

BAB II

TINJAUAN UMUM TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN PERUSAHAAN DI BIDANG PEREKONOMIAN

A. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

1. Istilah dan pengertian Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Menurut bahasa, *Corporate Sosial Responsibility* dapat diartikan sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas memilih menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan untuk penjabaran dalam pengaturan tersebut. Pada saat ini belum adanya kesatuan bahasa terhadap istilah CSR namun secara konseptual semuanya memiliki kesamaan makna. Beragam istilah yang sepadan dengan CSR misalnya *Corporate Responsibility*, *Corporate Citizenship*, *Responsible Business*, *Sustainable Responsible Business*, dan *Corporate Social Performance*.²⁷

Banyak istilah untuk mengartikan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/ CSR*) dan beragam definisinya karena sampai saat ini tidak terdapat definisi tunggal yang disepakati secara global. Pasal 1 butir 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyebutkan defenisi tanggung jawab sosial perusahaan sebagai berikut:

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.

²⁷Tri Budiyo, *Hukum Perusahaan*, Griya Media, Salatiga, 2001, Hal. 107.

Definisi di atas menekankan pada penciptaan pembangunan ekonomi berkelanjutan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri maupun bagi masyarakat. Definisi tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR yang juga sama menekankan kontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan terdapat pada definisi menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dan *World Bank*. *The World Business Council for Sustainable Development* (berganti nama menjadi *Business Action for Sustainable Development*) mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai berikut:

*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.*²⁸

Inti sari dari definisi di atas bahwa tanggungjawab sosial perusahaan yaitu komitmen untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan bersama dengan *stakeholders* untuk peningkatan kualitas hidup mereka.

Definisi tanggung jawab sosial perusahaan menurut lembaga keuangan global *World Bank* yang memiliki penekanan yang sama pada kontribusi untuk pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dalam rumusannya menambahkan penekanan pada kemanfaatan aktivitas CSR bagi usaha dan pembangunan seperti yang disebut sebagai berikut:

The commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the

²⁸ Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, *Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*, Forum Sahabat , Jakarta, 2008, hal. 8.

*local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.*²⁹

Sulit untuk dipungkiri bahwa tanggung jawab sosial perusahaan masih diartikan sebagai tindakan yang berdasar pada kesukarelaan atau *voluntary* walaupun perkembangannya sekarang hal tersebut berubah menjadi keharusan atau *mandatory*.

Dalam *European Union* atau Uni Eropa merumuskan pengertian tanggung jawab sosial perusahaan dalam *EU Green Paper on CSR* yaitu:

*”...is a concept whereby companies integrate social environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis.”*³⁰

Dari pengertian tersebut tanggung jawab sosial perusahaan dimaksudkan sebagai usaha perusahaan untuk mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan serta *stakeholders* atas dasar *voluntary*. Adapun pengertian tanggung jawab sosial perusahaan menurut CSR Forum adalah “*CSR mean open and transparent business practices that are based on ethical values and respect for employees, communities and environment.*”³¹ Menurut CSR Forum tanggung jawab sosial perusahaan diartikan sebagai keterbukaan dan transparansi di dalam dunia bisnis yang berdasar atas nilai etika dan respek terhadap karyawan, komunitas, dan lingkungan.

Aktivitas bisnis dari suatu perusahaan harus bedasarkan nilai- nilai etis dan menjunjung tinggi aturan yang berlaku, hal inilah yang menjadi inti dari rumusan

²⁹ Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*, Rajawali Pers, Jakarta, 2012, hal. 3.

³⁰ *Ibid.*, hal. 20.

³¹ *Ibid.*, hal. 22.

definisi tanggung jawab sosial perusahaan menurut *Business for Social Responsibility* yaitu:

*Operating a business in a manner that meets or exceeds the ethical, legal, commercial and public expectations that society has of of business. Social Responsibility is a guiding principle for every decision made and in every area of a business.*³²

Dalam kegiatan usaha yang dijalankan oleh perusahaan selain menghasilkan dampak positif juga menimbulkan dampak negative. Beberapa pengertian tanggung jawab sosial perusahaan memberikan penekanan pada upaya untuk mengurangi dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif. Di antaranya yaitu pengertian dari Lingkar Studi CSR Indonesia mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai berikut:

CSR adalah upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis meminimalkan dampak negatif dan memaksimumkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk tujuan pembangunan berkelanjutan.³³

Pengertian tanggung jawab sosial perusahaan menurut ISO 26000:2010 mengenai *Guidance on Social Responsibility* yaitu sebuah standar panduan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan secara global yaitu:

*Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behaviour that contributes to sustainable development, health and the welfare of society, takes into account the expectations of stakeholder, is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behaviour; and is integrated through out the organization and practiced in its relationships.*³⁴

³² *Ibid.*, Hal. 23

³³ Lingkar Studi CSR Indonesia dalam Tri Budiyo, *op.cit.*, hal. 108.

³⁴ Jalal, *Selamat Datang ISO 26000!*, Lingkar Studi CSR, www.csrindonesia.com/data/articles/20101217084002-a.pdf, diakses tanggal 10 Januari 2017, pukul 13.00 WIB

Pengertian di atas dapat diartikan sebagai tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan- keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

Dari rumusan definisi atau pengertian di atas, dapat ditarik tiga hal pokok yang membentuk pemahaman terhadap tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR yaitu sebagai berikut:³⁵

- 1) Bahwa sebagai suatu *artificial person*, perusahaan atau perseroan tidak berdiri sendiri dan mereka memiliki tanggung jawab terhadap keadaan ekonomi, lingkungan, dan sosial.
- 2) Keberadaan (eksistensi) dan keberlangsungan (*sustainability*) perusahaan atau perseroan tidak hanya ditentukan oleh pemegang saham atau *shareholders*-nya tetapi juga sangat ditentukan oleh pihak lain yang berkepentingan atau seluruh *stakeholders*-nya.
- 3) Melaksanakan CSR berarti juga melaksanakan tugas dan kegiatan sehari-hari perusahaan atau perseroan, sebagai wadah untuk memperoleh keuntungan melalui usaha yang dijalankan atau dikelolanya.

³⁵ Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, *op.cit.*, hal. 9-10.

2. Tujuan dan Manfaat Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Tanggung jawab sosial dan lingkungan bertujuan untuk keberlanjutan dan kestabilan usaha, karena keberlanjutan akan mendatangkan keuntungan sebesar-besarnya bagi perusahaan. Terdapat tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon CSR agar sejalan dengan jaminan keberlanjutan operasional perusahaan.³⁶

Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan harus menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial ini berfungsi sebagai kompensasi atau upaya imbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, disamping sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidaknyamanan (*discomfort*) pada masyarakat.

Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Wajar bila perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan.

Ketiga, kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindarkan konflik sosial. Potensi konflik itu bisa berasal akibat dari

³⁶ Sri Rezeki, *Kapita Selekta Hukum Perusahaan, Mandar maju, Bandung, 2000, hal 103*

dampak operasional perusahaan atau akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.³⁷

Manfaat *Corporate social Responsibility* akan lebih berdampak positif bagi masyarakat, ini akan sangat tergantung dari orientasi dan kapasitas lembaga dan organisasi lain, terutama pemerintah. Studi Bank Dunia Howard Fox menunjukkan, peran pemerintah yang terkait dengan *Corporate social responsibility* meliputi pengembangan kebijakan yang menyehatkan pasar, keikutsertaan sumber daya, dukungan politik bagi pelaku *Corporate social responsibility*, menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan organisasi. Untuk Indonesia, bisa dibayangkan, pelaksanaan *Corporate social responsibility* membutuhkan dukungan pemerintah daerah, kepastian hukum, dan jaminan ketertiban sosial. Pemerintah dapat mengambil peran penting tanpa harus melakukan regulasi di tengah situasi hukum dan politik saat ini.

Di tengah persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang dialami Indonesia, pemerintah harus berperan sebagai koordinator penanganan krisis melalui *Corporate Social Responsibility*. Pemerintah dapat menetapkan bidang-bidang penanganan yang menjadi fokus, dengan masukan pihak yang kompeten. Setelah itu, pemerintah memfasilitasi, mendukung, dan memberi penghargaan pada kalangan bisnis yang mau terlibat dalam upaya besar ini. Pemerintah juga dapat mengawasi proses interaksi antara pelaku bisnis dan kelompok-kelompok lain agar terjadi proses interaksi yang lebih adil dan menghindarkan proses

³⁷ Wibisono Yusuf. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, Fascho Publishing, Gresik, 2007, hal 42

manipulasi atau pengancaman satu pihak terhadap yang lain. Intinya manfaat *corporate social responsibility* bagi masyarakat yaitu dapat mengembangkan diri dan usahanya sehingga sasaran untuk mencapai kesejahteraan tercapai.³⁸

Manfaat dan keuntungan yang di dapat perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial yaitu:

Pertama, kepentingan jangka panjang. Bila perusahaan peka terhadap kebutuhan masyarakat, dan berupaya untuk memenuhinya dalam jangka panjang, ia akan menghasilkan sebuah masyarakat yang lebih menguntungkan bagi perusahaan. sebuah masyarakat yang mempunyai fasilitas pendidikan yang baik, akan menghasilkan lulusan-lulusan yang baik untuk direkrut kedalam perusahaan. sebuah masyarakat yang makmur akan berdaya belilebih tinggi. Sebuah masyarakat yang aman, akan membuat perusahaan beroperasi lebih optimum.

