

Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

(Corporate Social Responsibility (CSR) Under Perspective Of Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas)

NUR ARIFUDIN

Dosen Fakultas Hukum Universitas Mulawarman
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus Gunung Kelua Samarinda Kalimantan Timur
Telp.0541-7095092-e-mail:nurarifudin_lo@yahoo.com

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) constitutes a commitment in the limited company or business world to give a contribution to sustainable economic rate for immediate community as well as to take the responsibility of the balance between economic, social, and environment through ethic and moral considerations. Such consideration may be evident as written in an article of Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. The complexity challenging Indonesian seems awful in the recent years. CSR pumps out a little hope to become a concept with breakthrough alternative in dealing with poverty through limited company supported by reliable legislations.

Key words: tanggung jawab sosial dan lingkungan (*social and environment responsibility*), perseroan (*corporate*), keseimbangan (*balance*)

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam alinea keempat Pembukaan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945 disebutkan bahwa salah satu tujuan Negara Indonesia adalah memajukan kesejahteraan umum, tujuan negara tersebut akan dapat terwujud dengan cara membentuk organisasi kekuasaan negara yang dapat mengatur, mengarahkan serta memberikan sanksi bagi elemen-elemen yang tidak mendukung berdasarkan peraturan perundang-undangan.

Untuk mencapai tujuan tersebut salah satu upaya yang ditempuh adalah melalui pembangunan ekonomi. Pembangunan perekonomian nasional yang diselenggarakan berdasarkan demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi, yang berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat.

Aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam rangka melakukan kegiatan usahanya dalam perkembangan hukum bisnis perusahaan diberikan kewajiban dalam hal tanggung jawab sosial dan lingkungan yang kita kenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam diskursus *corporate law*, epistemologi CSR dikonstruksi dari ide tanggung jawab perusahaan (*corporate responsibility and accountability*) yang ditujukan kepada *other constituencies*. Sebagai sebuah kuasi publik entitas, perusahaan, seperti ditegaskan oleh E. Merrick Dodd Jr. (1932), memiliki tanggung jawab tidak hanya kepada pemilikinya (*shareholders*) tapi juga terhadap multi konstituen atau yang lebih populer disebut *stakeholders*. Dengan *Corporate Social Responsibility*, CSR ini maka perusahaan tidak hanya mempunyai misi untuk profit oriented saja akan tetapi dia mempunyai misi untuk memajukan dan mensejahterakan masyarakat sekitarnya. Peningkatan pembangunan perekonomian nasional perlu didukung oleh suatu produk hukum, hal ini

mengingat Negara Indonesia merupakan Negara hukum yang dapat menjaga iklim dunia usaha yang kondusif, diantaranya mengatur tentang Perseroan Terbatas sebagai badan hukum. Peraturan per-undang-undangan yang mengatur mengenai perseroan terbatas pada awal kemerdekaan didasarkan pada aturan produk perundangan yang berasal dari zaman Belanda, yaitu *Burgerlijke Wetboek* dan *Wetboek Van Koophandel* kemudian digantikan dengan Undang-undang Nomor 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas. Dalam perkembangannya ketentuan dalam Undang-undang tersebut dipandang tidak lagi memenuhi perkembangan hukum dan kebutuhan masyarakat karena keadaan ekonomi serta kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi sudah berkembang begitu pesat khususnya pada era globalisasi, sehingga saat ini diberlakukan Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Sesuatu yang baru dimunculkan dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas ini adalah dicantumkannya ketentuan tentang tanggung jawab social perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yaitu dalam Pasal 74 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Dalam hal ini penulis tertarik untuk mengkaji *Corporate Social Responsibility*(CSR) yang sudah dituangkan dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas serta aspek-aspek yang mempengaruhinya.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas?
2. Apa kendala hukum dalam penegakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia?

PEMBAHASAN

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

A. *Corporate Social Responsibility* Dalam Perspektif Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

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

CSR ini di Indonesia telah dituangkan dalam peraturan perUndang-undangan yaitu dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang telah disahkan DPR tanggal 20 Juli 2007 menandai babak baru pengaturan CSR di negeri ini.

