekitar untuk jangka waktu yang lama. Hal ini disebabkan *community development* menyentuh semua aspek-aspek yang terkait dengan *corporate social responsibility*. Dengan menggunakan metode *community development*, otomatis diantara perusahaan dan masyarakat harus saling mengetahui dan memahami kepentingan masing-masing dalam rangka menjalin kerjasama yang baik dan hal ini akan berpengaruh dalam menentukan *strategic planning* dari perusahaan ke depan, baik strategi dalam pengelolaan lingkungan hidup, strategi dalam penyerapan tenaga kerja lokal maupun strategi dalam menentukan para *supplier* lokal.

Community development sebagai bagian dari *corporate social responsibility* pada dasarnya haruslah dipandang sebagai suatu kegiatan yang terintegrasi dengan kebijakan perusahaan dan merupakan suatu itikad baik perusahaan untuk maju bersama-sama dengan masyarakat sekitar. Tidak bisa dipungkiri, setiap perusahaan yang beroperasi pada dasarnya adalah untuk mengejar keuntungan dan pengembangan kegiatan *community development* ini jika tidak dipandang secara komprehensif oleh pihak perusahaan pastilah akan dianggap sebagai kegiatan yang merugikan perusahaan. Padahal ini merupakan kegiatan investasi perusahaan untuk jangka panjang.

Jadi *community development* merupakan salah satu bentuk penerapan dari prinsip *good corporate governance* yakni dalam hal pertanggungjawaban (*responsibility*) terhadap para *stakeholder* yaitu komunitas masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut atau komunitas masyarakat yang tidak bisa dilepaskan dari kegiatan perusahaan. Secara otomatis, strategi *community development* ini tergantung dari kebijakan yang diambil oleh perusahaan tersebut. Analisis mengenai masyarakat sekitar sebelum perusahaan didirikan maupun setelah perusahaan berdiri akan mempengaruhi pola strategi pengembangan perusahaan kedepan.

Tidak bisa dipungkiri bahwa beroperasinya sebuah perusahaan harus melihat keadaan gejala sosial budaya yang ada disekitarnya. Sehingga dengan kehadiran perusahaan ditengah-tengah masyarakat tidak menimbulkan ekses-ekses negatif bagi perkembangan masyarakat yang bersangkutan yang pada gilirannya akan menimbulkan konflik-konflik di masyarakat terhadap perusahaan. Seperti misalnya timbulnya kecemburuan sosial dari masyarakat terhadap perusahaan yang bersangkutan atau terhadap karyawan perusahaan tersebut yang berasal dari daerah lain.

Kejelian sebuah perusahaan untuk menyikapi gejala sosial yang ada di masyarakat tersebut akan mengurangi kesenjangan antara perusahaan dan masyarakat. Selain itu masyarakat tidak lagi menganggap perusahaan sebagai elemen baru diantara mereka yang membuat mereka termarginalkan. Oleh karena itu melakukan rancangan awal tentang pola pengembangan *community development* akan menguntungkan perusahaan dari segi keamanan dan kesinambungan berusaha.

C. Pengaturan Mengenai Pelaksanaan *Community Development* Oleh Perusahaan

Indonesia belum memiliki peraturan yang terkodifikasi tentang pelaksanaan *community development*, pengaturan yang ada masih tersebar di dalam beberapa peraturan-peraturan yang sesuai dengan bentuk perusahaan tersebut, yakni; Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Perusahaan yang telah *go public* dan perusahaan yang tertutup (tidak *go public*).

Peraturan yang mengatur mengenai kewajiban menyelenggarakan *community development* bagi tiap-tiap jenis perusahaan tersebut berbeda-beda.

I. Badan Usaha Milik Negara

Peraturan yang mewajibkan setiap BUMN melakukan *community development* tertuang di dalam Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor: KEP-117/M-MBU/2002 Tentang Penerapan Praktek *Good Corporate Governance* Pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Keputusan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor: KEP-236/bmu/2003 tanggal 17 Juni 2003 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara.

