Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 1	Hal: 1 - 11	April 2020
---	--	--------------	-------------	------------

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN BIDANG LINGKUNGAN

Ester Sarah Feronika¹, Khairani Rahma Silva², Santoso Tri Raharjo³

^{1, 2} Program Studi Sarjana Ilmu Kesejahteraan Sosial Universitas Padjadjaran

^{3, 4} Pusat Studi CSR, Kewirausahaan Sosial & Pemberdayaan Masyarakat, Universitas Padjadjaran

(esterferonika12@gmail.com; khairani.rsilva@gmail.com; santoso.tri.raharjo@unpad.ac.id; risna.resnawaty@unpad.ac.id)

ABSTRAK

Perjalanan Corporate Social Responsibility (CSR) di dunia sejak tahun 1970-an telah mengalami banyak perkembangan, sebagaimana pula di Indonesia. CSR kini tidak lagi hanya sekedar etika bisnis semata, tetapi CSR telah payung dan berkembang dengan berbagai pendekatan baik politik, ekonomi, maupun kepentingan sosial. Seringkali CSR hanya menjadi salah cara untuk memperkuat citra perusahaan, atau kepentingan politik sebuah brand tertentu. Salah satu isu yang ditangani kepedulian Program CSR adalah mengatasi persoalan lingkungan, baik mengatasi kerusakan lingkungan maupun pemeliharaan lingkungan; selain isu peningkatan sumber daya manusia di bidang pendidikan, peningkatan usaha ekonomi, dan dukungan kesehatan. Beragam cara implementasi CSR diterapkan dengan berbagai jenis inovasinya masing-masing demi manfaat bagi lingkungan sekitar. Umumnya, bentuk CSR dapat berupa penggalangan dana, pemberian bantuan fasilitas, atau sarana dan prasarana pendukung untuk kemajuan sebuah kawasan atau komunitas tertentu. Upaya CSR pelestarian lingkungan dilakukan khususnya pada industri ekstraktif, yaitu perusahaan yang beroperasi dengan memanfaatkan sumber daya alam. Mereka berupaya meminimalisasi dampak kerusakan yang timbul pada kerusakan kelestarian lingkungan, yang mungkin dapat mengganggu kehidupan sosial masyarakat. Eksploitasi yang berlebihan akan merusak ekosistem, hingga akhirnya dapat mengancam kegiatan perekonomian masyarakat. Pemerintah di setiap negara mendorong pada setiap perusahaan/ industri ekstraktif untuk melakukan tanggung jawab sosialnya dalam bidang lingkungan, sehingga di masa depan akan semakin banyak perusahaan peduli terhadap lingkungan. Begitu pentingnya isu lingkungan, sebagian besar pemerintahan di berbagai negara mengeluarkan berbagai kebijakan khusus berkenaan implementasi CSR peduli lingkungan.

Kata kunci: CSR, perusahaan, dan lingkungan.

ABSTRACT

The journey of Corporate Social Responsibility (CSR) in the world since the 1970s has experienced many developments, as well as in Indonesia. CSR is no longer just a mere business ethics, but CSR has been an umbrella and developed with various approaches both political, economic, and social interests. Often CSR is just a way to strengthen the company's image, or the political interests of a particular brand. One of the issues addressed by CSR Program concerns is overcoming environmental problems, both overcoming environmental problems and environmental preservation; in addition to the issue of increasing human resources in the field of education, increasing economic effort, and health support. Different ways of implementing CSR are implemented with different types of innovations each for the benefit of the surrounding environment. Generally, the form of CSR can be in the form of fundraising, providing assistance facilities, or supporting facilities and infrastructure for the progress of a particular region or community. Environmental conservation CSR efforts are carried out especially in extractive industries, namely companies that operate by utilizing natural resources. They try to minimize the impact of damage arising from damage to environmental sustainability, which may be able to disrupt people's social lives. Excessive exploitation will damage the ecosystem, which in turn can threaten the economic activities of the community. The government in each country encourages each extractive company / industry to carry out its social responsibilities in the environmental field, so that in the future more and more companies will care about the environment. Once

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 1	Hal: 1 - 11	April 2020
---	--	--------------	-------------	------------

the importance of environmental issues, most governments in various countries issued various specific policies regarding the implementation of CSR care for the environment

Keywords: CSR, company, and environment

A. PENDAHULUAN

Penggunaan istilah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin populer dengan semakin meningkatnya praktek tanggung jawab sosial perusahaan, dan diskusi-diskusi global, regional maupun nasional tentang CSR. CSR adalah suatu mekanisme sebuah perusahaan untuk secara sadar mengintegrasikan perhatiannya terhadap lingkungan sosial ke dalam operasi dan interaksinya dengan *stakeholder* (*Profit, People, Planet*) yang melampaui tanggung jawab sosial khususnya di bidang hukum. Terdapat beberapa definisi mengenai CSR, yakni:

"Tindakan sukarela yang dapat diambil oleh bisnis, melebihi dan di atas kepatuhan terhadap persyaratan minimum, untuk mengatasi kepentingan kompetitifnya sendiri dan kepentingan masyarakat luas." (www.csr.gov.uk UK Government)

"Komitmen bisnis yang berkelanjutan untuk berperilaku etis dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas kehidupan tenaga kerja dan keluarga mereka serta masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya." (WBCSD, 1999, Business Association)

"Komitmen perusahaan untuk beroperasi dengan cara yang berkelanjutan secara ekonomi, sosial, dan lingkungan sambil menyeimbangkan kepentingan berbagai pemangku kepentingan." (www.csr-asia.com, social enterprise)

Beberapa definisi di atas menunjukkan bahwa terdapat keberagaman dalam mengartikan dan mengimplementasikan CSR, sehingga tidak ada kesepakatan yang ajeg mengenai batasan tanggung jawab sosial perusahaan hingga saat ini (McWilliams, et.al, dalam Radyati, M.R. & Nindita. 2008). Namun demikian, ada kesepakatan luas di Eropa tentang definisi CSR sebagai sebuah konsep, di mana perusahaan mengintegrasikan masalah sosial dan lingkungan, atas dasar sukarela, ke dalam operasi bisnis mereka serta interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (European Communities 2007).

