

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Banyak perusahaan swasta kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR adalah pengambilan keputusan yang dikaitkan dengan nilai-nilai etika, memenuhi kaidah-kaidah dan keputusan hukum dan menghargai manusia, masyarakat dan lingkungan.<sup>1</sup> Pelaksanaan kewajiban CSR sudah diwajibkan di Indonesia di dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 dalam Bab V Pasal 74 ayat (1) menyebutkan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Namun demikian karena belum adanya panduan secara teknis maka pelaksanaan kewajiban tanggung jawab perusahaan itu dilakukan beragam.

Permasalahan di atas muncul disebabkan karena beberapa hal yaitu Pertama : masih belum jelas batasan dan ruang lingkup dari penerapan CSR, Kedua : belum adanya kebijakan dalam bentuk pengaturan yang khusus mengatur CSR berdasarkan sistem hukum akan sangat mendukung pembangunan masyarakat melalui penerapan CSR tersebut. Gagasan CSR ini, baik secara konsep maupun prakteknya telah dimulai pada awal tahun 1970 an dimana muncul kesadaran dari perusahaan dan komunitas bisnis untuk peduli pada masalah lingkungan hidup dengan cara memberikan publikasi secara transparan mengenai kondisi

---

<sup>1</sup>Tony Djogo, *Tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility)*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

lingkungan yang mereka gunakan dalam menjalankan aktifitas bisnis.<sup>2</sup> Pada awal tahun 1980 an terus bergulir menjadi perdebatan dan diskusi oleh masyarakat, pelaku bisnis dan lembaga swadaya masyarakat (NGO) diberbagai Negara, pertemuan regional maupun internasional.<sup>3</sup>

Topik diskusi dari berbagai pertemuan tersebut sudah merambah pada isu eksistensi investasi Perusahaan Multi Nasional (*Multi National Corporation*) di Negara berkembang, kaitannya dengan hak buruh, perdagangan yang fair, hak dan kewajiban kepada masyarakat sekitar. Hal ini direalisasikan melalui pemberdayaan masyarakat madani (*Civil Society*) dengan membentuk group perlindungan konsumen, aktifitas pengawasan (*watchdog activism*) seperti Corpwatch, Greenpeace, Human Right Watch, Internasional Baby Food Action Network (IBFAN), oilwatch, Pesticide Action Network (PAN) dan Project Underground.<sup>4</sup> Selanjutnya wacana ini terus berkembang hingga masuk kedalam persoalan kesejahteraan buruh, kesehatan masyarakat hingga hak asasi manusia yang dikaji dalam berbagai pertemuan regional maupun internasional.<sup>5</sup>

Isu ini semakin mendapat dukungan dari masyarakat dunia ketika dirumuskan dalam agenda kerja United Nation Development Program (UNDP) yaitu *Millenium Development Goals 2015* yang berupaya menghilangkan ketimpangan sosial akibat globalisasi ekonomi.<sup>6</sup>

---

<sup>2</sup>Peter Frans, Stefani Pfahl, 2006 , *Corporate Social Responsibility : An introduction From The Environmental Presvektive, Federal Ministy for The Enviroment, nature Conservation and Nuclear Safety*, Germany, Germany Republic, hlm.9.

<sup>3</sup>Peter Utting, 2005, *Corporate Responsibility and The Movement of Business, Development in Practice*, Routledge Publising, hlm.378.

<sup>4</sup>*Ibid.*, hlm. 376-378.

<sup>5</sup>*Ibid.*, hlm. 379.

<sup>6</sup>*Ibid.*, hlm. 379.

Di Indonesia, praktek CSR secara parsial sudah dilakukan oleh masing-masing perusahaan dimulai dengan memberikan beasiswa pendidikan, membangun sarana umum, bekerja dengan usaha kecil menengah (UKM), hingga bantuan bencana alam.

Ketentuan mengenai CSR belum diatur secara khusus dalam bentuk yang komprehensif. CSR ini secara sepintas sesungguhnya sudah diwajibkan dalam Pasal 15 huruf (b) Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal yang menyebutkan dalam Pasal 15 huruf (b) dengan penjelasan Pasal tersebut : “Yang dimaksud dengan “tanggung jawab sosial perusahaan” adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanam modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai norma, dan budaya masyarakat setempat.

Pasal ini lebih cenderung memberikan penjelasan dalam arti filosofis namun, kurang memberikan gambaran yang kongkrit mengenai apa dan bagai mana pelaksanaan dari CSR yang menjadi kewajiban dari UUPM tersebut. Selain itu secara tidak langsung yang diatur dalam Pasal 88 ayat (1) Undang-undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN yang menyebutkan : “BUMN dapat menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan usaha kecil koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN”.

Penggunaan kata :...dapat menyisihkan...berkesan tidak tegas memberikan suatu perintah. Ini tentunya dapat saja disimpangi, apalagi kalau sebagian pemegang sahamnya telah menjadi milik privat (swasta) yang hanya bertanggung

pada profit belaka. Selain itu isu ini tidak diberlakukan bagi perusahaan swasta yang dalam praktik tentunya akan membuat kondisi kompetisi yang tidak fair.