Community development merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari penerapan *good corporate governance*. Salah satu tujuan dari *good corporate governance* sebagaimana yang tercantum di dalam Keputusan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor: KEP-117/M-MBU/2002 pasal 4 butir c mendorong agar organ dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakan dilandasi nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta kesadaran akan adanya kesadaran tanggung jawab sosial BUMN terhadap *stakeholder* maupun kelestarian lingkungan di sekitar BUMN. Dengan kata lain menurut Keputusan Menteri ini kebijakan yang harusnya dikeluarkan oleh setiap BUMN dalam rangka pelaksanaan *good corporate governance* haruslah memikirkan kepentingan para *stakeholder* termasuk masyarakat.

Pelaksanaan kegiatan *community development* bagi setiap BUMN merupakan keharusan dan mendapatkan landasan hukum yang kuat berdasarkan pasal 2 ayat (1) Keputusan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor: KEP-236/bmu/2003, yang berbunyi: "BUMN wajib melaksanakan Program Kemitraan dan Program BL dengan memenuhi ketentuan-ketentuan yang diatur dalam Keputusan ini". Pasal ini memberikan kewajiban hukum bagi semua BUMN untuk melakukan pengembangan dan peningkatan kualitas hidup masyarakat di lingkungannya.

Keputusan Menteri BUMN ini mengatur dua macam pola pengembangan masyarakat (*community development*) yaitu melalui program Kemitraan dan program Bina Lingkungan (BL). Yang dimaksud dengan program kemitraan berdasarkan pasal 1 ayat (3) adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Program ini bertujuan untuk membangun sebuah komunitas masyarakat yang tangguh dan mandiri melalui pemberdayaan unit-unit usaha kecil yaitu kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Surat Keputusan ini. (pasal 3 butir a dan b).

Jadi tidak semua unit-unit usaha kecil dapat diberdayakan melalui program ini, hanya usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (satu miliar rupiah) yang dapat masuk dalam kategori unit-unit usaha kecil yang dapat memperoleh binaan dan suntikan dana dari BUMN. Jadi program yang diatur di dalam Keputusan Menteri BUMN ini bukanlah program *community development* yang murni yang dimulai dari awal akan tetapi BUMN yang ada hanya bertugas mengembangkan unit-unit usaha yang telah ada dan itupun berdasarkan kriteria tertentu saja. Yang dikembangkan disini bukanlah sebuah peningkatan hidup komunitas masyarakat secara langsung dan keseluruhan akan tetapi melalui unit-unit usaha kecil dimana belum tentu semua masyarakat terlibat di dalamnya.

Sedangkan yang dimaksud dengan program Bina Lingkungan (BL) menurut pasal 1 ayat (4) adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN di wilayah usaha BUMN tersebut melalui pemanfaatan dana dari bagian laba. Akan tetapi di dalam Keputusan Menteri BUMN ini tidak menyebutkan bentuk-bentuk dari pemberdayaan kondisi sosial masyarakat yang dapat dilakukan oleh unit program bina lingkungan yang dibentuk oleh BUMN tersebut. Yang lebih ditekankan adalah bagaimana persiapan internal BUMN dalam melaksanakan kedua program ini tetapi tidak menjelaskan secara konkrit bagaimana penerapannya di lapangan, sehingga tidak jelas bagaimana pelaksanaan yang konkrit dari program bina lingkungan ini, apakah bentuknya sama seperti aksi-aksi sosial secara insidental ataukah ada kesinambungan dalam pelaksanaannya untuk benar-benar menuju peningkatan kualitas masyarakat.

2. Perusahaan Yang Go Public

Tidak ada peraturan perundang-undangan yang mengatur masalah pelaksanaan *community development* yang dilakukan oleh perusahaan swasta baik dalam negeri atau asing yang telah *go public* atau tercatat di dalam Bursa Efek. Masalah pelaksanaan *community development* untuk

perusahaan swasta yang telah *go public* tidak diatur secara tegas, akan tetapi di dalam Keputusan Direksi Bursa Efek Jakarta Nomor : Kep-315/BEJ/062000 tentang Peraturan Pencatatan Efek Nomor I-A: Tentang Ketentuan Umum Pencatatan Efek Bersifat Ekuitas Di Bursa, disinggung mengenai masalah *good corporate governance* sebagai salah satu syarat dalam pencatatan efek perusahaan di Bursa Efek Jakarta. Begitu juga di dalam Keputusan Direksi Bursa Efek Jakarta Nomor: Kep-316/BEJ/062000 Tentang Peraturan Pencatatan Efek Nomor I-B: Tentang Persyaratan Dan Prosedur Pencatatan Saham Di Bursa.