Keempat ayat dalam Pasal 74 UU tersebut menetapkan kewajiban semua perusahaan di bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Dalam hal pengaturan CSR ini diatur didalam Pasal 1 angka 3 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang berbunyi “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.

Lebih lanjut CSR diatur dalam Pasal 74 ayat 1, ayat 2, ayat 3 dan ayat 4 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas sebagai berikut :

- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- 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.

Pasal 74 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan muncul pada saat pembahasan ditingkat Panja dan Pansus DPR. Substansi dalam ketentuan Pasal 74 Undang-undang Nomor 40 tentang Perseroan Terbatas mengandung makna, mewajibkan tanggung jawab sosial dan lingkungan mencakup pemenuhan peraturan perundangan terkait, penyediaan anggaran tanggung jawab sosial dan lingkungan, dan kewajiban melaporkannya. Mengikuti perkembangan berita di media massa yang menyangkut pembahasan Pasal 74 Undang-undang Nomor

40 tentang Perseroan Terbatas, sesungguhnya rumusan itu sudah mengalami penghalusan cukup lumayan lantaran kritikan keras para pelaku usaha. Tadinya, tanggung jawab sosial dan lingkungan tidak hanya berlaku untuk perusahaan yang bergerak di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam, tetapi berlaku untuk semua perusahaan, tidak terkecuali perusahaan skala UKM, baru berdiri, atau masih dalam kondisi merugi. Ternyata lingkup dan pengertian tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dimaksud Pasal 74 Undang-undang Nomor 40 tentang Perseroan Terbatas berbeda dengan lingkup dan pengertian CSR dalam pustaka maupun definisi resmi yang dikeluarkan oleh lembaga internasional (*The World Bank, ISO 26000*) serta praktek yang telah berjalan di tanah air maupun yang berlaku secara internasional. Saat ini ISO (*International Organization for Standardization*), tengah menggodok konsep standar CSR yang diperkirakan rampung pada akhir 2009. Standar itu dikenal dengan nama *ISO 26000 Guidance on Social Responsibility*. Dengan standar ini, pada akhir 2009 hanya akan dikenal satu konsep CSR. Selama ini dikenal banyak konsep mengenai CSR yang digunakan oleh berbagai lembaga internasional dan para pakar.

Pada dasarnya kegiatan CSR sangat beragam bergantung pada proses interaksi sosial, bersifat sukarela didasarkan pada dorongan moral dan etika, dan biasanya melebihi dari hanya sekedar kewajiban memenuhi peraturan per-undang-undangan. Oleh karena itu, dalam praktek, penerapan CSR selalu disesuaikan dengan kemampuan masing-masing perusahaan dan kebutuhan masyarakat. Idealnya terlebih dahulu dirumuskan bersama antara 3 pilar yakni dunia usaha, pemerintah dan masyarakat setempat dan kemudian dilaksanakan sendiri oleh masing-masing perusahaan. Dengan demikian adalah tidak mungkin untuk mengukur pelaksanaan CSR. Selain itu, pelaksanaan CSR merupakan bagian dari *good corporate governance* yang mestinya didorong melalui pendekatan etika maupun pendekatan pasar.

Pendekatan regulasi sebaiknya dilakukan untuk menegakkan prinsip transparansi dan fairness dalam kaitan untuk

menyamakan *level of playing field* pelaku ekonomi. Sebagai contoh, UU dapat mewajibkan semua perseroan untuk melaporkan, bukan hanya aspek keuangan, tetapi yang mencakup kegiatan CSR dan penerapan GCG.

Seringkali kepentingan perusahaan diseberangkan dengan kepentingan masyarakat. Tak banyak yang menyadari bahwa sesungguhnya perusahaan dan masyarakat memiliki saling ketergantungan yang tinggi. Saling ketergantungan antara perusahaan dan masyarakat berimplikasi bahwa baik keputusan bisnis dan kebijakan sosial harus mengikuti prinsip berbagi manfaat (*shared value*), yaitu pilihan-pilihan harus memberi manfaat kedua belah pihak.

