



UNIVERSITAS INDONESIA

**TINJAUAN YURIDIS PERAN PERBANKAN DALAM PENERAPAN
EQUATOR PRINCIPLES DALAMKEGIATAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* DI INDONESIA**

SKRIPSI

Oleh:

ARIO BIMO NANDITO

0806323284

UNIVERSITAS INDONESIA

FAKULTAS HUKUM

DEPOK

JULI 2012



UNIVERSITAS INDONESIA

**TINJAUAN YURIDIS PERAN PERBANKAN DALAM PENERAPAN
EQUATOR PRINCIPLES DALAMKEGIATAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* DI INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum pada

Fakultas Hukum Universitas Indonesia

Oleh:

ARIO BIMO NANDITO

0806323284

UNIVERSITAS INDONESIA

FAKULTAS HUKUM

DEPOK

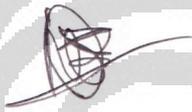
JULI 2012

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ario Bimo Nandito

NPM : 0806323284

Tanda Tangan : 

Tanggal : 12 Juli 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Ario Bimo Nandito
NPM : 0806323284
Program Studi : Ilmu Hukum
Judul Skripsi : Tinjauan Yuridis

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Kekhususan Tentang Ekonomi, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ibu. Wenny Setiawati, S.H.,MLI

(.....)

Penguji : Bpk. M. Sofyan Pulungan, S.H., M.A.

(.....)

Penguji : Ibu Rosewitha Irawati, S.H., MLI.

(.....)

Penguji : Bpk. Ditha Wiradiputra, S.H., M.E.

(.....)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : Juli 2012

KATA PENGANTAR

Pujidansyukursayapanjatkankepada Allah SWT, karenaatasberkatdanrahmat-Nya, sayadapatmenyelesaikanpenulisanskripsiini.SholawtdansalamjugaPenulissampai kankepadaNabi Muhammad SAW yang membawarisalahbagiumatnya. Penulisanskripsiinidilakugunamemenuhisalahsatusyaratdalam mencapaigelarSa rjanaHukumpadaFakultasHukumUniversitas Indonesia.Sayamenyadari, bahwadalammenjalanimasaperkuliahanhinggapenyusunanskripsiinitidakmungkin sayalakukantanpaadanyadukungannyaOlehkarenaitudariberbagaipihak.saya, mengucapkanterimakasih yang sebesar-besarnyakepada :

1. (Alm) Prof.SafriNugraha, S.H.,LL.M.,Ph.DsebagaiDekanFakultasHukumUniversitas Indonesia yang Penulishormati;
2. Prof. MardjonoReksodiputro S.H., M.A sebagaitokohutama yang menginspirasi penulis untuk melanjutkan studi di ilmuhukumdantelahbersediamenjadi mentor maupunpenasihatpenulisdalamhalkeilmuanhukumselamapenulismenjalank an program studi di FHUI.
3. Bang WennySetiawati, S.H., M.L.I.selakudosenpembimbing yang telahmenyediakanwaktu, tenagadanpikiranuntukmembimbingpenulisdalam penyusunanskripsiini. Serta tidaklelahuntukmeyakinkandanmendukungpenulisuntukdapatmenyelesaikan kripsi, Suatu pengalamandanpengetahuan yang sangatberhargapenulisdapatkandaribeliau.Seumurhiduppenulistidakakanmelu pakanjasanya yang benarbenarmencerminakan guru dalamartisebenarnya.
4. IbuHeningHapsariSetyorini, S.H.,M.H. sebagaiPembimbingAkademisdariPenulis. TerimakasihbanyakIbutelahselalumemberikandukungandanmembantudalam masaperkuliahandi FakultasHukumUniversitas Indonesia.

5. Kepada para Pengajar Fakultas Hukum Universitas Indonesia Prof Rosa, Bang Parul, Bang Teddy A. Anggoro, Mba Disri, Mba Ira, mbak Nadia, Pak Arman Nefi, Ibu Myra serta para pengajar lain yang tidak mungkin disebut satu persatu. Pengetahuan dalam pendidikan yang telah Abang, Mba, Ibudan Bapak berikan selama masa perkuliahan di Fakultas Hukum ini merupakan suatu pelajaran berharga yang sangat bernilai bagi penulis;
6. Bapak Ferry Nugroho selaku asisten wakil presiden dari Bank ANZ dan Bapak Stanley selaku corporate banking Bank HSBC. Terimakasih telah meluangkan waktu dan banyak memberikan bantuan kepada penulis melalui sesi wawancara di Kantor ANZ dan HSBC;
7. Bapak Syamsurizal Munaf selaku Chief Financial Officer Medco Energi International dan Ibu Dhalia Ariotedjo selaku Vice President Corporate banking Bank Bca atas bantuannya dalam penulisan mendapatkan narasumber dari bank bank yang menjadi penelitian skripsi penulis.
8. Kepada keluarga Penulis, Bapak Arie Prabowo Ariotedjo dan Ibu Arti Laksmigati Ariotedjo, sebagai kedua orang tua yang telah memberikan bantuan-bantuan material, kasih sayang dan dukungan moral yang sangat berharga dan tak ternilai. Terimakasih untuk selalu memberikan dukungan untuk menjadi orang yang berguna. Selain itu tidak lupa penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada kedua kakak penulis, Aryo Prakoso Ariotedjo dan Dwilestari Pramesti Ariotedjo, yang selalu memberikan npanutan penulis untuk menyelesaikan pendidikan dan jugaberusaha untuk mengukir prestasi;
9. Putri Selaras Oesman, sebagai seseorang yang tidak pernah lelah untuk memberikan dukungan moral kepada penulis yang sangat berharga. Penulis sangat menghargai dan bersyukur atas persertaannya dalam proses

penyelesaian studipendidikanakhirinimaupundalamkehidupanpribadipenulis. TidakLupapenulismengucapkanterimakasihkepadakeluargabesardaribapakOesmanSapta, khususnyaKakOkto yang dariawalbertemusampaidengandetikiniselalumemberikanarahanpedomanmaupunnasihatnasihatdalamhalpenulisberorganisasi maupunmenjalankanusahanya, danjuga Bang Eyi di manaPenulismelihatkakandasebagaipanutandalammenjalankanstudihukumini.

10. Sahabat-sahabatPenulis di FHUI, LidzikriCeasarDustira, AndaraAnnisa, FemaliaIndraini, AdhindraArioWuriPrastiti, SitiKemalaNuraida, RasyadAndhika, HulmanBona, AlfinaNarang, ChentiniPrameswari, M FikriYonesyahardi, TaniaRahmadhinaAnnisa Caca, John Engelen, NamiraAssagaf, IndraPrabowo, Hangkoso S Wibawanto, Sarah Eliza, M AlfiSofyan, AgungWaskito, SuciRetiqa, M Reza Rizky, Priscilla Manurung, Zefanya Ruth, Gabriella Sirait. TerimakasihtelahmenjadiTemanPenulisselama di FHUI dan member warnadalamkehidupankampus;
11. Budi Widuro, sebagaisahabatseperjuanganpenulis yang telahmerasakanperjuangandalammembuktikanbahwakitaadalah orang yang “bisa” danmenyelesaikanpendidikanbersamapenulisdarijenjang SMP hinggaPerkuliahan di FHUI. Terimakasihatassegaladukunganmoril yang telahdiberikan. Semogakelaksemuatujuandancitacita yang sudahkitabahasdaridulubisakitawujudkandengankaryanyata;
12. Sahabat-sahabatpenulis di kehidupanpribadi, Dinda, Icha, Tita, Irma, Rama, Aul, Alvin, Aca, Firman, Sunan, Firman, Ken, Adhikara. Terimakasihtelahmenjadisahabatpenulisselamapenulismenjalanikegiatansehari-haridanmemberikanpelajaranmaupunilaikehidupandalamdiripribadipenulis.
13. Segenapangkatan 2008 FakultasHukumUniversitas Indonesia yang sangatluarbiasa. Terimakasihataspengalamanselamaini;
14. SegenappengurusDewanPimpinanPusatAngkatanMudaPembaharuan Indonesia danseluruhpengurusDewanPimpinan Daerah

AngkatanMudaPembaharuanindonesiaseluruhnya .Khususnya mas Dave Fikarnolaksono yang senantiasaselalumemberikanperlindunganmaupunpengarahankepadapenulisse masapenulisberadadibawahnaunganbeliau

15. SegenapPengurusPusatGerakanPelajarMahasiswaPembaharuanDanPengurus Daerah

GerakanPelajarMahasiswaPembaharuan.Terimakasihataskeberaniannyadante kadnyadalammengukirsejarahdalam pembangunanindonesiadenganberaniberp artisipasidalampembentukangerakantersebutan

16. SegenapBadanPengurusPusatHimpunanPengusahaMuda Indonesia danBadanPengurus Daerah Jakarta Raya HimpunanPengusahaMudaIndonesia.Penulismendapatberbagai pelajaranpentingdalamhalmengukirrencanakehidupan yang berkelanjutan.

Akhirkata ,sayaberharap Allah SWT berkenanmembalassegalakebaikandanbantuankepadasemuapihak yang telahmembantu.

Semogaskripsiini dapatbergunabagiperkembanganilmuhukumdimasadepan.

Depok 10 Juli2011

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ario Bimo Nandito
NPM : 0806323284
Program Studi : Ilmu Hukum
Fakultas : Hukum
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“TinjauanYuridisPeranPerbankanDalamPenerapan *Equator Principles* dalam Kegiatan Corporate Social Responsibility di Indonesia”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izindari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal :

Yang Menyatakan,



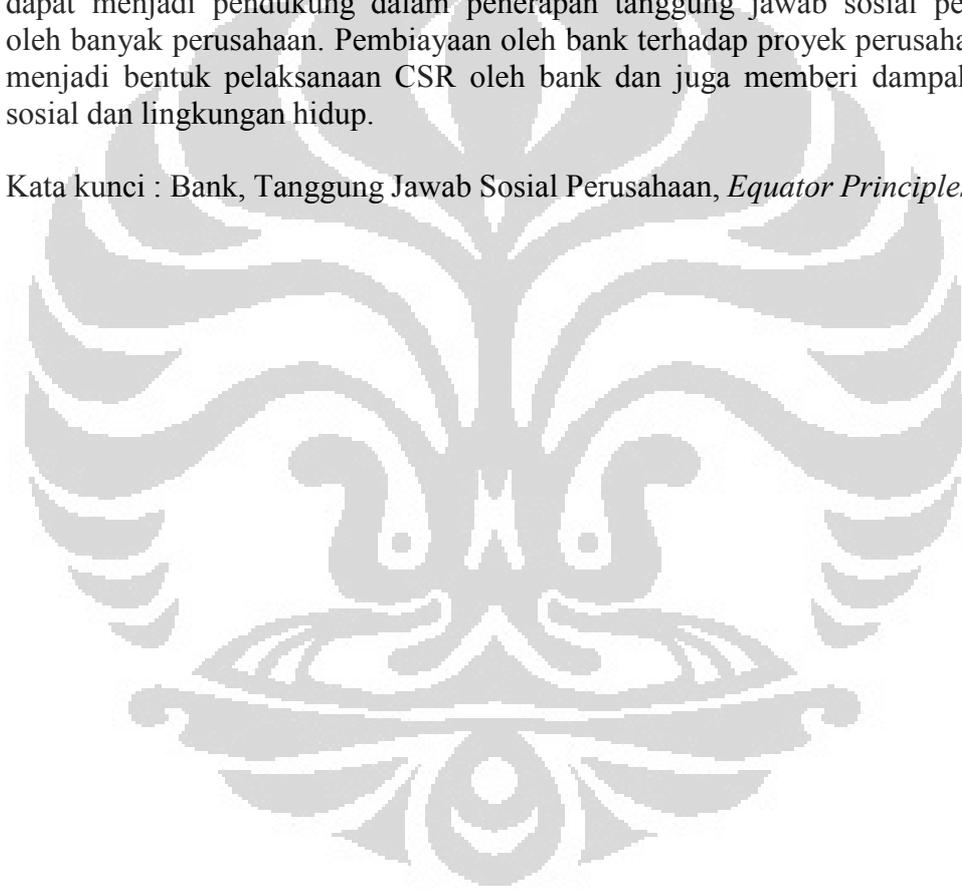
(Ario Bimo Nandito)

ABSTRAK

Nama : ArioBimoNandito
Program Studi : IlmuHukum
Judul : Penerapan *Equator Principles* dalamPerbankan di Indonesia

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kewajiban dari setiap perusahaan. Tanggung jawab ini merupakan kewajiban perusahaan terhadap *stakeholders* yaitu masyarakat dan lingkungan hidup. Saat ini memang ada pengaturan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan namun belum cukup jelas. Dalam bidang perbankan telah dikenal apa yang disebut dengan *equator principles* di mana bank dapat menjadi pendukung dalam penerapan tanggung jawab sosial perusahaan oleh banyak perusahaan. Pembiayaan oleh bank terhadap proyek perusahaan dapat menjadi bentuk pelaksanaan CSR oleh bank dan juga memberi dampak kepada sosial dan lingkungan hidup.

Kata kunci : Bank, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, *Equator Principles*



ABSTRACT

Name : ArioBimoNandito
Major : Law
Title : Application of Equator Principles in Banking Field in Indonesia.

Corporate Social Responsibility is a must for every kind of corporates. This responsibility is the corporates' obligation toward stakeholders which are social and environment. Nowadays there have been regulations regarding this responsibility but still vague. In banking field there is a known principle called the equator principles where banks can be a boosting factor towards corporate social responsibility implementation by many corporations. The banks' budgeting program in many corporations' projects can be one of the implementations of CSR by banks and also gives positive effects to social and environment.

Keywords : Bank, Corporate Social Responsibility, Equator Principles



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 LatarBelakang.....	1
1.2 RumusanMasalah.....	6
1.3 TujuanPenelitian.....	6
1.4 DefinisiOperasional.....	7
1.5 MetodologiPenelitian.....	8
1.6 ManfaatPenelitian.....	10
1.7 SistematikaPenulisan.....	10
BAB 2 TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DI	
INDONESIA.....	12
2. 1. Sejarah CSR.....	12
2. 2. DefinisiTanggungJawabSosial Perusahaan.....	19
2. 3. RuangLingkupTanggungJawabSosial Perusahaan.....	23
2. 4. Prinsip-PrinsipTanggungJawabSosial Perusahaan.....	26

2. 5. PeraturanTerkaitMengenaiTanggungJawabSosial Perusahaan...	28
2. 5. 1 UU Nomor 40 Tahun 2007.....	29
2. 5. 2 PeraturanPerundang-UndanganLainnya.....	36
2.5.2.1 UU Penanaman Modal.....	36
2.5.2.2 UU BUMN.....	36
2.5.2.3 UU PengelolaanLingkunganHidup.....	37
2.5.2.4 PP 47 Tahun 2012.....	38
2. 6. PeraturanTerkaitMengenaiTanggungJawabSosial Perusahaan dalamBidangPerbankan di Indonesia.....	39

BAB 3 TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM BIDANG PERBANKAN DI INDONESIA.....40

3. 1. Bentuk-Bentuk Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan oleh Bank.....	40
3. 2. Tujuan dan Manfaat Pengaturan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bidang Perbankan.....	46
3. 3. Peran Perbankan Sebagai Pendorong Fungsi <i>Corporate Social Responsibility</i>	55

BAB 4 PENERAPAN PRINSIP EP DALAM PERBANKAN INDONESIA STUDI TERHADAP BTPN DAN BANK X SERTA BANK Y.....61

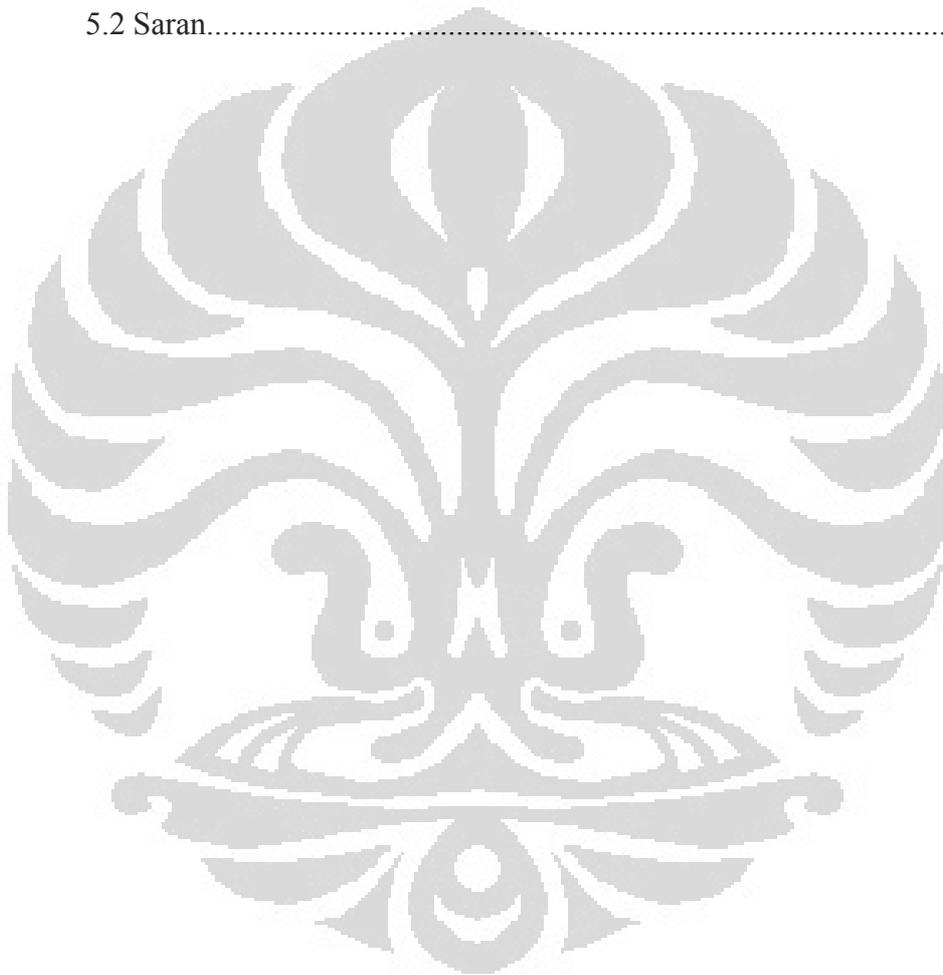
4. 1. Penerapan EP dalam Proses Pemberian Kredit pada Bank X.....	62
---	----

4. 2. Penerapan EP dalam Proses Pemberian Kredit pada Bank Y.....	63
4. 3. Urgensi Penerapan EP dalam Bidang Perbankan di Indonesia.....	64

BAB 5 PENUTUP.....66

5.1 Kesimpulan.....	66
---------------------	----

5.2 Saran.....	67
----------------	----



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang ini, setiap perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dengan sehat supaya dapat tetap bertumbuh dan berkembang serta tidak tertinggal dari perusahaan yang lain. Perusahaan dituntut untuk selalu berpikiran positif dan maju serta berinisiatif untuk melakukan perbaikan diri agar perusahaan mengalami perkembangan secara terus menerus. Dengan demikian perusahaan akan berkembang menjadi perusahaan yang sukses dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Sebagai perusahaan yang sukses berarti perusahaan tersebut telah berhasil melaksanakan program-program kerja yang telah disusun sebelumnya. Maka ketika perusahaan sudah mencapai kesuksesan, perusahaan tersebut hendaknya berlandaskan itikad baik dan tidak melupakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Tanggung jawab sosial perusahaan tersebut diwujudkan melalui program *Corporate Social Responsibility* atau yang biasa disebut dengan CSR. Sampai saat ini definisi atau pengertian mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR sangatlah beragam, yang antara lain adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.¹ Dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dikatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

¹ Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 1.