Didalam Keputusan Direksi Bursa Efek Jakarta Nomor: Kep-315/BEJ/062000 disebutkan bahwa dalam rangka penyelenggaraan pengelolaan perusahaan yang baik (*good corporate governance*), Perusahaan Tercatat wajib memiliki:

- a) Komisaris Independen yang jumlahnya secara proporsional sebanding dengan jumlah saham yang dimiliki oleh bukan Pemegang Saham Pengendali dengan ketentuan jumlah Komisaris Independen sekurang-kurangnya 30% (tiga puluh perseratus) dari jumlah seluruh anggota komisaris;
- b) Komite Audit;
- c) Sekretaris Perusahaan (*Corporate Secretary*). Tugas sekretaris perusahaan adalah menjadi penghubung antara fungsi mediasi perusahaan dan publik. Oleh karena itu sekretaris perusahaan harus mampu memahami dan menjelaskan hal-hal yang berhubungan dengan perusahaannya kepada publik.

Jadi dalam rangka memenuhi persyaratan *good corporate governance* agar dapat mencatatkan efek ekuitasnya di Bursa Efek Jakarta, setiap perusahaan harus memiliki tiga komponen di atas. Akan tetapi persyaratan tentang *good corporate governance* di atas sama sekali tidak menyinggung mengenai masalah *community development*

⁷ Mas Achmad Daniri, Lampiran Makalah *Membudayakan Good Corporate Governance*: Prosiding Lokakarya Terbatas Masalah-Masalah Kepailitan Dan Wawasan Hukum Bisnis Lain Tahun 2004, (Jakarta: Pusat Pengkajian Hukum, 2004), hal. 326.

sebagai salah satu bentuk pelaksanaan dari *good corporate governance*.

Keputusan Direksi Bursa Efek Jakarta Nomor : Kep-316/BEJ/062000 Tentang Peraturan Pencatatan Efek Nomor I-B : Tentang Persyaratan Dan Prosedur Pencatatan Saham Di Bursa di dalam bagian persyaratan umum pencatatan efek, prosedur pencatatan awal, dan Prosedur Pencatatan Awal Saham Perusahaan Publik atau Saham Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Lain mencantumkan persyaratan pencatatan bahwa, bagi calon perusahaan tercatat bidang pabrikaan tidak sedang mempunyai masalah pencemaran lingkungan yang dibuktikan dengan sertifikat AMDAL dan untuk Calon Perusahaan Tercatat bidang industri kehutanan harus mempunyai sertifikat *ecolabeling* (ramah lingkungan).

Perusahaan yang hendak mendaftarkan dirinya di Bursa Efek Jakarta harus memenuhi persyaratan dalam bidang lingkungan. Ketentuan ini sangat berkaitan dengan masalah *good corporate governance* di bidang *corporate social responsibility* dalam hubungannya dengan *stakeholder* akan tetapi tidak mengatur secara langsung tentang masalah *community development*. Akan tetapi jika *community development* telah terintegrasi dengan kebijakan perusahaan maka dengan sendirinya, setiap kebijakan yang keluar dari perusahaan mengenai pengelolaan lingkungan akan terkait atau mempertimbangkan aspek-aspek kepentingan masyarakat.

3. Perusahaan Yang Tidak *Go Public*

Untuk perusahaan yang sifatnya tertutup dalam arti tidak terdaftar di Bursa Efek Jakarta, maka mereka tidak terikat dengan peraturan yang ditetapkan oleh Bursa Efek Jakarta. Dengan kata lain terhadap mereka tidak ada kewajiban sedikitpun untuk melaksanakan prinsip *good corporate governance* baik yang sifatnya ke dalam perusahaan maupun yang sifatnya bersentuhan dengan para *stakeholder*. Untuk perusahaan jenis ini pelaksanaan dari *community development* benar-benar tergantung dari kebijakan perusahaan tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa Indonesia belum memiliki pengaturan yang jelas tentang pelaksanaan *community*

development. Peraturan yang ada hanya memberikan gambaran secara umum dalam hal pelaksanaan *good corporate governance*. Perencanaan secara mendetail dari konsep ini sangat tergantung pada kebijakan perusahaan. Sayangnya tidak semua perusahaan memandang program ini penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Kebanyakan malah menganggap bahwa program ini merupakan pemborosan biaya.