B. Kendala Hukum Dalam Penegakan Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia

Dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas masih terdapat kekurangan dalam Pasal-Pasal yang mengatur tentang CSR ini salah satunya adalah masih terdapat inkonsistensi antara Pasal 1 angka 3 dengan Pasal 74 serta penjelasan Pasal 74 Undang-undang Nomor 40 tentang Perseroan Terbatas. Pada Pasal 1 angka 3 Undang-undang nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas memuat "... komitmen Perseroan Terbatas untuk berperan serta", sedangkan Pasal 74 ayat 1 "... wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan". Pada Pasal 1 angka 3 mengandung makna pelaksanaan CSR bersifat sukarela sebagai kesadaran masing-masing perusahaan atau tuntutan masyarakat. Sedangkan Pasal 74 ayat 1 bermakna suatu kewajiban. Lebih jauh lagi kewajiban Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan pada Pasal 74 ayat 1 tidak memiliki keterkaitan langsung dengan sanksinya pada Pasal 74 ayat 3. Sanksi apabila tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan tidak diatur dalam UU PT tetapi digantungkan kepada peraturan per-undang-undang-an lain yang terkait.

Demikian juga pada Pasal 74 tersirat bahwa PT yang terkena tanggung jawab sosial dan lingkungan, dibatasi namun dalam

penjelasannya dapat diketahui bahwa semua perseroan terkena kewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan, karena penjelasan Pasal 74 menggunakan penafsiran yang luas. Hal ini dapat dilihat pada bunyi penjelasan Pasal 74 ayat 1 dimana perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sedangkan pada penjelasan Pasal 74 menyatakan bahwa yang dimaksud dengan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam adalah perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Berikutnya yang dimaksud dengan perseroan yang menjalankan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam adalah perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi sumber daya alam. Dengan demikian jelas tidak ada satupun perseroan terbatas yang tidak berkaitan atau tidak memanfaatkan sumber daya alam.

Kritik yang muncul dari kalangan pebisnis bahwa CSR adalah konsep dimana perusahaan, sesuai kemampuannya, melakukan kegiatan yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan hidup. Kegiatan-kegiatan itu adalah diluar kewajiban perusahaan yang umum dan sudah ditetapkan dalam peraturan perundangan formal, seperti ketertiban usaha, pajak atas keuntungan dan standar lingkungan hidup. Mereka berpendapat, jika diatur, selain bertentangan dengan prinsip kerelaan, CSR juga akan memberi beban baru kepada dunia usaha.

CSR adalah konsep yang terus berkembang baik dari sudut pendekatan elemen maupun penerapannya. CSR sebenarnya merupakan proses interaksi sosial antara perusahaan dan masyarakatnya. Perusahaan melakukan CSR bisa karena tuntutan komunitas atau karena pertimbangannya sendiri. Bidangnya pun amat beragam ada pada kondisi yang berbeda-beda.

Proses regulasi yang menyangkut kewajiban CSR perlu memenuhi pembuatan peraturan yang terbuka dan akuntabel. Pertama, harus jelas apa yang diatur.

Lalu, harus dipertimbangkan semua kenyataan di lapangan, termasuk orientasi dan kapasitas birokrasi dan aparat penegak hukum serta badan-badan yang melakukan penetapan dan penilaian standar. Yang juga harus diperhitungkan adalah kondisi politik, termasuk kepercayaan pada pemerintah dan perilaku para aktor politik dalam meletakkan masalah kesejahteraan umum. Ini artinya harus melalui dialog bersama para pemangku kepentingan, seperti pelaku usaha, kelompok masyarakat yang akan terkena dampak, dan organisasi pelaksana.

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

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

1. *Public Relations*: usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Strategi defensif: usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negatif komunitas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan, dan biasanya untuk melawan 'serangan' negatif dari anggapan komunitas. Usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan yang berkembang sebelumnya dengan menggantinya dengan yang baru yang bersifat positif.
3. Kegiatan yang berasal dari visi perusahaan: melakukan program untuk kebutuhan komunitas sekitar perusahaan atau kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil perusahaan itu sendiri.

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

1. *Community Relation*

Yaitu 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 kedermawanan (*charity*) perusahaan.