Adapun berbagai macam permasalahan sosial (*social problems*) yang semakin rumit dan implementasinya atau pelaksanaannya telah menempatkan CSR sebagai suatu konsep yang diharapkan mampu memberikan alternatif terobosan baru dalam pemberdayaan masyarakat, terutama masyarakat yang kurang mampu. Sejarah pembangunan ekonomi di Indonesia yang diyakini telah mencapai tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi, ternyata masih menyisakan permasalahan sosial yang cukup serius.²

Isu CSR itu sendiri juga mengalami perkembangan yang cukup pesat. Salah satu pendorongnya adalah perubahan paradigma dunia usaha untuk tidak semata-mata mencari keuntungan tetapi harus juga bersikap etis dan berperan dalam penciptaan investasi sosial. Di antaranya, yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah melakukan kegiatan karitatif, filantropis, dan menyelenggarakan program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat (*community development*).³

Namun demikian, masih ada harapan yang cukup besar terhadap kegiatan program CSR, tetapi hal tersebut belum bisa memberikan kontribusi yang sangat berarti. Terlihat dari program CSR itu sendiri yang masih terbatas pada program *charity* (amal atau sukarela) yang belum mampu memberdayakan masyarakat sekitar. Keterbatasan kontribusi disebabkan oleh realisasi program CSR untuk meredam konflik dengan masyarakat sekitar dan karena program tersebut belum melibatkan masyarakat pada setiap tahapan pelaksanaan program. Banyak perusahaan yang telah beroperasi di Indonesia mulai dari periode awal berkuasanya Orde Baru, namun baru merealisasikan program CSR setelah memasuki program tahun 2000.⁴ dalam rentang waktu tersebut, keterbukaan sistem politik memberikan peluang bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasinya termasuk menuntut realisasi program CSR. Khawatir akan terjadi konflik dengan masyarakat sekitar maka perusahaan merealisasikan tuntutan mereka. Pada saat yang sama, pendekatan yang

²ibid, hal. 1-2.

³Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, (Gresik: Fashco Publishing, 2007), hal. 77.

⁴Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, hal. 2.

digunakan belum mampu memberikan kontribusi yang nyata dalam memberdayakan masyarakat.⁵

Karena itu yang diharapkan dari pelaksanaan CSR adalah selain memberdayakan masyarakat, dari sisi perusahaan, juga agar operasional perusahaan berjalan lancar tanpa adanya gangguan dari masyarakat sekitar. Jika hubungan antara suatu perusahaan dan masyarakat tidak harmonis, maka bisa dipastikan akan menimbulkan masalah. Selain daripada itu pelaksanaan dari program CSR itu sendiri belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat. Hal ini disebabkan oleh kurangnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaan CSR.

Padahal dengan melaksanakan tanggung jawab sosialnya, ada beberapa manfaat yang akan dirasakan oleh perusahaan. Manfaat pelaksanaan CSR bagi perusahaan antara lain terdiri dari:⁶

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

⁵Ibid, hal. 3.

⁶Hendrik Budi Untung, Corporate Social Responsibility, hal. 6-7.

Sedangkan CSR itu sendiri bertujuan untuk pemberdayaan masyarakat dan bukan untuk memperdayai masyarakat. Pemberdayaan bertujuan untuk mendorong masyarakat untuk mandiri. Jika berbicara tentang *Corporate Social Responsibility*, maka terdapat banyak definisi. Kata sosial sering diinterpretasikan dengan kedermawanan. Padahal CSR itu sendiri terkait dengan *sustainability* dan *acceptability*, artinya berkelanjutan dan diterima untuk berusaha di suatu tempat.⁷ Perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan “3P”, yaitu selain mengejar *profit*, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).⁸

Kepedulian sosial perusahaan harus didasarkan atas alasan kegiatan perusahaan memiliki dampak bagi kondisi lingkungan, sosial, dan ekonomi masyarakat, khususnya di sekitar perusahaan menjalankan aktivitas usahanya. Selain itu, pemilik perusahaan sebenarnya bukan hanya *shareholders*, yaitu pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. *Stakeholders* dapat mencakup karyawan dan keluarganya, pemasok, pelanggan, masyarakat sekitar perusahaan, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, media massa, dan pemerintah sebagai regulator. Jenis dan prioritas *stakeholders* relatif berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya tergantung pada bidang bisnis yang bersangkutan.⁹

Di Indonesia, CSR secara gencar dikampanyekan oleh *Indonesia Business Link* (IBL) yang memberikan lima pilar aktivitas CSR, yaitu:¹⁰

1. *Building Human Capital*

⁷ Ibid, hal. 9-10.

⁸ Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, hal. 32.

⁹ Makna Ani Marlia, *Pentingnya Implementasi CSR Pada Masyarakat Indonesia*, <http://mamrh.wordpress.com>, ditelusuri pada 16 Maret 2012.

¹⁰ Reza Rahan, *CSR Antara Teori dan Kenyataannya*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2009), hal. 13.

Berkaitan dengan internal perusahaan untuk menciptakan sumber daya manusia (SDM yang handal, di sisi lain, perusahaan juga dituntut melakukan pemberdayaan masyarakat.

2. *Strengthening Economies*

Perusahaan harus memberdayakan ekonomi masyarakat sekitarnya agar terjadi pemerataan kesejahteraan.

3. *Assesing Social Cohesion*

Upaya menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar, agar tidak menimbulkan konflik.

4. *Encouraging Good Governance*

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya mengacu ada *Good Corporate Governance* (GCG).

5. *Protecting The Environment*

Mengharuskan perusahaan untuk menjaga lingkungan sekitarnya.

Dalam prakteknya, suatu kegiatan disebut CSR ketika memiliki sejumlah unsur sebagai berikut:¹¹

1. *Continuity and sustainabikity* (berkesinambungan dan berkelanjutan) merupakan unsur vital dari CSR. CSR merupakan hal yang bercirikan pada *long term perspective* bukan *instant, happening*, ataupun *booming*. CSR adalah suatu mekanisme kegiatan yang terencanakan, sistematis dan dapat dievaluasi.

2. *Community empowerment* (pemberdayaan komunitas) adalah untuk membedakan CSR dengan kegiatan yang bersifat *charity* ataupun *philantrophy* semata. Tindakan-tindakan kedermawanan meskipun membantu komunitas, tetapi tidak menjadikan masyarakat mandiri, sedangkan salah satu indikasi dari

¹¹Ibid, hal. 13-14.

suksesnya sebuah program CSR adalah adanya kemandirian yang lebih pada komunitas, dibandingkan dengan sebelum program CSR hadir.

3. *Two Ways* artinya program CSR bersifat dua arah. Perusahaan bukan lagi berperan sebagai komunikator semata, tetapi juga harus mampu mendengarkan aspirasi dari komunitas. Ini dapat dilakukan dengan *need assesment*, yaitu sebuah survey untuk mengetahui *needs, desires, interest, dan wants* dari komunitas.

Bank pada dasarnya merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹² Bank sebagai perusahaan tentunya tidak akan lepas dari tanggung jawab sosial perusahaan ini. Saat ini telah banyak program-program yang diberikan oleh bank dalam rangka pemenuhan tanggung jawab sosialnya. Dalam teori tanggung jawab sosial perusahaan, sebuah perusahaan harus dapat memberikan manfaat bagi komunitas sekitarnya. Bank tentunya berbeda dengan jenis perusahaan lain seperti contohnya perusahaan pertambangan yang memberikan *irreversible effects* terhadap lingkungan dan komunitas sekitarnya. Namun karena peraturan perundang-perundangan mengatur mengenai CSR terhadap setiap perusahaan maka bank sebagai salah satu bentuk perusahaan tentunya tidak lepas dari tanggung jawab ini.

Karena bank sendiri tidak memberikan *irreversible effects* terhadap lingkungan sekitarnya maka tentunya ada yang beranggapan bahwa pengaturan tanggung jawab sosial perusahaan berbeda dengan perusahaan lain. Namun apabila dilihat dari tujuan utama tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri maka bank pun memiliki kewajiban untuk juga menjalankan tujuan dari diberlakukannya tanggung jawab sosial perusahaan. Selain dengan melakukan CSR sendiri bank ternyata dapat menjadi faktor pendukung pelaksanaan CSR oleh perusahaan lain. Sekarang ini telah berkembang yang disebut dengan *equator principles* di mana bank dapat menyeleksi proyek keuangan yang mereka tangani dengan pemberian kredit kepada perusahaan. Bank dapat

¹²Pasal 1 Butir 1 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992.

memilih proyek yang mereka tangani apabila telah mempertimbangkan faktor sosial dan lingkungan hidup sebagai dampak dari proyek tersebut, yang merupakan tujuan CSR itu sendiri. Dengan adanya sebuah pengaturan yang pasti terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan oleh bank maka diharapkan bank sebagai salah satu bentuk perusahaan dapat memberikan dampak yang positif secara sosial kepada masyarakat. Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis memutuskan untuk membuat judul dari skripsi ini adalah “Penerapan *Equator Principles* dalam Perbankan di Indonesia”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaturan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia?
2. Bagaimanakah konsep *Corporate Social Responsibility* yang dijalankan di bidang perbankan Indonesia?
3. Bagaimana penerapan *Equator Principles* dapat mendukung peran perbankan dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini terbagi ke dalam dua macam tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti. Tujuan pertama adalah tujuan penelitian yang bersifat umum, dimana tujuan dari penelitian ini semata – mata untuk menambah wawasan agar diharapkan pembaca dapat memahami mengenai permasalahan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia terutama dalam bidang perbankan dan juga pengaturannya baik secara teoritis

maupun penerapannya dalam beberapa contoh-contoh yang pernah terjadi di Indonesia.

Sedangkan tujuan penelitian yang kedua adalah tujuan khusus, yaitu:

1. Mengetahui pengaturan tanggung jawab sosial perusahaan menurut hukum Indonesia.
2. Mengetahui praktek *Corporate Social Responsibility* di Indonesia dalam bidang perbankan.
3. Mengetahui urgensi untuk pengaturan *Corporate Social Responsibility* di bidang perbankan Indonesia.

1.4 Definisi Operasional

Dalam hal melakukan penelitian hukum normatif, definisi yang akan diuraikan adalah definisi yang diambil dari peraturan perundang-undangan, karena pengertian yang ada pada peraturan perundang-undangan merupakan pengertian yang relatif lengkap mengenai istilah, sehingga dapatlah dijadikan pedoman dalam pengumpulan data, pengolahan dan analisis data.

Dalam penulisan ini, penulis akan mempergunakan beberapa istilah yang berakitan dengan materi dari skripsi ini, agar terdapat kesamaan persepsi mengenai pengertian dari istilah-istilah tersebut di bawah ini nantinya sehingga tidak akan terjadi kesalahpahaman, maka definisi operasional yang akan dipakai oleh penulis dalam hal ini adalah sebagai berikut:

1. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.¹³
2. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit

¹³ Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, hal. 1.

dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹⁴

Pada penelitian ini, peneliti telah mempersempit dan membatasi objek penelitian sampai pada pengaturan tanggung jawab sosial perusahaan dalam perusahaan yang berbentuk bank.

1.5 Metodologi Penelitian

Penelitian merupakan perwujudan dari rasa keingintahuan seseorang terhadap suatu masalah yang dianggapnya menarik. Suatu penelitian baru bisa dikatakan sebagai penelitian ilmiah apabila menggunakan metode. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian yuridis normatif dikarenakan bahan penelitian yang digunakan penulis adalah bahan – bahan hukum. Penelitian ini secara khusus mengaitkan hukum sebagai upaya untuk menjadi landasan pedoman dalam pelaksanaan berbagai bidang kehidupan masyarakat yang dapat mengatur ketertiban dan keadilan.¹⁵

Dalam penelitian ini analisis pengumpulan data yang dipergunakan oleh peneliti yaitu melalui studi pustaka (studi dokumen), yaitu suatu pengumpulan data yang dilakukan melalui data tertulis dengan menggunakan suatu analisis terhadap suatu obyek penelitian.¹⁶

Melalui instrumen ini data diperoleh dari sumber-sumber, buku – buku dan bahan – bahan perkuliahan yang dimiliki oleh peneliti yang berkaitan dengan penelitian ini, data – data tertulis dari perusahaan yang menjadi subyek penelitian. Data yang dikumpulkan berupa data sekunder, yaitu data yang telah

¹⁴ Pasal 1 butir (2) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.

¹⁵ Sri Mamudji et al., *Metode Penelitian dan Penulisan Hukum*, (Jakarta : Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005), hal. 4.

¹⁶ Soerjono Soekanto, *Ringkasan Metodologi Penelitian Hukum Empiris*, (Jakarta : IND-HIL-CO, 1990), hal. 22.

dalam keadaan siap pakai, bentuk dan isinya telah disusun peneliti terdahulu dan dapat diperoleh tanpa terikat waktu dan tempat.¹⁷

Analisa penelitian dalam penelitian ini adalah dengan *content analysis*, yang merupakan teknik untuk menganalisa tulisan atau dokumen dengan cara mengidentifikasi secara sistematis ciri atau karakter dan pesan atau maksud yang terkandung dalam suatu tulisan atau dokumen yang diperoleh baik dari perpustakaan maupun dari media massa yang terdiri dari :

1. Bahan hukum primer¹⁸

Bahan hukum primer dalam penelitian ini meliputi norma dasar atau kaidah dasar, peraturan dasar serta peraturan perundang – undangan di dalam bidang organisasi perusahaan khususnya mengenai tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu :

- a. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- b. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.
- c. Peraturan Bank Indonesia.

2. Bahan hukum sekunder¹⁹

Bahan hukum sekunder merupakan bahan – bahan yang memberikan informasi atau hal – hal yang berkaitan dengan sumber primer serta implementasinya. Meliputi hasil penelitian, buku, atau literatur serta skripsi maupun tesis yang membahas mengenai tanggung jawab sosial perusahaan, artikel ilmiah, serta jurnal yang memuat informasi yang dibutuhkan.

3. Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier merupakan bahan – bahan yang memberikan penjelasan yang berkaitan dengan isi sumber primer dan sumber sekunder, salah satu contohnya adalah kamus *Black's Law Dictionary*.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitis secara mendalam dengan menggunakan pendekatan kasus (*Case Approach*). Pendekatan kasus disini dalam bentuk pengamatan terhadap

¹⁷ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, Penelitian Hukum Normatif : Suatu Tinjauan Singkat, (Jakarta : RajaGrafindo, 1994), hal. 37.

¹⁸ Sri Mamudji, et.al., op.cit., hal. 29-30.

¹⁹ Ibid., hal. 31.

praktek yang terjadi dan bertujuan untuk mempelajari penerapan norma – norma atau kaidah hukum yang dilakukan dalam praktik hukum. Kasus tersebut dipelajari untuk memperoleh gambaran terhadap dampak dimensi penormaan dalam suatu aturan hukum dalam praktik hukum.²⁰

Keseluruhan data yang telah diperoleh kemudian diolah dengan metode kualitatif, yang merupakan tata cara penelitian yang menghasilkan data dalam bentuk kalimat, tidak dalam bentuk data statistik, menggambarkan apa yang ditemukan dari bahan dan data yang diteliti yang benar – benar terarah pada masalah yang ingin diketahui dan dijelaskan.²¹

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian dengan judul “Penerapan *Equator Principles* dalam Perbankan di Indonesia” ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan berbagai pihak yang memiliki minat di bidang hukum dan masalah – masalah dalam tanggung jawab sosial perusahaan dan pemenuhannya baik untuk sekedar menambah wawasan maupun memperdalam ilmu dan pengetahuan mengenai organisasi perusahaan yang telah dimiliki.

1.7 Sistematika Penelitian

Adapun model operasional penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan model operasional penelitian.

BAB 2 : TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DI INDONESIA

²⁰ Ibrahim, Teori dan Metodologi, hal. 310.

²¹ Burhan Ashopa, Metode Penelitian Hukum, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), hal. 137.

Bab ini membahas mengenai teori dari tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) itu sendiri, baik menurut definisi, ruang lingkup dan prinsip-prinsip yang terkandung di dalam tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu bab ini juga membahas mengenai pengaturan dari tanggung jawab sosial perusahaan dalam beberapa undang-undang terkait mengenai masalah perusahaan dan juga bank, yaitu Undang-Undang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Perbankan, dan juga dari Peraturan Bank Indonesia.

BAB 3 : PENGATURAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*).DALAM BIDANG PERBANKAN DI INDONESIA

Bab ini membahas mengenai pemenuhan tanggung jawab sosial sebuah perusahaan. Penulis akan memberikan contoh-contoh mengenai bentuk dari pemenuhan tanggung jawab ini seperti yang biasa dilakukan oleh perusahaan pada umumnya. Setelah itu dipersempit menjadi pemenuhan tanggung jawab sosial perusahaan yang biasa dilakukan oleh bank. Kemudian penulis menganalisa tujuan dari diberlakukannya pengaturan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dalam bidang perbankan dan membahas urgensi dari pengaturan tersebut.

BAB 4: PENERAPAN *EQUATOR PRINCIPLES* DALAM PERBANKAN INDONESIA DENGAN STUDI KASUS TERHADAP BTPB DAN BANK X SERTA BANK Y

Bab ini akan menjelaskan mengenai penerapan dari *equator principles* dalam perbankan di Indonesia dan bagaimana penerapan tersebut dapat membantu pelaksanaan CSR baik oleh bank itu sendiri dan juga terhadap perusahaan lain yang proyeknya ditangani oleh bank dalam masalah

pendanaan. Dalam bab ini studi dilakukan terhadap BTPB dan Bank X serta Bank Y sebagai contoh bank yang telah melaksanakan *equator principles*.

BAB 5 : PENUTUP

Bab IV membahas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan penjabaran fakta – fakta yang telah dilakukan dan juga jawaban dari pokok permasalahan yang telah dijabarkan pada bab pendahuluan. Serta penambahan saran – saran yang terkait dengan perumusan dan jawaban dari pokok permasalahan.



BAB 2

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DI INDONESIA

2.1. Sejarah CSR

CSR yang kini marak diimplementasikan oleh banyak perseroan mengalami evolusi dan metamorfosis dalam rentang waktu yang cukup panjang. Secara garis besar, tahap-tahap perkembangan CSR akan dideskripsikan pada bagian ini. Pada masa revolusi industri, perseroan hanya memfokuskan dirinya sebagai organisasi yang mencari keuntungan belaka. Perseroan-perseroan tersebut memandang bahwa sumbangan terhadap masyarakat cukup diberikan dengan penyediaan lapangan kerja, pemenuhan kebutuhan dengan produknya dan pembayaran pajak kepada negara. Hal ini menyebabkan ketimpangan ekonomi antara pelaku usaha dengan masyarakat di sekitarnya, selain itu kegiatan perseroan juga pada umumnya menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat sekitar, hal inilah yang melatarbelakangi masyarakat untuk menuntut adanya tanggung jawab sosial yang kemudian memunculkan CSR paling primitif yaitu kedermawanan perseroan yang bersifat karitatif.

Pada tahun 1950 merupakan permulaan era modern dari CSR. Buku karya Howard R. Bowen pada tahun 1953 yang berjudul *Social Responsibilities of The Businessman* merupakan literatur awal dari CSR modern dan karenanya Bowen dijuluki sebagai Bapak CSR.²² Pada dekade tersebut juga muncul sebuah buku yang berjudul *Silent Springs*, sebuah buku karya Rachel Carson yang mewacanakan persoalan lingkungan dalam tataran global.²³ Buku ini mengingatkan masyarakat dunia bahwa betapa memamatikannya pestisida bagi

²² Hendrik Budi Untung, Op.Cit., hal. 37.

²³ Yusuf Wibisono, Op.Cit., hal. 4.

lingkungan dan kehidupan, sehingga tingkahlaku perseroan harus dicermati sebelum berdampak menuju kehancuran.

Pada tahun 1966 pemikiran tentang korporasi yang lebih manusiawi juga muncul dalam *The Future Capitalism* yang ditulis oleh Lester Thurow. Menurut Thurow kapitalisme tidak hanya berfokus pada masalah ekonomi, namun juga memasukkan unsur sosial dan lingkungan yang menjadi basis dari *sustainable society*.²⁴ Pada era ini perilaku karitatif sudah mulai banyak dilakukan oleh pengusaha. Pada 1970-an melalui buku *The Limits To Growth* yang merupakan hasil pemikiran para cendekiawan yang tergabung dalam *Club Of Rome*,²⁵ mengingatkan masyarakat bahwa bumi yang kita pijak mempunyai keterbatasan daya dukung sementara disisi lain manusia bertambah secara ekspansional karenanya eksploitasi alam mesti dilakukan secara hati-hati supaya pembangunan dapat dilakukan secara berkelanjutan.