III. Pengembangan *Community Development* Di Indonesia

A. Tahap-Tahap Pengembangan *Community Development*

Pada dasarnya keberhasilan sebuah perusahaan dalam mengembangkan prinsip *community development* tergantung dari perusahaan tersebut memberikan sudut pandang terhadap *Corporate social responsibility (CSR)*. Apabila melihat kepada praktik pelaksanaan prinsip ini, maka semua perpektif perusahaan yang ada dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:⁸

1. Perusahaan yang memandang kegiatan ini sebagai *sosial obligation*
Karena CSR dipandang sebagai kewajiban perusahaan saja, maka pelaksanaannya pada umumnya hanya mengikuti syarat minimal yang telah ditentukan pemerintah atau hanya berdasarkan prinsip untuk menunjukkan kesan filantropi perusahaan saja. Disini ada kesan terpaksa dalam pelaksanaannya.
2. Perusahaan yang menjalankan CSR sebagai *sosial reaction*
Disini pelaksanaan CSR sudah relatif lebih maju. Tidak hanya dipandang sebagai sosial obligation semata, namun sudah mulai tumbuh kesadaran akan arti penting CSR. Akan tetapi pelaksanaannya masih jauh dari yang diharapkan, meskipun sudah di atas sekedar memenuhi persyaratan minimal. Dalam konteks ini perusahaan membutuhkan dorongan-dorongan eksternal agar pelaksanaan CSR lebih maju.
3. Perusahaan yang menjalankan CSR dalam rangka *sosial response*.

⁸ AB Susanto. *Mengembangkan Corporate Social Responsibility Di Indonesia*. Jurnal Reformasi Ekonomi, (Jakarta: LSPEU, vol. 4 No.1 Januari-Desember 2003): 9.

Di dalam tahap ini perusahaan dan masyarakat mampu secara bersama-sama mencari peluang-peluang untuk memberikan kontribusi demi kepentingan masyarakat. Pada tahap ini kegiatan CSR menjadi sangat luas. Dalam konteks ini, kegiatan CSR mengalami perubahan paradigma. Kalau pada masa sebelumnya lebih bersifat *ad hoc*, *charity*, serta *internally driven* maka sekarang lebih *externally driven* dengan menekankan pentingnya *partnership*.

B. Peran Pemerintah Dalam Pengembangan *Community Development* Di Indonesia

Tidak bisa dipungkiri bahwa pemerintah memiliki peran yang sangat besar dalam peningkatan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Sejak saat dimulainya pendirian sebuah perusahaan, sampai dengan perusahaan beroperasi tidak lepas dari pemerintah apakah itu terkait dengan regulasi pemerintah yang terkait dengan buruh, lingkungan atau yang berkaitan dengan masalah pajak.

Konsep *corporate social responsibility* mendapat pijakan yang relatif kuat karena dalam realitasnya agen pemerintah tidak selamanya bisa menjalankan kesejahteraan masyarakat secara memuaskan.⁹ Oleh karena itu dalam usaha meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pemerintah harus berperan aktif dan membina kerjasama dengan perusahaan-perusahaan yang ada untuk meningkatkan program *community development* sebagai salah satu cara meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Diperlukan peran aktif pemerintah untuk mendorong pelaksanaan program ini misalnya dengan memberikan insentif pajak bagi perusahaan yang benar-benar melaksanakan program *community development* ini atau dengan memberikan penghargaan seperti yang diberikan terhadap perusahaan Medco Energy atas kesungguhannya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat secara baik dan kontinyu.