2. *Community Services*

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

3. *Community Empowering*

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

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

Pada saat ini di Indonesia, praktek CSR belum menjadi perilaku yang umum, namun dalam abad informasi dan teknologi serta adanya desakan globalisasi, maka tuntutan terhadap perusahaan untuk menjalankan CSR semakin besar. Tidak menutup kemungkinan

bahwa CSR menjadi kewajiban baru standar bisnis yang harus dipenuhi seperti layaknya standar ISO. Dan diperkirakan pada akhir tahun 2009 mendatang akan diluncurkan ISO 26000 on Social Responsibility, sehingga tuntutan dunia usaha menjadi semakin jelas akan pentingnya program CSR dijalankan oleh perusahaan apabila menginginkan keberlanjutan dari perusahaan tersebut. CSR akan menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merek produk (loyalitas) atau citra perusahaan. Kedua hal tersebut akan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang sulit untuk ditiru oleh para pesaing. Di lain pihak, adanya pertumbuhan keinginan dari konsumen untuk membeli produk berdasarkan kriteria-kriteria berbasis nilai-nilai dan etika akan merubah perilaku konsumen di masa mendatang. Implementasi kebijakan CSR adalah suatu proses yang terus-menerus dan berkelanjutan. Dengan demikian akan tercipta satu ekosistem yang menguntungkan semua pihak (*true win-win situation*) - konsumen mendapatkan produk unggul yang ramah lingkungan, produsen pun mendapatkan profit yang sesuai yang pada akhirnya akan dikembalikan ke tangan masyarakat secara tidak langsung.

Pelaksanaan CSR di Indonesia sangat tergantung pada pimpinan puncak korporasi. Artinya, kebijakan CSR tidak selalu dijamin selaras dengan visi dan misi korporasi. Jika pimpinan perusahaan memiliki kesadaran moral yang tinggi, besar kemungkinan korporasi tersebut menerapkan kebijakan CSR yang benar. Sebaliknya, jika orientasi pimpinannya hanya berkiblat pada kepentingan kepuasan pemegang saham (produktivitas tinggi, profit besar, nilai saham tinggi) serta pencapaian prestasi pribadi, boleh jadi kebijakan CSR hanya sekadar kosmetik. Sifat CSR yang sukarela, absennya produk hukum yang menunjang dan lemahnya penegakan hukum telah menjadikan Indonesia sebagai negara ideal bagi korporasi yang memang memperlakukan CSR sebagai kosmetik. Yang penting, Laporan Sosial Tahunannya tampil mengkilap, lengkap dengan tampilan foto aktivitas sosial serta

dana program pembangunan komunitas yang telah direalisasi. Sekali lagi untuk mencapai keberhasilan dalam melakukan program CSR, diperlukannya komitmen yang kuat, partisipasi aktif, serta ketulusan dari semua pihak yang peduli terhadap program-program CSR. Program CSR menjadi begitu penting karena kewajiban manusia untuk bertanggung jawab atas keutuhan kondisi-kondisi kehidupan umat manusia di masa datang.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dalam istilah internasional dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* disingkat CSR merupakan salah satu perkembangan hubungan humanistik antara dunia usaha dengan lingkungan masyarakat yang perlu mendapat dukungan dari seluruh stakeholder karena didalamnya menganut prinsip-prinsip etika, moral dalam dunia usaha terhadap masyarakat untuk selalu menjaga keseimbangan diantara mereka sehingga kesenjangan bisa diminimalisir.

Dalam hal ini dari segi hukum perlu optimalisasi pengaturan secara tegas dan jelas agar peran hukum sebagai *Law is tool of social Engineering* dapat menjalankan peran terhadap proses pembentukan kepribadian masyarakat maksudnya dengan diimplementasikannya ke dalam perundangan maka CSR akan terlaksana karena masyarakat kita masih memerlukan adanya paksaan melalui peraturan perUndang-undangan jadi bagi siapa yang melanggarnya tentu saja akan menerima sanksi yang setimpal bahkan kalau perlu sampai dengan pencabutan izin usaha bagi pengusaha atau badan usaha yang tidak melaksanakannya.

Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas memang sudah mengatur yaitu dalam Pasal 1 angka 3 dan Pasal 74, namun secara eksplisit dalam Pasal tersebut masih terkesan terdapat inkonsistensi didalamnya dalam Pasal 1 angka 3 menunjukkan bahwa Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan mengandung pemahaman bahwa Perseroan secara sukarela dalam melaksanakannya namun berdasarkan Pasal 74 ayat 1 bermakna suatu kewajiban. Menurut

hemat penulis sebaiknya tanggung jawab sosial dan lingkungan sudah saatnya merupakan suatu kewajiban yang diemban oleh perseroan yang ada di Indonesia mengingat perseroan tidak bisa dilepaskan dari masyarakat dengan kata lain dalam hal ini perseroan merupakan bagian dari masyarakat yang berinteraksi antara satu dengan yang lain saling terikat untuk menjaga interaksinya dan tidak berdiri sendiri, dibidang lingkungan perseroan sebagai badan hukum (*recht person*) juga memiliki kewajiban yang sama dengan manusia (*natuurlijke person*) dalam menjaga eksistensi fungsi sumber daya alam untuk generasi berikutnya. untuk membentuk pola pergaulan ini maka peran hukum sebagai salah satu lembaga pembentuk peradaban maka penulis setuju bahwa pelaksanaan program CSR merupakan suatu kewajiban bagi setiap perseroan yang dituangkan dalam peraturan per-undang-undang-an.

B. Saran

1. Perlu segera disempurnakan adanya inkonsistensi ketentuan yang ada di dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan terutama antara Pasal 1 angka 3 dengan Pasal 74.
2. Perlu adanya kepastian terhadap perseroan yang diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
3. Seseegera mungkin dibuat peraturan per-undang-undang-an untuk mendukung dilaksanakannya tanggung jawab sosial dan lingkungan baik yang mengatur besaran anggaran yang diwajibkan, mekanisme pelaporannya, sanksi bagi yang tidak

melaksanakannya, kelambanan dalam melengkapi aturan tersebut malah justru menimbulkan kegamangan masyarakat yang mengarah pada adanya penafsiran-penafsiran yang dikhawatirkan jauh dari tujuan semangat CSR itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

A. Literatur

- Daniri, Mas Achmad**, 2005, *Good Corporate Governance Konsep dan Penerapannya Dalam Konteks Indonesia*, PT Ray Indonesia, Jakarta.
- Kansil, C.S.T. dan Kansil, Cristine S.T.**, 2002, *Pokok-Pokok Badan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Kartohadiprodo, Soediman**, 1965, *Pengantar Tata Hukum di Indonesia*, Penerbit Pembangunan, Jakarta.
- Muchsin**, 2006, *Ikhtisar Ilmu Hukum*, Badan Penerbit Iblam, Jakarta.
- Rido, R. Ali**, 2001, *Badan Hukum dan Kedudukan Badan Hukum Perseroan, Perkumpulan, Koperasi, Yayasan, Wakaf*, Penerbit Alumni, Bandung.
- Rudito, Bambang dan Famiola, Melia**, 2007, *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia*, Penerbit Rekayasa Sains, Bandung.
- Untung, Hendrik Budi**, 2008, *Corporate Social Responsibility*, Penerbit Sinar Grafika, Jakarta.
- Wahyu, Y. Istiyono, dan Silaban, Ostarina**, 2006, *Kamus Pintar Bahasa Indonesia*, Batam.
- Wahyudi, Isa dan Azheri, Busyra**, 2008, *Corporate Social Responsibility*, Penerbit Inspire, Malang.
- Wibisono, Yusuf**, 2007, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, Fascho Publishing, Gresik.
- Zainuddin, Ali**, 2006, *Sosiologi Hukum*, Jakarta.

B. Peraturan PerUndang-undangan

- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945**
- Kitab Undang-undang Hukum Perdata (BW)**
- Kitab Undang-undang Hukum Dagang (WVK)**
- Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007** tentang Penanaman Modal
- Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007** tentang Perseroan Terbatas.