Pada dasawarsa ini terjadi perpindahan penekanan dari fasilitasi dan dukungan pada sektor-sektor produktif kearah sektor-sektor sosial. Latar belakang perpindahan ini adalah adanya kesadaran bahwa peningkatan produktivitas hanya dapat terjadi manakala variabel-variabel yang menahan orang untuk tetap miskin dapat dibantu dari luar. Selain itu kedermawanan perseroan terus berkembang dalam kemasan *philantrophy* serta comdev.²⁶ Pada era 1980-an makin banyak perseroan yang sebelumnya melakukan kegiatan *philantrophy* ke arah comdev. Intinya kegiatan kedermawanan yang sebelumnya kental dengan kedermawanan ala Robin Hood berkembang ke arah pemberdayaan masyarakat. Pada dasawarsa 1990-an adalah dasawarsa yang diwarnai dengan berbagai macam pendekatan, seperti pendekatan integrasi, pendekatan *stakeholders* maupun pendekatan *civil society*. Beragam pendekatan tersebut telah mempengaruhi praktek comdev menjadi suatu

²⁴Ibid., hal. 5.

²⁵Ibid.

²⁶Ibid.

kegiatan yang lintas sektor karena mencakup aktivitas produktif maupun sosial dan juga lintas pelaku sebagai konsekuensi berkembangnya keterlibatan berbagai pihak.²⁷

Pada tahun 1992 diselenggarakan KTT Bumi (*Earth Summit*) di Rio De Janeiro, Brazil yang menegaskan tentang konsep pembangunan berkelanjutan yang didasarkan pada perlindungan lingkungan hidup, pembangunan ekonomi dan sosial. Terobosan besar dalam konteks CSR dilakukan oleh John Elkington melalui konsep *profit, people and planet* (3P) yang tertuang dalam bukunya yang berjudul *Cannibals with Forks, The Triple Bottom Line of Twentieth Century*.²⁸ Ia berpendapat bahwa jika perseroan ingin berjalan secara berkesinambungan maka harus memperhatikan konsep 3P tersebut bukan hanya mencari profit semata namun juga harus memberi kontribusi positif bagi masyarakat serta turut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan.

Pada dekade ini diperkenalkan banyak model CSR termasuk di antaranya *Corporate Social Performance* (CSP), *Business Ethics Theory* (BET), dan *Corporate Citizenship*.²⁹ Sejak itu ada dua metode yang diberlakukan dalam CSR yaitu metode *cause branding* adalah pendekatan *top down*, dalam hal ini perseroan menentukan masalah sosial dan lingkungan apa yang akan dibenahi.³⁰ Sedangkan metode lainnya adalah metode *venture philanthropy* dengan pendekatan *bottom up*, disini perusahaan membantu berbagai pihak non-profit dalam masyarakat sesuai dengan apa dikehendaki masyarakat.³¹ CSR kian berkembang terutama setelah diselenggarakannya *World Summit on Sustainable Development* (WSSD) tahun 2002 di Johannesburg, Afrika Selatan. Metode pendekatan CSR juga turut berkembang yaitu dengan adanya metode partisipatif di mana program CSR dirancang bersama antara perseroan

²⁷Ibid., hal. 6.

²⁸Ibid.

²⁹Hendrik Budi Unting, Op.Cit., hal. 39.

³⁰Ibid.

³¹Ibid., hal. 40.

dan *beneficiaries*.³²

2.2. Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Walaupun telah menjadi sebuah isu global sampai saat ini belum ada suatu definisi tunggal dari CSR yang diterima secara global. Secara etimologis *Corporate Social responsibility* dapat diartikan sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau Korporasi.³³ Berikut adalah beberapa definisi dari CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan:

a. Komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya.³⁴

b. *Corporate social responsibility is the commitment of business to contribute to sustainable economic development by working with employees, their families, the local community and society at large to improve their lives in ways that are good for business and for development.*³⁵

c. *Corporate social responsibility is the commitment of business to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community and society at large to improve their quality of life.*³⁶

d. *A concept where by companies integrate social and environmental concern in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis.*³⁷

e. *Aligning a company's activities with the social, economic and environmental*

³² Yusuf Wibisono, Op.Cit., hal. 7.

³³ Gunawan Widjaya dan Yeremia Ardi Pratama, Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR, (Jakarta: Niaga swadaya, 2008), hlm 7.

³⁴ Pasal 1 butir 3 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

³⁵ Corporate Social Responsibility, <http://www.fias.net/ifcext/economics.nsf/Content/CSR-IntroPage>, diakses pada 15 Mei 2012.

³⁶ Corporate Social Responsibility: The WBCSD's journey, 2002 <http://www.wbcsd.org>, diakses pada 15 Mei 2012.

³⁷ European commission, Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility Green Paper, (Luxembourg, 2001) hlm. 8.

expectations of its stakeholders.³⁸

Tidak hanya sampai di situ, dalam berbagai tulisan penggunaan istilah *corporate social responsibility* juga ternyata tidak diterima secara menyeluruh. Ada yang mempergunakan istilah *Business Social Responsibility*, dan *Corporate Citizenship*. Dalam peristilahan yang terakhir, perseroan dipersamakan sebagaimana layaknya manusia yang memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam menjalani kehidupannya sehari-hari. Abstraksi nilai-nilai inilah yang kemudian diangkat pada tingkat korporasi. Dengan demikian berarti perseroan dihadapkan juga pada berbagai macam kewajiban yang harus dipenuhi dan dilaksanakan olehnya agar kehidupan perusahaan/korporasi dan manusia-manusia yang terkait dan terlibat di dalamnya dapat terus berlanjut (*sustain*). Ini berarti dalam suatu *corporate social responsibility* terdapat bentuk kerja sama antara perusahaan (tidak hanya perseroan terbatas) dengan segala sesuatu atau segala hal (*stakeholders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan tersebut, termasuk aspek sosial dan lingkungannya, untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan usaha (*sustainability*) perusahaan tersebut.

Rumusan atau definisi atau pengertian yang diberikan di atas menunjukkan kepada masyarakat bahwa setidaknya ada tiga hal pokok yang membentuk pemahaman atau konsep mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR). Ketiga hal tersebut adalah :³⁹

1. bahwa sebagai *artificial person*, perusahaan atau korporasi tidaklah berdiri sendiri dan terisolasi, perusahaan atau perseroan tidak dapat menyatakan bahwa mereka tidak memiliki tanggung jawab terhadap ekonomi, lingkungan, maupun sosialnya;

³⁸ <http://www.sourewatch.org>, diakses pada 15 Mei 2012.

³⁹ Gunawan Widjaya dan Yeremia Ardi Pratama, *Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*, hlm. 9-10.

2. keberadaan (eksistensi) dan keberlangsungan (*sustainability*) perusahaan atau korporasi sangatlah ditentukan oleh seluruh *stakeholders*-nya dan bukan hanya *shareholders*-nya. Para *stakeholders* ini, terdiri dari *shareholders*, konsumen, pemasok, klien, customer, karyawan dan keluarganya, masyarakat sekitar dan mereka yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan (*the local community and society at large*);

3. melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berarti juga melaksanakan tugas dan kegiatan sehari-hari perusahaan atau korporasi, sebagai wadah untuk memperoleh keuntungan melalui usaha yang dijalankan dan atau dikelola olehnya. Jadi ini berarti *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bagian yang integral dari kegiatan usaha (*business*), sehingga *Corporate Social Responsibility* (CSR) berarti juga menjalankan perusahaan atau korporasi untuk memperoleh keuntungan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* sebagaimana halnya *Corporate Citizenship*, pada awalnya bukanlah suatu bentuk tanggung jawab yang mempunyai akibat hukum yang memaksa. Jadi lebih merupakan suatu *moral obligation* perusahaan terhadap⁴⁰ :

- a. Keadaan ekonomi.
- b. Keadaan sosial.
- c. Keadaan lingkungan perusahaan yang terkait dengan kegiatan usaha atau jalannya perusahaan secara berkesinambungan. Hal ini menunjukkan bahwa bentuk atau wujud pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* tidak selalu harus sama antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya.

2.3 Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

⁴⁰ Gunawan Widjaya dan Yeremia Ardi Pratama, *Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*, hlm. 10.

Pada prinsipnya CSR merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan para *stakeholders* dalam arti luas daripada sekedar kepentingan perusahaan belaka. Meskipun secara moral adalah baik suatu perusahaan mengejar keuntungan, bukan berarti perusahaan dibenarkan mencapai keuntungan tersebut dengan mengorbankan kepentingan-kepentingan pihak lain yang terkait. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus bertanggung jawab atas tindakan dan kegiatan dari usahanya yang mempunyai dampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap *stakeholders*-nya dan lingkungan di mana perusahaan melakukan aktivitas usahanya.⁴¹ Sehingga secara positif, hal ini bermakna bahwa setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sedemikian rupa, pada akhirnya mampu meningkatkan kesejahteraan pada *stakeholders*-nya dengan memperhatikan kualitas lingkungan ke arah yang lebih baik.

Berkaitan dengan hal tersebut, John Elkington's berdasarkan pengertian CSR mengelompokkan CSR atas tiga aspek yang lebih dikenal dengan istilah "*Triple Bottom Line (3BL)*".⁴² Ketiga aspek itu meliputi kesejahteraan atau kemakmuran ekonomi (*economic prosperity*), peningkatan kualitas lingkungan (*environmental quality*), dan keadilan sosial (*social justice*). Ia juga menegaskan bahwa suatu perusahaan yang ingin menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) harus memperhatikan "Triple P" yaitu *profit*, *planet* dan *people*. Bila dikaitkan antara 3BL dan "triple P" dapat disimpulkan bahwa "*profit*" sebagai wujud aspek ekonomi, "*planet*" sebagai wujud aspek lingkungan dan "*people*" sebagai aspek sosial.

Pada sisi lain Broadshaw dan Vogel menyatakan ada tiga dimensi yang

⁴¹ Sonny Keraf, *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), hlm. 122.

⁴² Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility, dari Voluntary menjadi Mandatory*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), hlm. 36.

harus diperhatikan, sehubungan dengan ruang lingkup CSR yaitu:⁴³

- a. *Corporate philanthropy* adalah usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan, di mana usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan. Usaha-usaha amal ini dapat berupa tanggapan langsung perusahaan atas permintaan dari luar perusahaan atau juga berupa pembentukan suatu badan tertentu, seperti yayasan untuk mengelola usaha amal tersebut.
- b. *Corporate responsibility* adalah usaha sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan.
- c. *Corporate policy* adalah berkaitan erat dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang berkaitan dengan posisi tawar suatu perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang mempengaruhi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan.

Perkembangan CSR dalam praktik etika dunia usaha modern dewasa ini mencoba memberikan pembatasan ruang lingkup CSR. Menurut Jack Mahoney dalam orasinya menegaskan bahwa melalui praktik etis dunia usaha modern dewasa ini, ruang lingkup CSR minimal dapat dibedakan atas empat, yaitu:⁴⁴

1. Keterlibatan Perusahaan dalam Kegiatan Sosial yang Berguna bagi Kepentingan Masyarakat Luas

Selama ini *image* yang berkembang pada sebagian besar perusahaan sehubungan keterlibatannya dalam berbagai kegiatan sosial secara tradisional dianggap sebagai wujud paling penting sebagai implementasi CSR. Bahkan ada anggapan yang menyatakan bahwa keterlibatan perusahaan pada kegiatan sosial inilah satu-satunya kegiatan CSR. Oleh

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Orasi Ilmiah Jack Mahoney Sj, di Universitas Atma Jaya, Jakarta. Tanggal 19 Agustus 1996. Lebih lanjut dapat dilihat di dalam Sonny Keraf, hlm. 123-127.

karena itu diharapkan perusahaan tidak hanya melakukan kegiatan bisnis demi mencari keuntungan, melainkan juga ikut memikirkan kebaikan, kemajuan, dan kesejahteraan masyarakat dengan keterlibatannya dalam berbagai kegiatan sosial dalam mengatasi ketimpangan sosial dan ekonomi. Kegiatan sosial ini dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk di antaranya pembangunan rumah ibadah, membangun sarana dan prasarana fasilitas umum, penghijauan, pemberian beasiswa, pelatihan secara cuma-cuma, dan lain sebagainya.

Dari sekian banyak bentuk kegiatan sosial yang dapat dilakukan oleh perusahaan, yang paling banyak mendapatkan sorotan adalah kegiatan sosial yang dapat memecahkan masalah ketimpangan sosial dan ekonomi. Kegiatan ini didasarkan atas konsep keadilan distributif atau keadilan ekonomi dari Aristoteles yang prinsipnya menyatakan bahwa distribusi ekonomi baru dianggap adil apabila dibagi merata bagi semua warga.⁴⁵ Kegiatan ini dapat dilakukan dalam bentuk membangun pola kemitraan dan pembinaan antara pengusaha besar, kecil dan koperasi. Ada beberapa alasan mengapa perusahaan dilibatkan dan/atau melibatkan diri dalam kegiatan sosial tersebut:⁴⁶

- a. Perusahaan dan karyawan adalah bagian integral dari masyarakat setempat.
- b. Perusahaan telah diuntungkan dengan mendapatkan hak untuk mengelola sumber daya alam atau aktivitas lainnya yang ada dalam masyarakat dan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Pada tingkat tertentu masyarakat telah berjasa dengan menyediakan tenaga profesional bagi perusahaan.
- c. Perusahaan telah memperlihatkan komitmen moralnya untuk tidak melakukan aktivitas yang merugikan masyarakat.
- d. Sebagai upaya menjalin interaksi dan komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat, supaya keberadaan perusahaan dapat diterima di tengah-tengah masyarakat. Pada tingkatan tertentu akan melahirkan rasa memiliki (sense of

⁴⁵ Keadilan distributif adalah salah satu bentuk keadilan dari tiga keadilan tradisional yang dinyatakan Aristoteles. Lebih lanjut lihat Sonny Keraf, *Ibid*, hlm. 142-144.

⁴⁶ *Ibid*, hlm. 124.

belongings) masyarakat terhadap perusahaan.

2. Keuntungan Ekonomis yang Diperoleh Perusahaan

Kegiatan usaha dewasa ini, sulit untuk memisahkan antara keuntungan ekonomis dengan keuntungan sosial. Fakta empiris menunjukkan bahwa keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial sangat menunjang aktivitas usaha itu sendiri, yang pada akhirnya akan menguntungkan perusahaan. Namun, masih ada perusahaan yang menganut paham klasik sebagaimana yang diungkapkan M. Friedman bahwa satu-satunya tanggung jawab sosial perusahaan adalah mendatangkan keuntungan sebesar-besarnya bagi perusahaan. Dalam kerangka, keuntungan ekonomi dilihat sebagai sebuah lingkup tanggung jawab moral dan sosial yang sah dari suatu perusahaan. Lalu pertanyaan yang timbul adalah apakah ini merupakan satu-satunya lingkup tanggung jawab sosial dan moral perusahaan. Bila dilihat dari teori ekonomi klasik pertanyaan tersebut tidak ada artinya, karena satu-satunya tanggung jawab perusahaan adalah bagaimana menghimpun keuntungan sebanyak-banyaknya. Tetapi bila dilihat dari kacamata bisnis modern, sangat sulit memisahkan antara keuntungan ekonomis dan keterlibatan sosial. Fakta menunjukkan bahwa dengan keterlibatan aktivitas sosial sebagai wujud CSR sangat menunjang kegiatan bisnis dan akhirnya menguntungkan perusahaan itu sendiri.

3. Memenuhi Aturan Hukum yang Berlaku, Baik yang Berkaitan Dengan Kegiatan Dunia Usaha Maupun Kehidupan Sosial Masyarakat Pada Umumnya

Berkaitan dengan hal tersebut, Jack Mahoney menegaskan betul bahwa lingkup tanggung jawab sosial perusahaan yang “paling penting dan urgen” dewasa ini adalah bagaimana suatu perusahaan memenuhi aturan hukum.⁴⁷ Hal ini tidak terlepas dari integritas masyarakat itu sendiri, karena perusahaan adalah bagian masyarakat yang bertanggung jawab dan berkewajiban untuk menjaga ketertiban dan keteraturan tatanan sosial. Dengan kata lain, perusahaan sebagai subjek hukum mempunyai kedudukan yang sama dengan individu yaitu sama-sama sebagai pengemban hak dan kewajiban.

Asumsi dasar yang digunakan oleh Jack Mahoney adalah jika suatu perusahaan tidak mematuhi aturan hukum yang ada, sebagaimana halnya orang lain, maka ketertiban dan keteraturan masyarakat tidak akan terwujud. Demikian pula halnya dengan perusahaan, jika tidak menaati ketentuan hukum, maka tidak akan ada ketenangan, ketenteraman, dan rasa aman dalam melakukan setiap aktivitas usahanya.

4. Menghormati Hak dan Kepentingan *Stakeholders* atau Pihak Terkait yang Mempunyai Kepentingan Langsung maupun Tidak Langsung atas Aktivitas Perusahaan

Hal ini mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah, praktisi, akademisi, dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) dewasa ini, dengan asumsi bahwa suatu perusahaan punya tanggung jawab moral dan sosial. Sehingga perusahaan secara moral dituntut dan harus dapat menuntut dirinya sendiri untuk bertanggung jawab atas hak dan kepentingan *stakeholders*. Tanggung jawab sosial perusahaan akan menjadi hal yang begitu konkret, demi terciptanya suatu kehidupan sosial, maupun demi keberlanjutan dan keberhasilan aktivitas perusahaan itu sendiri.

⁴⁷ Jack Mahoney, Op. Cit., hal. 130.

Menurut Wigrantoro Roes Setyadi dalam wawancara dengan sebuah majalah pada tahun 2004 menegaskan bahwa setidaknya ada lima aspek yang perlu menjadi perhatian bagi perusahaan ketika berupaya meningkatkan CSR-nya yaitu.⁴⁸

- a. Melakukan bisnis dengan memperhatikan tanggung jawab sosial dan etika.
- b. Melindungi lokasi bisnisnya dan keselamatan semua orang yang berkaitan dengan kegiatan bisnisnya.
- c. Memberikan manfaat ekonomi dan lainnya kepada masyarakat di mana saja perusahaan beroperasi.
- d. Mendukung dan memberikan kontribusi terhadap upaya penegakan hak asasi manusia.
- e. Menerapkan berbagai kebijakan, program dan praktik untuk mengelola perusahaan dengan mentaati asas Good Corporate Governance, memastikan berlakunya perlakuan yang adil kepada semua stakeholders, serta memberikan informasi kepada public secara lengkap dan transparan.

Setyadi juga menjelaskan bahwa fenomena kemitraan antara pelaku bisnis dan lingkungan sosial yang semakin erat akan menjanjikan beberapa hal yang bersifat positif di antaranya.⁴⁹

- a. Menjawab isu-isu kemanusiaan dan kemasyarakatan dengan pengaruh yang luar biasa besarnya melalui cara-cara baru dalam menyelesaikan permasalahan bisnis dan sosial yang membutuhkan sumber daya dari multi sektor dan multisumber.
- b. Meningkatkan nilai budaya masyarakat madani melalui semangat partisipasi dalam kerja sama lintas kelompok dan lintas sektor.
- c. Membantu bisnis lebih berkemanusiaan dan organisasi layanan masyarakat lebih berorientasi bisnis, pelaku bisnis dan organisasi nirlaba dapat lebih baik dalam mencapai misinya.

⁴⁸ Busyra Azheri, Op. Cit., hal. 40-41.

⁴⁹ Ibid., hal. 41.

Mengingat begitu luasnya ruang lingkup CSR, maka Siregar membaginya atas dua ruang lingkup utama, yaitu:⁵⁰

- a. Tanggung jawab institusional atau struktural berupa tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar yang terikat oleh peraturan perundang-undangan. Tanggung jawab sosial ini dicirikan dengan adanya sanksi positif atau formal dari pemerintah apabila tidak diindahkan.
- b. Tanggung jawab kognitif atau interaksional yaitu tindakan sosial sukarela yang tidak terikat oleh peraturan perundang-undangan, tetapi dianggap penting atau dikerjakan oleh perusahaan, baik oleh kebutuhan inheren produksi perusahaan maupun oleh panggilan moral, sosial, dan kemanusiaan. Tanggung jawab sosial ini dicirikan absennya sanksi positif apabila tidak diindahkan, tetapi dalam hal ini akan berlaku sanksi sosial atau formal lainnya.