Kedua, citra sosial (*image*). Berkaitan dengan keuntungan ekonomis jangka panjang, maka dapat pula disebutkan keuntungan yang lain. Perusahaan dengan tanggung jawab sosial yang tinggi juga akan mempunyai citra yang tinggi di pandangan masyarakat. Tenaga-tenaga yang terbaik dengan bangga akan bekerja bagi perusahaan yang bersangkutan. Dengan senang hati, masyarakat akan bersedia menjadi langganan atau rekanan.

Ketiga, kelangsungan hidup. Sebuah perusahaan yang mempounyai citra yang baik dimata masyarakat dihargai oleh masyarakat. Penghargaan ini amat besar pengaruhnya bagi kelanguhnsan hidup perusahaan. sebab pada hakikatnya,

³⁸ Rahmatullah, *Panduan Praktis Pengelolaan CSR*, Samudra Biru, Jakarta, 2011, hal 12

sebuah perusahaan akan dapat berjalan apabila ia memenuhi dan menjawab kebutuhan masyarakat. Sekali masyarakat memutuskan bahwa ia tidak membutuhkan perusahaan itu, maka perusahaan itu pun tak akan dapat hidup apalagi berkembang.

Ke empat, menghindari regulasi. Apabila perusahaan telah memenuhi tanggung jawab sosialnya dengan baik. Maka pemerintah tentu tidak akan perlu memaksakan peraturan apa-apa mengenai ini. Itu berarti perusahaan akan dapat mempertahankan kebebasan dan otonomi didalam mengambil keputusan. Semakin tanggung jawab sosial terpenuhi semakin terjamin otonominya perusahaan. sebaliknya semakin tanggung jawab sosial dihindari, semakin banyak peraturan yang membatasi.

Ke lima, sumber-sumber khusus. Bisnis dianggap mempunyai sumber-sumber khusus yang tidak dimiliki oleh lembaga-lembaga lain. Misalnya, keterampilan manajemen, kemamouan inovatif, orientasi kepada produktivitas, dan tentu saja kemampuan dana.

Ke enam, mencegah lebih baik daripada mengobati. Bila bisnis enggan untuk memecahkan masalah-masalah sosial sekarang, maka masalah-masalah sosial yang tak terpecahkan itu pada suatu ketika akan meledak dalam proposorsi yang akan merugikan bisnis secara fatal. Misalnya, adalah masalah kesejahteraan sosial dengan mudah akan berakumulasi dan menghasilkan ledakan sosial yang merugikan semua pihak, termasuk atau khususnya dunia bisnis.

Dengan singkat dapat dikatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah sebuah keharusan. Bisnis sekarang ini telah merupakan sebuah kekuatan/ kekuasaan sosial yang luar biasa besarnya. Wajar, bila kekuatan sosial yang besar harus dibarengi oleh tanggung jawab sosial dan lingkungan yang besar pula.³⁹

3. Sejarah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Corporate social responsibility untuk pertama kali lahir di Amerika. Seiring berjalannya waktu *corporate social responsibility* merambah hingga ke Indonesia. Dibawah ini akan dijelaskan alur munculnya atau jalan cerita lahirnya CSR di dunia dan Indonesia.

a. Sejarah *Corporate social responsibility* dunia

Sejarah *Corporate social responsibility* dunia terbagi atas beberapa fase. Untuk fase pertama pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada masyarakat bermula di Amerika Serikat sekitar tahun 1900 atau lebih dikenal sebagai permulaan abad ke-19. Pada waktu itu Amerika sedang dalam pertumbuhan yang begitu pesat, ditandai dengan banyaknya perusahaan-perusahaan raksasa yang muncul dan hidup berdampingan dengan masyarakat. Pada saat itu, banyak perusahaan besar menyalahgunakan kuasa mereka dalam hal diskriminasi harga, menahan buruh dan perilaku lainnya yang menyalahi moral kemanusiaan. Dengan

³⁹ *Ibid.*, Hal. 14

katalain, banyak perusahaan yang berbuat semena-mena terhadap masyarakat. Hal itu jelas membuat emosi masyarakat.⁴⁰

Emosi yang meluap membuat masyarakat melakukan aksi protes. Menanggapi hal itu, pemerintah Amerika Serikatpun melakukan perubahan peraturan perusahaan untuk mengatasi masalah tersebut. Dimana perusahaan harus bertindak adil dan menghargai masyarakat. Gaji buruh harus dikeluarkan dan tidak ada diskriminasi harga kepada masyarakat Amerika.

Fase kedua evolusi munculnya *Corporate social responsibility* tercetus pada tahun 1930-an. Dimana pada waktu ini banyak protes yang muncul dari masyarakat akibat ulah perusahaan yang tidak mempedulikan masyarakat sekitarnya. Segala sesuatu hanya diketahui oleh perusahaan. Ditambah kenyataan bahwa pada saat itu telah terjadi resesi dunia secara besar-besaran yang mengakibatkan pengangguran dan banyak perusahaan yang bangkrut. Pada masa ini dunia berhadapan dengan kekurangan modal untuk input produksinya. Buruh terpaksa berhenti bekerja, pengangguran sangat meluas dan merugikan pekerjaannya. Saat itu timbul ketidakpuasan terhadap sikap perusahaan yang tidak bertanggung jawab terhadap pekerjaannya karena perusahaan hanya diam dan tidak bisa berbuat apa-apa. Menurut masyarakat pada masa ini perusahaan sama sekali tidak memiliki tanggung jawab moral. Menyadari kemarahan masyarakat muncul

⁴⁰ Azizah, *Hukum Perseroan Terbatas*, Setara Press, Malang, 2016, hal 102

beberapa perusahaan yang meminta maaf kepada masyarakat dan memberi beberapa jaminan kepada para karyawannya yang dipecat.

Sesuatu yang menarik dari kedua fase ini adalah belum dikenalnya istilah *Corporate social responsibility*. Meskipun upaya perusahaan untuk memperhatikan masyarakat sekitarnya sudah jelas terlihat. Namun usaha itu lebih dikenal sebatas tanggung jawab moral. Sedangkan untuk sejarah awal penggunaan istilah *Corporate social responsibility* itu dimulai pada tahun 1970an. Pada saat ini banyak perusahaan yang memberikan bantuan kepada masyarakat baik berupa bantuan bencana alam, tunjangan dll.

Ketenaran istilah *Corporate social responsibility* semakin menjadi ketika buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998) terbit dipasaran. Buku ini adalah karangan John Elkington. Didalam buku ini ia mengembangkan tiga komponen penting sustainable development, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*, yang digagas *the World Commission on Environment and Development* (WCED). dalam *Brundtland Report* (1987), Elkington mengemas *Corporate social responsibility* ke dalam tiga fokus yang senagja ia singkat menjadi 3P yaitu singkatan dari *profit*, *planet* dan *people*.⁴¹

Di dalam bukunya itu ia menjelaskan bahwa Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*). Melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan

⁴¹ <http://gunnaharmyani.blogspot.co.id/2013/05/sejarah-dan-landasan-csr.html>, di akses tanggal 8 Februari 2017, pukul 17.00 WIB

kesejahteraan masyarakat (*people*). Menurut Elkington, sebuah perusahaan tidak akan pernah menjadi besar jika lingkungan dan masyarakat tidak mendukung. Bisa dibayangkan jika lingkungannya rusak, maka tidak akan terjadi arus komunikasi dan transportasi yang bagus untuk kelancaran usaha perusahaan.

b. Sejarah CSR Indonesia

Di Indonesia, istilah *Corporate social responsibility* dikenal pada tahun 1980-an. Namun semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Sama seperti sejarah munculnya *Corporate social responsibility* didunia dimana istilah *Corporate social responsibility* muncul ketika kegiatan *Corporate social responsibility* sebenarnya telah terjadi. Di Indonesia, kegiatan *Corporate social responsibility* ini sebenarnya sudah dilakukan perusahaan bertahun-tahun lamanya. Namun pada saat itu kegiatan *Corporate social responsibility* Indonesia dikenal dengan nama CSA (*Corporate Social Activity*) atau “aktivitas sosial perusahaan”. Kegiatan CSA ini dapat dikatakan sama dengan *Corporate social responsibility* karena konsep dan pola pikir yang digunakan hampir sama. Layaknya *Corporate social responsibility*, CSA ini juga berusaha merepresentasikan bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. misalnya, bantuan bencana alam, pembagian Tunjangan Hari Raya (THR), beasiswa dll. Melalui konsep investasi sosial perusahaan “*seat belt*”, yang dibangun pada tahun 2000-an. sejak tahun 2003 Departemen Sosial tercatat sebagai lembaga pemerintah yang selalu

aktif dalam mengembangkan konsep *Corporate social responsibility* dan melakukan advokasi kepada berbagai perusahaan nasional. Dalam hal ini departemen sosial merupakan pelaku awal kegiatan *Corporate social responsibility* di Indonesia.