Ada dua landasan berkenaan dengan *corporate social responsibility* (CSR), yaitu berasal dari etika bisnis (bisa berdasarkan agama, budaya atau etika

kebaikan lainnya) dan dimensi sosial dari aktivitas bisnis. CSR atau sering diartikan sebagai "*being socially responsible*" jelas merupakan suatu cara yang berbeda untuk sasaran yang berbeda dalam negara yang berbeda pula. Oleh karenanya, penerapan CSR di setiap negara harus disesuaikan dengan konteks sosial dan lingkungannya sehingga perlu kehati-hatian dalam menerapkan konsep CSR dari negara-negara maju di negara-negara yang sedang berkembang (Frynas, 2009).

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat ditarik inti bahwa CSR merupakan konsep sebagai berikut:

1. Perusahaan memiliki perhatian terhadap persoalan sosial dan lingkungannya.
2. Berasaskan prinsip sukarela.
3. Kegiatan bisnis dan interaksi dengan para pemangku kepentingan atas dasar persoalan sosial dan lingkungan.

Terdapat tiga tahap yang memotivasi perusahaan melaksanakan CSR (Edi, 2006), yakni :

1. Tahap pertama adalah *corporate charity*, yakni dengan dorongan amal berdasarkan motivasi keagamaan.
2. Tahap kedua adalah *corporate philanthropy*, yakni dengan dorongan kemanusiaan yang biasanya bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan sosial.
3. Tahap ketiga adalah *corporate citizenship*, yaitu motivasi kewargaan demi mewujudkan keadilan sosial berdasarkan prinsip keterlibatan sosial.

Terdapat tiga hal pokok yang membentuk pemahaman terhadap CSR yaitu sebagai berikut:

1. Bahwa sebagai suatu *artificial person*, perusahaan atau perseroan tidak berdiri sendiri dan mereka memiliki tanggung jawab terhadap keadaan ekonomi, lingkungan, dan sosial.
2. Eksistensi dan keberlangsungan perusahaan atau perseroan tidak hanya ditentukan oleh pemegang sahamnya, tetapi juga sangat ditentukan oleh pihak lain yang berkepentingan.

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 1	Hal: 1 - 11	April 2020
---	--	--------------	-------------	------------

3. Melaksanakan CSR berarti juga melaksanakan tugas dan kegiatan sehari-hari perusahaan atau perseroan, sebagai wadah untuk memperoleh keuntungan melalui usaha yang dijalankan.

Istilah CSR yang mulai dikenal sejak tahun 1970-an, saat ini menjadi salah satu bentuk inovasi bagi hubungan perusahaan dengan masyarakat dan konsumen. CSR kini banyak diterapkan baik oleh perusahaan multi-nasional maupun perusahaan nasional atau lokal. CSR adalah tentang nilai dan standar yang berkaitan dengan beroperasinya sebuah perusahaan dalam suatu masyarakat. CSR diartikan sebagai komitmen usaha untuk beroperasi secara legal dan etis yang berkontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas dalam kerangka mewujudkan pembangunan berkelanjutan.

CSR adalah sebuah konsep dan tindakan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan sebagai rasa tanggung jawabnya terhadap sosial dan lingkungan sekitar dimana perusahaan tersebut berdiri. Seperti dengan melaksanakan suatu kegiatan yang bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat atau penduduk sekitar, menjaga lingkungan sekitar, memberikan beasiswa pendidikan kepada masyarakat yang kurang mampu, membangun fasilitas umum, dan memberikan bantuan berupa dana ataupun kebutuhan pokok untuk kesejahteraan masyarakat sekitar.

Manfaat CSR bagi perusahaan, yaitu:

1. Meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat.
2. Mengembangkan kerja sama dengan perusahaan lain.
3. Membedakan perusahaan tersebut dengan para kompetitornya.
4. Memperkuat *brand* perusahaan di mata masyarakat.
5. Memberikan inovasi bagi perusahaan tersebut.

Sedangkan manfaat CSR untuk masyarakat sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan meningkatkan kelestarian lingkungan hidup sekitar.
2. Adanya beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut.
3. Meningkatkan pemeliharaan fasilitas umum.

4. Adanya pembangunan fasilitas masyarakat yang sifatnya sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya untuk masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut.

Perkembangan CSR

1. Konsep CSR periode 1920-1959

Gema CSR semakin terasa pada tahun 1950-an. Hal tersebut disebabkan masalah-masalah kemiskinan dan keterbelakangan, yang pada awalnya tidak mendapat perhatian, mulai diperhatikan secara lebih luas dari berbagai kalangan. Dengan terbitnya buku bertajuk "*Social Responsibilities of the Businessman*" karya Howard R Bowen tahun 1953 yang merupakan literatur pertama, maka menjadikan tahun tersebut sebagai tonggak sejarah modern CSR. Selain itu, pada dekade ini juga diramalkan oleh buku legendaris yang berjudul "*Silent Spring*" yang ditulis oleh Rachel Carson, seorang ibu rumah tangga biasa yang mengingatkan kepada masyarakat dunia akan bahaya yang mematikan dari pestisida terhadap lingkungan dan kehidupan. Melalui buku tersebut, Rachel Carson ingin menyadarkan bahwa tingkah laku perusahaan mesti dicermati sebelum berdampak pada kerusakan lingkungan.