Menurut Bank Dunia tanggung jawab sosial perusahaan terdiri dari beberapa komponen utama, salah satunya yaitu jaminan kerja. Dalam Undang-undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan Bab X Pasal 67 hingga Pasal 101 telah diatur mengenai perlindungan, pengupahan dan kesejahteraan. Diantaranya adalah mewajibkan bagi pengusaha atau perusahaan untuk memberikan upah minimum yang layak, pembatasan waktu kerja dan jaminan sosial tenaga kerja.

Mengenai isu lingkungan hidup telah pula diatur dalam Undang-undang Nomor 23 Tahun 2007 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Namun demikian, ketentuan ini lebih pada pengelolaan lingkungan hidup dalam arti fisik an sich, misalnya seperti pelestarian, pengelolaan limbah berbahaya dan persyaratan AMDAL.<sup>7</sup> Sedangkan faktor lingkungan hidup yang diinisiatif lewat CSR adalah dalam arti lingkungan sosial yang berpengaruh pada pembangunan masyarakat (*Community Development*).

Secara teknis perusahaan mempunyai beragam cara dan metode dalam penerapan CSR dalam konteks pembangunan masyarakat (*Community Development*). Di antara praktek yang sudah dilakukan tersebut ada berbagai contoh sebagai berikut :<sup>8</sup> Produsen PT HM Sampoerna memberikan beasiswa pendidikan, perusahaan susu PT. Sari Husada melakukan program *Com Relations* dan *Com Development*, produsen sabun Lifebuoy PT. Unilever membangun

---

<sup>7</sup>Soetomo, 2006, *Strategi-strategi Pembangunan Masyarakat*, Yogyakarta, hlm.239.

<sup>8</sup>Anonim, *Penerapan CSR di Indonesia*, 13 Mei 2007, <http://www.penerapanCSRdiindonesia.com> (00 55)

sarana kesehatan (MCK), produsen Jamu Sido Muncul dan PT. Indofood memberikan transportasi gratis bagi karyawan dan pedagang kaki lima yang akan mudik lebaran, PT. Excelcomindo Pratama Tbk memberikan bantuan computer berfasilitas internet ke sekolah, PT. Newmont Nusa Tenggara memberikan bantuan bagi UKM disekitarnya, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (TELKOM) melakukan program kemitraan dan bina lingkungan, PT. Mobile-8 Telecom Tbk memberikan hewan kurban keberbagai daerah dan berbagai perusahaan lain ikut menyumbang bencana alam gempa bumi di Aceh dan Yogyakarta, PT. Indocement Tunggul Prakarsa melakukan pilot project penanaman jarak di lahan bekas penambangan, PT. Indosat Tbk melakukan program teknologi komunikasi dan informasi, PT. Sucofindo melakukan program pembinaan usaha kecil dan koperasi, bidang social kemasyarakatan dan pendidikan, PT. Roche Indonesia melakukan program bidang kesehatan (kampung sehat 2003), PT. Nestle melakukan program kesehatan dan lingkungan, PT. Riaupulp melakukan program fasilitas kesehatan dan umum, Citra bank.N.A melakukan program pendidikan peduli bangsa, PT. Hero Supermarket Tbk Indonesia melaksanakan program kemitraan yaitu mitra binaan dan mitra usaha.

Namun demikian dari berbagai penerapan CSR belum ada yang melihat dan merumuskan penerapan CSR yang ideal (sesuai dengan prinsip bisnis yang dianut korporasi) dalam menunjang pembangunan masyarakat. Sehingga masing-masing perusahaan bebas melakukan hal yang berbeda-beda dalam penerapan CSR, karena masih belum jelas batasan dan ruang lingkup dari penerapan CSR dan

belum adanya kebijakan dalam bentuk pengaturan yang khusus mengatur mengenai penerapan CSR.

Adapun motivasi CSR bagi perusahaan yaitu menciptakan citra baik perusahaan dimata publik, mensosialisasikan perusahaan dilingkungan perusahaan, mempererat hubungan dan kerjasama antara masyarakat dengan perusahaan, dan mempertahankan dan meningkatkan eksistensi serta peran perusahaan sesuai dengan aktifitas masyarakat.<sup>9</sup>

Konsep pembangunan yang seperti apa yang sesuai dengan isu-isu yang terkait dengan CSR. Setelah globalisasi, pembangunan (*development*) adalah sebuah kata yang paling sering dirujuk sebagai penentu pertumbuhan dan perkembangan dunia. Pembangunan yang multi dimensi dan nonlinear sudah direduksi menjadi berdimensi tunggal (pembangunan itu identik dengan pembangunan ekonomi) dan linear (keberhasilan pembangunan ekonomi akan membawa kemajuan disektor lain).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan di atas maka perumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimana pelaksanaan kewajiban *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Telkom (Persero) di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Telkom (Persero) terhadap pembangunan masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta?

---

<sup>9</sup>Pamdi Wibisono, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Masyarakat*, 28  
<http://www.ndatca.id/hor/opinions-ndt/id.html> (10/45)

### 3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pokok permasalahan tersebut diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Telkom (Persero) di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kewajiban *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap pembangunan masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta.

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diambil dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Memberikan konsep tentang model penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan pembangunan masyarakat.

2. Manfaat Praktisnya

Memberikan panduan bagi perusahaan dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk pembangunan