Selang beberapa waktu setelah itu, pemerintah mengimbau kepada pemilik perusahaan untuk memperhatikan lingkungan sekitarnya. Namun, ini hanya sebatas imbauan karena belum ada peraturan yang mengikat. Sejatinya pemerintah menegaskan bahwa yang perlu diperhatikan perusahaan bukan hanya sebatas *stakeholders* atau para pemegang saham. Melainkan *stakeholders*, yakni pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. *Stakeholders* dapat mencakup karyawan dan keluarganya, pelanggan, pemasok, masyarakat sekitar perusahaan, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, lingkungan, media massa dan pemerintah.

Setelah tahun 2007 tepatnya Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang kewajiban Perseroan Terbatas keluar, hampir semua perusahaan Indonesia telah melakukan program *Corporate social responsibility*, meski lagi-lagi kegiatan itu masih berlangsung pada tahap cari popularitas dan keterikatan peraturan pemerintah. Misalnya, masih banyak perusahaan yang jika memberikan bantuan maka sang penerima bantuan harus menempel poster perusahaan ditempatnya sebagai tanda bahwa ia telah menerima bantuan dari perusahaan tersebut. Jika sebuah

perusahaan membantu masyarakat secara ikhlas maka penempatan poster-poster itu terasa berlebihan.⁴²

4. Konsep dan Prinsip Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Corporate social responsibility dipandang sebagai sebuah kewajiban yang diperintahkan oleh Undang-undang, ada pula yang melakukannya sesuai dengan filosofi pendiri, yaitu sekedar filantropi atau bahkan sesuai hati nurani (perasaan) pemilik perusahaan. Diluar itu ada yang juga benar-benar menerapkan *Corporate social responsibility* dengan prinsip-prinsip bisnis, yaitu bagaimana agar kewajibannya pada masyarakat tertunaikan dan diterima oleh masyarakat sebagai upaya yang saling menyejahterakan. Tak dapat dipungkiri bahwa *Corporate social responsibility* dilakukan sebagai sebuah bentuk tanggung jawab. Sama seperti manusia sehari-harinya mempunyai tanggung jawab dalam masyarakatnya, maka perusahaanpun memiliki tanggung jawab moral serupa dalam beberapa hal, konsep *Corporate social responsibility* bahkan telah menyatu dengan manajemen pemasaran, karena gagasan tanggung jawab sosial akan berhadapan dengan persaingan, daya ingat masyarakat dan respon penerimaan mereka. Dengan katalain terdapat konsumen dan produsen *Corporate social responsibility*.⁴³

Konsep *Corporate social responsibility* pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953 dan sejak itu hingga sekarang telah mengalami

⁴² <http://gunnaharmyani.blogspot.co.id/2013/05/sejarah-dan-landasan-csr.html>, di akses tanggal 8 Februari 2017, pukul 17.00 WIB

⁴³ Elvinaro Ardianto dan Dindin Machfudz, *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2011, hal 37

pengayaan konsep. Perkembangan konsep *Corporate social responsibility* yang terjadi selama kurun waktu enam puluh empat tahun tersebut, tak pelak lagi telah banyak mengubah orientasi *Corporate social responsibility*. Bila pada awalnya aktivitas *Corporate social responsibility* lebih dilandasi oleh kegiatan yang bersifat filantropi maka saat ini kita melihat bahwa *Corporate social responsibility* telah dijadikan sebagai salahsatu strategi perusahaan untuk meningkatkan ‘citra perusahaan’ yang akan turut mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Perubahan orientasi *Corporate social responsibility* ini telah memuncullkan konsep baru yang sekarang dikenal dengan nama *corporate citizenship*.

Penerapan *Corporate social responsibility* diperusahaan menjadi semakin penting dengan munculnya konsep *sustainable development* dari *World Comission onenvironment and Development*. Seiring dengan itu maka konsep *Corporate social responsibility* pun mengalami penyesuaian dan dikembangkan dalam *sustainable*. Hal ini tercemin dari definisi *Corporate social responsibility* yang diberikan oleh *the Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD), yakni "*Business's contribution to sustainable development and that corporate behavior must not only ensure returns to share holders, wages to employees, and products and services to comsumers, but they must respond to society and environmental concerns and value*". Sebagai dampak lanjutan penerimaan konsep *Corporate social responsibility* dalam kerangka *sustainable development*, maka seluruh dampak ditimbulkan oleh perusahaan terhadap ekonomi, sosial ,dan lingkungan harus dilaporkan dalam *sustainable report*

mereka. *Sustainable report* atau *citizenship report* ini menjadi cermin yang menggambarkan sejauh mana tanggung jawab sosial perusahaan terhadap para pemangku kepentingan mereka ⁴⁴

Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan yang pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen (1953), dikembangkan dalam konsep *Cost Benefit Ratio versus Social Benefit Ration*, yang di Fakultas Ekonomi UI dikembangkan oleh Emil Salim (1956) dengan kesimpulan bahwa setiap perusahaan berskala besar hendaknya jangan hanya memotivasi mencapai profit sebesar-besarnya dengan membandingkan *cost* dan *benefit* (*least cost combination*); tanpa sama sekali melihat ratio antara *cost* dengan *social benefit* (manfaat sosial); keberadaan perusahaan terhadap lingkungan. Emil mengingatkan, jangan sampai perusahaan berskala besar menjadi *enclave* (pulau) ditengah-tengah samudra kemiskinan, atau perusahaan tidak mampu menjadi sentral pertumbuhan ekonomi lingkungan. Menjadi perusahaan berskala besar menjadi pusat pertumbuhan dan perkembangan lingkungan merupakan tanggung jawab sosial perusahaan skala besar.⁴⁵

Substansi keberadaan Prinsip Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan bagi Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*), adalah dalam rangka memperkuat kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan *stakeholder* yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global. Di dalam pengimplementasiannya, diharapkan agar unsur-unsur

⁴⁴ *Ibid.*, hal 39

⁴⁵ *Ibid.*, hal 40

perusahaan, pemerintah dan masyarakat saling berinteraksi dan mendukung, agar *Corporate social responsibility* dapat diwujudkan secara komprehensif, sehingga dalam pengambilan keputusan, menjalankan keputusan, dan pertanggungjawabannya dapat dilaksanakan bersama, kegiatan terencana dan terprogram ini dapat tercapai dengan keberadaan sistem tatakelola perusahaan yang baik atau GCG (*Good Corporate Government*). Terdapat lima prinsip GCG yang dapat dijadikan pedoman bagi para pelaku bisnis, yaitu *Transparency*, *Accountability*, *Responsibility*, *Independency* dan *Fairness* yang biasanya diakronimkan menjadi TARIF. *Corporate social responsibility* termasuk dalam bagian *Responsibility* (pertanggung jawaban) yaitu suatu bentuk pertanggung jawaban perusahaan merupakan kepatuhan perusahaan terhadap peraturan yang berlaku, diantaranya; masalah pajak, hubungan industrial, kesehatan dan keselamatan kerja, perlindungan lingkungan hidup, memelihara lingkungan bisnis yang kondusif bersama masyarakat dan sebagainya. Dengan menerapkan prinsip ini, diharapkan akan menyadarkan perusahaan bahwa dalam kegiatan operasionalnya, perusahaan juga mempunyai peran untuk bertanggung jawab kepada *shareholder* juga kepada *stakeholders*-lainnya.

Corporate social responsibility juga memiliki prinsip yang di sebut sebagai prinsip 3P yaitu prinsip mengenai *People*, *Planet*, dan *Profit*. Dengan kata lain, ini adalah bisnis yang “memenuhi kebutuhan-kebutuhan dunia sekarang, tanpa mengorbankan kemampuan generasi-generasi masa depan untuk memenuhi kebutuhan mereka.” Ini merupakan suatu proses penilaian, bagaimana merancang produk-produk yang akan mengambil manfaat dari situasi lingkungan saat ini, dan

seberapa baik sebuah produk perusahaan bisa berjaya dengan sumber-sumber yang bisa diperbarui (*renewable resources*). *Corporate social responsibility* merupakan suatu program yang bisa di laksanakan secara berkelanjutan. Keberlanjutan (*sustainability*) di sini merujuk ke tiga pilar, 3P (*people, planet, profit*), atau manusia, planet, dan keuntungan. Dengan bahasa lain, keberlanjutan harus mencakup faktor sosial, lingkungan hidup, dan ekonomi. Inilah konsep tentang tiga landasan utama dan tujuan keberkelanjutan.⁴⁶

People berhubungan dengan praktik-praktik bisnis yang adil dan bermanfaat terhadap buruh, komunitas, dan daerah di mana perusahaan itu menjalankan bisnisnya. Sebuah perusahaan yang mengadopsi prinsip tiga pilar tersebut memandang adanya struktur sosial yang bersifat timbal-balik, di mana kesejahteraan perusahaan, buruh, dan kepentingan dari para pemangku kepentingan lain bersifat saling-ketergantungan. Perusahaan semacam ini berusaha memberi manfaat pada banyak konstituen, bukan mengeksploitasi atau membahayakan kelompok manapun dari konstituen tersebut.