2. Konsep CSR periode 1960-1969

Konsep CSR adalah harga diri pengusaha itu sendiri berupa tanggung jawab atas terwujudnya nilai-nilai kemanusiaan di masyarakat sekitar. Konsep CSR pada periode ini adalah CSR, yang sebelumnya merupakan kewajiban moral yang bersifat kedermawanan, berkembang menjadi suatu tolok ukur harga diri dari pengusahanya dengan mewujudkan nilai-nilai kemasyarakatan.

3. Konsep CSR periode 1970-1979

Pada era 1970-an, terbitlah "*the Limits to Growth*" yang merupakan hasil pemikiran para cendekiawan dunia yang tergabung dalam *Club of Rome*. Dalam hal ini, buku ini ingin mengingatkan kepada masyarakat dunia bahwa bumi yang kita tinggali memiliki limitasi daya dukung. Oleh sebab itu, eksploitasi alam mesti dilakukan secara bijak agar pembangunan dapat dilakukan secara berkesinambungan. Pada era ini, kegiatan kedermawanan perusahaan terus berkembang dalam kemas filantropi dan pengembangan masyarakat serta pada masa ini terjadi perpindahan penekanan

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 1	Hal: 1 - 11	April 2020
---	--	--------------	-------------	------------

dari fasilitas dan dukungan pada sektor-sektor produktif ke arah sektor-sektor sosial.

4. Konsep CSR periode 1980-1989

Pada era 1980-an makin banyak perusahaan yang menggeser konsep filantropisnya ke arah pengembangan masyarakat. Pada intinya, kegiatan kedermawanan yang sebelumnya kental dengan kedermawanan ala Robin Hood, makin berkembang kearah pemberdayaan masyarakat. Misalnya, pengembangan kerja sama, memberikan keterampilan, pembukaan akses pasar, hubungan inti plasma, dan sebagainya. Konsep CSR pada era ini adalah proses menambah nilai perusahaan tergantung pada *stakeholders* operasional perusahaan.

5. Konsep CSR periode 1990-1999

Tahun 1990-an adalah tahun-tahun yang diwarnai dengan berbagai pendekatan seperti integral, pendekatan *stakeholder* maupun pendekatan kepada masyarakat sipil. Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak awal tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) atau "aktivitas sosial perusahaan". Walaupun berbeda secara gramatikal, namun secara faktual aksinya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk "peran serta" dan "kepedulian" perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Konsep CSR pada tahun ini mengacu pada peningkatan ekonomi dan komunitas dalam masyarakat secara berkelanjutan melalui harmonisasi dari aspek lingkungan, ekonomi, dan masyarakat. Konsep CSR dalam periode ini berkembang ke konsep keberlanjutan dalam pelaksanaan CSR yang didasari ketiga aspek tersebut.

6. Konsep CSR periode 2000-saat ini

Konsep CSR dalam periode ini memperhatikan nilai-nilai masyarakat secara berkelanjutan dari segala aspek oleh para pemangku kepentingan. Konsep CSR adalah strategi bisnis untuk pembangunan berkelanjutan. Konsep CSR juga adalah pemberdayaan masyarakat untuk peningkatan lingkungan dan kualitas hidup. Konsep CSR periode ini memberikan wajah baru bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat, dengan alasan bahwa kegiatan produksi (langsung maupun tidak) membawa dampak bagi kondisi lingkungan dan sosial-ekonomi di sekitar perusahaan beroperasi. Selain itu,

pemilik perusahaan sejatinya bukan hanya para pemilik saham ataupun komponen yang terkait dengan internal perusahaan, melainkan pula *stakeholders*. Semua pihak di luar para pemegang saham yang terkait dan berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan pun memiliki andil terhadap CSR.

B. ISI

Perkembangan CSR di Indonesia

Seiring dengan perkembangan isu lingkungan global, konsep dan aplikasi CSR semakin berkembang, termasuk di Indonesia. CSR tidak hanya menjadi kewajiban sosial perusahaan, tetapi juga dikaitkan sebagai konsep pembangunan yang berkesinambungan (*Sustainable Development*). Namun, disebabkan belum adanya aturan baku dan pemahaman yang sama tentang pemberdayaan masyarakat, sebagian besar korporasi di Indonesia belum menjalankan prinsip-prinsip CSR yang sesungguhnya. Menteri Lingkungan Hidup (LH) Rachmat Witoelar mengatakan kepedulian industri di Indonesia terhadap fungsi tanggung jawab sosialnya (CSR) parah karena kurang dari 50 persen yang menerapkan program CSR terutama di bidang lingkungan.

Meskipun CSR di Indonesia bukan lagi sebatas wacana, namun yang terjadi sesungguhnya kebanyakan baru sebatas pada fenomena "CSR Peduli", yaitu aktivitas reaktif dan responsif dengan membuka posko peduli atau beramai-ramai membagikan paket bantuan kebutuhan pokok dan memberi layanan kesehatan di wilayah terdampak bencana. Tentu saja dengan kampanye iklan di media massa, dengan harapan mendapatkan citra positif perusahaan. Kegiatan yang berhubungan dengan publik seperti ini memang tidak menyalahi prinsip solidaritas kemanusiaan, tetapi hanya menjadi aktivitas simbolis dalam konteks CSR.