Selain itu, karena Indonesia belum mempunyai pengaturan hukum yang jelas dalam masalah *corporate social responsibility*, maka wajar jika penerapannya menjadi bebas tafsir. Formalisasi *corporate social responsibility* (dimana didalamnya termasuk soal *community development*) di dalam suatu instrumen hukum memang akan memunculkan dilema. Di satu sisi ia bisa dipandang sebagai

⁹ Sofyan Djilil, *Konsep Teoritis Dan Praktis Corporate Social Responsibility*, Jurnal Reformasi Ekonomi, (Jakarta: LSPEU, vol. 4 No.1 Januari-Desember 2003): 9.

mekanisme kemitraan positif antara pemerintah dan pihak swasta untuk mengupayakan kesejahteraan sosial, sedangkan di sisi lain ia bisa pula menjadi batu sandungan bagi investor asing, khususnya dari perusahaan-perusahaan yang masih menganggap CSR sebagai sesuatu yang tidak bermanfaat. Bagi perusahaan yang belum siap maka akan berpengaruh terhadap para *shareholder* meskipun dengan adanya aturan semacam ini paling tidak akan meletakkan pemerintah, korporasi dan masyarakat pada posisi yang proporsional, sehingga kemitraan positif yang dibangun pemerintah dengan korporasi benar-benar menjadi komplemen bagi upaya mewujudkan kesejahteraan sosial.

Untuk kondisi Indonesia, pemerintah perlu untuk memikirkannya dengan matang dengan berbagai pertimbangan terutama perkembangan kesadaran hukum masyarakat yang memerlukan wadah penyaluran yang aman bagi semua pihak termasuk perusahaan yang hendak berusaha di Indonesia. Jika formalisasi *corporate social responsibility* (termasuk di dalamnya *community development*) belum memungkinkan untuk diterapkan di Indonesia maka paling tidak pemerintah perlu memikirkan cara lain yang tepat misalnya dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap kegiatan yang berhubungan dengan pendirian sebuah perusahaan di daerah mereka dan mendorong perusahaan yang akan berusaha untuk membuat kontrak sosial dengan masyarakat dalam rangka strategi perusahaan ke depan sekaligus melindungi kepentingan masyarakat.

Misalnya adalah kontrak sosial yang berisi bahwa perusahaan akan membantu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam hal memberikan bantuan untuk membuat bendungan di sungai sebagai sumber energi listrik yang digerakkan oleh turbin air. Namun ketika program lain atau operasi perusahaan sedang mengalami masalah, masyarakat mengambil respon berupa penutupan aliran sungai dan perusakan bendungan. Ini jelas akan membahayakan perusahaan. Oleh karena itu diperlukan kontrak sosial yang jelas agar kepentingan masing-masing pihak tidak bertabrakan. Selain itu kontrak sosial diperlukan agar kegiatan *community development* yang sifatnya untuk jangka panjang dapat berjalan dengan lancar.

Bagi masyarakat sendiri, pelibatan mereka secara aktif akan memberikan pemahaman tentang hak dan kewajiban mereka terhadap perusahaan tersebut yang sesuai dengan koridor hukum. Sehingga jika terjadi konflik, mereka paham bagaimana cara penyelesaian yang terbaik sesuai dengan koridor hukum. Hal penting yang harus diperhatikan disini menjadi pentingnya peran kontrak sosial antara

perusahaan dan masyarakat untuk melindungi kepentingan masyarakat yang bersangkutan. Secara keseluruhan, jika sistem yang dipakai pada masa Orde Baru (dimana pemerintah secara aktif memberikan perlindungan terhadap perusahaan-perusahaan tertentu dengan menggunakan kekuatan militer yang membuat hak-hak rakyat menjadi semakin tertindas) dapat dihilangkan sepenuhnya maka kontrak sosial tidak akan diperlukan karena negara telah berperan sebagaimana mestinya.

Perhatian masyarakat dunia yang sedang tertuju kepada program *corporate social responsibility* tidak dapat dipandang sebelah mata oleh perusahaan yang akan beroperasi. Kesalahan langkah dan strategi dapat membuat perusahaan tersebut merugi. Misalnya jika dalam melakukan kegiatan usaha di suatu daerah, perusahaan tersebut tidak memperhatikan pengembangan masyarakat dan tidak memberikan kontribusi yang berarti dalam pengembangan masyarakat, maka untuk perusahaan yang seperti ini kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan seringkali tidak berpihak kepada lingkungan termasuk lingkungan hidup. Beda halnya jika suatu perusahaan melakukan program *community development* secara terstruktur dan kontinyu maka kebijakan perusahaan yang keluar akan mempertimbangkan kepentingan masyarakat. Sebenarnya ini akan membawa kerugian pada perusahaan itu sendiri.