Planet atau modal alamiah (*natural capital*) merujuk ke praktik-praktik lingkungan yang berkelanjutan. Perusahaan yang berkomitmen pada tiga pilar berupaya memberi manfaat pada ketertiban alamiah sebanyak mungkin, atau sekurang-kurangnya tidak membuat kerusakan dan meminimalkan dampak lingkungan. Perusahaan ini berusaha keras mengurangi jejak ekologisnya (*ecological footprint*). Caranya, antara lain, dengan secara cermat mengelola konsumsi energi dan bahan baku yang tak bisa diperbarui, serta mengurangi

⁴⁶ *Ibid.*, hal 41

limbah manufaktur. Juga, menghasilkan limbah yang diupayakan sesedikit mungkin kadar racunnya, sebelum membuangnya dengan cara yang aman dan sesuai dengan hukum yang berlaku.

Profit adalah nilai ekonomi yang diciptakan oleh organisasi, setelah pengurangan dengan semua biaya pemasukan (*cost of all inputs*), termasuk biaya dari modal terkait. Karena itu, profit yang dimaksud di sini berbeda dengan definisi akuntansi tradisional tentang profit.⁴⁷

Prinsip lain mengenai pengaturan *Corporate social responsibility* yaitu *International Organization for Standardization* atau ISO, sebagai induk organisasi standardisasi internasional berhasil menghasilkan panduan dan standardisasi untuk tanggung jawab sosial, yang diberi nama ISO 26000: *Guidance Standard on Social Responsibility*. ISO 26000 menjadi standar pedoman untuk penerapan CSR. ISO 26000 mengartikan *Corporate social responsibility* sebagai tanggung jawab suatu organisasi yang atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang:⁴⁸

- a) Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat;
- b) Memperhatikan kepentingan dari para stakeholder;
- c) Sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional;

⁴⁷ *Ibid.*, hal 42

⁴⁸ <https://entergizer.wordpress.com/2012/10/09/iso-26000-sebagai-pedoman-baru-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-csr/> di akses tanggal 1 Maret 2017, pukul 15.00 WIB

- d) Terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.

Di dalam ISO 2006, CSR mencakup 7 (tujuh) isu pokok, yaitu:

- a) Pengembangan masyarakat;
- b) Konsumen;
- c) Praktek kegiatan institusi yang sehat;
- d) Lingkungan;
- e) Ketenagakerjaan;
- f) Hak Asasi Manusia;
- g) Organizational Governance (Organisasi Pemerintahan).

Berdasarkan konsep ISO 26000, maka untuk penerapan CSR hendaknya terintegrasi di seluruh aktivitas perusahaan yang mencakup 7 (tujuh) isu pokok di atas. Prinsip-prinsip dasar CSR yang menjadi dasar pelaksanaan yang menjiwai atau menjadi informasi dalam pembuatan keputusan dan kegiatan CSR menurut ISO 26000 meliputi:

- a) Kepatuhan kepada hukum;
- b) Menghormati instrumen/badan-badan internasional;
- c) Menghormati stakeholders dan kepentingannya;
- d) Akuntabilitas;
- e) Transparansi;
- f) Perilaku yang beretika;
- g) Melakukan tindakan pencegahan;
- h) Menghormati dasar-dasar hak asasi manusia.

Perusahaan yang telah beroperasi di suatu wilayah tertentu, memiliki kewajiban untuk tetap menjaga kelestarian lingkungan tersebut, salah satunya dengan cara melakukan sistem pengolahan limbah yang baik. Selanjutnya, perusahaan juga seharusnya turut berperan serta dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya, antara dengan cara pemberian pelatihan keterampilan dan penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat tersebut.

Pada umumnya implementasi CSR di perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

a) Komitmen pimpinan perusahaan

Perusahaan yang pimpinannya tidak tanggap dengan masalah-masalah sosial dan lingkungan, kecil kemungkinan akan mempedulikan aktivitas sosial.

b) Ukuran dan kematangan perusahaan

Perusahaan besar dan mapan lebih mempunyai potensi memberikan kontribusi ketimbang perusahaan kecil dan belum mapan. Namun, bukan berarti perusahaan menengah, kecil, dan belum mapan tersebut tidak dapat menerapkan *Corporate social responsibility*.

c) Regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah

Semakin meluasnya regulasi dan penataan pajak akan membuat semakin kecil ketertarikan perusahaan untuk memberikan donasi dan sumbangan sosial kepada masyarakat. Sebaliknya, semakin kondusif regulasi atau semakin besar insentif pajak yang diberikan, akan lebih berpotensi

memberi semangat kepada perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat.⁴⁹

Di dalam prakteknya, penerapan *Corporate social responsibility* disesuaikan dengan kemampuan masing-masing perusahaan dan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan *Corporate social responsibility* sangat beragam. Hal ini bergantung pada proses interaksi sosial, bersifat sukarela didasarkan pada dorongan moral dan etika, dan biasanya melebihi dari hanya sekedar kewajiban memenuhi peraturan perundang-undangan. Sebagai upaya untuk meningkatkan pelaksanaan *Corporate social responsibility* di Indonesia, terdapat beberapa lembaga yang sangat memberikan perhatian terhadap pelaksanaan *Corporate social responsibility*, yaitu: *Indonesia Business Link (IBL)*, *Corporate Forum for Community Development (CFCD)*, dan *Business Watch Indonesia (BWI)*. Dalam rangka menciptakan kemajuan pelaksanaan konsep *Corporate social responsibility*, harus didukung oleh peranan pemerintah, baik sebagai partisipan, *convenor*, atau fasilitator, dan sebagainya. Masyarakat juga dapat turut serta mendukung konsep *Corporate social responsibility*, yaitu dengan cara memberikan informasi, saran, dan masukan atau pendapat untuk menentukan program yang akan dilakukan.⁵⁰

5. Jenis-Jenis dan Bentuk Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Menurut Kotler dan Lee, terdapat enam alternatif program *Corporate Social Responsibility* yang dapat dipilih perusahaan dengan mempertimbangkan

⁴⁹ Binoto Nadapdap, *Hukum Perseroan Terbatas*, Permata Aksara, Jakarta, 2012, hal 138.

⁵⁰ *Ibid* hal 140

tujuan perusahaan, tipe program, keuntungan potensial yang akan diperoleh, serta tahap-tahap kegiatan. Kotler dan Lee dalam Solihin menyebutkan enam kategori program, diantaranya:⁵¹

- a. *Cause Promotions*
- b. *Cause Related Marketing*
- c. *Corporate Societal Marketing*
- d. *Corporate Philanthropy*
- e. *Community Volunteering*
- f. *Socially Responsible Business Practice*

1) *Cause Promotions*

Perusahaan yang menggunakan jenis program *Corporate Social Responsibility Cause Promotions* menyediakan sejumlah dana sebagai bentuk kontribusi *Corporate Social Responsibility* atau sumber daya lainnya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat (*awareness*) terhadap suatu masalah sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat, atau dalam rangka merekrut relawan (*volunteer*) untuk mendukung masalah sosial tersebut. Perusahaan dapat menginisiasi dan mengelola sendiri kegiatan *Cause Promotion* ini seperti yang dikemukakan Kotler : “*The corporation may initiate and manage the promotion on its own*”

⁵¹ Elvinaro Ardianto dan Dindin Machfudz, *Op.cit.*, hal 176

Perusahaan menjadikan program *Corporate Social Responsibility Cause Promotions* sebagai fokus utama dalam mewujudkan tujuan komunikasi perusahaan berikut ini :⁵²

- 1) *Building awareness and concern*, perusahaan berusaha membangun kesadaran dan kepedulian masyarakat dengan menampilkan data statistik dan fakta seperti mempublikasikan angka gizi buruk di Indonesia
- 2) *Persuading people to find out more*, perusahaan berusaha menarik minat masyarakat untuk mengetahui masalah sosial yang diangkat lebih dalam dengan *web* terkait, brosur atau *tool kit* lainnya.

Aktifitas program *Corporate Social Responsibility Cause Promotions* pada akhirnya mampu mendorong masyarakat untuk mendonasikan waktunya, uang atau sumber daya lainnya.