Fakta lain dari penerapan CSR oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia adalah bahwa ternyata sebagian besar masih dilatarbelakangi oleh upaya untuk meredam konflik antara perusahaan dengan masyarakat sekitar tempat perusahaan beroperasi. Misalnya, yang terjadi di Papua oleh PT. Freeport. Motif meredam konflik seperti ini, tentu tidak akan memungkinkan upaya pemberdayaan masyarakat untuk dilakukan secara komprehensif. Banyak kasus menunjukkan bahwa realisasi program pengembangan masyarakat (*Community Development*) yang dilakukan dengan motif seperti ini hanya dilakukan secara parsial, tidak partisipatif, belum terencana, bersifat elitis, serta

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 1	Hal: 1 - 11	April 2020
---	--	--------------	-------------	------------

belum mampu meningkatkan kapasitas masyarakat lokal.

Beberapa perusahaan memang mampu mengangkat status CSR ke tingkat yang lebih tinggi dengan menjadikannya sebagai bagian dari upaya pembangunan merk dan peningkatan perwajahan korporasi itu sendiri. Namun, upaya-upaya CSR tersebut masih jarang yang dijadikan sebagai bagian dari perencanaan strategis perusahaan.

Meskipun demikian, penerapan CSR oleh beberapa perusahaan di Indonesia patut untuk dijadikan contoh bagi perusahaan-perusahaan lainnya. PT. Bogasari, misalnya memiliki program CSR yang terintegrasi dengan strategi perusahaan, melalui pendampingan para pelaku usah mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis terigu. Seperti yang telah kita ketahui, jika mereka adalah konsumen utama dari produk perusahaan ini. Demikian juga dengan PT. Unilever yang memiliki program CSR berupa pendampingan terhadap petani kedelai. Bagi kepentingan petani, adanya program CSR ini berperan dalam meningkatkan kualitas produksi, sekaligus menjamin kelancaran distribusi. Sedangkan bagi Unilever sendiri, hal ini akan menjamin pasokan bahan baku untuk setiap produksi mereka yang berbasis kedelai, seperti kecap Bango, yang telah menjadi salah satu produk andalan mereka.

Penerapan CSR oleh beberapa perusahaan di atas membuktikan bahwa apabila CSR dilakukan secara sungguh-sungguh, terencana, dan terimplementasi dengan baik akan berimbas pada bukan hanya pada citra perusahaan di mata masyarakat, akan tetapi lebih daripada itu, juga merupakan simbiosis mutualisme antara perusahaan dengan masyarakat.

Kewajiban CSR di Indonesia akhirnya diawali dengan disahkannya Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 (selanjutnya disebut UU No. 25 Tahun 2007) tentang Penanaman Modal pada tanggal 26 April 2007. Kewajiban mengenai CSR yang harus dilakukan oleh perusahaan atau perseroan termaktub dalam Pasal 15 dan Pasal 34 undang-undang tersebut.

Pasal 15 huruf b UU No. 25 Tahun 2007 menyatakan bahwa :

“Setiap penanam modal berkewajiban:

- a. menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik;
- b. melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan;
- c. membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya

kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal;

- d. menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal; dan
- e. mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.”

Kemudian, CSR juga merupakan salah satu hal yang diwajibkan oleh pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 (selanjutnya disebut UU No. 40 Tahun 2007) tentang Perseroan Terbatas. Undang-undang ini diundangkan dan diberlakukan mulai tanggal 16 Agustus 2007. Kewajiban mengenai CSR bagi perseoran terbatas teramanatkan dalam Pasal 74, yakni:

- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- 2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud 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 ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Melalui Pasal 74 dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas tersebut, pemerintah ingin memperkuat dimensi sosial perusahaan. Hal tersebut dipicu oleh banyaknya permasalahan atau konflik yang terjadi antara perseroan atau perusahaan dengan masyarakat di sekitar perusahaan tersebut beroperasi. Dalam pasal tersebut juga disebutkan, perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut merupakan kewajiban perseroan yang kemudian dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut akan dikenai sanksi sesuai ketentuan perundang-un-dangan yang berlaku.

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 1	Hal: 1 - 11	April 2020
---	--	--------------	-------------	------------

Dalam penjelasan dari Pasal 74 ayat (1), dijelaskan bahwa kewajiban CSR ini bertujuan untuk menciptakan hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat. Perseroan yang dimaksud menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam adalah perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Sedangkan perseroan yang dimaksudkan menjalankan kegiatan usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam adalah perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam secara langsung, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi dan kemampuan sumber daya alam.

Pada penjelasan Pasal 74 ayat (3) dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan adalah dikenai segala bentuk sanksi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berkaitan. Pada undang-undang ini, tidak menyatakan mengenai sanksi dari tidak dipenuhinya kewajiban CSR. Dalam Pasal 74 hanya menyebutkan bahwa sanksi akan disesuaikan dengan ketentuan peraturan yang berlaku. CSR pada UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dibatasi hanya pada perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang yang berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya alam.

Perusahaan harus menganggarkan kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut dan menghitungnya sebagai biaya perseroan yang dilaksanakan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran untuk menjalankan kegiatan CSR. Dengan amanat undang-undang tersebut, kegiatan CSR wajib dimuat dalam laporan tahunan perusahaan. Apabila perusahaan tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

CSR berkaitan erat dengan kondisi lingkungan hidup yang selama ini diperbincangkan di Indonesia. Penanganan kondisi lingkungan yang kurang baik menunjukkan tanggung jawab yang rendah, tidak hanya dari perusahaan, tetapi juga dari masyarakat. Hak atas lingkungan hidup merupakan bagian dari hak asasi manusia yang diakui oleh PBB (Perserikatan Bangsa-bangsa) atau *UN (United Nations)*. Sebenarnya hak ini telah diatur dalam pembukaan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 alinea IV.