Bila dianalisis secara seksama, ruang lingkup CSR yang diungkapkan oleh Soregar ternyata kontradiktif. Pada satu sisi menegaskan bahwa CSR sebagai tanggung jawab institusional yang terikat secara formal dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku, sedangkan pada sisi lain justru melihat CSR sebagai tanggung jawab yang bersifat interaksional yang bersifat sukarela. Hal ini, akan memberikan pilihan bagi para pelaku usaha untuk menyatukan sikapnya. Biasanya kalangan dunia usaha akan memilih yang paling meringankan atau menguntungkan. Oleh karena itu, harus ada ketegasan yang menyatakan bahwa CSR itu sebagai tanggung jawab sosial yang bersifat imperatif. Makna imperatif ini sendiri harus bersifat *self-regulation* bagi perusahaan, sedangkan pemerintah harus memposisikan dirinya sebagai *corporate state* dengan menuangkan aturan CSR secara general, kemudian diikuti dengan aturan yang bersifat sektoral yang akan menguraikan CSR sesuai dengan bidang usaha masing-masing perusahaan.⁵¹

⁵⁰ Zaim Saidi, Sumbangan Sosial Perusahaan, Profil dan Pola Distribusinya di Indonesia: Survei 226 Perusahaan di 10 Kota, (Jakarta: Piramedia, 2003), hal. 10.

⁵¹ Busyra Azheri, Op.Cit., hal. 42.

Memahami begitu luasnya cakupan ruang lingkup CSR tersebut, sedangkan masing-masing perusahaan mempunyai karakter dan kondisi yang berbeda-beda. Kondisi ini akan berdampak pada implementasi CSR yang berbeda-beda pula. Namun bila dilihat secara komprehensif dapat dikelompokkan atas enam bidang, yaitu:⁵²

a. Bidang Ekonomi. CSR di bidang ekonomi dapat dirumuskan sebagai kewajiban untuk berperan serta dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat, bukan hanya internal, akan tetapi juga eksternal. Implikasinya pun banyak, seperti penciptaan lapangan kerja, produksi barang dan jasa yang bermanfaat bagi konsumen, tidak memperlebar jurang pemisah antara yang kaya dan yang miskin, dan secara internal memberikan imbalan yang adil, wajar, dan layak bagi para anggota organisasi.

b. Bidang Politik. Para manajer dan seluruh karyawan suatu organisasi adalah warga suatu masyarakat yang mempunyai hak dan kewajiban sebagaimana warga lainnya. Oleh karena itu, mereka mempunyai kewajiban di bidang politik seperti turut menjaga stabilitas politik di masyarakat dan menggunakan hak pilihnya dalam pemilihan umum yang diselenggarakan oleh pemerintah.

c. Bidang Sosial. Sebagaimana halnya dengan bidang-bidang lainnya, perusahaan pun mempunyai kewajiban di bidang sosial yang mencakup berbagai aspek, seperti tanggung jawab untuk turut serta memajukan kegiatan pendidikan pada semua jenjang mulai dari taman kanak-kanak, sekolah dasar, sekolah lanjutan, pendidikan tinggi, mendorong dan mendukung terselenggaranya kegiatan pendidikan non-formal yang berlangsung seumur hidup, mendukung program pemberantasan tuna aksara, mendorong kreativitas masyarakat di bidang seni, termasuk seni musik, seni tari, dan seni lukis. Hal yang penting dari bidang sosial ialah kebiasaan menggunakan bahasa nasional dengan cara yang benar, seperti dalam proses berkomunikasi antar individu dan antar kelompok perusahaan. Di sini termasuk penggunaan bahasa nasional

⁵² Siagian dan Nana Suharna, *Gagasan dan Aksi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Masyarakat: Studi Kasus Empat Perusahaan*. (Jakarta: YAPPIKA, IDSS, ACCESS, Australia Indonesia Partnership, 2006), hal. 25.

dalam pemberian nama atau identitas perusahaan dan dalam melakukan berbagai kegiatan promosi produk yang dihasilkan.

d. Bidang Legal. Logika dan rasa tanggung jawab sebagai warga negara menyatakan bahwa ketaatan pada berbagai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku sesungguhnya bukan hanya merupakan salah satu tanggung jawab sosial seseorang, akan tetapi merupakan “keharusan mutlak”. Dengan ketaatan itu tertib sosial dapat terpelihara dan keseimbangan antara hak dan kewajiban seseorang dapat diwujudkan. Melanggar berbagai ketentuan yang sifatnya normative, bukan hanya akan merugikan orang yang bersangkutan, akan tetapi juga merupakan jalan menuju ketidakberhasilan. Apabila seorang usahawan melakukan berbagai pelanggaran terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan, sesungguhnya ia melakukan sesuatu yang akhirnya merugikan perusahaan sendiri.

e. Bidang Etika. Sudah umum diakui dan diterima sebagai kenyataan bahwa dalam kehidupan bersama, terdapat norma moral dan etika yang mengikat semua anggota masyarakat, termasuk kalangan dunia usaha. Meskipun sulit mengatakan bahwa norma moral dan etika tersebut berlaku secara universal, akan tetapi di lingkungan suatu masyarakat tertentu biasanya terdapat kesepakatan tentang norma moral dan etika yang berlaku bagi mereka. Pada dasarnya dapat dikatakan bahwa norma moral dan etika dianggap baik apabila diterima oleh masyarakat dan kondisi ini pun berlaku dalam dunia perusahaan, karena perusahaan merupakan anggota dari suatu komunitas yang artifisial sama dengan manusia sendiri.

f. Diskresi (kebebasan mengambil keputusan). Berkaitan dengan kebijakan yang diambil oleh pihak manajemen dalam penyelenggaraan kegiatan perusahaan, termasuk dalam pengambilan keputusan tentang kewajiban sosial yang akan ditunaikannya. Penggunaan diskresi tersebut berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain, karena dipengaruhi oleh banyak faktor. Akan tetapi, penggunaan diskresi harus dilakukan secara bertanggung jawab dalam arti diskresi digunakan untuk memperkuat komitmen manajemen untuk memikul tanggung jawab sosialnya.

Sementara Kotler dan Lee dalam bukunya “*Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good For Your Company and Your Cause*”, mengidentifikasi ada enam pilihan program bagi perusahaan yang ingin melakukan inisiatif dan aktivitas berkaitan dengan berbagai masalah-masalah sosial sekaligus juga sebagai wujud komitmen dari CSR-nya, yaitu:⁵³

- a. *Cause promotion*, adalah kegiatan yang dilakukan dalam bentuk memberikan kontribusi berupa dana dan penggalangan dana untuk meningkatkan kesadaran akan permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat.
- b. *Cause related marketing*, adalah bentuk kontribusi perusahaan dengan menyisihkan beberapa persen dari pendapatan yang diperoleh perusahaan sebagai donasi bagi permasalahan sosial tertentu, untuk periode tertentu atau produk tertentu.
- c. *Corporate social marketing*, adalah upaya untuk membantu mengembangkan dan sekaligus mengimplementasikannya dalam bentuk kampanye dengan focus mengubah perilaku negative.
- d. *Corporate philanthropy*, adalah inisiatif dari perusahaan dengan memberikan kontribusi langsung kepada suatu aktivitas amal, baik dalam bentuk donasi atauoun sumbangan tunai.
- e. *Community volunteering*, adalah bentuk kegiatan yang dilakukan langsung oleh perusahaan dalam memberikan bantuan dan mendorong karyawan serta mitra bisnisnya untuk secara sukarela terlibat dan membantu masyarakat setempat.
- f. *Socially responsible business practice*, adalah inisiatif perusahaan untuk mengadopsi dan melakukan praktik bisnis tertentu untuk investasi yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas sebuah komunitas dan melindungi lingkungan.

Apa yang diuraikan oleh Kotler dan Lee sebagai pilihan alternatif bagi perusahaan untuk mengimplementasikan CSR dalam aktivitas usahanya.

⁵³ Philip Kotler and Nancy Lee, *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good for Your Company and Your Cause*, (New Jersey: John Wiley & Sons, 2005), hal. 34-36.

Namun alternatif tersebut masih didasarkan paradigme bahwa CSR lebih bersifat *voluntary* belum lagi mengarah pada suatu keharusan (*mandatory*) dalam makna *legal responsibility*.

2.4 Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Terdapat sejumlah institusi internasional yang telah mengeluarkan prinsip-prinsip yang dapat digunakan sebagai acuan pelaksanaan CSR, diantaranya dikeluarkan oleh Prof. Alyson Warhurst dari University of Bath Inggris pada tahun 1988 mengajukan prinsip-prinsip CSR sebagai berikut:⁵⁴

- a. Prioritas Korporat. Mengakui tanggung jawab sosial sebagai prioritas tertinggi korporat dan penentu utama pembangunan berkelanjutan;
- b. Manajemen terpadu. Menintegrasikan kebijakan program dan praktek ke dalam setiap kegiatan bisnis sebagai satu unsur manajemen dalam semua fungsi manajemen;
- c. Proses perbaikan. Secara berkesinambungan memperbaiki kebijakan, program dan kinerja sosial korporat, berdasar temuan riset mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut secara internasional;
- d. Pendidikan karyawan. Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan serta memotivasi karyawan;
- e. Pengkajian. Melakukan pengkajian dampak sosial sebelum memulai kegiatan atau proyek baru;
- f. Produk dan jasa. Mengembangkan produk dan jasa yang tidak memiliki dampak negatif;
- g. Informasi publik. Memberi informasi dan mendidik pelanggan, distributor dan publik tentang produk dan jasa;

⁵⁴ Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, (Gresik, Fascho Publishing, 2007), hal. 39-41.

- h. Fasilitas dan operasi. Mengembangkan fasilitas dan operasi yang mempertimbangkan kajian dampak sosial;
- i. Penelitian. Melakukan dan mendukung penelitian berdampak sosial yang terkait dengan kegiatan usaha;
- j. Prinsip pencegahan. Memodifikasi manufaktur pemasaran atau penggunaan produk atau jasa;
- k. Kontraktor dan pemasok. Mendorong penggunaan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial korporat yang dijalankan kalangan kontraktor dan pemasok.
- l. Siaga menghadapi darurat. Menyusun dan merumuskan rencana menghadapi keadaan darurat;
- m. *Transfer best practice*. Berkontribusi pada pengembangan dan transfer praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial pada semua industry dan sektor publik;
- n. Memberi sumbangan. Sumbangan untuk usaha bersama, pengembangan kebijakan publik dan bisnis yang akan meningkatkan kesadaran tentang tanggung jawab sosial;
- o. Keterbukaan. Menumbuhkembangkan keterbukaan dan dialog dengan pekerja dan publik;
- p. Pencapaian dan pelaporan. Mengevaluasi kinerja sosial secara berkala dan pencapaian berdasarkan kriteria korporat dan peraturan perundang-undangan.

Selanjutnya, Dow Jones Sustainability Group Indexes mengembangkan prinsip-prinsip sebagaimana yang tertuang berikut ini:⁵⁵

- a. Teknologi. Prinsip ini memiliki komponen yaitu, kreasi, produksi, dan pengiriman barang dan jasa yang didasarkan pada organisasi dan teknologi inovatif yang memanfaatkan sumber-sumber daya alam, finansial, dan sosial secara efektif, efisien dan ekonomis dalam jangka panjang;
- b. Tata pamong. Komponen dari prinsip ini yaitu, keberlanjutan perseroan didasarkan pada standar tertinggi tata pamong termasuk tanggung jawab

⁵⁵Ibid., hal. 44.

manajemen, kapasitas organisasional, kultur korporat dan hubungan dengan *stakeholders*;

- c. Pemegang saham. Komponen prinsip ini yaitu, tuntutan pemegang saham hendaknya sesuai dengan kebutuhan balikan (*return*) finansial, pertumbuhan ekonomi berjangka panjang, peningkatan produktivitas berjangka panjang, menjamin daya kompetitif global, dan member sumbangan pada kapital intelektual;
- d. Industri. Perseroan-perseroan yang berkelanjutan hendaknya mengarahkan industrinya untuk beralih pada keberlanjutan dengan menunjukkan komitmennya dan mempublikasikan kinerjanya yang unggul;
- e. Masyarakat. Komponen dari prinsip ini adalah perseroan-perseroan yang berkelanjutan hendaknya mendorong kesejahteraan sosial yang abadi melalui respon yang cepat dan tepat, peningkatan demografis, arus migrasi, pergeseran pola-pola kultural dan kebutuhan pada pendidikan berkelanjutan.

Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) menyepakati pedoman bagi perseroan multinasional yang meliputi:⁵⁶

- a. Memberi kontribusi untuk kemajuan ekonomi, sosial dan lingkungan berdasarkan pandangan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan;
- b. Menghormati hak-hak asasi manusia yang dipengaruhi kegiatan yang dijalankan oleh perseroan;
- c. Mendorong pembangunan kapasitas lokal melalui kerja sama yang erat dengan komunitas lokal;
- d. Mendorong pembentukan *human capital*, khususnya melalui penciptaan lapangan pekerjaan, pelatihan dan pendidikan bagi karyawan;
- e. Menahan diri untuk tidak mencari atau menerima pembebasan di luar yang dibenarkan secara hukum yang terkait dengan sosial dan lingkungan;
- f. Mendorong dan memegang teguh prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) serta mengembangkan dan menerapkan praktik tata kelola perseroan yang baik;

⁵⁶Ibid., hal. 41-43.

- g. Mengembangkan dan menerapkan praktik-praktik sistem manajemen yang mengatur diri sendiri secara efektif;
- h. Mendorong kesadaran pekerja yang sejalan dengan kebijakan perseroan dengan kebijakan melalui penyebarluasan informasi tentang kebijakan tersebut;
- i. Menahan diri untuk tidak melakukan tindakan tebang pilih dan indiscipliner;
- j. Mengembangkan mitra bisnis;
- k. Bersikap abstain terhadap semua keterlibatan yang tak sepatutnya dalam kegiatan politik lokal.

2.5 Peraturan Terkait Mengenai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Keberadaan CSR di Indonesia saat ini bukan lagi berupa teori atau inisiatif kebijakan perseroan saja melainkan keberadaannya telah dituangkan kedalam beberapa peraturan perundang-undangan. Berikut ini ketentuan mengenai CSR yang terdapat di beberapa peraturan perundang-undangan.

2.5.1 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Dalam pengaturan pada pasal 74 UUPT, pemerintah mewajibkan pelaksanaan CSR pada perseroan yang bergerak dibidang tertentu, dengan adanya kewajiban tersebut maka pelaksanaan CSR yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan harus dilaksanakan dengan adanya itikad baik dari perseroan. Dengan adanya pengaturan lebih lanjut mengenai CSR pada peraturan pemerintah, yang sampai saat ini belum terwujud, seharusnya peraturan pemerintah tersebut tidak menafsirkan ketentuan-ketentuan dalam undang-undang dengan lebih kaku, sehingga membatasi ruang gerak pelaku usaha. CSR perlu dipahami sebagai komitmen bisnis untuk melakukan kegiatannya secara beretika dan berkontribusi pada pembangunan

yang berkelanjutan, melalui kerja sama dengan pemangku kepentingan. Artinya, harus ada kesepakatan bersama dalam mengimplementasikan CSR tersebut, sehingga pengaturannya nanti tidak berbenturan dengan pengaturan pada undang-undang lainnya.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang disahkan DPR tanggal 20 Juli 2007 menandai babak baru pengaturan CSR di Indonesia. Keempat ayat dalam Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 menetapkan kewajiban semua perusahaan di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.⁵⁷ Sebagai sebuah konsep yang baru dimasukkan ke dalam UU PT, pemerintah diharapkan tidak salah dalam menafsirkan konsep CSR ini. Kontroversi yang terjadi di kalangan pengusaha sejak diwajibkannya pelaksanaan CSR bagi sebuah PT adalah karena ketidakpahaman sejumlah kalangan pengusaha dalam mengartikan CSR dan adanya ketakutan bahwa pemerintah juga salah tafsir sehingga pada akhirnya perusahaan akan dirugikan melalui kewajiban pelaksanaan CSR ini.⁵⁸

Bunyi pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 tentang PT yang mewajibkan CSR bagi PT adalah sebagai berikut :

Pasal 74

(1)

Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

⁵⁷ Achmad Daniri, Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, <http://www.madaniri.com/dljump.php?id=8>, hal. 12, diakses pada 1 Juni 2012.

⁵⁸ Gunawan Widjaja dan Yeremia Andi Pratama, Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan tanpa CSR, (Jakarta: Forumsahabat, 2008), hal. 93.

(2)

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

(3)

Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

(4)

Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Rumusan pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 tentang PT tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :⁵⁹

a. Pasal 74 ayat (1) UU PT : Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Dalam Pasal 74 ayat (1) disebutkan bahwa :

“Yang dimaksud dengan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam” adalah Perseroan yang kegiatan usahanya mengeloladan memanfaatkan sumber daya alam” dan “Yang dimaksud dengan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam” adalah Perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam.”

⁵⁹Ibid., hal. 94.

Dalam penjelasan Pasal 74 tersebut jelas disebutkan bahwa kewajiban pelaksanaan CSR bagi perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam ini tidak hanya melihat pada bisnis inti (*core business*) dari perusahaan tersebut. Walaupun perusahaan tersebut tidak secara langsung melakukan eksploitasi sumber daya alam, tetapi selama kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam, maka perusahaan tersebut wajib melaksanakan tanggung jawab sosialnya (CSR). Hal ini berarti bahwa baik itu perusahaan yang dalam kegiatan usahanya berhubungan langsung dengan sumber-sumber daya alam maupun tidak secara langsung menggunakan sumber daya alam dalam menjalankan kegiatan usahanya, wajib melaksanakan CSR.⁶⁰

Dengan demikian jelaslah bahwa konsep CSR yang semula hanya merupakan kewajiban moral, dengan berlakunya Pasal 74 ayat (1) UU PT menjadi kewajiban yang dapat dipertanggungjawabkan dalam hukum, tetapi khusus hanya bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam. Bagi perseroan lainnya, CSR hanya merupakan kewajiban moral saja.

b. Pasal 74 ayat (2) UU PT : Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Dalam ayat ini disebutkan bahwa biaya pelaksanaan CSR diperhitungkan sebagai salah satu komponen biaya perusahaan. Biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan CSR ini seharusnya pada akhir tahun buku diperhitungkan sebagai salah satu pengeluaran perusahaan. Seperti telah disinggung sebelumnya, agar dapat dijadikan sebagai biaya pengurang penghasilan kena pajak, maka rencana kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang akan dilaksanakan dan anggaran yang dibutuhkan wajib untuk dimuat atau dimasukkan ke dalam

⁶⁰Ibid., hal. 95.

rencana kerja tahunan.⁶¹

Selain itu dengan memperhatikan ketentuan pajak yang berlaku, biaya CSR haruslah merupakan biaya yang dikeluarkan perseroan untuk mendapatkan, menagih dan memelihara penghasilan. Jadi jelaslah biaya CSR bukanlah *philanthropy*.⁶² Hal ini tidak berarti bahwa keuntungan perusahaan setelah pajak, dipotong lagi untuk kewajiban pelaksanaan CSR. Jadi, biaya pelaksanaan CSR seharusnya tidak menjadi “pajak” tambahan bagi perseroan. Keuntungan bersih perusahaan setelah dipotong untuk dana cadangan perusahaan adalah hak sepenuhnya dari para pemegang saham. Jadi tidak dapat digunakan untuk biaya pelaksanaan CSR. Seperti telah disebutkan sebelumnya bahwa pelaksanaan CSR bukan hanya menjadi tanggungan dari pemegang saham. Mengenai nantinya keuntungan perusahaan tersebut dipakai oleh pemegang saham yang bersangkutan baik atas nama pribadi maupun atas nama Perseroan Terbatas untuk melakukan kegiatan sosial, itu adalah kegiatan *philanthropy*, dan itu bukan CSR.

Mengenai besarnya anggaran pelaksanaan CSR ini jelas disebutkan bahwa pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran, yaitu dengan pengertian bahwa biaya-biaya tersebut harus diatur besarnya sesuai dengan manfaat yang hendak dicapai dari pelaksanaan CSR itu sendiri berdasarkan tanggung jawab yang harus ditanggung oleh perseroan sesuai dengan kegiatan usahanya tersebut.⁶³ Kondisi tersebut pada dasarnya hendak memperhatikan bahwa penentuan besar kecilnya dana yang mereka anggarkan untuk pelaksanaan CSR dengan tetap memperhatikan tujuan pelaksanaan CSR yaitu *sustainability* perusahaan, lingkungan, dan sosial.⁶⁴

c. Pasal 74 ayat (3) UU Perseroan Terbatas: Perseroan yang tidak

⁶¹Ibid., hal. 96.

⁶²Ibid., hal. 97.

⁶³Ibid.