Berbagai keuntungan potensial dapat diperoleh perusahaan dengan melaksanakan kegiatan *Cause Promotions*, adalah memperkuat *brand positioning* perusahaan, memberikan peluang kepada para karyawan perusahaan untuk terlibat dalam suatu kegiatan sosial yang menjadi kepedulian mereka, menciptakan kerjasama antara perusahaan dengan pihak-pihak lain serta meningkatkan citra perusahaan (*corporate image*).

Tahapan kegiatan *Cause Promotions* adalah sebagai berikut :

⁵² *Op.cit.*, hal 177

- a. Memilih isu masalah sosial yang memiliki keterkaitan dengan industri dan produk yang dihasilkan perusahaan.
- b. Memilih kegiatan yang memiliki keterkaitan dengan misi dan tujuan perusahaan.
- c. Mengembangkan kampanye yang bersifat jangka panjang atau berkelanjutan.
- d. Memastikan keterlibatan stakeholders dalam kampanye masalah sosial yang sedang diangkat oleh perusahaan.

2) *Cause Related Marketing (CRM)*

Perusahaan yang mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* dengan Jenis program *Cause Related Marketing (CRM)*, berkomitmen untuk menyumbangkan presentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk.

Keuntungan potensial dari program *Corporate Social Responsibility CRM* adalah bergabungnya pelanggan baru melalui pelaksanaan CRM, terjangkaunya ceruk pasar (*market niche*) tertentu, dapat meningkatkan penjualan produk perusahaan serta membangun identitas merek yang positif di mata pelanggan.

Tahapan dalam mengimplementasikan program CRM sebagaimana dalam Kotler :⁵³

“...beginning with a situation assessment, setting objectives and goals, selecting target audiences, determining the marketing mix and developing budget, implementation, and evaluation plans”.

⁵³ *Ibid.*, hal 178

(Diawali dengan melakukan *assessment* atau penilaian terhadap situasi, kemudian menetapkan tujuan, memilih target audiens, dan pada akhirnya melakukan perhitungan terhadap rencana pemasaran, rencana anggaran, serta rencana implementasi dan evaluasi).

3) *Corporate Social Marketing (CSM)*

Dalam program *Corporate Social Marketing (CSM)*, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk merubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kampanye CSM lebih banyak terfokus untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan dengan beberapa isu yakni isu kesehatan, perlindungan terhadap kecelakaan/ kerugian, lingkungan serta keterlibatan masyarakat.

Keuntungan yang diperoleh perusahaan melalui program CSM tersebut yaitu meningkatnya brand positioning atau penguatan merek perusahaan di mata konsumen, mendorong peningkatan penjualan, mendorong antusiasme partner perusahaan untuk mendukung program ini, serta memberikan dampak nyata pada perubahan sosial. Adapun tahapan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan CSM secara garis besar serupa dengan tahapan CRM yang telah dijelaskan sebelumnya.

4) *Corporate Philanthropy*

Perusahaan dengan program *Corporate Philanthropy* memberikan kontribusi langsung secara cuma-cuma (*charity*) dalam bentuk hibah tunai, sumbangan dan sejenisnya, sebagaimana dikemukakan oleh Kotler :⁵⁴

“Corporate Philanthropy is a direct contribution by a corporation to a charity or cause, most often in the form of cash grants, donations and or in kind services”.

Corporate Philanthropy adalah tindakan perusahaan untuk memberikan kembali kepada masyarakat sebagian dari kekayaannya sebagai ungkapan terimakasih atas kontribusi masyarakat, seperti yang ditulis oleh Kakabadse, Nada Kakabadse dan Rozuel

“Corporate philanthropy refers to the firm giving back to society some of wealth it has created thanks to society’s input”.

Corporate Philanthropy pada umumnya berkaitan dengan masalah sosial yang menjadi prioritas perhatian perusahaan.

Keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan dari pelaksanaan program *Corporate Philanthropy* adalah meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat masa depan perusahaan melalui penciptaan citra yang baik di mata publik serta memberi dampak bagi penyelesaian masalah sosial dalam komunitas lokal.

Langkah-langkah yang harus ditempuh perusahaan pada saat menjalankan aktivitas *Corporate Philanthropy* menurut Kotler dalam Solihin adalah sebagai berikut :

⁵⁴ *Ibid.*, hal 179

- 1) Memilih kegiatan amal yang akan didukung oleh perusahaan. Pemilahan ini didasarkan kepada kesesuaian antara kegiatan yang akan didukung dengan tujuan perusahaan, kepedulian para karyawan terhadap kegiatan yang akan didukung, serta perhatian pelanggan perusahaan.
- 2) Memilih mitra yang akan menjalankan kegiatan amal beserta pihak atau komunitas yang akan menjadi sasaran kegiatan *corporate philanthropy*.
- 3) Menetapkan besarnya sumbangan yang akan diberikan kepada suatu pihak atau masyarakat yang akan menjadi sasaran kegiatan *corporate philanthropy*.
- 4) Mengembangkan rencana komunikasi untuk mengkomunikasikan kegiatan amal yang sedang dilakukan oleh perusahaan kepada para karyawan maupun pihak-pihak yang berkepentingan.
- 5) Mengembangkan rencana evaluasi untuk menilai berhasil tidaknya pelaksanaan program *corporate philanthropy*.

5) *Community Volunteering*

Melalui program *Community Volunteering*, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, para pemegang *franchise* atau rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

Keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan melalui kegiatan *Community Volunteering*, adalah terciptanya hubungan yang tulus antara perusahaan dengan komunitas, memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan serta meningkatkan kepuasan dan motivasi karyawan.

6) *Socially Responsible Business Practice (Community Development)*

Socially Responsible Business Practice (SRBP), menurut Kotler adalah:

“where the corporation adapts and conducts discretionary business practices and investments that support social causes to improve community well being and protect the environment”

(praktek bisnis di mana perusahaan melakukan investasi yang mendukung pemecahan suatu masalah sosial untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dan melindungi lingkungan)

Perusahaan telah melakukan praktek bisnis melampaui standar etika yang telah ditetapkan berdasarkan regulasi. Komunitas yang dimaksud diatas diantaranya adalah karyawan perusahaan, pemasok, distributor, organisasi nirlaba dan sektor publik yang menjadi mitra perusahaan, serta masyarakat secara umum. kesejahteraan yang dimaksud adalah kesehatan, keselamatan, serta pemenuhan akan kebutuhan psikologis dan emosional.

Socially Responsible Business Practice, mencakup hal-hal berikut:

- a. *Designing facilities*, membuat fasilitas yang sesuai dengan standar keamanan yang direkomendasikan.
- b. *Developing process improvements*, mengembangkan kegiatan pengurangan sampah dan mengolahnya kembali.

- c. *Discontinuing product offerings*, dengan menghentikan penawaran produk yang membahayakan kesehatan manusia.
- d. *Choosing manufacturing and packaging materials*, memilih pemasok yang menggunakan material ramah lingkungan.
- e. *Developing programs to support employee well being*, yaitu mengembangkan berbagai program untuk menunjang terciptanya kesejahteraan karyawan seperti mengadakan *Employee Assistance Programs* (EAP) IBM Indonesia dalam membantu karyawannya meningkatkan kesejahteraan dengan program konsultasi bagi para karyawan IBM dan keluarganya.⁵⁵

6. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Dalam Hukum Positif Indonesia

Di Indonesia, munculnya Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menandai babak baru pengaturan *Corporate Social Responsibility*. Pengaturan tentang *Corporate Social Responsibility* juga tercantum di dalam Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Walaupun sebenarnya pembahasan mengenai *Corporate Social Responsibility* sudah dimulai jauh sebelum kedua undang-undang tersebut disahkan. Salah satu pendorong perkembangan CSR yang terjadi di Indonesia adalah pergeseran paradigma dunia usaha yang tidak hanya semata-mata untuk

⁵⁵ *Ibid.*, hal 180

mencari keuntungan saja, melainkan juga bersikap etis dan berperan dalam penciptaan investasi sosial.⁵⁶

Adapun pengaturan CSR di dalam di dalam Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007, diatur sebagai berikut :

- 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 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 melakukan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.⁵⁷

Sedangkan pengaturan di dalam No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal yaitu di dalam Pasal 15 huruf b adalah sebagai berikut:

“Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.”⁵⁸

Kemudian di dalam Pasal 16 huruf d disebutkan sebagai berikut:

⁵⁶ <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt52716870e6a0f/aturan-aturan-hukum-corporate-social-responsibility> di akses tanggal 3 Februari 2017, pukul 20.45 WIB

⁵⁷ Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

⁵⁸ Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal

“Setiap penanam modal bertanggung jawab menjaga kelestarian lingkungan hidup.”⁵⁹

Pengaturan CSR di dalam peraturan perundang-undangan Indonesia tersebut masih menciptakan kontroversi dan kritikan. Kalangan pebisnis CSR dipandang sebagai suatu kegiatan sukarela, sehingga tidak diperlukan pengaturan di dalam peraturan perundang-undangan.⁶⁰

Peraturan perundang-undangan yang pertama yang akan dibahas adalah Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (selanjutnya disebut UU PT) beserta peraturan pelaksanaannya yakni Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (selanjutnya disebut PP CSR). Dalam UU PT, pengaturan mengenai CSR hanya terdapat dalam 1 (satu) pasal yakni Pasal 74. Pasal 74 menegaskan Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yang mana kewajiban tersebut dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Apabila kewajiban tersebut tidak dijalankan maka akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Selanjutnya dalam penjelasan pasal tersebut ditegaskan pula mengenai tujuan diberlakukannya kewajiban CSR, “untuk tetap menciptakan hubungan Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat.