Dalam kenyataannya, meskipun hak atas lingkungan hidup sudah dituangkan dalam suatu peraturan dan kesepakatan, serta adanya

kebijakan pemerintah mengenai pembangunan berwawasan lingkungan, belum merupakan jaminan bahwa hak tersebut sudah benar-benar terlindungi. Hak yang dimaksud adalah kepentingan seseorang atau sekelompok orang yang dilindungi oleh undang-undang. Terbukti dengan kasus-kasus pencemaran dan perusakan lingkungan hidup yang masih marak akibat proses pembangunan. Hal tersebut tentu merupakan kerugian bagi berbagai lapisan masyarakat, terutama masyarakat rentan yang kadang memang kurang memahami bahwa hak mereka atas lingkungan hidup yang baik dan sehat dilindungi oleh hukum. Dengan demikian, dalam kasus-kasus pencemaran atau perusakan lingkungan sebenarnya, secara tidak langsung, telah terjadi pelanggaran hak asasi manusia yang selama ini kurang disadari oleh masyarakat. Oleh karena itu, memahami CSR tidak hanya harus dimengerti oleh perusahaan, tetapi juga harus dimengerti oleh masyarakat.

CSR menuntut perusahaan agar meningkatkan kapasitas dan kualitas hidup masyarakat serta lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan di sekitar tempat operasionalnya. Apabila kita melihat pada Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UU PLH), ditegaskan bahwa setiap orang memiliki hak untuk berperan dalam pengelolaan serta harus memelihara lingkungan hidup. Hal ini berarti, terdapat aturan yang mengamanatkan peran serta masyarakat dalam mendukung CSR sehingga sangat diperlukan demi terwujudnya lingkungan hidup yang baik, lestari, dan bermanfaat bagi masyarakat, perusahaan. Dalam UU No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup ini juga tetap ditegaskan mengenai kewajiban bagi pihak melakukan usaha untuk memberikan informasi yang benar dan akurat mengenai pengelolaan lingkungan hidup sehingga makna dari CSR dan pemahaman mengenai CSR dapat tercermin melalui ketentuan ini. Tidak hanya mengenai lingkungan hidup, undang-undang ini juga mempertegas kewajiban CSR mengenai pemberdayaan masyarakat sehingga perusahaan berkewajiban meningkatkan kapasitas dan kualitas hidup masyarakat di sekitarnya.

Implementasi CSR di Indonesia

Penerapan kegiatan CSR didasarkan pada banyak alasan, tuntutan, dan aturan sebagai paduan antara faktor internal dan eksternal yang mendorong. Sebagaimana dijelaskan lebih jauh oleh Frynas (2009) yang melihat bahwa pertimbangan perusahaan untuk melakukan

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 1	Hal: 1 - 11	April 2020
---	--	--------------	-------------	------------

kegiatan CSR antara lain umumnya karena alasan-alasan berikut:

1. Untuk memenuhi regulasi, hukum dan aturan.
2. Sebagai investasi sosial perusahaan untuk mendapatkan *image* yang positif.
3. Bagian dari strategi bisnis perusahaan.
4. Untuk memperoleh *licence to operate* dari masyarakat setempat.
5. Bagian dari *risk management* perusahaan untuk meredam dan menghindari konflik sosial.

CSR berakar dari etika dan prinsip yang berlaku di perusahaan dan di masyarakat. Etika yang dianut merupakan bagian dari budaya korporasi (*corporate culture*); dan etika yang dianut masyarakat merupakan bagian dari budaya masyarakat (*local wisdom*). Prinsip-prinsip atau asas yang berlaku di masyarakat juga termasuk kedalam peraturan dan regulasi pemerintah sebagai bagian dari sistem ketatanegaraan.

Menurut Jones (2001) seseorang atau lembaga dapat dinilai membuat keputusan atau bertindak etis bila:

1. Keputusan atau tindakan dilakukan berdasarkan nilai atau standar yang diterima dan berlaku pada lingkungan organisasi yang bersangkutan.
2. Bersedia mengomunikasikan keputusan tersebut kepada seluruh pihak yang terkait.
3. Yakin orang lain akan setuju dengan keputusan tersebut atau keputusan tersebut mungkin diterima dengan alasan etis.

Suatu perusahaan seharusnya tidak hanya meraup keuntungan sebanyak yang dimungkinkan, tetapi juga memiliki etika dalam bertindak menggunakan sumber daya manusia dan lingkungan guna turut mewujudkan pembangunan berkelanjutan serta pengembangan masyarakat. Pengukuran kinerja, jika semata dicermati dari komponen keuangan dan keuntungan (*finance*), tidak akan mampu membesarkan dan melestarikan karena seringkali berhadapan dengan konflik pekerja, konflik dengan masyarakat sekitar, dan semakin jauh dari prinsip pengelolaan lingkungan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan.

Dalam penerapan CSR oleh perusahaan, juga diperlukan kehati-hatian dan cara-cara yang benar agar tidak memperkuat kondisi relasi ketergantungan dari masyarakat akan kehadiran perusahaan. Keuntungan-keuntungan yang didapat dari pelaksanaan kegiatan CSR dalam bidang lingkungan bagi masyarakat adalah adanya pengurangan resiko, meningkatnya *good will*, mengurangi biaya, membangun sumber daya

manusia, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat, hingga menjadikan masyarakat yang mandiri.

Penting untuk diketahui, program CSR pada perusahaan tertentu merupakan dana yang harus dianggarkan secara khusus. Komponen yang penting dan perlu dipersiapkan juga memberi ruang khusus untuk CSR sehingga pengelolaan dana anggaran bisa terserap maksimal dan transparan.