⁶⁴Ibid., hal. 98.

melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Penjelasan ayat (3) Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa :

“Yang dimaksud dengan “dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan” adalah dikenai segala bentuk sanksi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang terkait”.

Penjelasan Pasal 74 ayat (3) UU No. 40 Tahun 2007 tersebut jelas menyatakan bahwa sanksi yang dikenakan bagi perseroan yang melanggar ketentuan mengenai tanggung jawab sosial lingkungan ini adalah sanksi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang terkait. Ini artinya sanksi yang dikenakan bukan sanksi karena perusahaan tidak melakukan CSR menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas, melainkan sanksi yang karena perusahaan mengabaikan CSR sehingga perusahaan tersebut melanggar aturan-aturan terkait di bidang sosial dan lingkungan yang berlaku.⁶⁵

Berbagai macam peraturan perundang-undangan terkait dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat disebutkan di sini, misalnya:⁶⁶

1. UU No. 11 Tahun 1967 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pertambangan.
2. UU No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.
3. UU No. 41 Tahun 1999 tentang Kehutanan.
4. UU No. 7 Tahun 2004 tentang Sumber Daya Air.
5. UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.
6. UU No. 39 Tahun 2009 tentang Hak Asasi Manusia.
7. UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan

⁶⁵Ibid.

⁶⁶Ibid. hal. 99.

Usaha Tidak Sehat.

8. UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

9. UU No. 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara.

10. UU No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan

Berbagai aturan itulah yang menghidupkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Undang-Undang Perseroan Terbatas hanya sekedar mengingatkan kembali akan kewajiban-kewajiban tersebut dengan memasukkan dan menganggarkannya ke dalam rencana kerja tahunan dan laporan tahunan (*sustainabilityreport*).

d. Pasal 74 ayat (4) UU Perseroan Terbatas: Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah. Ketentuan yang disebutkan dalam ayat (1), (2), dan (3) Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 adalah peraturan yang memayungi pelaksanaan CSR di Indonesia. Dengan demikian sesuai dengan amanah yang diberikan oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas tersebut, Pemerintah perlu membuat aturan pelaksanaannya dalam bentuk Peraturan Pemerintah. Dalam membuat Peraturan Pemerintah ini, Pemerintah diharapkan tidak salah menafsirkan CSR sehingga aturan yang dibuat nantinya justru memberatkan perusahaan dan akan menghilangkan makna dari CSR itu sendiri. Dengan dimasukkannya CSR dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, CSR yang pada awalnya muncul karena kesadaran perusahaan dan lebih merupakan *moral liability*, menjadi *legal liability*, walaupun sanksi yang diterima oleh perusahaan adalah dari UU terkait.⁶⁷

Jika bagi Pemerintah Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 melahirkan kewajiban

⁶⁷Ibid., hal. 100.

untuk membuat suatu Peraturan Pemerintah yang akan memayungi dan menjembatani berbagai macam peraturan terkait dengan kegiatan CSR, namun bagi Perseroan Terbatas sendiri, khususnya Perseroan Terbatas yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam, maupun Perseroan Terbatas pada umumnya yang ingin melaksanakan CSR sebagai bagian dari nafas dan kehidupan perseroan terbatas dalam rangka memelihara kesinambungan (*sustainability*) perseroan dan memberikan kesejahteraan bagi seluruh *stakeholders* perseroan, maka dimasukkannya konsep CSR dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menimbulkan konsekuensi bagi Perseroan Terbatas, yaitu:⁶⁸

1. Perseroan Terbatas harus memiliki *corporate identity*. Sebelum melaksanakan kegiatan CSR-nya perusahaan harus mampu mengidentifikasikan dirinya melalui Visi, Misi, dan nilai-nilai perusahaan serta menempatkan dirinya dalam posisi yang tepat di tengah komunitas dan lingkungannya. Identitas perusahaan ini akan menentukan konsepsi dan cara pandang perusahaan terhadap kegiatan CSR yang akan mereka lakukan dan penguangannya dalam rencana kerja tahunan guna mencapai kinerja yang terbaik.
2. Perseroan Terbatas harus mampu merumuskan kegiatan CSR-nya dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut :
 - a. CSR bukanlah kegiatan *philanthropy*.
 - b. Pelaksanaan CSR memerlukan keterlibatan dari semua *stakeholders*.
 - c. Pelaksanaan CSR menuntut keterlibatan aktif perusahaan.
 - d. Tujuan pelaksanaan CSR adalah *sustainability* perusahaan, lingkungan, dan sosial.
 - e. Pelaksanaan CSR disesuaikan dengan kemampuan perusahaan dan khususnya peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia yang

⁶⁸Ibid., hal. 101-105.

berhubungan dengan masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan.

3. Perseroan Terbatas harus merumuskan CSR-nya dalam setiap rancangan kerja perusahaan dan melaporkannya dalam laporan tahunan (*sustainability report*) perusahaan sesuai dengan ketentuan Pasal 74 ayat (2) UU No. 40 Tahun 2007 tentang PT sebagaimana juga disebutkan dalam Pasal 5 dan 6 Rancangan Peraturan Pemerintah Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Dalam Pasal 4 Rancangan Peraturan Pemerintah Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan disebutkan pelaksanaan CSR perusahaan ini dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan perseroan. Penjelasan Pasal 4 Rancangan Peraturan Pemerintah Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan menyebutkan bahwa : “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang dilaksanakan di dalam lingkungan perseroan misalnya keamanan, kesehatan, dan keselamatan kerja.” Dan “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang dilakukan di luar lingkungan perseroan misalnya pemberdayaan masyarakat (*community development*) sepanjang diatur UU terkait beserta peraturan pelaksanaannya, pengelolaan limbah pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup.”

4. Secara internal Perseroan Terbatas harus mensosialisasikan pelaksanaan CSR mereka kepada seluruh *stakeholders* perusahaan agar setiap *stakeholders* dapat bersama-sama terlibat secara aktif dan berkesinambungan dalam mendukung kegiatan CSR perusahaan. *Stakeholders* yang perlu mendapat sosialisasi dari perusahaan yaitu:

- a. Pemegang saham.
- b. Karyawan.
- c. Pemerintah.
- d. Konsumen.
- e. Komunitas.
- f. Pihak-pihak lain yang dapat digolongkan sebagai *stakeholders* perusahaan.

2.5.2. Peraturan Perundang-Undangan Lainnya

2.5.2.1 Undang-Undang Penanaman Modal

Dalam UUPM ditegaskan amanat bahwa, setiap penanam modal berkewajiban menerapkan prinsip tata kelola perseroan yang baik dan melaksanakan tanggung jawab sosial perseroan,⁶⁹ untuk menciptakan hubungan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Dalam ketentuan tersebut tampak bahwa basis CSR adalah corporate code of conduct, maka menjadi suatu kebutuhan akan rambu-rambu etika bisnis, agar terciptanya praktik bisnis yang beretika. Dengan adanya corporate code of conduct yang pada dasarnya memuat nilai-nilai etika bisnis sebagai dasar pelaksanaan CSR, maka terdapat suatu prinsip responsibility atau tanggung jawab. Perseroan harus menciptakan nilai tambah dari produk dan jasa bagi stakeholders yang lebih mencerminkan stakeholders-driven concept. Dalam usahanya tersebut prinsip responsibility menelurkan gagasan CSR.

2.5.2.2 Undang-Undang Badan Usaha Milik Negara

Badan Usaha Milik Negara, yang selanjutnya disebut BUMN, adalah badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan.⁷⁰ BUMN merupakan salah satu pelaku ekonomi dalam perekonomian nasional disamping pelaku usaha swasta dan koperasi. Dalam sistem perekonomian nasional BUMN berperan menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan dalam rangka mewujudkan kemakmuran masyarakat. Peran BUMN dirasakan semakin penting sebagai pelopor dan perintis dalam sektor usaha yang belum dimiliki swasta. Disamping itu, BUMN juga mempunyai

⁶⁹ Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman Modal, Pasal 15 huruf (a) dan (b).

⁷⁰ Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003, Pasal 1 angka (1).

peran strategis sebagai pelaksana pelayanan publik, penyeimbang kekuatan swasta, dan turut membantu pengembangan usaha kecil atau koperasi. BUMN juga merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang signifikan dalam bentuk berbagai jenis pajak, deviden dan hasil privatisasi. BUMN dituntut untuk berfungsi sebagai alat pembangunan dan berperan sebagai institusi sosial. Peran sosial ini menggambarkan adanya *public purpose* (sasarannya adalah masyarakat) dan *public interest* (orientasinya pada kepentingan masyarakat).⁷¹

Tertatanya kebijakan sosial di BUMN sangat strategis, namun demikian regulasi yang tertuang dalam Kepmen BUMN sesungguhnya telah mendekati ideal hanya saja dinilai masih kurang lentur terutama menyangkut alokasi bidang bantuan yang hanya terbatas pada lima obyek bantuan yaitu, bencana alam, pendidikan, kesehatan, sarana umum dan saran ibadah. selain itu pada umumnya sebagian besar bantuan sosial BUMN kepada masyarakat masih bersifat karitatif dan kadang terdapat pula permasalahan akan ketidakjelasan mekanisme hubungan antara unit-unit penyelenggara kegiatan CSR.

2.5.2.3 Undang-Undang Pengelolaan Lingkungan Hidup

Dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, pada dasarnya manusia memiliki hak atas lingkungan hidup sebagai salah satu bagian dari hak asasi manusia.⁷² Pada dasarnya hak atas lingkungan hidup yang baik dan sehat adalah diakuinya hak lingkungan hidup untuk dilindungi dan dilestarikan, namun lingkungan hidup sebagai penyanggah hak tidak dapat mempertahankan haknya tanpa bantuan manusia oleh karena itu diperlukan peran setiap orang bagi orang perseorangan atau

⁷¹ Yusuf Wibisono, Op.Cit., hal. 88.

⁷² Universal Declaration of Human Rights 1948, Pasal 28 jo. Pembukaan UUD 1945 alinea IV jo. Pasal 33 ayat (3) jo. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup Pasal 5.

kelompok dan atau badan hukum.⁷³

Dengan diaturnya hak atas lingkungan hidup dalam peraturan hukum nasional maka timbul dua fungsi dalam pengaturan tersebut yaitu *the function of defence*, adalah hak untuk membela diri terhadap gangguan luar yang merugikan lingkungan dan *the function of performance* adalah hak menuntut dilakukannya suatu tindakan agar lingkungan dapat dilestarikan, dipulihkan atau diperbaiki.⁷⁴ Dari situ dapat dilihat bahwa masalah lingkungan hidup juga merupakan tanggung jawab sosial bagi korporasi sebagai *legal entity* untuk mempertahankan eksistensinya dan sudah selayaknya mengimplemntasikan apa yang menjadi tujuan sosial perseroannya. Salah satu wujud dari adanya tanggung jawab sosial perseroan pada lingkungan adalah dengan memenuhi persyaratan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) sebelum memulai kegiatan usaha bagi perseroan-perseroan tertentu serta melakukan produksi yang ramah lingkungan dan menghasilkan barang yang ramah lingkungan misalnya dengan memperhatikan pembuangan limbah dan dengan adanya program daur ulang limbah.

2.5.2.4 PP Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas

Selain Undang-Undang tersebut di atas terdapat juga peraturan pelaksana dari masalah tanggung jawab sosial perusahaan ini yaitu terdapat pada PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Dalam PP ini diperjelas mengenai tanggung jawab sosial perusahaan di mana setiap perseroan mempunyai tanggung jawab sosial perusahaan secara sosial dan lingkungan.⁷⁵ Namun dalam PP ini tidaklah diatur mengenai masalah apabila perseroan tidak menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Di peraturan ini pun tidak diatur mengenai masalah sanksi bagi

⁷³ Untung Hendrik Budi, *Corporate Social responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008).

⁷⁴ Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997, Pasal 34.

⁷⁵ PP No. 47 Tahun 2012, Pasal 2.

pelanggaran ataupun kelalaian dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan.

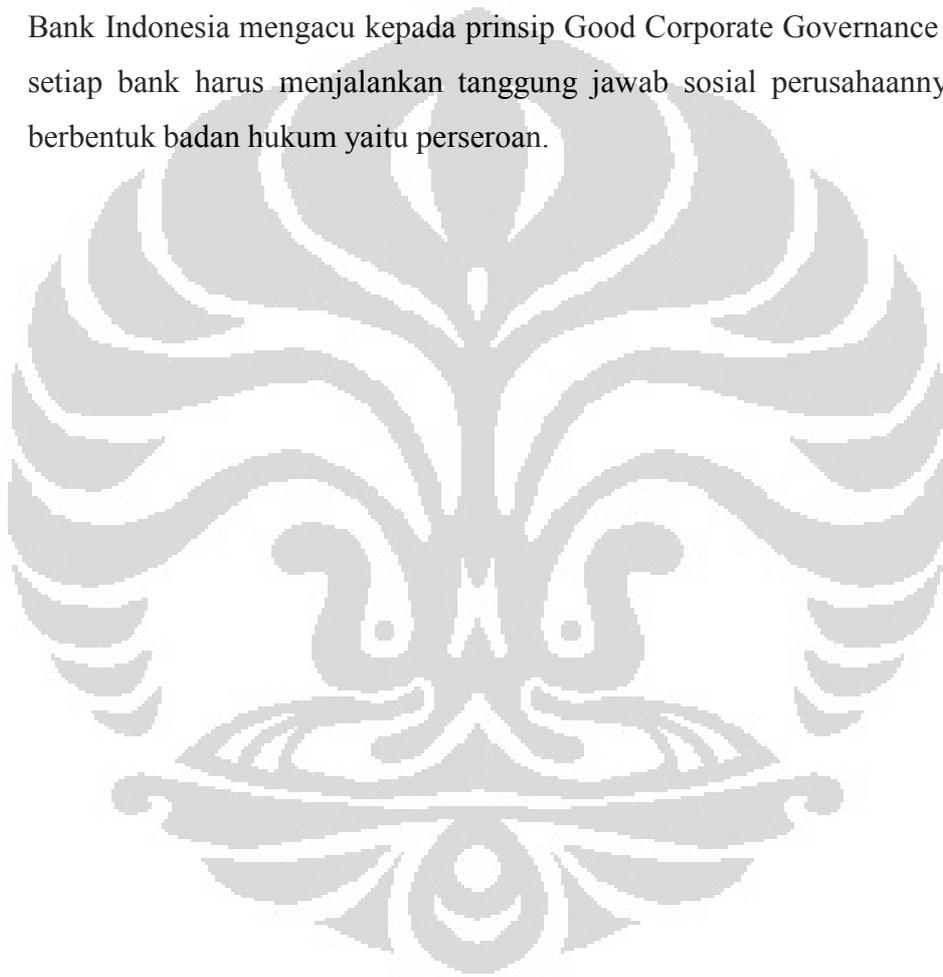
2.5.2.5 Undang-Undang Perpajakan

Dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2000 belum mengatur secara jelas mengenai pembebanan biaya usaha yang menyangkut pengeluaran yang termasuk dalam komponen CSR. Permasalahan utama akan timbul antara fiskus dan wajib pajak dalam menyamakan persepsi tentang boleh tidaknya biaya CSR dibebankan dalam pengurang penghasilan bruto usaha. Dari sisi wajib pajak yang diwajibkan oleh undang-undang untuk mengeluarkan biaya CSR akan dapat berkalah mengenai keabsahan dalam pembebanannya sebagai pengurang penghasilan bruto. Berdasarkan Pasal 6 ayat (1) huruf i, j, k, l, dan m pada Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 yang merupakan perubahan terakhir dari Undang-Undang Nomor 7 tahun 1983 mengatur mengenai perlakuan Pajak Penghasilan atau pengeluaran atau biaya yang dikeluarkan dalam rangka CSR. Ketentuan dari pasal di atas menegaskan bahwa besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak dalam negeri dan bentuk usaha tetap ditentukan berdasarkan penghasilan bruto dikurangi biaya untuk mendapatkan, menagij, dan memelihara penghasilan. Pengaturan mengenai CSR dan masalah pajak di sini masih belum memberikan aturan yang pasri mengenai CSR. Maka dari itu kurangnya pengaturan dalam undang-undang perpajakan ini dapat memberikan ketidakjelasan mengenai CSR apabila dikaitkan dengan masalah pajak.

2.6 Peraturan terkait Mengenai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bidang Perbankan di Indonesia

Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan tidaklah diatur secara tegas mengenai tanggung jawab sosial perusahaan. Karena sebuah bank harus berbentuk badan hukum yaitu perseroan maka pengaturan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan pada Bank mengacu kepada Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Dalam Peraturan Bank Indonesia pun perihal tanggung jawab sosial perusahaan tidaklah diatur secara tegas. Namun secara keseluruhan peraturan Bank Indonesia mengacu kepada prinsip Good Corporate Governance sehingga setiap bank harus menjalankan tanggung jawab sosial perusahaannya karena berbentuk badan hukum yaitu perseroan.



BAB 3

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

DALAM BIDANG PERBANKAN DI INDONESIA

3.1 Bentuk-Bentuk Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan oleh Bank

Salah satu bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan yang sering diterapkan di Indonesia adalah *community development* (CD). Perusahaan yang mengedepankan konsep ini akan lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat local yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang.⁷⁶ Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial-ekonomi masyarakat dan menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan serta cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat. Rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat.

Kepedulian kepada komunitas atau masyarakat sekitar dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dimengerti sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. CSR adalah bukan hanya sekadar kegiatan amal, dimana CSR mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibatnya terhadap seluruh pemangku kepentingan

⁷⁶ Achmad Daniri, Op.Cit., hal. 11.

(stakeholder) perusahaan, termasuk lingkungan hidup. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk membuat keseimbangan antara kepentingan beragam pemangku kepentingan eksternal dengan kepentingan pemegang saham, yang merupakan salah satu pemangku kepentingan internal.⁷⁷

Setidaknya ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualistik. Ketiga, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial.⁷⁸

Pelaksanaan CSR dalam perseroan mempunyai keterkaitan dengan pendekatan dasar dari tanggung jawab sosial yang diterapkan oleh korporasi. Terdapat empat pendekatan yang dapat diambil oleh suatu organisasi berkaitan dengan kewajibannya kepada masyarakat, berkisar dari tingkatan dalam praktik CSR yaitu:⁷⁹

a. Sikap obstruktif. Pendekatan terhadap tanggung jawab sosial yang melibatkan tindakan seminimal mungkin dan mungkin melibatkan usaha-usaha menolak atau menutupi pelanggaran yang dilakukan. Pada pendekatan ini perseroan biasanya melakukan usaha seminimal mungkin untuk memecahkan masalah-masalah sosial atau lingkungan, tanggapan mereka biasanya menolak peraturan hukum dan menyembunyikan pelanggaran yang dilakukan;

⁷⁷ Ibid.

⁷⁸ Ibid., hal. 12.

⁷⁹ Amin Widjaya Tunggal, *Business Ethics dan Corporate Social responsibility (SCR) (Konsep dan Kasus)*, (Jakarta: Harvarindao, 2008), hal. 68.

- b. Sikap defensif. Pendekatan tanggung jawab sosial yang ditandai dengan perseroan hanya memenuhi persyaratan hukum secara minimum atas komitmennya terhadap kelompok dan individu dalam lingkungan sosialnya. Dalam sikap ini perseroan akan melakukan apa saja yang dipersyaratkan oleh peraturan hukum tetapi tidak lebih dari itu;
- c. Sikap akomodatif. Pendekatan tanggung jawab sosial yang diterapkan suatu perseroan, dengan melakukannya, apabila diminta, melebihi persyaratan hukum minimum dalam komitmennya terhadap kelompok dan individu dalam lingkungan sosialnya. Perseroan ini secara sukarela mau memenuhi persyaratan hukum dan etis serta mau bertindak lebih jauh pada saat-saat tertentu;
- d. Sikap proaktif. Pendekatan tanggung jawab sosial yang diterapkan suatu perseroan yaitu, secara aktif mencari peluang untuk menyumbang demi kesejahteraan kelompok dan individu dalam lingkungan sosialnya. Sikap ini merupakan tingkatan tertinggi dalam pelaksanaan tanggung jawab perseroan.