⁵⁹ *Ibid*

⁶⁰ [Repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/23919/3/Chapter%20II.pdf](https://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/23919/3/Chapter%20II.pdf), di akses tanggal 3 Februari 2017, pukul 21.00 WIB

Menyimak pengaturan yang diberikan dalam UU PT maka dapat disimpulkan beberapa hal antara lain:⁶¹

- a) CSR merupakan kewajiban bagi perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam atau perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam;
- b) Penyelenggaraan CSR dimasukkan sebagai biaya perseroan;
- c) Penyelenggaraan CSR memperhatikan prinsip kepatutan dan prinsip kewajaran;
- d) Terdapat sanksi apabila CSR tidak dilaksanakan, dimana sanksi tersebut dikenakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang terkait;
- e) CSR didasarkan pada ide keseimbangan hubungan antara Perseroan, Lingkungan, dan Sosial.

Atas amanat Pasal 74 ayat (4) UU PT kemudian pemerintah menerbitkan peraturan lebih lanjut yakni Peraturan Pemerintah CSR. Salah satu pengaturan pentingnya, dalam Pasal 6 Peraturan Pemerintah CSR diatur pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan Perseroan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS. Penjelasan umum Peraturan Pemerintah CSR juga menguraikan tujuan pemberlakuan CSR. Pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut dimaksudkan untuk:⁶²

⁶¹ <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt52716870e6a0f/aturan-aturan-hukum-corporate-social-responsibility> di akses tanggal 3 Februari 2017, pukul 20.45 WIB

⁶² <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt52716870e6a0f/aturan-aturan-hukum-corporate-social-responsibility> di akses tanggal 3 Februari 2017, pukul 20.45 WIB

- a) Meningkatkan kesadaran Perseroan terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia;
- b) Memenuhi perkembangan kebutuhan hukum dalam masyarakat mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan;
- c) Memperkuat pengaturan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan sesuai dengan bidang kegiatan usaha Perseroan yang bersangkutan.

Selanjutnya pengaturan mengenai CSR juga dapat ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM). Walaupun sejatinya dalam UU PM istilah yang digunakan bukan “tanggung jawab sosial dan lingkungan” melainkan “tanggung jawab sosial perusahaan”. Dalam Pasal 15 disebutkan salah satu kewajiban penanam modal adalah melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab ini bersifat melekat pada setiap perusahaan penanam modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat. Sanksi yang dapat diberikan ketika kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 tidak dijalankan, dikenai sanksi administratif berupa:

- a) Peringatan tertulis;
- b) Pembatasan kegiatan usaha;
- c) Pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal; atau

d) Pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.⁶³

Sanksi administratif tersebut diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang dan tidak menutup kemungkinan perusahaan diberikan sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pengaturan mengenai sanksi lain selain administratif menjadi sangat penting ketika sanksi administratif tidak mampu mempertahankan agar ketentuan tanggung jawab lingkungan dan sosial yang ada dilaksanakan. Sanksi alternatif selain administratif seyogyanya menjadi isu penting pula yang perlu dipertimbangkan dalam kebijakan pemberlakuan CSR di Indonesia kedepannya. Setelah UU PM, berikutnya UU No. 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara yang didalam Pasal 88 ayat (1) dinyatakan “BUMN dapat menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan usaha kecil/koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN”. Ketentuan Pasal 88, dapat pula diidentikan sebagai CSR walaupun istilah yang digunakan “pembinaan usaha kecil/koperasi dan pembinaan masyarakat”. Pasal 88 UU BUMN lebih lanjut dijabarkan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, dalam permen tersebut diperkenalkan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan yang wajib dilaksanakan oleh Perum atau Persero.⁶⁴

⁶³ Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman modal

⁶⁴<http://bumn.go.id/data/uploads/files/1/PER-08-MBU-2013> di akses tanggal 3 Februari 2017, pukul 21.00 WIB

Berikutnya dalam UU yang berkenaan dengan pengelolaan sumber daya alam ditemukan pula ketentuan yang dapat diidentikan sebagai bentuk CSR, antara lain dalam:

- a) Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi, dalam Pasal 11 ayat (3) disebutkan ketentuan-ketentuan pokok yang harus dimuat dalam Kontrak Kerjasama salah satunya mengenai “pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat ada”. Selain ketidaksamaan istilah yang digunakan, karena digunakan istilah pengembangan masyarakat dan bukan “tanggung jawab sosial dan lingkungan Perseroan”, dalam UU Migas juga tidak terdapat ketentuan mengenai sanksi apabila kewajiban pengembangan masyarakat dilanggar.
- b) Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara (UU Minerba), dalam Pasal 108 UU Minerba dinyatakan “pemegang IUP dan IUPK wajib menyusun program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, penyusunan program tersebut dikonsultasikan kepada Pemerintah, pemerintah daerah, dan masyarakat. Ketentuan lebih lanjut dari Pasal 108 UU Minerba terdapat dalam PP No. 23 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batubara, tepatnya dalam Pasal 106-109. Istilah yang digunakan dalam UU Minerba dengan UU PT tidaklah sama, karena dalam UU Minerba digunakan istilah pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Menurut Pasal 110 PP 23/2010, apabila kewajiban pengembangan dan pemberdayaan masyarakat dilanggar maka akan diberikan sanksi administratif berupa:

peringatan tertulis, penghentian sementara IUP Operasi produksi atau IUPK Operasi Produksi mineral atau batubara; dan atau pencabutan IUP atau IUPK.

- c) Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2014 tentang Panas Bumi, Pasal 52 ayat (1) huruf g menegaskan salah satu kewajiban pemegang izin Panas Bumi adalah melaksanakan program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat setempat. Dalam Pasal 65 ayat (2) dinyatakan pula hak masyarakat yang salah satu diantaranya adalah memperoleh manfaat atas kegiatan perusahaan Panas Bumi melalui kewajiban perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan dan/atau pengembangan masyarakat sekitar. Apabila ketentuan Pasal 52 ayat (1) huruf g dilanggar maka dapat dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, penghentian sementara seluruh kegiatan eksplorasi, eksploitasi dan pemanfaatan dan/atau pencabutan Izin Panas Bumi.
- d) dan lain sebagainya⁶⁵

B. Tinjauan Umum Stimulan Bidang Perekonomian

1. Istilah dan Pengertian Stimulan

Pengertian stimulan adalah sesuatu yang menjadi cambuk bagi peningkatan prestasi atau semangat bekerja (belajar dan sebagainya); pendorong; penggiat; perangsang⁶⁶

⁶⁵ <http://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt52716870e6a0f/aturan-aturan-hukum-corporate-social-responsibility> di akses tanggal 5 Februari 2017, pukul 20.00 WIB

Pengertian stimulan juga terdapat dalam Peraturan Menteri Negara Perumahan Rakyat Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pelaksanaan Bantuan Stimulan Perumahan Swadaya Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah dalam Pasal 1 ayat (1) Bantuan stimulan adalah fasilitasi pemerintah berupa sejumlah dana yang diberikan kepada MBR penerima manfaat bantuan stimulan untuk membantu pelaksanaan pembangunan perumahan swadaya.⁶⁷

Bantuan Stimulan CSR oleh perusahaan dalam pembangunan bidang Perekonomian adalah fasilitasi sejumlah dana yang diberikan kepada masyarakat penerima manfaat bantuan stimulan untuk membantu pelaksanaan pembangunan di bidang perekonomian.

2. Pengertian Bantuan Pembangunan Bidang Perekonomian

Pembangunan merupakan salah satu konsep yang paling banyak digunakan dan diperdebatkan dalam upaya mengembangkan kehidupan manusia. Perdebatan yang muncul sangat beragam, mulai dari isu menentukan tolak ukur keberhasilan pembangunan, menetapkan prioritas, strategi dan tahapan pembangunan, pemberdayaan dan partisipasi masyarakat, hingga topik kelangsungan hidup generasi mendatang.