Secara umum perusahaan-perusahaan yang telah berhasil dalam menerapkan CSR menggunakan pertahapan implementasi CSR sebagai berikut (Wibisono, 2007):

1. Tahap Perencanaan

Tahap ini terdiri dari 3 langkah utama yaitu *awareness building*, penilaian (*assessment*) untuk CSR, dan *CSR Manual Building*. *Awareness building* merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran perusahaan mengenai arti penting CSR dan komitmen manajemen, upaya ini dapat dilakukan melalui seminar, lokakarya, dan lain-lain. *CSR assessment* merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapan CSR secara efektif. Pada tahap membangun CSR manual, dilakukan melalui *benchmarking*, menggali dari referensi atau meminta bantuan tenaga ahli independen dari luar perusahaan. Pedoman ini diharapkan mampu memberikan kejelasan dan keseragaman pola pikir dan pola tindak seluruh elemen perusahaan guna tercapainya pelaksanaan program yang terpadu, efektif dan efisien.

2. Tahap Pelaksanaan

Terdapat beberapa poin yang harus diperhatikan, seperti konsistensi dari waktu ke waktu yang dilakukan untuk membangun sistem informasi, baik untuk mekanisme perencanaan. Pada tahap ini terdapat pengorganisasian sumber daya, penyusunan untuk menempatkan orang sesuai dengan jenis tugas, pengarahan, pengawasan, pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan rencana, serta penilaian untuk mengetahui tingkat pencapaian tujuan. Tahap implementasi terdiri dari 3 langkah utama yaitu sosialisasi, pelaksanaan, dan internalisasi.

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 1	Hal: 1 - 11	April 2020
---	--	--------------	-------------	------------

3. Tahap Pemantauan dan Evaluasi

Tahap ini perlu dilakukan secara mengukur sejauh mana efektivitas penerapan CSR sehingga membantu perusahaan untuk memetakan kembali kondisi dan situasi serta capaian perusahaan dalam implementasi CSR sehingga dapat mengupayakan perbaikan-perbaikan yang perlu berdasarkan rekomendasi.

4. Tahap Pelaporan

Pelaporan perlu dilakukan untuk membangun sistem informasi, baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai perusahaan.

Wibisono (2007) mengemukakan bahwa perusahaan-perusahaan yang telah berhasil dalam menerapkan CSR menggunakan tahapan implementasi CSR yang meliputi empat tahapan, yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, tahap pemantauan dan evaluasi, dan tahap pelaporan. Penting bahwa setiap tahap implementasi CSR ini dilaksanakan oleh perusahaan demi keberhasilan program CSR yang tercapai. Namun, di beberapa negara berkembang seperti Indonesia, tahapan implementasi CSR tersebut masih belum tercapai maksimal karena pada dasarnya keberhasilan dalam penerapan CSR di suatu tempat memerlukan partisipasi aktif dari semua *stakeholder* terkait. Tahapan ini perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur seberapa efektif pelaksanaan program CSR. Tahapan-tahapan tersebut dapat membantu perusahaan untuk memetakan kembali kondisi dan situasi dalam pencapaian tujuan program CSR sehingga dapat mengupayakan perbaikan bagi implementasi program CSR untuk mewujudkan *sustainable development*.

Menurut Wibisono (2007) terdapat 3 alternatif mekanisme perencanaan implementasi program CSR, yaitu:

1. *Bottom Up Process*, program berdasar pada permintaan *beneficiaries* yang kemudian dilakukan evaluasi oleh perusahaan.
2. *Top down Process*, program berdasar pada survei atau pemeriksaan seksama oleh perusahaan yang disepakati oleh *beneficiaries*.
3. Partisipatif, program dirancang bersama antara perusahaan dan *beneficiaries*.

Erma Witoelar selaku Duta Besar Millenium Development Goals (MDGs) menegaskan bahwa kontribusi korporat dalam pembangunan dan pengembangan Indonesia tidak hanya ditentukan lewat kegiatan bisnis, tetapi juga pada seberapa besar kontribusinya terhadap lingkungan sekitar. Merujuk pada Saidi dan Abidin, terdapat empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yakni (Edi, 2006):

1. Keterlibatan langsung

Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas pejabat *public relation* yang memang berhubungan dengan public atau masyarakat.

2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan

Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di negara maju. Biasanya, perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.

3. Bermitra dengan pihak lain

Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial atau organisasi non-pemerintah, instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya. Beberapa lembaga sosial/organisasi non-pemerintahan yang bekerja sama dengan perusahaan dalam menjalankan CSR antara lain adalah Palang Merah Indonesia (PMI), Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), Dompot Dhuafa; instansi pemerintah (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia/LIPI), Depdiknas, Dep-kes, Depsos; universitas (UI, ITB, IPB); media massa (DKK Kompas, Kita Peduli Indosiar).

4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium

Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 1	Hal: 1 - 11	April 2020
---	--	--------------	-------------	------------

lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat "hibah pembangunan". Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara pro-aktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

CSR bidang lingkungan di Indonesia

Ada banyak cara sebuah perusahaan dalam melaksanakan program CSR. Seperti turun langsung dalam bantuan pendidikan, mengajak masyarakat membuat kreativitas yang bisa dikomersilkan, membantu masyarakat dalam pengelolaan lingkungan seperti penanaman pohon, hingga memaksimalkan bank sampah sesuai jenisnya, dan sebagainya.