Selanjutnya dalam hal pelaksanaan CSR, pengusaha dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok yaitu, kelompok hitam, kelompok merah, kelompok biru dan kelompok hijau.⁸⁰ Kelompok hitam adalah kelompok bagi mereka yang tidak melakukan praktik CSR sama sekali. Mereka adalah pengusaha yang hanya menjalankan bisnis semata-mata untuk mencari keuntungan sehingga tidak memperhatikan aspek lingkungan dan sosial disekelilingnya bahkan tidak memperdulikan karyawannya, karena itu kelompok ini menjalankan usahanya secara degeneratif. Kelompok merah adalah kelompok bagi mereka yang mulai melaksanakan praktik CSR, tapi memandangnya hanya sebagai komponen biaya yang akan mengurangi keuntungannya. Pada kelompok ini aspek lingkungan dan sosial mulai dipertimbangkan, tetapi dengan keterpaksaan dan biasanya dilakukan setelah mendapat tekanan dari pihak lain misalnya dari stakeholders-nya. CSR jenis ini kurang berimbas pada pembentukan citra positif perseroan karena publik melihat kelompok ini

⁸⁰ Hendrik Budi Untung, Op.Cit., hal. 7.

memerlukan gertakan dan tekanan sebelum memulai praktik CSR, sehingga praktik seperti ini tidak akan berimbas pada pembangunan berkelanjutan. Kelompok biru adalah perseroan yang menilai praktik CSR akan memberi dampak positif terhadap investasinya bukan menganggap CSR sebagai biaya. Kelompok hijau adalah kelompok bagi perseroan yang sudah menempatkan CSR pada strategi inti dan jantung bisnisnya, CSR tidak hanya dianggap sebagai keharusan tetapi sebagai kebutuhan yang merupakan modal sosial.⁸¹

Didalam suatu perseroan, wujud konkrit CSR pada umumnya termuat dan tercermin dalam *code of conducts*, *code of ethics*, *corporate policy* serta *statement of principles*.⁸² Dengan demikian masing-masing perseroan dapat menempatkannya secara berbeda-beda. Untuk memperlihatkan pelaksanaan CSR yang telah dilakukan oleh perseroan dapat dilakukan beberapa hal, yaitu:⁸³

- a. Memasukkan ketentuan pemerintah terkait dengan CSR ke dalam *code of conducts* atau kebijakan dan peraturan perseroan;
- b. Menyelenggarakan manajemen resiko dengan baik dan dapat dipertanggungjawabkan dengan memperhatikan kepentingan seluruh *stakeholders*;
- c. Melakukan keterbukaan informasi terkait dengan rencana perseroan dan pertanggungjawaban perseroan;
- d. Merencanakan dan menganggarkan biaya yang terkait dengan kegiatan-kegiatan yang telah ditetapkan (bersama *stakeholders*) dalam rencana kerja tahunan;

⁸¹Ibid., hal. 8.

⁸²Gunawan Widjaya, Seri Pemahaman Perseroan Terbatas 150 Pertanyaan Tentang Perseroan Terbatas, (Jakarta: Niaga Swadaya, 2008), hal. 98.

⁸³Ibid., hal. 99.

e. Melaporkan hasil kegiatan CSR dalam laporan tahunan.

Dalam pelaksanaan CSR pada perseroan juga dibutuhkan keikutsertaan pemerintah sebagai pembuat peraturan. Peranan pemerintah dalam membantu pelaksanaan CSR oleh perseroan diantaranya adalah dengan menciptakan dan menegakkan aturan dalam bidang-bidang.⁸⁴

a. Korupsi, kolusi dan nepotisme;

b. Penyuapan; c.

Lingkungan; d.

Tenaga kerja;

e. Persaingan usaha;

f. Perlindungan konsumen;

g. Manipulasi;

h. Good Corporate Governance

Selain itu juga dengan adanya insentif pajak bagi biaya-biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pelaksanaan CSR, dengan pengertian bahwa biaya-biaya tersebut dikurangkan dari penghasilan kena pajak.

Program yang dilakukan oleh perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial di Indonesia atau CSR dapat digolongkan dalam tiga bentuk, yaitu:⁸⁵

1. *Public Relations.*

Usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan

⁸⁴Ibid.

⁸⁵Ibid.

yang dilakukan oleh perusahaan.

2. Strategi defensif.

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

3. Kegiatan yang berasal dari visi perusahaan.

Melakukan program untuk kebutuhan komunitas sekitar perusahaan atau kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil dari perusahaan itu sendiri. Program pengembangan masyarakat di Indonesia dapat dibagi dalam tiga kategori, yaitu:⁸⁶

1. *Community Relation.*

Berisi kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Dalam kategori ini, program lebih cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawaan (*charity*) perusahaan.

2. *Community Services.*

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

3. *Community Empowering.*

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

Dari sisi masyarakat, praktek CSR yang baik akan meningkatkan nilai tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Sesungguhnya substansi

⁸⁶Ibid. hal. 12-13.

keberadaan CSR adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerja sama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya. CSR akan menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merek produk (loyalitas) atau citra perusahaan. Kedua hal tersebut akan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang sulit untuk ditiru oleh para pesaing. Di lain pihak, adanya pertumbuhan keinginan dari konsumen untuk membeli produk berdasarkan kriteria-kriteria berbasis nilai-nilai dan etika akan merubah perilaku konsumen di masa mendatang. Implementasi kebijakan CSR adalah suatu proses yang terus menerus dan berkelanjutan. Dengan demikian akan tercipta satu ekosistem yang menguntungkan semua pihak (*true win win situation*).⁸⁷ Konsumen mendapatkan produk unggul yang ramah lingkungan, produsen pun mendapatkan keuntungan (profit) yang sesuai yang pada akhirnya akan dikembalikan ke tangan masyarakat secara tidak langsung.

Pelaksanaan CSR di Indonesia sangat tergantung pada pimpinan puncak perusahaan. Artinya, kebijakan CSR tidak selalu dijamin selaras dengan visi dan misi perusahaan. Jika pimpinan perusahaan memiliki kesadaran moral yang tinggi, besar kemungkinan perusahaan tersebut menerapkan kebijakan CSR yang benar. Sebaliknya, jika orientasi pimpinannya hanya berkiblat pada kepentingan kepuasan pemegang saham (produktivitas tinggi, keuntungan besar, dan nilai saham tinggi) serta pencapaian prestasi pribadi, boleh jadi kebijakan CSR hanya sekadar kosmetik.⁸⁸

Untuk mencapai keberhasilan dalam melakukan program CSR dan bukan memperlakukan CSR sebagai kosmetik, maka diperlukan komitmen yang kuat, partisipasi aktif, serta ketulusan dari semua pihak yang peduli terhadap

⁸⁷Ibid, hal. 14.

⁸⁸Ibid.

program- program CSR. Program CSR menjadi begitu penting karena kewajiban manusia untuk bertanggung jawab atas keutuhan kondisi-kondisi kehidupan umat manusia di masa yang akan datang.

Dunia perbankan atau lembaga keuangan pada umumnya dapat saja melakukan CSR dalam bentuk tindakan filantropis atau melalui pendirian yayasan CSR. Bentuk CSR seperti ini tidak salah namun bila dikaitkan dengan peranannya sebagai salah satu *lord of the money*, praktek ini menjadi kurang relevan dan strategis. Integrasi CSR dengan bisnis inti perbankan dapat diwujudkan dengan penyaluran dana yang menyertakan pertimbangan potensi kemaslahatan sosial dan lingkungan di masa depan.

3.2 Tujuan dan Manfaat Pengaturan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bidang Perbankan

Pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah saja, tetapi juga setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Dunia usaha pun berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup. Kini dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi aspek keuangan, aspek sosial, dan aspek lingkungan yang biasa disebut dengan *triple bottom line*. Sinergi dari tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).⁸⁹

Namun saat ini, kalangan usaha juga tengah dihimpit oleh berbagai

⁸⁹ Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, Op.Cit., hal. 43.

tekanan, mulai dari kepentingan untuk meningkatkan daya saing, tuntutan untuk menerapkan *corporate governance*, hingga masalah kepentingan *stakeholders* yang makin meningkat. Oleh karena itu, dunia usaha perlu mencari pola-pola kemitraan (*partnership*) dengan seluruh *stakeholder* agar dapat berperan dalam pembangunan sekaligus meningkatkan kinerjanya agar tetap dapat bertahan dan bahkan berkembang menjadi perusahaan yang mampu bersaing.⁹⁰

Upaya tersebut secara umum dapat disebut sebagai *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau *corporate citizenship* dan dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidupnya, sehingga pada akhirnya dunia usaha akan dapat bertahan secara berkelanjutan untuk memperoleh manfaat ekonomi yang menjadi tujuan dibentuknya dunia usaha.⁹¹ *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah strategi bisnis yang tujuan akhirnya adalah menjaga kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Dalam upaya menjaga kelangsungan hidup perusahaan ini, ada tiga hal yang sama pentingnya yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu *sustainability* ekonomi, lingkungan, dan sosial. *Sustainability* dari ketiga hal ini saling berkaitan dan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Pentingnya menjaga *sustainability* dari ekonomi, sosial, dan lingkungan adalah sebagai berikut.⁹²

1. *Sustainability* ekonomi

Setiap perusahaan yang didirikan pasti memiliki tujuan dasar yaitu mencari keuntungan. CSR tidak berarti melakukan aktivitas sosial dan menjaga kelestarian lingkungan hingga mempengaruhi keuntungan perusahaan. Dalam

⁹⁰Ibid., hal. 44.

⁹¹Ibid.

⁹²Ibid., hal. 45-47.

melaksanakan program CSR, perusahaan wajib memenuhi tujuan dasarnya, yaitu mencari keuntungan sebesar-besarnya. *Sustainability* ekonomi perusahaan adalah dasar bagi perusahaan dalam menjaga *sustainability* sosial dan lingkungan. Perusahaan akan dapat menjaga *sustainability* sosial dan lingkungan jika perusahaan tersebut mendapatkan keuntungan. *Sustainability* ekonomi dicapai di antaranya dengan cara mendapatkan keuntungan, meminimalisasi biaya dan memaksimalkan penjualan, membuat kebijakan-kebijakan bisnis yang strategis serta menjanjikan pengembalian yang menarik bagi para investor.

2. *Sustainability* sosial

Berdirinya sebuah perusahaan di tengah-tengah masyarakat pasti akan menimbulkan dampak bagi masyarakat tersebut. Kehadiran perusahaan diharapkan sedikit banyak akan mengangkat derajat kesejahteraan masyarakat sekitarnya baik melalui perekrutan tenaga kerja maupun sumbangsih perusahaan secara langsung terhadap masyarakat tersebut. Dengan adanya CSR terhadap masyarakat sekitar, perusahaan pun sebenarnya terbantu dalam hal mendapatkan rasa aman dan nyaman dalam berusaha yang didapat dari masyarakat sekitarnya. *Sustainability* sosial terkait dengan upaya perusahaan dalam mengutamakan nilai-nilai yang tumbuh dalam masyarakat. *Sustainability* sosial ini dijaga oleh perusahaan antara lain dengan cara mendukung upaya-upaya kesehatan masyarakat, penegakan Hak Asasi Manusia, pembangunan *regional* suatu Negara dan melakukan persaingan usaha yang sehat.

3. *Sustainability* lingkungan

Lingkungan yang baik dan terpelihara adalah harapan dari semua pihak. Belakangan ini dunia sangat disibukkan dengan masalah *globalwarming* yang mengancam kehidupan manusia. Dalam masalah ini salah satu pihak yang

disalahkan adalah perusahaan. Aktivitas industri perusahaan dituding sebagai penyebab utama terjadinya *global warming*. Banyaknya tuntutan dari masyarakat, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan organisasi internasional lainnya agar perusahaan memperhatikan masalah lingkungan ini menguatkan argumen bahwa *sustainability* lingkungan adalah hal yang sangat penting dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Lingkungan yang baik dan terpelihara dapat menunjang aktivitas perusahaan. Masalah pelestarian lingkungan ini begitu penting terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam. Tanpa lingkungan

yang baik dan terpelihara maka ada ancaman besar bagi perusahaan tersebut dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. *Sustainability* lingkungan ini dijaga oleh perusahaan antara lain dengan cara menggunakan teknologi yang ramah lingkungan demi mengurangi emisi gas buang, mengimplementasikan sistem manajemen risiko lingkungan yang efektif, menerapkan prinsip-prinsip *eco-labelling*, dan lain-lain.

Beberapa manfaat yang akan didapat oleh perseroan yang mengimplementasikan CSR dengan baik diantaranya dapat diidentifikasi sebagai berikut:⁹³

- a. Mempertahankan atau mendongkrak reputasi dan brand image perseroan. Hal inilah yang menjadi modal non financial utama bagi perseroan dan bagi stakeholdersnya yang menjadi nilai tambah bagi perseroan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan;
- b. Layak mendapatkan social liscence to operate. Dengan adanya program CSR pada perseroan tersebut diharapkan akan menjadi bagian dari asuransi sosial yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perseroan;

⁹³ Suhandari M. Putri, Schema CSR, Kompas, 4 Agustus 2007.

- c. Mereduksi risiko bisnis perseroan. Menempuh upaya investatif dengan menyelenggarakan CSR merupakan langkah antisipatif dan preventif perseroan yang akan mengurangi risiko bisnis perseroan;
- d. Melebarkan akses sumber daya Track Record yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perseroan yang dapat membantu untuk melancarkan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perseroan;
- e. Membentangkan akses menuju market. Investasi yang ditanamkan untuk program CSR dapat menjadi tiket bagi perseroan menuju peluang pasar yang lebih luas. Termasuk didalamnya akan memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru;
- f. Mereduksi biaya. Salah satu contoh dalam hal ini adalah dengan penerapan CSR melalui proses recycle yang mereduksi limbah perseroan. Disamping mereduksi biaya proses ini juga bisa mereduksi biaya keluar sehingga menjadi lebih aman;
- g. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders. Implementasi CSR akan menambah frekuensi komunikasi antara perseroan dengan stakeholders. Hal ini akan menimbulkan kepercayaan stakeholders kepada perseroan;
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator. Implementasi CSR pada dasarnya merupakan upaya untuk meringankan beban pemerintah sebagai regulator;
- i. Meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan. Kesejahteraan yang diberikan perseroan melalui program CSR akan memacu karyawan untuk meningkatkan kinerjanya;
- j. Peluang mendapatkan penghargaan. Banyak reward yang ditawarkan bagi penggiat CSR sehingga kesempatan untuk mendapatkan penghargaan akan berdampak positif bagi keberlanjutan perseroan.

Manfaat dari penerapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap

perusahaan, yakni:⁹⁴

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan.
- b. Layak mendapatkan social licence to operate.
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
- d. Melebarkan akses sumber daya.
- e. Membentangkan akses menuju market.
- f. Mereduksi biaya.
- g. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders.
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- i. Meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan.
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

Bagi perusahaan, pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki manfaat dalam hal penguatan modal sosial dan kerekatan sosial baik dalam jangka pendek, menengah, dan jangka panjang. Dalam jangka pendek, aktifitas tanggung jawab sosial perusahaan memberi manfaat bagi perusahaan dalam beberapa bentuk. Manfaat yang pertama adalah citra positif sebagai perusahaan yang peduli dan bertanggung jawab terhadap kondisi masyarakat yang ada disekitarnya. Dengan masyarakat dan investor yang semakin kritis terhadap kinerja perusahaan, citra positif tentunya menjadi hal penting bagi kelangsungan

perusahaan. Masyarakat cenderung ingin membeli produk dari perusahaan yang memiliki reputasi baik, demikian juga investor ingin menanamkan uangnya pada perusahaan yang bertanggung jawab.

⁹⁴ Gunawan Widjaja dan Yeremia Andi Pratama, Op.Cit., hal. 52.

Manfaat jangka pendek lain adalah terciptanya interaksi yang dinamis antar pegawai perusahaan. Interaksi antar pegawai dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan biasanya terjadi secara lebih informal, santai, dan tidak terlalu terikat pada norma-norma hirarki manajemen yang biasanya dianut. Hal ini membangkitkan suasana dinamis pada perusahaan yang dapat menghilangkan rasa bosan serta meningkatkan rasa keakraban dan kekompakan pada pegawai perusahaan. Dalam jangka menengah, aktifitas tanggung jawab sosial perusahaan memberi manfaat secara internal berupa kepuasan batin pegawai terhadap perusahaan. Membuat pegawai merasa memiliki kesempatan untuk membantu orang lain, sehingga memunculkan perasaan bangga pada perusahaan. Pegawai yang puas akan menambah loyalitas pada perusahaan dan mengurangi tingkat pergantian pegawai.

Manfaat Corporate Social Responsibility jangka menengah lainnya adalah jejaring strategis yang dapat dibangun perusahaan untuk kelancaran pengembangan usahanya di masa depan. Perusahaan akan mendapat kesempatan untuk bekerja sama dengan lembaga-lembaga seperti lembaga pemerintah, lembaga PBB, Bank Dunia dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM atau NGO). Lembaga-lembaga seperti ini dapat memberi masukan strategis bagi perusahaan tentang topik-topik pembangunan yang perlu diperhatikan dalam perusahaan, juga dapat meningkatkan perusahaan pada tingkat nasional dan internasional. Manfaat jangka menengah lainnya adalah terciptanya kondisi yang mendukung perusahaan untuk melangsungkan aktifitas ekonomi. Dengan kondisi kerekatan sosial yang baik, perusahaan akan dapat melakukan aktifitasnya dengan lancar dan tenang, mengurangi kasus pemogokan, demonstrasi, bahkan kerusuhan sekalipun.

Dalam jangka panjang, memberi manfaat dalam hal mendukung kondisi ekonomi yang lebih baik. Perusahaan yang melaksanakan Corporate Social

Responsibility secara sepenuh hati dapat membuka pintu kesempatan untuk memperoleh pasar baru, kesempatan baru, dan hubungan-hubungan baru.⁹⁵

Memperhatikan hal-hal diatas, dapat dilihat bahwa manfaat tanggung jawab sosial perusahaan dapat mendorong reputasi perusahaan dan mendukung reputasi perusahaan. Karena pada hakekatnya tanggung jawab sosial perusahaan adalah investasi bisnis yang dapat digolongkan ke dalam investment center, yaitu perusahaan sedang melakukan investasi sosial yang dapat berbuah pada kelancaran operasi perusahaan yang bersangkutan. Juga dapat meredam isu-isu yang tidak menguntungkan terkait dengan operasi perusahaan, menyelamatkan eksistensi bisnis perusahaan, dapat menjadi pagar pengaman sosial dari masyarakat terhadap perusahaan dari berbagai akibat tindakan yang kurang menguntungkan. Dengan kata lain akan mendatangkan keuntungan ekonomis dan sosial yang tak ternilai.⁹⁶

b. Manfaat *Corporate Social Responsibility* Bagi Masyarakat

Dalam jangka pendek, aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan yang bertujuan memperkuat kekuatan sosial memberi manfaat kepada masyarakat dalam beberapa bentuk, tergantung dari bentuk aktivitas itu sendiri. Untuk aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dirancang untuk mengurangi kesenjangan sosial atau meningkatkan kerekatan sosial, dampak langsung yang tercipta adalah meningkatnya interaksi antar kelompok-kelompok masyarakat yang biasanya jarang berinteraksi. Yang terjadi antar kelompok kaya dengan miskin, kelompok suku tertentu dengan suku lainnya, kelompok orang tua dengan anak muda, dan seterusnya. Manfaat jangka pendek lainnya adalah

⁹⁵ Mulya Amri dan Wicaksono Sarosa, *CSR untuk Penguatan Kohesi Sosial*, (Jakarta, Indonesia Business Links, 2008), hal. 89-91.

⁹⁶ Fajar Nursaid, *CSR Bidang Kesehatan dan Pendidikan Mengembangkan Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Indonesia Business Links, 2008), hal. 102-106.

tersedianya layanan-layanan sosial atau layanan-layanan publik yang selama ini sulit diperoleh kelompok masyarakat tertentu. Meliputi layanan kesehatan dan pendidikan bagi penduduk miskin, terpencil, atau yang terkena dampak langsung dari aktivitas perusahaan. Hal ini dapat berperan untuk mengurangi kesenjangan akses pada layanan sosial atau publik yang biasanya tercipta antara masyarakat kaya dengan masyarakat miskin.

Dalam jangka menengah, manfaat yang tercipta adalah meningkatkan kemampuan atau kapasitas masyarakat untuk bekerja sama. Hal ini dapat terbangun dari aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan yang mengharuskan terjadinya kerja sama antara anggota masyarakat misalnya penguatan ekonomi yang dilakukan per kelompok, pengembangan koperasi, penyediaan dana bergulir, penyediaan block grant yang penggunaannya harus ditentukan, dilaksanakan dan diawasi sendiri oleh masyarakat secara partisipatif.