C. Kelemahan-Kelemahan Dalam Pelaksanaan *Community Development* Yang Telah Dilakukan Di Indonesia

Sebenarnya *community development* sudah dilaksanakan di Indonesia, meskipun tidak dirumuskan secara teoritis dan mendalam terlebih dahulu. Ada perusahaan yang menerapkan sistem kemitraan dengan memberdayakan masyarakat sekitar sebagai *supplier*, ada yang membangun sarana sanitasi terpadu dan sebagainya tergantung kepada kondisi dan kebutuhan masyarakat setempat. Pelaksanaan dari *community development* haruslah dilakukan secara terpadu dan kontinyu. Artinya jika sebuah perusahaan melakukan kegiatan *community development* dalam bidang sanitasi maka seharusnya perusahaan juga akan semaksimal mungkin menjaga lingkungan alam di sekitarnya. Dengan demikian dampak dari pelaksanaan *community development* itu sendiri akan mempengaruhi aspek lingkungan sehingga ada keterpaduan disini

Sebagian besar perusahaan di Indonesia hanya melakukan program-program yang sifatnya amal dan sementara, serta tidak ada *follow up* yang berarti setelahnya. Walaupun program tersebut

dilaksanakan secara kontinyu, akan tetapi tidak membawa perubahan yang berarti dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat setempat. Program-program yang dilaksanakan cenderung bersifat *charity* dan hendak memperlihatkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kepedulian sosial. Konsep *charity* ini tidak akan mengubah kapasitas masyarakat dari kondisi semula dan menjadi program yang tidak tepat sasaran.

Di beberapa negara Barat, banyak perusahaan yang mampu membawa perubahan untuk komunitas mereka dalam berbagai cara. Hal itu terjadi ketika bisnis tidak hanya menjalankan fungsi ekonomi tradisionalnya berupa perolehan keuntungan, perluasan kesempatan kerja dan penanaman modal kembali untuk pertumbuhan di masa depan. Melainkan korporasi juga membangun komunitasnya dengan meningkatkan lingkungan dimana mereka beroperasi.¹⁰ Untuk sebuah unit usaha berskala kecil mungkin hal ini mudah diterapkan karena tidak terlalu banyak *stakeholder* yang terkait dibandingkan dengan perusahaan berskala besar. Akan tetapi bukanlah suatu kemustahilan jika pelaksanaan *community development* ini dilakukan oleh perusahaan besar. Dukungan masyarakat merupakan suatu investasi yang sangat besar dalam menunjang eksistensi perusahaan ke depan.

Salah satu perusahaan yang melaksanakan program *community development* dengan baik adalah PT Medco Energy yang bergerak di bidang jasa pengeboran minyak. Mereka menyesuaikan kebijakan perusahaan yang akan diambil dengan memperhatikan budaya masyarakat setempat. Misalnya cara mereka bernegosiasi ketika melakukan pendekatan dengan masyarakat sekitar berbeda-beda tergantung di wilayah mana mereka sedang beroperasi. Cara bernegosiasi dengan orang Papua berbeda dengan orang Sumatra Selatan. Selain itu hal yang paling mencolok yang dilakukan oleh Medco dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah dengan pemberian saham kepada pemerintah daerah.¹¹

Pengembangan *community development* bukanlah sesuatu hal yang mudah. Seringkali banyak perusahaan yang sudah mengeluarkan uang banyak untuk kegiatan-kegiatan sosial, akan tetapi sasarannya tidak tepat dan tidak objektif. Problem seperti ini sering dihadapi

¹⁰ Mieczyslaw Bak, *Tanggung Jawab Sosial Bisnis di Polandia*. Jurnal Reformasi Ekonomi, (Jakarta: LSPEU, vol. 4 No.1 Januari-Desember 2003): 43.

¹¹ Sugiharto, *Pengalaman Medca Energy Dalam Melaksanakan Corporate Social Responsibility*, Jurnal Reformasi Ekonomi, (Jakarta: LSPEU, vol. 4 No.1 Januari-Desember 2003): 50.

karena perusahaan umumnya kurang terlatih dalam melakukan *community development*.¹² Jika sebuah perusahaan betul-betul mengembangkan konsep *community development* untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menggunakan metode-metode tertentu, akan tercipta suatu komunikasi yang intens antara perusahaan dengan masyarakat sehingga masing-masing pihak memahami kepentingan masing-masing. Hal ini akan mencegah terjadinya ketegangan antara masyarakat dengan perusahaan.