⁶⁶ <http://kbbi.web.id/stimulan> di akses tanggal 10 Desember 2016, pukul 11.00 WIB

⁶⁷ Peraturan Menteri Negara Perumahan Rakyat Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2011 Tentang Pedoman Pelaksanaan Bantuan Stimulan Perumahan Swadaya Bagi Masyarakat Berpenghasilan Rendah

Pembangunan pada umumnya dimaknai sebagai pertumbuhan ekonomi. Konsepsi pembangunan sebagai melulu soal ekonomi, meski sudah ditentang sedemikian rupa oleh banyak pengkritik, masih saja yang paling dominan dalam wacana pembangunan saat ini. Kita membutuhkan pembangunan ekonomi, khususnya industrialisasi, untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Namun, kita juga tidak boleh khilaf bahwa industrialisasi yang mengabaikan kondisi lingkungan hidup malah akan berbalik menjadi bencana yang justru menghancurkan hasil-hasil pembangunan tersebut. Pembangunan, sudah senantiasa ada didalam konteks dan bergantung pada daya dukung lingkungan yang melingkupinya. Pembangunan haruslah berkelanjutan. Oleh karena itu lingkungan yang darinya menggali sumberdaya alam juga harus tetap terpelihara.⁶⁸

Pembangunan yang dilakukan hingga saat ini masih belum sesuai UUD 1945 Pasal 33 Ayat 3 (4 setelah amandemen). Hal ini terbukti dengan sistem ekonomi yang cenderung menerapkan paham neo liberalism dan mengikuti arus globalisasi dengan peran Negara yang berkurang. Akibatnya, kerap terjadi penyimpangan karena paham liberalisme dipakai sebagai pegangan yang melahirkan ketimpangan ekonomi dan kesenjangan sosial yang makin besar. Pembangunan ekonomi yang dijalankan masih memberikan toleransi pada ketidakmerataan dan kesenjangan ekonomi dan sosial⁶⁹

⁶⁸ Oekan S Abdoellah, *Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia : Di Persimpangan Jalan*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2016

⁶⁹ *Ibid.*, hal 56

Pembangunan ekonomi adalah suatu proses kenaikan pendapatan total dan pendapatan perkapita dengan memperhitungkan adanya penambahan penduduk dan disertai dengan perubahan fundamental dalam struktur ekonomi suatu negara dan pemerataan pendapatan bagi penduduk suatu negara. Pembangunan ekonomi tak dapat lepas dari pertumbuhan ekonomi (*economic growth*); pembangunan ekonomi mendorong pertumbuhan ekonomi, dan sebaliknya, pertumbuhan ekonomi memperlancar proses pembangunan ekonomi.⁷⁰

Pertumbuhan ekonomi adalah proses kenaikan kapasitas produksi suatu perekonomian yang diwujudkan dalam bentuk kenaikan pendapatan nasional. Suatu negara dikatakan mengalami pertumbuhan ekonomi apabila terjadi peningkatan GNP riil di negara tersebut. Adanya pertumbuhan ekonomi merupakan indikasi keberhasilan pembangunan ekonomi. Perbedaan antara keduanya adalah pertumbuhan ekonomi keberhasilannya lebih bersifat kuantitatif, yaitu adanya kenaikan dalam standar pendapatan dan tingkat output produksi yang dihasilkan, sedangkan pembangunan ekonomi lebih bersifat kualitatif, bukan hanya penambahan produksi, tetapi juga terdapat perubahan-perubahan dalam struktur produksi dan alokasi input pada berbagai sektor perekonomian seperti dalam lembaga, pengetahuan, sosial dan teknik. Selanjutnya pembangunan ekonomi diartikan sebagai suatu proses yang menyebabkan pendapatan perkapita

⁷⁰ Sunaryati Hartono, *Hukum Ekonomi Pembangunan Indonesia*, Bina Cipta, Bandung, 1998, hal 41

penduduk meningkat dalam jangka panjang. Di sini terdapat tiga elemen penting yang berkaitan dengan pembangunan ekonomi.⁷¹

a. Pembangunan sebagai suatu proses

Pembangunan sebagai suatu proses, artinya bahwa pembangunan merupakan suatu tahap yang harus dijalani oleh setiap masyarakat atau bangsa. Sebagai contoh, manusia mulai lahir, tidak langsung menjadi dewasa, tetapi untuk menjadi dewasa harus melalui tahapan-tahapan pertumbuhan. Demikian pula, setiap bangsa harus menjalani tahap-tahap perkembangan untuk menuju kondisi yang adil, makmur, dan sejahtera.

b. Pembangunan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan pendapatan perkapita

Sebagai suatu usaha, pembangunan merupakan tindakan aktif yang harus dilakukan oleh suatu negara dalam rangka meningkatkan pendapatan perkapita. Dengan demikian, sangat dibutuhkan peran serta masyarakat, pemerintah, dan semua elemen yang terdapat dalam suatu negara untuk berpartisipasi aktif dalam proses pembangunan. Hal ini dilakukan karena kenaikan pendapatan perkapita mencerminkan perbaikan dalam kesejahteraan masyarakat.

c. Peningkatan pendapatan perkapita harus berlangsung dalam jangka panjang

⁷¹ https://id.wikipedia.org/wiki/Pembangunan_ekonomi

Suatu perekonomian dapat dinyatakan dalam keadaan berkembang apabila pendapatan perkapita dalam jangka panjang cenderung meningkat. Hal ini tidak berarti bahwa pendapatan perkapita harus mengalami kenaikan terus menerus. Misalnya, suatu negara terjadi musibah bencana alam ataupun kekacauan politik, maka mengakibatkan perekonomian negara tersebut mengalami kemunduran. Namun, kondisi tersebut hanyalah bersifat sementara yang terpenting bagi negara tersebut kegiatan ekonominya secara rata-rata meningkat dari tahun ke tahun.⁷²

Dalam merencanakan dan menerapkan komitmen terhadap aspek ekonomi, Perusahaan mendukung pemerintah dalam upaya-upaya global untuk pencapaian Tujuan Pembangunan Milenium PBB (*United Nations Millennium Development Goals/MDGs*). Melalui program-program sosial ekonominya, Perusahaan menyikapi isu-isu penting yang ada di sekitar area operasinya, sejalan dengan MDGs. Isu-isu utamanya terfokus pada penurunan tingkat kemiskinan, pendidikan untuk semua, pemberdayaan wanita, kesehatan masyarakat, dan pelestarian lingkungan. Dalam memenuhi tujuan-tujuan tersebut, Perusahaan berperan secara aktif untuk menghasilkan masyarakat yang mandiri secara ekonomi dan mampu mencukupi kebutuhan sendiri melalui penyediaan dan pelaksanaan berbagai program-program dan layanan masyarakat. Perusahaan juga merujuk pada rekomendasi laporan Pendataan Kontribusi dan Dampak Sosial yang dilakukan terhadap Perusahaan dalam penerapan aktifitas-aktifitas sosialnya. Selain itu,

⁷² https://id.wikipedia.org/wiki/Pembangunan_ekonomi di akses tanggal 5 Februari 2017, pukul 20.00 WIB

Perusahaan juga telah mulai merujuk kepada *draft* standar ISO 26000 guna meningkatkan dampak positifnya terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar.⁷³

3. Macam-macam Sistem Bidang perekonomian

Menurut Gregory Grossman, yang dimaksud dengan sistem ekonomi adalah :⁷⁴

“Sekumpulan komponen-komponen atau unsur-unsur terdiri atas unit-unit dan agen-agen ekonomi serta lembaga-lembaga (instansi-institusi) ekonomi, yang bukan saja saling berhubungan dan berinteraksi, melainkan juga sampai tingkat tertentu saling menopang dan memengaruhi.”

Dengan demikian komponen-komponen tersebut memiliki hubungan fungsional yang dapat menjadi alat koordinasi alokasi sumber daya ekonomi. Perekonomian yang di dalamnya individu-individu dan keluarga-keluarga memiliki kesaling tergantung disebut sosial ekonomi (*social economy*)⁷⁵

Sistem ekonomi yang pertama kali muncul dan dikenal di dunia adalah sistem ekonomi tradisional. Seiring dengan perkembangan dan kemajuan zaman sistem ekonomi tradisional mulai ditinggalkan oleh banyak negara-negara di dunia. Oleh karena itu pada dewasa ini kita mengenal ada tiga macam sistem ekonomi yang digunakan oleh negara-negara di dunia, yakni Sistem Ekonomi Liberal, Sistem Ekonomi Sosialis dan Sistem Ekonomi Campuran.

⁷³ www.asiapulppaper.com/download/file/fid/24 di akses tanggal 24 Maret 2017, pukul 00.21 WIB

⁷⁴ Gregory Grossman, *Economic System*, New Delhi, Prentice Hall, 1984

⁷⁵ Prathama Rahardja dan Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu Ekonomi : Mikro ekonomi & Makro Ekonomi*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta, 2008

a) Sistem Ekonomi Liberal;

Sistem ekonomi liberal dikenal juga dengan sistem ekonomi pasar. Sistem ekonomi liberal adalah sistem ekonomi yang memberikan kebebasan sepenuhnya dalam segala bidang perekonomian kepada masing-masing individu untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.

Pada sistem ekonomi liberal, pengelolaan perekonomian sepenuhnya diatur oleh kekuatan pasar (yakni kekuatan permintaan dan penawaran). Artinya individu atau swasta diberi wewenang penuh dalam mengelola perekonomiannya. Wewenang pemerintah dalam hal ini terbatas, mencakup keselamatan dan kelangsungan hidup warga negara. Seperti misal, larangan memproduksi obat bius dan obat-obatan terlarang lainnya. Terdapat kebebasan individu yang besar dalam melakukan kegiatan ekonominya.

Pengagas sistem ekonomi liberal adalah Adam Smith. Dia menuangkan idenya ini di dalam bukunya yang berjudul *The Wealth of Nation* (1776). Di dalam bukunya tersebut, Adam Smith mengatakan bahwa “kemakmuran suatu negara akan terwujud bila setiap individu diberikan kebebasan yang seluas-luasnya untuk mencapai kemakmuran, sehingga kehidupan ekonomi dapat berjalan secara bebas sesuai dengan mekanisme pasar.

Latar belakang munculnya sistem ekonomi liberal ini adalah paham yang berpendapat bahwa manusia dilahirkan ke dunia disertai segala macam hak dan kebebasan berupa hak dan kebebasan untuk memproduksi, distribusi, dan konsumsi.

Sistem ekonomi liberal dianut oleh sebagian besar negara-negara di dunia, terutama di negara-negara Eropa Barat, Amerika, Kanada, dan Australia. Untuk lebih jelasnya perhatikan ciri-ciri dari sistem ekonomi liberal di bawah ini. Ciri-ciri Sistem Ekonomi Liberal

- a. Bebas memiliki alat-alat dan sumber-sumber produksi, baik perorangan maupun kelompok
- b. Hak milik perorangan dijamin sepenuhnya
- c. Kegiatan ekonomi sebagian besar dilakukan oleh swasta
- d. Campur tangan pemerintah sangat sedikit atau terbatas
- e. Modal mempunyai peran yang terpenting dalam kegiatan ekonomi
- f. Bebas bersaing dengan cara apa pun
- g. Didorong oleh motif memperoleh laba sebesar-besarnya

Kelebihan dari sistem ekonomi liberal, antara lain:

- 1) Setiap individu diberi kebebasan dan kesempatan untuk berusaha
- 2) Setiap individu bebas memiliki alat-alat produksi
- 3) Setiap individu bebas memilih bidang usaha yang sukainya
- 4) Persaingan dapat menyebabkan adanya dorongan untuk maju
- 5) Produksi barang dan jasa berdasarkan kepada kebutuhan pasar, yaitu kebutuhan masyarakat.

Adapun kekurangan sistem ekonomi liberal:

- a. Kebebasan berusaha menyebabkan adanya kelompok yang sangat dominan, sementara ada kelompok yang lemah
- b. Menimbulkan monopoli yang merugikan masyarakat
- c. Menimbulkan penindasan (eksploitasi) terhadap manusia karena mengejar keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya
- d. Tidak ada pemerataan pendapatan karena setiap individu berlomba-lomba mencari keuntungan.

b) Sistem Ekonomi Sosialis

Sistem ekonomi sosialis ini dipelopori oleh Karl Marx, yang berawal dari penolakannya terhadap sistem ekonomi liberal yang telah dipelopori oleh Adam Smith. Dia berpendapat selama tuan tanah atau pemilik modal diberikan kekuasaan dalam mengelola ekonomi maka kemakmuran dan kesejahteraan rakyat tidak akan pernah tercapai justru akan terjadi perbudakan dan akan memunculkan kelas-kelas di dalam masyarakat. Oleh karena itu Karl Marx merancang sistem ekonomi sosialis untuk mematahkan paham ekonomi liberal.

Sistem ekonomi sosialis disebut juga sistem ekonomi terpusat, karena semua pengelolaan perekonomian sepenuhnya diatur oleh pemerintah. Jadi yang dimaksud dengan sistem ekonomi sosialis adalah suatu sistem ekonomi di mana seluruh sumber daya dan pengolahannya direncanakan dan dikendalikan oleh pemerintah.

Sistem perekonomian sosialis merupakan sistem perekonomian yang menghendaki kemakmuran masyarakat secara merata dan tidak adanya penindasan ekonomi. Untuk mewujudkan kemakmuran yang merata pemerintah harus ikut campur dalam perekonomian. Tetapi justru karena sangat besarnya campur tangan pemerintah, mengakibatkan potensi dan daya kreasi masyarakat akan mati dan tidak adanya kebebasan individu dalam melakukan kegiatan ekonomi. Negara yang menganut sistem ekonomi sosialis adalah negara-negara yang berideologi komunis seperti Rusia, Kuba, Korea Utara, RRC dan negara komunis lainnya.

Adapun ciri-ciri sistem ekonomi sosialis sebagai berikut:

- 1) Seluruh sumber daya dikuasai oleh Negara
- 2) Produksi dilakukan untuk kebutuhan masyarakat
- 3) Kegiatan ekonomi direncanakan oleh negara dan diatur oleh pemerintah secara terpusat
- 4) Hak milik individu tidak diakui

Kelebihan Sistem Ekonomi Sosialis:

- a. Semua kegiatan dan masalah ekonomi dikendalikan pemerintah sehingga pemerintah mudah melakukan pengawasan terhadap jalannya perekonomian.
- b. Tidak ada kesenjangan ekonomi antara si kaya dan si miskin, karena distribusi pemerintah dapat dilakukan dengan merata.

- c. Pemerintah bisa lebih mudah melakukan pengaturan terhadap barang dan jasa yang akan diproduksi sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- d. Pemerintah lebih mudah ikut campur dalam pembentukan harga.

Adapun kekurangan Sistem Ekonomi Sosialis:

- 1) hak milik pribadi tidak diakui,
- 2) potensi inisiatif dan daya kreasi masyarakat tidak berkembang,
- 3) segala kebijakan pemerintah harus dilakukan oleh rakyat dan pemerintah bersifat paternalisme.

c) Sistem Ekonomi Campuran

Kegagalan sistem ekonomi sosialis dan liberal membuat kenyataan pada waktu sekarang ini tak ada satu pun negara yang secara ekstrem menerapkan sistem ekonomi tertentu (baik liberal atau sosialis). Banyak negara yang menganut lebih dari satu sistem ekonomi atau menganut sistem ekonomi campuran. Sistem Ekonomi campuran muncul sebagai upaya untuk mengatasi kelemahan-kelemahan dari sistem-sistem ekonomi sebelumnya.

Sistem ekonomi campuran adalah sistem ekonomi yang berusaha mengurangi kelemahan-kelemahan yang timbul dalam sistem ekonomi terpusat dan sistem ekonomi pasar. Dalam sistem ekonomi campuran pemerintah bekerja sama dengan pihak swasta dalam menjalankan kegiatan perekonomian.

Pada sistem ekonomi campuran pemerintah melakukan pengawasan dan pengendalian dalam perekonomian, namun pihak swasta (masyarakat) masih diberi kebebasan untuk menentukan kegiatan-kegiatan ekonomi yang ingin mereka jalankan. Adanya campur tangan dari pemerintah bertujuan untuk menghindari akibat-akibat yang kurang menguntungkan dari sistem liberal, antara lain terjadinya monopoli dari golongan-golongan masyarakat tertentu terhadap sumber daya ekonomi. Sistem ekonomi campuran banyak diterapkan di negaranegara yang sedang berkembang, seperti Malaysia, India, Filipina, Mesir, dan Maroko. Untuk mengetahui lebih jelasnya mengenai sistem ekonomi campuran, berikut ini ciri-ciri dari sistem ekonomi campuran.

- a. Sumber-sumber daya yang vital dikuasai oleh pemerintah.
- b. Pemerintah menyusun peraturan, perencanaan, dan menetapkan kebijaksanaan-kebijaksanaan di bidang ekonomi.
- c. Swasta diberi kebebasan di bidang-bidang ekonomi dalam batas kebijaksanaan ekonomi yang ditetapkan pemerintah.
- d. Hak milik swasta atas alat produksi diakui, asalkan penggunaannya tidak merugikan kepentingan umum.
- e. Pemerintah bertanggung jawab atas jaminan sosial dan pemerataan pendapatan.
- f. Jenis dan jumlah barang diproduksi ditentukan oleh mekanisme pasar.

Sama halnya dengan sistem ekonomi lainnya, sistem ekonomi campuran juga memiliki kelebihan dan kekurangan. Akan tetapi, kelebihan dan

kekurangannya tergantung kepada setiap negara dalam mengatur sistem ekonominya tersebut.⁷⁶

⁷⁶ <http://azanulahyan.blogspot.co.id/2014/04/macam-macam-sistem-ekonomi-dalam-perekonomian-dunia.html> , di akses tanggal 2 April 2017, pukul 01.50 WIB