Manfaat jangka menengah lainnya adalah terciptanya jejaring yang dibutuhkan oleh kelompok-kelompok masyarakat untuk mengembangkan aktivitas ekonominya maupun untuk meningkatkan kondisi kehidupannya. Dalam aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan yang bertujuan mengembangkan aktivitas ekonomi atau usaha kecil makro, salah satu faktor yang dibangun adalah jejaring antara produsen (masyarakat) dengan pembeli, lembaga pengembangan kapasitas usaha, dan lembaga penjamin mutu. Dalam jangka panjang, aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dapat memberi manfaat berupa meningkatnya modal sosial dan kerekatan sosial pada masyarakatnya. Misalnya interaksi antar kelompok, meningkatnya rasa keakraban, kekompakan, saling percaya dan saling mendukung antar kelompok-kelompok masyarakat. Selain itu juga kesenjangan antar kelompok dapat berkurang sehingga tumbuhlah suasana yang saling bermoral, beretika, saling menghargai, berbagi dan berkompetisi secara sehat. Semuanya ini akan memberi kontribusi pada meningkatnya kualitas hidup yang aman, damai dan

sejahtera.⁹⁷

Bagi masyarakat, program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan memberikan manfaat baik bagi mereka yang menerima manfaat secara langsung maupun secara tidak langsung. Dalam konteks pengembangan Sumber Daya Manusia, perusahaan dapat memberikan kemanfaatan kepada masyarakat. Misalnya melalui pelatihan ketrampilan maupun magang yang disediakan. Keberadaan perusahaan juga berperan sebagai dinamisor kehidupan masyarakat setempat. Perusahaan juga memberikan manfaat dalam penyerapan tenaga kerja lokal, setelah sebelumnya tenaga kerja tersebut di latih melalui pelatihan, dan program peningkatan ketrampilan dan peningkatan kapasitas yang dilakukan internal perusahaan. Masyarakat mendapat manfaat karena terjadi penguatan kelembagaan yang bersangkutan. Perusahaan memberikan keyakinan bahwa masyarakat setempat dan suku-suku asli yang berada di sekitar lokasi operasi perusahaan merupakan kelompok yang mendapatkan keistimewaan untuk program tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukannya, seperti beasiswa dan sebagainya.⁹⁸

c. Manfaat *Corporate Social Responsibility* Bagi Hubungan antara Perusahaan dan Masyarakat

Manfaat dari aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang memperkuat kerekatan sosial bukan hanya tercipta untuk perusahaan sendiri atau masyarakat sendiri, tetapi juga untuk hubungan antar perusahaan dengan masyarakat. Yakni selain masyarakat mendapat manfaat dan perusahaan mendapat manfaat, hubungan antar keduanya juga semakin baik, dan ini berimbas pada munculnya bentuk-bentuk kerja sama baru.

⁹⁷ Mulya Amri, Op.Cit., hal. 94-96.

⁹⁸ Fajar Nursaid, Op.Cit., hal. 107-115.

Manfaat jangka pendek bagi hubungan perusahaan-masyarakat adalah didapatnya ijin sosial untuk beroperasinya sebuah perusahaan. Seringkali perusahaan lupa bahwa ijin beraktivitas bukan hanya perlu di dapat dari pemerintah tetapi juga dari masyarakat sekitar. Dengan adanya ijin sosial ini, perusahaan dapat menjalankan aktivitasnya dengan baik dan lebih jelas. Ijin sosial didapat dengan melakukan pendekatan dan membangun kesepakatan dengan kelompok masyarakat terkait.

Manfaat jangka menengah bagi hubungan perusahaan- masyarakat adalah tumbuhnya modal sosial dan kerekatan sosial antara perusahaan dan masyarakat. Aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dijalankan perusahaan mengakibatkan personil perusahaan berinteraksi dengan masyarakat. Hal ini menimbulkan hubungan baik saling menghormati, saling percaya, saling mendukung antara perusahaan dan masyarakat. Salah satu manfaat konkrit dari kerekatan antara perusahaan dan masyarakat adalah tumbuhnya hubungan usaha antara kedua pihak. Dengan adanya kerekatan sosial antara perusahaan dan masyarakat, masyarakat diharapkan dapat menjadi sumber bahan baku, produk maupun pegawai beretika bagi perusahaan.

Manfaat jangka panjang dari kondisi hubungan perusahaan- masyarakat yang baik adalah berkelanjutan usaha (*sustainability*) yang lebih tinggi. Dengan hubungan sosial yang baik dengan masyarakat yang ada di sekelilingnya, kemungkinan perusahaan untuk menjalankan usahanya dalam jangka panjang akan lebih tinggi.⁹⁹

⁹⁹ Mulya Amri dan Wicaksono Sarosa, Op.Cit., hal. 96-97.

3.3 *The Equator Principle*

Semua pihak rasanya sepakat bahwa makna CSR yang sesungguhnya adalah tindakan- tindakan murni bernuansa sosial yang tidak pantas diukur untung ruginya. Akan tetapi, keberatan atas tuntutan praktek ini harus dapat dijawab dengan suatu solusi yang berimbang bagi seluruh pihak. Integrasi CSR dengan kegiatan bisnis, di satu sisi diharapkan dapat memudahkan pelaku bisnis untuk menjawab tuntutan CSR. Sedangkan di sisi lain, diharapkan tetap dapat memberikan ruang yang cukup bagi ekspektasi publik tentang adanya tanggung jawab sosial.

Dengan tidak adanya peraturan khusus yang mengatur mengenai tanggung jawab sosial perusahaan maka pada akhirnya tanggung jawab sosial perusahaan hanyalah bersifat kesukarelaan (*voluntary*) walaupun memang telah disebutkan bahwa setiap perseroan terbatas memang memiliki tanggung jawab tersebut. Namun karena tidak adanya sanksi yang mengatur terhadap kelalaian maupun ketidakpatuhan terhadap pengaturan tersebut maka pelaku usaha, dalam hal ini bank, menjadi merasa tidak terikat oleh peraturan tersebut. Dengan demikian sifat dari tanggung jawab sosial perusahaan yang pada saat ini telah diakui secara universal sebagai kewajiban (*mandatory*), tidaklah memiliki efek yang signifikan terhadap dunia perbankan di Indonesia.

CSR dalam konteks industri keuangan lebih bersifat preventif. Prinsip yang sekarang ini berkembang dan telah banyak dijalankan adalah *The Equator Principles* (EP) yaitu pengelolaan manajemen pemberian kredit dalam penentuan dan penanganan risiko terhadap sosial dan lingkungan dalam transaksi keuangan.¹⁰⁰ Pada awal tahun 1990-an, beberapa lembaga-lembaga keuangan swasta internasional berkerja bersama dengan kantor PBB yang menangani masalah-masalah lingkungan, atau *United Nations Environment Programme* (UNEP) berusaha meletakkan pondasi mengenai peraturan bagi

¹⁰⁰ www.equator-principles.com, diakses pada 24 Juni 2012.

lembaga- lembaga keuangan dalam melakukan investasi, menawarkan pinjaman dan pemberian pertanggungan asuransi terhadap risiko-risiko lingkungan hidup dan masalah-masalah lainnya yang berhubungan dengan keberlangsungan pemanfaatan sumber-sumber daya alam yang berkelanjutan. Pertemuan pertama mengenai EP digagas pada bulan oktober 2002 di mana sembilan bank internasional mengadakan pertemuan di London, di antaranya ABN Amro, Barclays, Citi, dan WestLB. Dalam pertemuan ini diusulkan bahwa perlunya dibentuk suatu prinsip yang mengatur mengenai proyek di bidang keuangan yang dapat membantu menangani masalah risiko sosial dan lingkungan hidup yang dapat digunakan secara global. EP diluncurkan pada 4 Juni 2003 di Washington D.C dan pada awalnya diadopsi oleh 10 lembaga keuangan internasional.¹⁰¹ Setelah itu diadakan banyak pertemuan mengenai masalah EP ini dan juga mengenai penyempurnaan EP untuk dapat digunakan secara internasional.

Sebagai hasil, 20 bank menandatangani prinsip – prinsip perbankan yang berkelanjutan sebelum berlangsungnya konferensi UN di Rio Janiero dan 200 lembaga seperti bank investasi, perusahaan asuransi, perusahaan investasi dan dana pension menandatangani prinsip-prinsip tersebut pada saat konferensi. Institusi-institusi tersebut sekarang mendiskusikan pendekatan yang menyeluruh terhadap masalah-masalah sosial, lingkungan hidup dan tata kelola perusahaan, dan mengintegrasikan risiko-risiko non-tradisional dan risiko-risiko yang tidak terlihat, serta mencari bentuk dan peluang baru dalam hal pembiayaan. Pada tahun 2003, *International Finance Corporation* (IFC) dan empat lembaga-lembaga keuangan internasional yang berpengaruh menyusun “*Equator Principles*”. Prinsip-prinsip ini merupakan praktek-praktek perbankan yang menentukan, mengukur dan mengelola risiko-risiko sosial dan lingkungan hidup pada saat mempertimbangkan pendanaan pada proyek-proyek infrastruktur di negara-negara berkembang (tidak termasuk bentuk lain dari investasi dan perluasan pinjaman). Diredit tahun 2003 sampai dengan

¹⁰¹<http://www.equator-principles.com/index.php/about-ep/history>, diakses pada 24 Juni 2012.

2008, 50 lembaga keuangan lagi bersedia mengadopsi “*Equator Principles*”, gejala ini menunjukkan bahwa pendanaan mereka pada proyek-proyek infrastruktur di negara-negara berkembang menjadi lebih bertanggung jawab secara sosial dan adanya praktik-praktik pengelolaan lingkungan yang benar. Sehingga akibat buruk atas proyek-proyek ini terhadap ekosistem dan masyarakat dapat dihindari. Apabila akibat-akibat tersebut tidak dapat dihindari, maka paling tidak mereka dapat menguranginya atau dapat dikompensasikan kesesuatu hal yang layak. Suatu tambahan manfaat yang penting adalah lembaga-lembaga keuangan yang terlibat dapat melindungi atau meningkatkan reputasi dan image dari perusahaan tersebut. Sampai pada saat ini telah ada 77 lembaga keuangan di dunia yang mengadopsi dan menjadi anggota dari EP ini.¹⁰²

The equator principles merupakan internalisasi faktor risiko sosial dan lingkungan kedalam analisis pendanaan suatu kegiatan/proyek. Dampak sosial dan lingkungan para debitur yang bersifat negatif memang bukan kesalahan perbankan, namun perbankan ikut andil atas efek domino tersebut jika faktor itu tidak diperhatikan sejak dini. Praktek CSR ini sepertinya tidak populis bagi tujuan pencitraan perbankan. Namun tidak demikian bila orientasi CSR seluruh pihak sudah mengarah pada keberlanjutan. Dengan perhitungan *economies of scale* dari proyek yang didanai, pertimbangan untung-rugi dari penerapan prinsip ini dapat tertutupi oleh manfaat jangka panjangnya. Perbankan juga dapat mempublikasikan hal ini guna mengedukasi seluruh pihak tentang makna sesungguhnya dari suatu *bank credibility* (seperti terungkap dalam survey IFC-World Bank, 2005, sebagai salah satu keuntungan dari pengadopsian prinsip ini).

Dengan berbagai manfaat dan juga ruang lingkup serta prinsip dari tanggung jawab sosial perusahaan yang telah ada maka penulis berpendapat

¹⁰²<http://www.equator-principles.com/index.php/members-reporting/members-and-reporting>, diakses pada 24 Juni 2012.

bahwa dibutuhkan pengaturan yang khusus mengenai tanggung jawab sosial perusahaan terutama dalam penelitian ini adalah dalam bidang perbankan. Karena adanya *equator principle*, dunia perbankan dapat menyumbangkan kontribusi yang lebih besar ke dalam ekonomi dan lingkungan di Indonesia. Apabila telah diatur secara jelas maka dapat terlihat bahwa dampak-dampak positif dari pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dapat terasah ke stakeholders terutama masyarakat. Dengan diaturnya tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam peraturan khusus maka manfaat-manfaat yang telah dijabarkan di atas dapat terwujud dengan baik dan dengan demikian akan memberi keuntungan kepada semua belah pihak.

The equator principles merupakan prinsip pendanaan dan manajemen risiko proyek yang mendorong (atau setidaknya tidak mengganggu) kemakmuran ekonomi, perlindungan lingkungan hidup, dan keadilan sosial.¹⁰³ Prinsip-prinsip ini terutama diterapkan pada jenis pendanaan proyek-proyek yang besar, kompleks, dan mahal seperti penghasil daya, pertambangan, infrastruktur transportasi, dan pengelolaan wilayah.

Hal ini menjadi penting karena sektor perbankan negara-negara berkembang begitu kompleks dan rentan terhadap risiko finansial dan non finansial, termasuk faktor sosial dan lingkungan, seiring peningkatan kompetisi di industri ini. Upaya ini dapat melindungi portofolio aset, meningkatkan kualitas aktiva produktif, menurunkan risiko kredit macet (*non performing loans*), serta meningkatkan stabilitas keuangan dan reputasi perbankan. ACLEDA adalah lembaga keuangan di Kamboja yang berhasil menjalankan skema *sustainable microfinance*. Sedangkan sekitar 80% kredit investasi atau pendanaan proyek di dunia telah didasari prinsip-prinsip ini.

Gambaran umum dari mekanisme kredit dengan rujukan prinsip-prinsip ini

¹⁰³ <http://www.csrindonesia.com/data/articles/20080610070918-a.pdf>, diakses pada 5 Juni 2012.

adalah sebagai berikut:¹⁰⁴

1. Bank melakukan *screening* tingkat risiko sosial dan lingkungan dan menetapkan suatu tingkat risiko.
2. Debitur melengkapi *Environmental Assessment* yang dipersyaratkan.
3. Debitur menyusun rencana tindakan yang mendeskripsikan dan memprioritaskan tindakan-tindakan untuk mengukur mitigasi (manajemen dampak) atau tindakan-tindakan korektifnya, dan memonitor pengukuran tersebut.
4. Debitur mengungkapkan dampak-dampak dan mengkonsultasikan dengan pihak-pihak yang terkena dampak tersebut.
5. Debitur menandatangani perjanjian untuk mematuhi rencana-rencana tindakannya.
6. Melalui bantuan pihak independen, perbankan melakukan review atas kepatuhan debitur dan melakukan pelaporan secara berkala sepanjang masa pendanaan.

Sedangkan beberapa contoh produk keuangan dan mekanisme pendanaan yang mendukung keberlanjutan sosial dan lingkungan adalah:¹⁰⁵

1. Pinjaman dengan fokus keberlanjutan, yang mendukung energi berkelanjutan, efisiensi energi, konservasi keanekaragaman hayati atau pendanaan *sustainable supply chain management*;
2. Sewa-guna usaha (*leasing*) dengan fokus keberlanjutan, untuk proyek-proyek pengadaan peralatan efisien energi atau untuk energi yang dapat diperbaharui seperti energi surya atau *micro hydro turbines*;
3. *Carbon Finance*, pendanaan proyek-proyek pengganti energi fosil atau proyek-proyek beremisi gas rumah kaca rendah;
4. Asuransi kewajiban lingkungan/sosial, produk asuransi untuk meng-cover kewajiban/kerusakan sosial dan lingkungan tertentu.

¹⁰⁴Ibid.

¹⁰⁵Ibid.

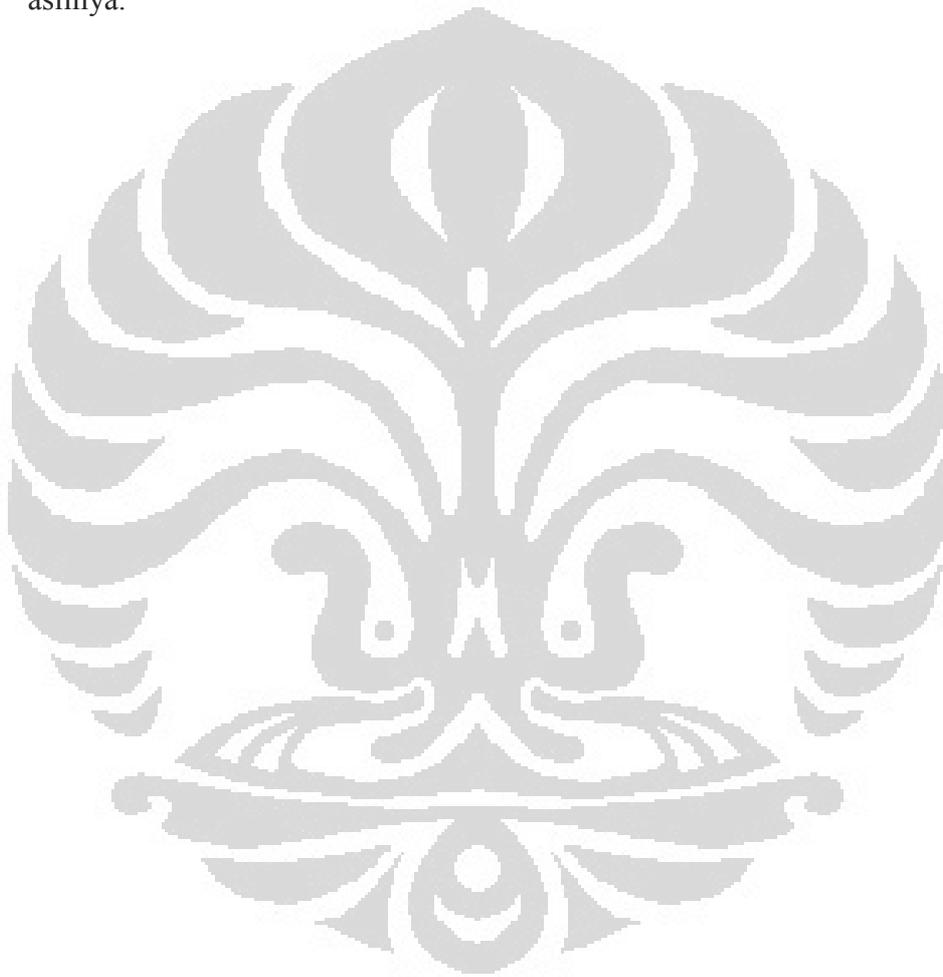
Sedangkan standar penilaian kinerja debitur dalam prinsip-prinsip ekuator sebagaimana ditetapkan oleh International Finance Corporation (IFC) terdiri atas: penilaian sosial dan lingkungan dan sistem manajemen; kebijakan tenaga kerja dan lingkungan kerja; pencegahan dan penanggulangan polusi; kesehatan, keselamatan, dan keamanan masyarakat; kebijakan dalam akuisisi tanah dan penanggulangan masalah yang timbul dalam hal itu; konservasi keanekaragaman hayati dan manajemen SDA yang berkelanjutan; perlindungan hak-hak warga pribumi; dan perlindungan kebudayaan. Melalui cara ini, perbankan dapat memfokuskan pendanaan pada perusahaan-perusahaan atau proyek-proyek yang memiliki kinerja keuangan, sosial, dan lingkungan yang tinggi.

Berdasarkan peraturan mengenai tanggung jawab perusahaan yang terdapat di dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 maka pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan oleh bank tidaklah berbeda jauh dari apa yang dapat dilakukan oleh perusahaan lain. Walaupun begitu karena adanya equator principle maka bank dapat berperan lebih jauh dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan oleh perusahaan lain sehingga dapat memberikan dampak yang lebih positif.

Contoh bank yang melakukan EP adalah CitiGroup, yang sebelumnya lebih dikenal sebagai Citibank.¹⁰⁶ CitiGroup memiliki pengaturan yang cukup konkret mengenai EP ini dengan mempunyai kebijakan yang juga mencakup pembalakan liar, perubahan iklim dan pro pengembangan ekologi. CitiGrup tidak hanya menentukan apa yang tidak ingin dibiayainya tetapi juga menyatakan keinginan mereka berinvestasi di bidang kehutanan dan energi. Sebagai contoh konkret dari pelaksanaan EP ini CitiGroup berpartisipasi dalam program yang dicanangkan oleh USAID dan *Orangutan Conservation Services Program* untuk mengurangi risiko terhadap habitat orangutan. Dalam proyek ini USAID dan OCSP memberikan panduan untuk membantu lembaga

¹⁰⁶http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNADY492.pdf, diakses pada 26 Juni 2012.

keuangan dalam mengurangi risiko sebelum melakukan investasi atau memberikan pinjaman kepada perusahaan-perusahaan dalam bidang pemanfaatan sumber-sumber daya alam yang menjalankan operasinya atau sedang merencanakan operasinya di hutan-hutan tropis yang juga merupakan habitat orangutan. Diharapkan dengan pelaksanaan dari program ini akan memberikan dampak terhadap lingkungan hidup dan secara khusus memberikan perlindungan kepada orangutan untuk tetap hidup di habitat aslinya.