CSR sendiri diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas, tentang kewajiban pemberian CSR tersebut hanya terbatas pada perseroan atau perusahaan yang kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan Sumber Daya Alam (SDA). Adapun CSR khusus lingkungan hidup diatur dalam UU No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan hidup yang menegaskan bahwa setiap orang yang melakukan kegiatan usaha berkewajiban:

- Memberikan informasi yang terkait dengan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup secara benar, akurat, terbuka, dan tepat waktu;
- Menjaga keberlangsungan fungsi lingkungan hidup;
- Mentaati ketentuan tentang mutu lingkungan hidup atau kriteria baku kerusakan lingkungan hidup.

Perusahaan yang mengimplementasi CSR bidang Lingkungan di Indonesia

Dari pemanfaatan CSR dalam menjaga lingkungan hidup, kini sudah banyak perusahaan yang telah berkontribusi. Salah satunya adalah Bank DKI. Dalam sebuah laman Bank DKI, disebutkan bahwa Bank DKI berkomitmen untuk menjadikan filosofi dan tujuan CSR sebagai bagian yang tak terpisahkan dari aktivitas perusahaan. Berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pendidikan, edukasi, sosial, kesenian, dan kebudayaan merupakan bentuk CSR yang difokuskan oleh Bank DKI. Dari segi lingkungan, kegiatan CSR yang dilakukan oleh Bank DKI adalah

pembudidayaan kebun hidroponik. Hidroponik adalah pemanfaatan budidaya menanam dengan menggunakan media air tanpa menggunakan elemen tanah. Selain membutuhkan ruang yang sedikit, menggunakan hidroponik juga memaksimalkan kebutuhan nutrisi pada tanaman.

Adapun kegiatan pembangunan kebun hidroponik dari pihak Bank DKI dilakukan langsung di Rumah Susun Jatinegara Kaum, Jakarta Timur. Kita tahu bahwa model rumah susun adalah tempat tinggal dengan ruang yang minimum dan tidak terdapat halaman luas seperti halnya rumah biasa. Oleh karena itu, dengan metode hidroponik ini, masyarakat bisa memanfaatkan secara langsung maupun dengan menjual kembali hasil kebun. Pendampingan dalam proses kegiatan CSR ini tentu adalah hal yang diutamakan.

Melalui kegiatan CSRnya ini Bank DKI mendapatkan penghargaan atas program CSR yang dinilai sangat bermanfaat bagi masyarakat secara langsung dan begitu aplikatif. Selain itu, penyaluran CSR Bank DKI dalam bentuk penyediaan fasilitas hidroponik juga bertujuan untuk meningkatkan keberadaan lingkungan hijau di DKI Jakarta. Penghargaan tersebut merupakan bentuk apresiasi Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dan warganya atas program CSR yang telah diimplementasikan oleh Bank DKI sepanjang tahun 2017.

Selain Bank DKI, contoh lain perusahaan dalam penerapan CSR-nya adalah PT. Perusahaan Listrik Negara (selanjutnya disebut PLN). PLN telah berkomitmen menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat, mengupayakan tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi dan menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan. PLN bertekad menyelaraskan pengembangan ketiga aspek dalam penyediaan listrik, yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. Untuk itu, PLN mengembangkan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) sebagai wujud nyata dari Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Wewenang dan tanggung jawab PKBL PT PLN (Persero), mencakup di antaranya:

- Menyusun dan melaksanakan kebijakan pemberdayaan masyarakat di lingkungan perusahaan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan dan CSR dengan lingkup kegiatan Community relation, Community Services, Community Empowering dan Pelestarian alam.
- Menyusun dan melaksanakan program kepedulian sosial perusahaan.

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 1	Hal: 1 - 11	April 2020
---	--	--------------	-------------	------------

3. Menyusun dan melaksanakan program kemitraan sosial dan bina UKM dan peningkatan citra perusahaan.
4. Memastikan tersedianya dan terlaksananya program pelestarian alam termasuk penghijauan dan upaya pengembangan citra perusahaan sesuai dengan prinsip Good Corporate Governance.

Pelaksanaan Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaannya adalah sebagai berikut:

a. *Community Relation*

Kegiatan ini menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Beberapa kegiatan yang dilakukan PLN antara lain: melaksanakan sosialisasi instalasi listrik, contohnya melalui penerangan kepada pelajar SMA di Jawa Barat tentang SUTT/SUTET, dan melaksanakan sosialisasi bahaya layang-layang di daerah Sumenep, Pulau Madura, Jawa Timur.

b. *Community Services*

Program bantuan dalam kegiatan ini berkaitan dengan pelayanan masyarakat atau kepentingan umum. Kegiatan yang dilakukan selama tahun 2011, antara lain memberikan:

1. Bantuan bencana alam.
2. Bantuan peningkatan kesehatan di sekitar instalasi PLN, antara lain di Kelurahan Asemrowo, Surabaya yang berada di sekitar SUTT 150kV Sawahan-Waru.
3. Bantuan sarana umum pemasangan turap untuk warga pedesaan di Kecamatan Rumpin – Kabupaten Bogor, Jawa Barat serta bantuan pengaspalan jalan umum di Bogor – Buleleng, Bali.
4. Bantuan perbaikan sarana ibadah.
5. Operasi Katarak gratis di Aceh, Pekanbaru, Jawa Barat, dan kota lainnya di Indonesia.
6. Bantuan Sarana air bersih.

c. *Community Empowering*

Kegiatan ini terdiri dari program-program yang memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya. Kegiatan yang dilakukan antara lain:

1. Bantuan produksi dan pengembangan pakan ikan alternatif di sekitar SUTET,

bekerja sama dengan Fakultas Pertanian UGM.