Merupakan kenyataan bahwa dalam berusaha sebuah perusahaan tidak dapat melepaskan peran masyarakat didalamnya baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Keberadaan masyarakat haru dipertimbangkan dalam setiap pengambilan kebijakan. Kesadaran masyarakat akan hak dan kewajibannya akan menuntun mereka kepada upaya pemenuhan hak apabila mereka merasa hak-hak mereka diabaikan. Jika tahap protes sudah sedemikian hebatnya, maka kegiatan-kegiatan yang bersifat *charity* tidak akan berfungsi lagi untuk meredakan amarah mereka. Cara yang paling aman demi kepentingan kedua belah pihak adalah saling memahami dan mengenal sejak awal. Dalam hal ini kontrak sosial antara masyarakat dengan perusahaan menjadi sangat penting.

Program *community development* yang telah dilaksanakan harus dijaga kelangsungannya dan ditingkatkan karena program ini merupakan sarana komunikasi yang intens antara masyarakat dengan perusahaan sehingga mudah bagi perusahaan untuk mengetahui perkembangan gejala-gejala sosial yang ada dan menentukan arah kebijakan perusahaan. Selain itu program ini merupakan investasi perusahaan dalam jangka panjang dan penting untuk kesinambungan dan keamanan kegiatan berusaha.

IV. Penutup

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pelaksanaan *community development* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia baik Badan Usaha Milik Negara, perusahaan swasta asing maupun nasional yang telah *go public* serta perusahaan swasta yang tidak *go public*, masih perlu untuk ditingkatkan. Program ini tidak bisa dilaksanakan hanya dengan

¹² Susanto, *Op. Cit.*, hal. 9.

kegiatan-kegiatan yang bersifat *charity* saja, akan tetapi memerlukan tahap-tahap agar dapat berlangsung dengan kontinyu dan baik sehingga antara perusahaan dengan masyarakat tercipta suatu hubungan baik berdasarkan rasa saling memahami dan mengenal karakter masing-masing.

Peraturan yang ada di negara kita yang mengatur mengenai masalah *community development* sangat sedikit dan tersebar dalam berbagai undang-undang yang berbeda oleh karena itu peran pemerintah sangat dibutuhkan untuk mendorong terlaksananya program ini dengan baik. Banyak hal yang dapat dilakukan oleh pemerintah diantaranya adalah memberikan insentif pajak atau penghargaan kepada perusahaan yang telah menjalankan program ini dengan baik.

Pengembangan konsep *community development* akan menciptakan suatu pola hubungan kemitraan antara perusahaan dan masyarakat sehingga akan tercipta hubungan yang dilandasi rasa saling membutuhkan. Dengan penerapan konsep ini, kemitraan yang terjalin dapat membantu untuk mengurangi timbulnya konflik di masyarakat. Penghargaan terhadap keberadaan masyarakat lokal sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan berusaha sebuah perusahaan akan memudahkan dalam membina hubungan baik dengan masyarakat lokal, yang pada gilirannya akan membawa dampak positif bagi perusahaan itu sendiri. Bagi masyarakat lokal keterlibatan mereka akan memberikan pemahaman tersendiri mengenai hak-hak dan kewajiban mereka terhadap elemen baru yang hadir di tengah mereka

B. Saran

Setiap perusahaan hendaknya menyadari dan menerapkan konsep *community development* sejak mereka melakukan perencanaan untuk membangun perusahaan di kawasan tertentu. Kegiatan ini hendaknya tidak dianggap oleh perusahaan sebagai sesuatu yang menghabiskan biaya, akan tetapi merupakan kegiatan investasi bagi perusahaan untuk jangka panjang demi kesinambungan berusaha.

Keberhasilan kegiatan ini sangat bergantung pada kebijakan perusahaan, oleh karena itu hendaknya setiap perusahaan memasukkan kegiatan ini dalam agenda perusahaan yang akan dilaksanakan sebagai bentuk investasi bukan uang dan dilaksanakan dengan sungguh-sungguh.

Pemerintah harus meningkatkan peran sertanya dalam pelaksanaan *community development* sesuai dengan kondisi Indonesia saat ini. Peran aktif pemerintah yang sesuai dengan peran yang

seharusnya di emban oleh suatu negara, akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kemampuan negara dalam meningkatkan kesejahteraan mereka.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bursa Efek Jakarta. Keputusan Direksi Bursa Efek Jakarta Nomor : Kep-315/BEJ/062000 tentang Peraturan Pencatatan Efek Nomor I-A : Tentang Ketentuan Umum Pencatatan Efek Bersifat Ekuitas Di Bursa.
- Bursa Efek Jakarta. Keputusan Direksi Bursa Efek Jakarta Nomor : Kep-316/BEJ/062000 Tentang Peraturan Pencatatan Efek Nomor I-B : Tentang Persyaratan Dan Prosedur Pencatatan Saham Di Bursa.
- Kementerian Badan Usaha Milik Negara. Keputusan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor: KEP-117/M-MBU/2002 Tentang Penerapan Praktek Good Corporate Governance Pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN).
- Kementerian Badan Usaha Milik Negara. Keputusan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor: KEP-236/bmu/2003 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara.
- Bak, Mieczyslaw. "Tanggung Jawab Sosial Bisnis di Polandia," *Jurnal Reformasi Ekonomi* (Jakarta: LSPEU, vol. 4 No.1 Januari-Desember 2003): 43.
- Budimanta, Arif dan Bambang Rudito. *Metode dan Teknik Pengelolaan Community Development*. Jakarta: Indonesia Center For Sustainable Development, 2003.
- Committee For Economic Development. *Social Responsibilities Of Business Corporation*. Amerika: Committee For Economic Development, 1972.
- Daniri, Mas Achmad., *Good Corporate Governance: Konsep Dan Penerapannya Dalam Konteks Indonesia*. Jakarta: PT Ray Indonesia, 2005.
- Lampiran Makalah Membudayakan *Good Corporate Governance*, Prosiding Lokakarya Terbatas Masalah-Masalah Kepailitan Dan Wawasan Hukum Bisnis Lain Tahun 2004. Jakarta: Pusat Pengkajian Hukum, 2004.
- Tanggung Jawab Perseroan Terbatas Terhadap Stakeholder: Prosiding Lokakarya Terbatas Masalah-Masalah Kepailitan Dan Wawasan

Hukum Bisnis Lain Tahun 2004. Jakarta: Pusat Pengkajian Hukum, 2004.

Djalil, Sofyan. "Konsep Teoritis Dan Praktis Corporate Social Responsibility." *Jurnal Reformasi Ekonomi* (Jakarta: LSPEU, vol. 4 No.1 Januari-Desember 2003): 9.

Irani, Jamsheed J. "Tanggung Jawab Sosial Bersama." *Jurnal Reformasi Ekonomi*, (Jakarta: LSPEU, vol. 4 No.1 Januari-Desember 2003): 14.

Sugiharto, "Pengalaman Medco Energy Dalam Melaksanakan *Corporate Social Responsibility*", *Jurnal Reformasi Ekonomi* (Jakarta: LSPEU, vol. 4 No.1 Januari-Desember 2003): 50.

Susanto, AB. "Mengembangkan Corporate Social Responsibility Di Indonesia," *Jurnal Reformasi Ekonomi* (Jakarta: LSPEU, vol. 4 No.1 Januari-Desember 2003): 9.

Yuhassari, Emmy. *Perseroan Terbatas Dan Good Corporate Governance: Prosiding Lokakarya Terbatas Masalah-Masalah Kepailitan Dan Wawasan Hukum Bisnis Lain Tahun 2004*. Jakarta: Pusat Pengkajian Hukum, 2004.

Internet

"*Corporate Social Responsibility*", <<http://strategis.ic.gc.ca/epic/internet/incsr-rse.nsf/en/Home>>, diakses pada tanggal 10 April 2006.

"*Business & Biodiversity, The Handbook for Corporate Action, Earthwatch Europe, IUCN, The World Business Council for Sustainable Development 2002*", <www.menlh.go.id>. 7 April 2006.

"*Keanekaragaman Hayati Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*", <<http://www.menlh.go.id>> .7 April 2006.