BAB 4

PENERAPAN PRINSIP EP DALAM PERBANKAN INDONESIA

STUDI TERHADAP BTPN DAN BANK X SERTA BANK Y

Peran perbankan dalam mendorong CSR di perusahaan-perusahaan masih belum jelas walaupun telah ada EP di lingkup internasional. Konsep EP ini telah diketahui oleh bank-bank di Indonesia namun belum semua bank menjalankan EP ini. Dalam bank-bank internasional memang sudah diterapkan EP karena memang telah ada perintah dari pusat. Sedangkan untuk bank dalam negeri pengetahuan mengenai EP memang sudah diketahui oleh banyak bank namun belum dilaksanakan secara jelas. Untuk melihat penerapan EP ini di beberapa bank penulis melakukan wawancara dengan beberapa bank yaitu BTPN untuk bank dalam negeri dan juga bank X dan Y yang merupakan bank internasional.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis terhadap wakil dari Bank BTPN¹⁰⁷, didapatkan informasi bahwa tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh bank BTPN biasanya terimplementasi di dalam program-program dari bank itu sendiri. Karena bank BTPN lebih terfokus kepada golongan pensiunan dan masyarakat kecil maka bank BTPN sering melakukan penyuluhan dan juga konsultasi bisnis kecil yang dilakukan oleh nasabahnya. Sejauh ini tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh bank BTPN masih sejauh kepada nasabahnya saja. Selain itu wakil dari bank BTPN juga menyebutkan bahwa equator principle memang sudah dimasukkan ke dalam IFC namun belum dapat diterapkan karena mereka belum ada pendanaan kepada perusahaan pertambangan ataupun perusahaan sejenisnya. Mengenai masalah EP, BTPN belum terlalu melaksanakan penerapan dari prinsip tersebut namun lebih kepada menjalankan CSR dengan baik dan berpusat kepada

¹⁰⁷ Wawancara dengan wakil dari Bank BTPN pada 14 May 2012.

nasabah.

4.1 Penerapan EP dalam Proses Pemberian Kredit pada Bank X

Penulis telah melakukan wawancara dengan pihak X sebagai salah satu lembaga keuangan internasional yang mengadopsi EP di Indonesia.¹⁰⁸ Bank X adalah salah satu grup perbankan terbesar di dunia. Bank X bermarkas di London dengan kantor pusat di London juga. Pada 2005, bank ini merupakan perusahaan terbesar keempat dalam segi aset. Sebelum berpindah markas di London bank X bermarkas di Hong Kong. Bank X merupakan bank kedua terbesar di dunia setelah Citigroup. Di Indonesia, Bank X mulai hadir di Jakarta pada tahun 1884 sehingga merupakan salah satu bank tertua di Indonesia.

Bank X dalam pemberian kredit kepada perusahaan mengacu kepada EP dengan memperhartikan apakah perusahaan tersebut melanggar pelestarian alam atau tidak. Pelaksanaan EP ini dilakukan oleh semua cabang Bank X dan juga mendapatkan pengawasan berupa internal audit dari pusat. Pelaksanaan EP di Bank X ini berupa pemberian kredit dan juga untuk menjadi nasabah dari Bank X. Pemberian kredit oleh Bank X akan sangat mengacu kepada EP ini dengan proses pemeriksaan terhadap proyek yang akan didanai. Dalam pelaksanaan EP ini Bank X tidak mengacu kepada peraturan nasional karena memang tidak memiliki pengaturan khusus namun mengacu kepada pengaturan secara internasional untuk penyeragaman dari setiap cabang. Pengaturan secara internasional ini diberikan oleh pusat dengan menaati prinsip-prinsip dan juga mengacu kepada EP sebagaimana diatur dalam konvensi-konvensi internasional (pertemuan dari anggota-anggota EP). Dengan

¹⁰⁸ Wawancara penulis dengan wakil dari HSBC pada 25 Juni 2012.

pelaksanaan EP ini oleh Bank X diharapkan akan memberikan dampak positif terhadap proyek pelestarian bumi dan juga masyarakat pada umumnya.

Pelaksanaan dari EP di Bank X merupakan langkah positif yang dapat ditiru oleh bank-bank lainnya di Indonesia. Dengan pelaksanaan EP ini maka dapat terlihat dengan jelas seperti juga pelaksanaan EP oleh CitiGroup pada bab sebelumnya bahwa EP dapat memberikan efek yang positif bagi bank dan perusahaan itu sendiri. Nama baik (*image*) yang dapat dibangun oleh perusahaan dan juga bank-bank yang ada akan memberikan dampak positif bagi usaha. Tentunya masyarakat sebagai *stakeholders* akan juga merasakan dampak dari pelaksanaan EP dan juga CSR oleh bank dan perusahaan.

4.2 Penerapan EP dalam Proses Pemberian Kredit oleh Bank Y

Bank Y merupakan bank keempat terbesar di Australia dan merupakan bank terbesar di New Zealand. Selain dari dua negara ini Bank Y juga memperluas bisnisnya ke 25 negara lain. Bank Y pertama membuka cabangnya di Indonesia pada tahun 1973. Pada tahun 1993 Bank Y membeli 85% saham milik PT Westpac Panin dan berubah menjadi *joint venture* sampai sekarang.

Penerapan EP oleh Bank Y lebih sistematis dari dua bank di atas. Dalam pendanaan proyek yang dilakukan oleh Bank Y terlebih dahulu dilihat peringkat kinerja proper yang dibedakan menjadi lima kategori yang dilambangkan dengan warna, yaitu emas, hijau, biru, merah dan hitam.¹⁰⁹ Besarnya pendanaan akan semakin rendah apabila proyek yang ditangani juga memiliki penilaian yang rendah. Bank Y sebagai salah satu bank yang tunduk kepada peraturan EP menjalankan prinsip ini baik pada tingkat pusat dan regional.¹¹⁰ Peraturan mengenai EP ini dijalankan pada tingkat pusat dan diteruskan ke bank regional. Dalam pelaksanaan di Indonesia sendiri, Bank Y mengacu kepada peraturan perundang-undangan mengenai lingkungan

¹⁰⁹ <http://proper.menlh.go.id/proper%20baru/Index.html>, diakses pada 7 Juli 2012.

¹¹⁰ Wawancara penulis dengan ANZ pada 7 Juli 2012.

karena pada saat ini belum ada peraturan mengenai perbankan yang mengatur mengenai pelaksanaan pendanaan proyek oleh bank sesuai dengan EP. Karena hal ini maka pelaksanaan EP dalam pemberian kredit ini mengacu kepadaperaturan dari pusat namun harus tetap disesuaikan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Untuk mengatasi kekosongan dalam peraturan perbankan, Bank Y memasukkan klausul mengenai penerapan EP ini ke dalam perjanjian kredit antara Bank Y dan perusahaan-perusahaan yang mengajukan proposal pendanaan. Dalam proses awal yang diminta oleh Bank Y adalah AMDAL dan juga kategori dari proyek tersebut mengenai dampaknya terhadap lingkungan. Apabila kategori penilaian tersebut semakin rendah maka pendanaan yang diberikan oleh Bank Y pun semakin rendah pula. Pada tahap penilaian proyek yang akan diberikan kredit Bank Y juga memberikan persyaratan yang ketat terhadap perusahaan-perusahaan dengan meminta AMDAL dari proyek tersebut. Dengan adanya klausul mengenai EP dalam perjanjian kredit ini maka tentunya Bank Y sebagai pemberi kredit dapat memberikan kontrol yang lebih kuat terhadap proyek yang didanainya sehingga lebih ramah lingkungan. Penggunaan klausul ini dilakukan oleh Bank Y karena tidak adanya peraturan mengenai perbankan yang mengatur mengenai pelaksanaan EP ini di Indonesia sehingga dalam proses pendanaan proyek/pemberian kredit yang dilakukan oleh Bank Y mengacu kepada undang-undang lingkungan hidup dan tetap sesuai dengan perjanjian kredit yang diatur oleh undang-undang perbankan yang ada saat ini.

4.3 Urgensi Penerapan EP dalam Bidang Perbankan di Indonesia

Satu hal yang penulis dapatkan dari wawancara yang telah dilakukan adalah bahwa tidak adanya pengaturan yang konkret mengenai masalah EP ini di Indonesia. Pada 17 Desember 2010 telah ditandatangani kesepakatan antara Gubernur Bank Indonesia, Darmin Nasution, dan Menteri Negara Lingkungan Hidup, Gusti Muhammad Hatta, mengenai Kesepakatan Bersama mengenai Koordinasi Peningkatan Peran Perbankan dalam Rangka

Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.¹¹¹ Kesepakatan ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kesadaran dunia untuk menerapkan prinsip pembangunan berkelanjutan pada berbagai industri, termasuk perbankan. Kesepakatan mengenai “*Green Banking*” ini sejalan dengan keputusan strategis pertemuan internasional perubahan iklim di Cancun, Meksiko tentang pembentukan “*green climate fund*”.¹¹² Dalam konteks ini lembaga keuangan perbankan menjadi salah satu pilar penting dalam pembangunan berkelanjutan. Bank Indonesia sedang menyusun regulasi mengenai *green banking* di Indonesia.¹¹³ Hal ini dilakukan untuk mengukur ketaatan bank dalam memperhatikan lingkungan ketika menyalurkan kredit. BI akan mengaitkannya dengan aset tertimbang menurut risiko (ATMR).¹¹⁴ Bank yang menyalurkan kredit kepada debitur yang tingkat PROPER¹¹⁵ rendah harus menanggung ATMR tinggi dan begitu pula sebaliknya. Dalam peraturan BI yang sedang dirancang ini, BI memandang perlu untuk meningkatkan peraturan *green banking* dengan memasukkan klausul penilaian manajemen risiko, seperti yang saat ini telah dilakukan oleh Bank Y. Saat ini ketentuan mengenai hal ini hanya sebatas syarat dalam AMDAL dan tidak memperhitungkan biaya kerugian yang muncul dari suatu proyek. Penggunaan klausul penerapan EP dalam perjanjian kredit antara bank dan perusahaan-perusahaan dianggap perlu oleh BI sehingga dalam pembentukan peraturan yang sedang dilakukan sekarang menjadi salah satu hal yang penting. Untuk saat ini Bank Y telah melakukan hal tersebut karena adanya peraturan dari pusat. Apabila BI mengeluarkan peraturan yang mewajibkan pencantuman klausul mengenai EP maka tentunya pelaksanaan EP ini akan semakin melebar dan tentunya akan memberikan dampak positif bagi sosial dan lingkungan.

¹¹¹ http://www.newsbanking.com/2010_12_01_archive.html?m=1, diakses pada 7 Juli 2012.

¹¹² *Ibid.*

¹¹³ <http://tribunnews.com/2012/02/09/pbi-green-banking-segera-terbit>, diakses pada 7 Juli 2012.

¹¹⁴ *Ibid.*

¹¹⁵ Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Apabila ada peraturan konkret yang mengatur mengenai masalah EP ini bank tentunya dapat lebih mendukung pelaksanaan CSR dalam mencapai tujuannya yaitu untuk mengurangi risiko terhadap sosial dan lingkungan hidup. Karena tidak adanya peraturan yang spesifik mengenai EP ini maka tentunya akan memberikan ketidakpastian terhadap bank dalam pelaksanaannya. Pada akhirnya bank-bank di Indonesia harus mengacu kepada peraturan internasional ataupun terhadap peraturan dari pusat. Dengan adanya EP maka bank-bank yang telah menjadi anggota akan melakukan seleksi dalam proyek keuangan dan pemberian kredit mereka. Hal ini dapat membantu untuk menjaga lingkungan sehingga dapat menjalankan proyek yang *sustainable*.

Pemerintah seharusnya memberikan pengaturan yang spesifik mengenai pelaksanaan EP di Indonesia karena EP dapat memaksimalkan fungsi bank dalam pelaksanaan CSR di Indonesia. Dengan adanya pengaturan yang konkret tentunya perusahaan-perusahaan yang ada akan lebih memperhatikan risiko dari proyek yang mereka jalankan terhadap lingkungan hidup. Apabila pemerintah memberikan peraturan yang mengatur EP secara jelas maka pada akhirnya bank pun dapat lebih leluasa dalam menjalankan EP ini yang pada akhirnya akan mendorong fungsi CSR yaitu pelestarian sosial dan lingkungan hidup di Indonesia.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah bahwa pelaksanaan CSR di Indonesia oleh perusahaan-perusahaan memang telah dilaksanakan namun pengaturan mengenai CSR belum begitu banyak dan mengatur secara detil mengenai pelaksanaan CSR. Pengaturan CSR tersebar di banyak peraturan di Indonesia seperti Undang-Undang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Pengelolaan Lingkungan Hidup, dll. CSR merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia dengan berbagai bentuk untuk kepentingan sosial dan lingkungan hidup.

Dalam bidang perbankan di Indonesia pelaksanaan CSR ini lebih mendalam karena pada dasarnya bidang perbankan tidak memberikan *irreversible effects* kepada sosial dan lingkungan hidup. Pelaksanaan CSR oleh perbankan pada praktik internasional saat ini mengacu kepada *Equator Principles* yaitu manajemen pendanaan terhadap proyek perusahaan sehingga lebih ramah lingkungan. Penerapan EP dalam pelaksanaan CSR oleh perbankan dapat menjadi salah satu faktor penting dalam pemeliharaan lingkungan dan usaha yang *sustainable* untuk ke depannya. Pemeliharaan lingkungan yang dilakukan oleh bidang perbankan akan memberikan dampak positif terhadap lingkungan. Selain itu dengan penerapan EP ini oleh perbankan dapat juga mendorong pelaksanaan CSR oleh perusahaan-perusahaan yang proyeknya didanai oleh bank-bank tersebut.

Penerapan EP dalam perbankan di Indonesia saat ini belumlah jelas karena memang belum ada pengaturan yang memadai mengenai hal tersebut. Untuk saat ini memang telah banyak bank-bank internasional yang menjalankan EP karena memang merupakan perintah dari pusat. Bank-bank internasional ini

mengadopsi EP sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan saat ini. Pelaksanaan EP ini disebar ke cabang-cabang dari bank tersebut dan diwajibkan dalam pendanaan proyek yang diberikan. Untuk bank dalam negeri, EP memang telah diketahui karena pada dasarnya telah dilaksanakan oleh bank-bank internasional yang ada. Namun karena belum ada peraturan yang pasti dalam perundang-undangan Indonesia maka ada bank dalam negeri yang belum melaksanakan EP padahal telah banyak bank-bank internasional di Indonesia telah menjalankan EP tersebut. Maka dari itu pembentukan peraturan perundang-undangan yang memadai mengenai EP ini akan memberikan dampak positif bagi pemeliharaan sosial dan lingkungan hidup. Selain itu dengan EP ini maka akan dapat mendorong pelaksanaan CSR oleh perusahaan-perusahaan lain.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah dibutuhkan sebuah peraturan yang mengatur mengenai masalah EP ini karena dengan adanya peraturan tertulis maka bank akan mendapatkan panduan dalam pelaksanaan EP dan dengan demikian mendapatkan dukungan dari pemerintah. Selain itu peraturan *green banking* yang saat ini sedang diproses oleh BI pun dapat menjadi peraturan yang mendasar dari pelaksanaan EP oleh perbankan ini sehingga diharapkan peraturan tersebut segera dikeluarkan dan dilaksanakan dengan baik. Dengan adanya sebuah peraturan juga akan membantu untuk menjamin kepastian hukum terhadap EP yang merupakan prinsip yang telah diakui dan dilaksanakan oleh lembaga-lembaga keuangan di dunia.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

Untung, Hendrik Budi Untung. Corporate Social Responsibility. Jakarta: Sinar Grafika. 2008.

Wibisono, Yusuf. Membedah Konsep dan Aplikasi CSR. Gresik: Fashco Publishing, 2007.

Rahan, Reza Rahan. CSR Antara Teori dan Kenyataannya. Yogyakarta: Media Pressindo. 2009.

Sri Mamudji et al. Metode Penelitian dan Penulisan Hukum. Jakarta : Badan Penerbit Fakultas Hukum Universitas Indonesia. 2005.

Soekanto, Soerjono. Ringkasan Metodologi Penelitian Hukum Empiris. Jakarta : IND-HIL-CO 1990.

Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji. Penelitian Hukum Normatif : Suatu Tinjauan Singkat. Jakarta : RajaGrafindo. 1994.

Ashopa, Burhan. Metode Penelitian Hukum. Jakarta: Rineka Cipta. 2001.

Widjaja, Gunawan dan Yeremia Ardi Pratama. Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR. Jakarta: Niaga swadaya. 2008.

European commission, Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility Green Paper, Luxembourg, 2001

Keraf, Sonny. Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya. Yogyakarta: Kanisius, 1998.

Azheri, Busyra. Corporate Social Responsibility, dari Voluntary menjadi Mandatory, Jakarta: Rajawali Press. 2011.

Saidi, Zaim. Sumbangan Sosial Perusahaan, Profil dan Pola Distribusinya di Indonesia: Survei 226 Perusahaan di 10 Kota, Jakarta: Piramedia. 2003.

Siagian dan Nana Suharna, Gagasan dan Aksi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Masyarakat: Studi Kasus Empat Perusahaan. Jakarta: YAPPIKA, IDSS, ACCESS, Australia Indonesia Partnership. 2006.

Kotler, Philip and Nancy Lee. Corporate Social responsibility: Doing The Most Good for Your Company and Your Cause, New Jersey: John Wiley & Sons. 2005.

Tunggal, Amin Widjaya, Business Ethics dan Corporate Social responsibility (SCR) (Konsep dan Kasus). Jakarta: Harvarindao. 2008.

Widjaja, Gunawan. Seri Pemahaman Perseroan Terbatas 150 Pertanyaan Tentang Perseroan Terbatas. Jakarta: Niaga Swadaya. 2008.

Amri, Mulya dan Wicaksono Sarosa. CSR untuk Penguatan Kohesi Sosial. Jakarta. Indonesia Business Links. 2008.

Nursaid, Fajar. CSR Bidang Kesehatan dan Pendidikan Mengembangkan Sumber Daya Manusia. Jakarta: Indonesia Business Links. 2008.

B. PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Indonesia. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992.

Indonesia. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan.

Indonesia. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Indonesia. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman Modal.

Indonesia. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003.

Indonesia. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997.

Indonesia. PP No. 47 Tahun 2012.

C. INTERNET

www.equator-principles.com, diakses pada 24 Juni 2012.

<http://www.equator-principles.com/index.php/about-ep/history>, diakses pada 24 Juni 2012.

<http://www.equator-principles.com/index.php/members-reporting/members-and-reporting>, diakses pada 24 Juni 2012.

<http://www.csrindonesia.com/data/articles/20080610070918-a.pdf>, diakses pada 5 Juni 2012.

http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNADY492.pdf, diakses pada 26 Juni 2012.

Marlia, Makna Ani Marlia. Pentingnya Implementasi CSR Pada Masyarakat IndonesiCorporate Social Responsibility, <http://www.fias.net/ifcext/economics.nsf/Content/CSR-IntroPage>, diakses pada 15 Mei 2012.

Corporate Social Resposibility: The WBCSD s journey, 2002 <http://www.wbcsd.org>, diakses pada 15 Mei 2012.

<http://www.sourewatch.org>, diakses pada 15 Mei 2012.

Achmad Daniri, Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, <http://www.madaniri.com/dljump.php?id=8>, hal. 12, diakses pada 1 Juni 2012.

<http://mamrh.wordpress.com>. ditelusuri pada 16 Maret 2012.

<http://proper.menlh.go.id/proper%20baru/Index.html>, ditelusuri pada 7 Juli 2012.

http://www.newsbanking.com/2010_12_01_archive.html?m=1, ditelusuri pada 7 Juli 2012.

<http://tribunnews.com/2012/02/09/pbi-green-banking-segera-terbit>, ditelusuri pada 7 Juli 2012.