2. Bantuan alat pertanian kepada kelompok tani Ngaran Jaya Kabupaten Kulonprogo, Jawa Tengah.
3. Bantuan pengembangan budi daya pertanian pepaya organik untuk komunitas di sekitar Gunung Merapi Yogyakarta yang bekerja sama dengan Fakultas Pertanian UGM.
4. Bantuan pengembangan pola tanam padi SRI produktivitas tinggi
5. Bantuan pelatihan pengembangan budi daya tanaman organik di sekitar instalasi PLN.
6. Pemberdayaan anggota PKK Asemrowo, Surabaya.
7. Program budi daya jamur tiram masyarakat Desa Umbul Metro, Lampung.
8. Bantuan Pelatihan budidaya rumput lain di Kalimantan Timur.
9. Bantuan Pelatihan kelompok tani tambak ikan tawar Danau Sentani, Papua.
10. Pelatihan manajemen UKM dan kiat-kiat pengembangan UKM di Papua.
11. Pelatihan manajemen pemasaran dan keuangan bagi pengrajin souvenir khas Papua.
12. Penyuluhan pertanian untuk petani di Genyem, Papua.
13. Pemberian bibit coklat masyarakat dibawah ROW P3B Sumatera.

C. PENUTUP

Belum terdapat batasan atau limitasi yang ajeg mengenai CSR. Namun, seperti yang telah disepakati, CSR merupakan etika perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan di tempat perusahaan tersebut beroperasi. CSR sendiri mulai berkembang di Amerika sejak 1920-an hingga kini di dunia. Di Indonesia, CSR berkembang sejak periode 1990-an dan mulai diamanatkan dalam UU No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Kemudian, regulasi mengenai CSR disahkan melalui UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Keberhasilan pengimplementasian CSR di Indonesia menurut ahli meliputi empat tahapan, yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, tahap pemantauan dan evaluasi, dan tahap pelaporan. Namun, di beberapa negara berkembang seperti Indonesia, tahapan

Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat	e ISSN : 2581-1126 p ISSN : 2442-448X	Vol 7, No: 1	Hal: 1 - 11	April 2020
---	--	--------------	-------------	------------

implementasi CSR tersebut masih belum tercapai maksimal karena pada dasarnya keberhasilan dalam penerapan CSR di suatu tempat memerlukan partisipasi aktif dari semua *stakeholder* terkait, termasuk masyarakat. Banyak perusahaan di Indonesia sudah menjalankan amanat undang-undang untuk melaksanakan CSR, di antaranya Bank DKI dengan program penanaman hidropnik dan PT. PLN dengan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) serta bantuan sosial ke beberapa daerah.

Membangun sebuah perusahaan berskala besar memang tidak mudah. Selain terkait dengan birokrasi pemerintah, juga kadang terkendala dengan izin masyarakat yang tinggal di sekitar. Membangun perusahaan juga terkait dengan dampak lingkungan yang akan terjadi ke depannya. Banyak perusahaan yang akhirnya ditutup karena menyebabkan kerusakan lingkungan yang cukup parah. Oleh karena itu, penting agar sebuah perusahaan memiliki pengelolaan CSR tidak sekadar jalan, tapi juga dimaksimalkan secara bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

Publikasi Elektronik:

(Arif Zulkifli). (2018, Januari 07). Dasar Hukum CSR. Diambil kembali dari: <https://bangazul.com/dasar-hukum-csr/> [18/11/19]

(Holifatul Hasanah). (2017, November 15). Program CSR Terhadap Lingkungan Hidup. Diambil kembali dari: <https://geotimes.co.id/opini/program-csr-terhadap-lingkungan-hidup/> [18/11/19]

(tanpa nama). (2012, Pebruari 23). *Corporate Social Responsibility* Untuk Lingkungan. Diambil kembali dari: http://www.listrikindonesia.com/corporate_social_responsibility_untuk_lingkungan_245.htm [18/11/19]

(tanpa nama). *Corporate Social Responsibility*. Diambil kembali dari: <https://www.indonesiapower.co.id/id/komunitas-dan-lingkungan/Pages/corporate-social-responsibility.aspx> [18/11/19]

(tanpa nama). Dasar Hukum CSR. Diambil kembali dari: <https://www.pertamina-ptc.com/en/csr/lingkungan/> [19/11/19]

(tanpa nama). Lingkungan Masyarakat Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Diambil kembali dari: <http://fema.ipb.ac.id/index.php/lingkungan-masyarakat-dan-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-csr/> [21/11/19]

Budiarti S., Meilanny&Santoso Tri Raharjo. (tanpa tahun). *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari Sudut Pandang Perusahaan. Diambil kembali dari: <http://jurnal.unpad.ac.id/share/article/download/13045/5945> [01/12/2019]

Salim Harahap, Agus. (tanpa tahun). Pengaturan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia. Diambil kembali dari: <https://media.neliti.com/media/publications/18021-ID-pengaturan-corporate-social-responsibility-csr-di-indonesia.pdf> [01/12/2019]

Karya Ilmiah:

(Kirana, Intan). 2013. Peranan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bidang Lingkungan Dalam Menunjang Perolehan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) PT. Surya Kertas. Jurnal. Universitas Surabaya

Raharjo. Santoso Tri. 2013. Relasi Dinamis Antara Perusahaan Dengan Masyarakat Lokal (Studi Mengenai Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Chevron Geothermal Indonesia, Ltd (CGI) Kepada Masyarakat Lokal Desa Karyamekar Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut). Disertasi. Program Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran. Bandung

Sumber Lainnya:

Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup

Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal

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

Peraturan Menteri Lingkungan Hidup No. 05 Tahun 2011 Tentang Program Penilaian Peringkat

Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas