



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM PERSPEKTIF PANCASILA

Adelia Nur Priyaningsih

Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas
Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

Ersi Sisdianto

Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas
Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

Alamat: Jl. Letnan Kolonel H Jl. Endro Suratmin, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota Bandar
Lampung, Lampung 35131

Korespondensi adelianur5566@gmail.com

Abstrak. *Corporate Social Responsibility (CSR) can be implemented in the perspective of Pancasila by considering the aspects of justice, humanity, and equality. CSR is a company's commitment to be accountable for the impact of its operations on the environment, economy, and society. Corporate Social Responsibility (CSR) is a medium to be able to resolve problems between companies and the community and government. Corporate Social Responsibility (CSR) can be said that the company's social responsibility is in line with the Pancasila values that reflect the character of the Indonesian people. Companies that have implemented this program have implemented the Pancasila values from the Pancasila principles. The development of the implementation of (CSR) in Indonesia can be seen through the many efforts of city, district and provincial governments in issuing laws and regulations related to the implementation of (CSR) in their regions. This type of research uses qualitative research, qualitative research uses the understanding of norms related to the case being studied, then described in writing or paragraphs, the term qualitative research is meant as a type of research whose findings are not obtained through statistical procedures or in the form of calculations other. Through the values of Pancasila, especially the fifth principle, social justice embedded in the triple bottom line concept will bring prosperity to the community. The values of Pancasila are derived from the habits, customs, norms and local wisdom of the Indonesian people. The values of Pancasila are believed by the Indonesian people to be fundamental state values. Pancasila is seen objectively as a noble moral ideal, legal ideal, awareness and perspective that encompasses the character of the Indonesian nation and the condition of the soul.*

Keywords: *Understanding of Corporate Social Responsibility, Forms of Corporate Social Responsibility, The Role of Corporate Social Responsibility, Legal Basis Of Corporate Social Responsibility*

Abstrak. Corporate Social Responsibility (CSR) dapat diimplementasikan dalam perspektif Pancasila dengan memperhatikan aspek keadilan, kemanusiaan, dan pemerataan. CSR adalah komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasinya terhadap lingkungan, ekonomi, dan sosial. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan media untuk dapat menyelesaikan permasalahan antara perusahaan dengan masyarakat dan pemerintah. Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dikatakan bahwa tanggung social perusahaan sudah selaras dengan nilai Pancasila yang cerminan dari watak rakyat Indonesia. Perusahaan yang sudah menyelenggarakan program ini telah menerapkan nilai-nilai Pancasila dari sila Pancasila. Perkembangan pelaksanaan (CSR) di Indonesia bisa diketahui melalui banyaknya usaha pemerintah kota, kabupaten dan provinsi dalam menerbitkan aturan perundang-undangan berhubungan dengan pelaksanaan (CSR) di wilayahnya. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menggunakan paham mengenai norma-norma yang terkait dengan kasus yang sedang diteliti, kemudian dijabarkan dalam bentuk tulisan atau paragraf, istilah penelitian kualitatif dimaksudkan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuan nya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Melalui nilai-nilai Pancasila khususnya sila kelima, keadilan sosial yang ditanamkan dalam konsep triple bottom line akan membawa kesejahteraan/kemakmuran bagi masyarakat. Nilai-nilai Pancasila digali dari kebiasaan, adat istiadat, norma dan kearifan lokal masyarakat Indonesia. Nilai-nilai Pancasila dipercaya oleh bangsa Indonesia sebagai nilai negara yang fundamental. Pancasila dilihat objektif sebagai

cita-cita moral yang luhur, cita-cita hukum, kesadaran dan pandangan yang mencakup watak bangsa Indonesia serta kondisi jiwa.

Kata Kunci: *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR), Bentuk CSR, Peran CSR, Dasar Hukum CSR.*

PENDAHULUAN

Menurut konsep signal theory menyatakan bahwa perusahaan memberikan sinyal- sinyal kepada pihak luar perusahaan dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Selain informasi keuangan yang diwajibkan perusahaan juga melakukan pengungkapan yang sifatnya sukarela. Salah satu dari pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh perusahaan adalah pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR ini merupakan sebuah sinyal positif yang diberikan oleh perusahaan kepada pihak luar perusahaan yang nantinya akan direspon oleh stakeholder dan shareholder melalui perubahan harga saham perusahaan dan perubahan laba perusahaan (Gunawan & Pratama, 2008).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholder yang melebihi tanggungjawab sosial di bidang hukum. Pendapat Friedman dalam Suharto (2008) menyatakan bahwa tujuan utama korporasi adalah memperoleh profit semata semakin ditinggalkan (Suharto, 2009).

Menurut Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, CSR belum mendefinisikan CSR dengan pendapat sendiri, tetapi dalam buku tersebut mendefinisikan CSR merujuk kepada isi Pasal 1 Butir 3 UUPT, dimana bahwa TJSL merupakan suatu kewajiban. Sehubungan dengan itu definisi lain CSR adalah melakukan tindakan sosial termasuk kepedulian terhadap lingkungan hidup, lebih dari batas-batas yang dituntut dalam peraturan perundang- undangan (Widjaja & Pratama, 2008).

Dengan kata lain, CSR ialah komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat yang lebih luas, dan komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup (Carroll dalam Saidi & Abidin, 2004).

Corporate Sosial Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial korporasi sudah mulai menjadi ujung tombak strategi perusahaan sebagai media untuk mempertahankan keberlanjutan perusahaan. Media ini dapat dikatakan sangat mampu mendobrak rasa simpati orang-orang yang dapat dikatakan menerima CSR tersebut. Hal ini memang telah sewajarnya dilakukan oleh perusahaan, karena ada dampak baik maupun buruk yang di timbulkan oleh perusahaan (Darwin, 2006). Konsep CSR (Corporate Social Responsibility) memang memiliki makna yang cukup luas. Salah satunya adalah niat baik perusahaan untuk berkontribusi dalam lingkungannya. Sehingga sedikit banyak dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Disisi lain pun CSR ini mampu meningkatkan kesan harmonis antara perusahaan dan karyawannya sehingga mampu mendongkrak simpati dan loyalitas karyawannya (Saidi & Abidin, 2004).

Kalla (2006) juga menyebutkan bahwa ide ini (sustainability development) membuat pelaku bisnis suka tidak suka, mau tidak mau harus harus memahami bahwa sebuah perusahaan bukan hanya mesin keuntungan kapitalis. Sebuah perusahaan adalah 'organisme' dalam

kehidupan bermasyarakat yang mengemban tugas lainnya secara paralel dan simultan. Menjadi bagian 'biologis' dalam lingkungan yang lebih besar (Kalla, 2006). Corporate Social Responsibility (CSR) yaitu sebuah tindakan yang perusahaan lakukan sebagai wujud pertanggungjawaban nya pada lingkungan sosial yang ada di sekitar lokasi berdirinya perusahaan tersebut. Wujud pertanggungjawaban nya bermacam-macam seperti adanya perbaikan lingkungan dan aktivitas untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sumbangan dana untuk pembangunan fasilitas pendidikan dan pemberian beasiswa bagi anak tidak mampu di wilayah keberadaan perusahaan tersebut (Azheri, 2011).

Adanya corporate social responsibility (CSR) disebabkan munculnya kesadaran perusahaan bahwa perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan saja melainkan keberlanjutan perusahaan jangka panjang adalah sesuatu yang jauh lebih penting. Sumber daya manusia mencakup beberapa individu dengan suatu kompetensi yang saling melakukan kerja sama guna mewujudkan tujuan dari organisasi. Oleh karena itu, dibutuhkan usaha dalam mengembangkan sumber daya manusia guna meningkatkan integritas serta kualitas dengan harapan di masa depan organisasi bisa berkompetisi (Carroll dalam Saidi & Abidin, 2004). Pelaksana corporate social responsibility (CSR) termasuk dari 118 sumber daya manusia yang ada pada organisasi dimana diperlukan adanya pengembangan melalui kegiatan-kegiatan pelatihan dan juga pendidikan (Widjaja & Pratama, 2008).

Perusahaan termasuk aktor ekonomi yang ada di sebuah wilayah, baik itu wilayah negara, provinsi, kabupaten, kecamatan maupun desa yang dipaksa menghasilkan profit semaksimal mungkin. Akan tetapi, prinsip terkait perusahaan yang sebatas bertujuan kepada perolehan laba, pelan-pelan telah mulai menghilang atau ditinggalkan. Perusahaan juga diharuskan mempunyai tanggung jawab sosial dimana berhubungan dengan posisinya yang ada di tengah-tengah masyarakat (Darwin, 2006). Tanggung jawab perusahaan tersebut di antaranya ialah turut terlibat dalam mensejahterakan perekonomian masyarakat lewat program bina lingkungan dan kemitraan. Bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat tersebut dinamakan corporate social responsibility (CSR) (Carroll dalam Saidi & Abidin, 2004) .

Definisi komprehensif dari corporate social responsibility (CSR) sendiri yaitu komitmen dunia bisnis atau perusahaan untuk turut terlibat dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan melalui tanggung jawab sosialnya serta berorientasi kepada keselarasan antara perhatian dengan aspek lingkungan, sosial, dan ekonomis (Darwin, 2006)

Isu lingkungan merupakan hal yang menjadi perhatian bagi semua kalangan baik secara internasional ataupun nasional. Kondisi tersebut terbukti banyaknya pertemuan dan kesepakatan-kesepakatan berbagai negara untuk terlibat langsung dalam upaya penyelamatan lingkungan salah satunya Paris Agreement yang diselenggarakan pada tahun 2015 (Paris Agreement, 2015 dalam Darwin, 2006). Kesepakatan bersama untuk membatasi suhu global berada dibawah 2°C dibandingkan dengan masa pra-industri tentunya tidak akan tercapai tanpa campur tangan pelaku bisnis. Hal inilah yang semakin menunjukkan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya berfokus terhadap stockholder saja melainkan juga mencakup tanggung jawab sosial dan lingkungan (Darwin, 2006).

Dengan kata lain perusahaan dapat disebut sebagai salah satu agen pembangunan dengan misi menyejahterakan masyarakat. Maka untuk mencapai keseimbangan tersebut dibutuhkan adanya analisis lingkungan bisnis yang mampu mendeskripsikan dampak atau pengaruh bisnis yang dijalankan terhadap lingkungan sekitar dan kemudian menerjemahkannya dalam strategi perusahaan baik jangka panjang dan jangka pendek (Darwin, 2006) Dalam skala nasional, pemerintah dalam Undang-Undang No. 40 / 2007 tentang Perseroan Terbatas. BAB V Pasal 74

dalam perundang-undangan tersebut menjelaskan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan” (UU No. 40 Tahun 2007).

Maka dari hal tersebut, baik perusahaan swasta atau BUMN harus melakukan kegiatan corporate social responsibility (CSR). Selain itu juga diperkuat dengan Surat Keputusan Menteri BUMN Nomor KEP.04/MBU/2007 dimana memaparkan bahwa stakeholder eksternal yang menjadi sasarannya, dimana meliputi lingkungan dan community (UU No. 40 Tahun 2007).

Corporate social responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan sebuah konsep yang menekankan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap stakeholders dimana perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mempertimbangkan segala dampak positif dan negatif yang dimungkinkan dapat terjadi dan memengaruhi tahanan sosial ekonomi dan lingkungan masyarakat (Carrol dalam Saidi & Abidin, 2004).

Dengan kata lain, corporate social responsibility (CSR) adalah sebuah representasi dari kinerja perusahaan itu sendiri. Melalui program corporate social responsibility (CSR) perusahaan memastikan bahwa masyarakat dan perusahaan bisa saling mendukung dan tumbuh bersama serta memperlihatkan bagaimana perusahaan bisa mewujudkan keselarasan dalam hal norma sosial, lingkungan dan ekonomi tanpa mengabaikan harapan dari stakeholder perusahaan (Darwin, 2006)

Indonesia menjadi negara satu-satunya yang mewajibkan korporasi, terutama yang beroperasi dalam sektor pengelolaan sumber daya alam (SDA) mengeluarkan dana untuk corporate social responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan. Secara eksplisit hal ini termuat dalam UU No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) dimana sebelumnya oleh Mahkamah Konstitusi dikuatkan untuk segera diberlakukan (UU No. 40 Tahun 2007) .

Umumnya orang-orang yang ada di negara maju lebih menerima akan informasi terutama terkait isu dunia, misalnya pemanasan global, pendidikan, kesehatan, kemiskinan, pencemaran lingkungan dan defortasi juga memaksa korporasi untuk lebih memiliki tanggung jawab besar terhadap 3P (people, planet dan profit) melalui corporate social responsibility (CSR) (Darwin, 2006).

Beberapa perusahaan di negara maju menghadapi persoalan seperti kesulitannya menemukan kegiatan corporate social responsibility (CSR) yang sesuai dengan visi dan misinya sebagai dunia usaha. Selain itu, beberapa perusahaan tersebut juga adalah negara yang tidak banyak memiliki persoalan terkait pencemaran lingkungan dan kemiskinan (Darwin, 2006)

Dampaknya korporasi wajib untuk menemukan tambahan outlet yang ada di luar negara asalnya. Hal ini adalah peluang yang baik untuk negara berkembang dalam menangkap dana corporate social responsibility (CSR) yang melimpah dimana di negara asal perusahaan tersebut belum disalurkan. Bagi korporasi yang mempunyai kegiatan atau kantor operasi di negara berkembang, cenderung akan sulit dalam mengeluarkan dana corporate social responsibility (CSR) (Darwin, 2006).

Jadi dapat disimpulkan bahwa CSR (Corporate Social Responsibility) adalah suatu konsep atau cara suatu perusahaan untuk mengeratkan hubungan dengan orang di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan untuk mencapai suatu keharmonisan (Darwin, 2006). Dari uraian diatas dapat penulis rumuskan menjadi tiga pertanyaan, yang pertama (1) bagaimana corporate social responsibility (CSR) dalam perspektif pancasila ? Yang kedua (2) bagaimana bentuk corporate social responsibility (CSR) dalam bentuk perspektif pancasila ? Yang ketiga (3) apa peran dan dasar hukum corporate social responsibility (CSR) dalam bentuk perspektif pancasila

? Jenis penelitian dalam penulisan jurnal ini adalah penelitian bentuk normatif atau penelitian kepustakaan yaitu penelitian dengan cara meneliti bahan-bahan Pustaka.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah pendekatan kualitatif dengan studi pustaka, yang bertujuan untuk menggali dan menganalisis konsep Corporate Social Responsibility (CSR) dalam perspektif Pancasila. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang nilai-nilai Pancasila dan bagaimana nilai-nilai tersebut dapat diintegrasikan dalam praktik CSR di Indonesia. Melalui studi pustaka, peneliti akan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber literatur, termasuk buku, artikel jurnal, laporan penelitian, dan dokumen resmi yang relevan dengan CSR dan Pancasila. Data yang diperoleh akan dianalisis secara deskriptif untuk menemukan pola, tema, dan hubungan antara CSR dan nilai-nilai Pancasila.

Dalam proses pengumpulan data, peneliti akan menggunakan teknik dokumentasi untuk mengidentifikasi dan mengumpulkan informasi dari sumber-sumber yang ada. Penelitian ini juga akan mempertimbangkan berbagai perspektif, termasuk pandangan akademis, kebijakan pemerintah, serta praktik CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif tentang tantangan dan peluang dalam implementasi CSR yang selaras dengan Pancasila sebagai dasar negara. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi bagi perusahaan dalam merumuskan strategi CSR yang lebih efektif dan berkelanjutan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Pancasila

Nilai-nilai Pancasila sebagai nilai fundamental negara. Nilai-nilai Pancasila sebagai dasar filsafat Negara Indonesia yang pada hakikatnya merupakan suatu sumber dari segala sumber hukum dalam Negara Indonesia. Sehingga secara objektif merupakan suatu pandangan hidup, kesadaran, cita-cita hukum, serta cita-cita moral yang luhur yang meliputi suasana kejiwaan, serta watak bangsa Indonesia. Dalam hal ini CSR dapat dikatakan telah sesuai dengan watak masyarakat Indonesia yang terangkum dalam nilai-nilai Pancasila. Dengan kata lain perseroan terbatas yang menerapkan program CSR ini sama saja ia telah menerapkan nilai-nilai Pancasila. Yang mana cerminan nilai didalam sila sebagai berikut :

2. Sila Ketuhanan Yang Maha Esa

Sila ketuhanan yang maha esa ini meliputi dan menjiwai keempat sila yang lainnya. Terkandung nilai bahwa negara yang Indonesia adalah pengejawantahan tujuan manusia sebagai makhluk Tuhan Yang Maha Esa. Oleh karenanya, segala hal yang berkaitan dengan dengan pelaksanaan dan penyelenggaraan negara bahkan moral negara. Moral penyelenggara negara, politik negara, pemerintah negara, hukum dan peraturan perundang-undangan negara, kebebasan dan hak asasi warga negara harus dijiwai oleh nilai-nilai Ketuhanan. Nilai ketuhanan merupakan nilai tertinggi dan bersifat mutlak. Kebebasan manusia harus diletakkan dalam kerangka kedudukan manusia sebagai makhluk Tuhan. Oleh karena itu, tidak ada tempat bagi paham ateisme. Demikian juga kebebasan akal manusia juga harus diletakkan di bawah nilai Ketuhanan, sehingga tidak ada tempat bagi kritik atas dasar akal terhadap nilai Ketuhanan Yang Maha Esa.

3. Sila Kemanusiaan yang Adil dan Beradab

Dalam sila kemanusiaan terkandung nilai-nilai bahwa negara, HAM, menjunjung tinggi harkat dari martabat manusia sebagai makhluk yang beradab. Oleh karena itu dalam kehidupan kenegaraan terutama dalam peraturan perundang-undangan tempatnya tujuan ketinggian harkat dan martabat manusia. Terutama hak-hak kodrat manusia sebagai hak dasar (Hak Asasi) harus dijamin dalam peraturan perundangan negara. Kemanusiaan yang Adil dan Beradab mengandung suatu nilai kesadaran moral dan tinggah laku manusia yang didasarkan pada potensi budi nurani manusia dalam hubungan dengan nilai dan norma kebudayaan pada umumnya, baik terhadap diri sendiri, terhadap sesama manusia maupun terhadap lingkungannya. Nilai kemanusiaan yang beradab adalah perwujudan nilai kemanusiaan sebagai makhluk yang beragama, bermoral dan berbudaya. Demikianlah kemudian berikutnya nilai-nilai tersebut harus dijabarkan dalam segala aspek kehidupan.

4. Sila Persatuan Indonesia

Dalam sila Persatuan Indonesia terkandung nilai, negara adalah merupakan persekutuan hidup bersama diantara elemen-elemen yang membentuk negara suku, ras, kelompok, golongan maupun agama. Perbedaan diantaranya merupakan bawaan kodrat manusia dan juga merupakan ciri khas masing-masing elemen. Konsekuensinya negara adalah beranekaragam tetapi satu, mengikatkan diri dalam satu perasatuan yang dilukiskan dalam suatu semboyan : “Bhineka Tunggal Ika”. Negara memberikan kebebasan atas individu golongan, suku, ras, maupun agama untuk merealisasikan seluruh potensinya dalam kehidupan bersama yang bersifat integra.

5. Sila Kerakyatan Yang Dipimpin Oleh Hikmat Kebijaksanaan Dalam Permusyawaratan / Perwakilan

Dalam sila kerakyatan terkandung nilai demokrasi yang secara mutlak harus dilakukan dalam kehidupan bernegara. Nilai-nilai demokrasi yang terkandung dalam sila keempat :

- a. Adanya perbedaan yang harus disertai tanggungjawab baik terhadap masyarakat maupun secara moral terhadap Tuhan Yang Maha Esa.
- b. Menjunjung tinggi harkat dan martabat.
- c. Menjamin dan memperkuat persatuan dan kesatuan hidup bersama.
- d. Mengakui perbedaan individu, kelompok, ras, suku maupun agama, karena perbedaan adalah bawaan kodrat manusia.
- e. Mengakui adanya persamaan hak yang melekat pada setiap individu, kelompok, ras, suku maupun agama.
- f. Mengarahkan perbedaan dalam suatu kerjasama kemanusiaan yang adil dan beradab. menjunjung tinggi azas musyawarah.
- g. Mewujudkan dan mendasarkan suatu keadilan dalam kehidupan sosial agar tercapainya tujuan bersama seterusnya nilai-nilai tersebut dikongkritkan dalam kehidupan bersama yaitu, kehidupan kenegaraan baik menyangkut aspek moralitas kenegaraan, aspek politik, aspek hukum dan perundangan.

6. Sila Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia

Dalam sila Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia didasari dan dijiwai oleh sila pertama, kedua, ketiga sampai keempat. Dalam sila tersebut terkandung nilai yang merupakan negara sebagai tujuan dalam hidup bersama. Maka nilai keadilan yang harus terwujud dalam

kehidupan bersama adalah keadilan yang didasari dan dijiwai oleh hakikat keadilan kemanusiaan. Yaitu, keadilan hubungan manusia dengan dirinya sendiri, manusia dengan manusia lain, manusia dengan masyarakat, bangsa dan negara serta hubungan manusia dengan Tuhannya (UU No. 40 Tahun 2007).

Sehingga untuk mewujudkan suatu keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia haruslah tercapai sebuah kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dan permusyawaratan perwakilan. Yang didasari oleh adanya persatuan Indonesia. Persatuan tersebut didasari oleh kemanusiaan yang adil dan beradab yang menjadi dasar segala pelaksanaannya adalah keyakinan terhadap Ketuhanan Yang Maha Esa. Disinilah perwujudan manusia sebagai makhluk sosial yang religius dalam etika kehidupan berbangsa (UU No. 40 Tahun 2007).

Maka landasan inilah yang harus digunakan oleh perseroan terbatas dalam pelaksanaan CSR ini. Semua sila harus di implementasikan dalam perancangan dan pelaksanaan program CSR. Karena sebagaimana watak bangsa Indonesia yang terkandung di dalam nilai Pancasila ini sangat luar biasa. Nilai ketuhanan segala aturan norma agama akan menjadi batasan program ini karena nilai inilah yang akan mengontrol jalannya program ini. Semua harus dilakukan semata-mata untuk memenuhi kewajiban manusia sebagai makhluk tuhan yang mana tuhan sendiri menyuruh manusia untuk saling tolong menolong. Serta rasa persamaan kodrat dalam sila kedua ini akan timbul bukan atas dasar diskriminasi atau merendahkan orang lain dalam melakukan program ini. Semua itu indah apabila kita melakukannya dengan niat yang benar bukan semata-mata hanya untuk menutupi keburukan yang timbul akibat perusahaan tersebut melainkan terdorongnnya hati nurani untuk melakukan hal itu maka akan timbullah jiwa yang mengikat dalam persatuan Indonesia (UU No. 40 Tahun 2007).

Seluruh rakyat Indonesia memiliki kesamaan hak untuk makmur termasuk ketentraman, kebahagiaan, kenyamanan dan kesehatan. Seandainya rawa dikeringkan guna HTI dan kelapa sawit, tanah dikeruk guna batubara serta hutan kita tebang maka dapat mengganggu ketentraman dan kebahagiaan itu sendiri. Hawa sejuk akan menjadi panas dan kering. Harimau memangsa manusia, gajah masuk kebun, ikan mati, dan sungai menjadi kering. Demikianlah yang disebut menghambat dan mengganggu keadilan sosial yang merupakan pengunci dalam Pancasila (UU No. 40 Tahun 2007).

7. Bentuk Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Bentuk Perspektif Pancasila

Tanggung jawab sosial perusahaan menurut Weiss dapat berupa:

- a. Pemeliharaan sumber daya masyarakat;
- b. Perusahaan harus bekerja sebagai sistem yang terbuka dua arah dengan penerimaan masukan secara terbuka dari masyarakat dan memaparkan operasinya kepada publik;
- c. Perusahaan harus mengkalkulasikan biaya sosial dan manfaat dari suatu aktivitas, produk, atau jasa yang dan mempertimbangkannya secara cermat agar dapat diputuskan kegiatan tersebut dapat dilanjutkan atau tidak;
- d. Memperhitungkan biaya-biaya sosial dari setiap aktivitas, produk, atau jasa ke dalam harga sehingga konsumen membayar atas dampak konsumsinya terhadap masyarakat;
- e. Perusahaan melibatkan diri dalam aktivitas sosial, sesuai dengan kompetensinya dimana terdapat kebutuhan sosial yang penting. Berdasarkan bentuk tanggung jawab sosial yang dikemukakan Weiss dapat diketahui bahwa pemeliharaan sumber daya masyarakat adalah hal penting pertama yang dilakukan oleh perusahaan dalam program CSR-nya, perusahaan harus transparan dalam menerima masukan dari masyarakat dan memaparkan operasinya, memperhitungkan biaya sosial dan menambahkannya ke dalam harga yang akan dibeli

konsumen (hal ini dilakukan agar konsumen membayar lebih untuk membayar dampak pembuatan barang yang dikonsumsi terhadap masyarakat) (Weiss, 2010).

Archie B. Carroll dalam bukunya *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management* menyebutkan ada empat prinsip dasar CSR yaitu :

- 1) Economic Responsibilities;
- 2) Legal Responsibilities;
- 3) Ethical Responsibilities;
- 4) Philanthropic Responsibilities.

Bentuk-bentuk CSR seperti yang telah disebutkan di atas dapat dilakukan perusahaan, namun sedikitnya ada empat model atau pola tanggung jawab sosial yang umumnya diterapkan di Indonesia:

- 1) Keterlibatan langsung. Perusahaan menjalankan program tanggung jawab sosial 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.
- 2) Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Mendirikan yayasan seperti 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, seperti Sampoerna Foundation, Bakti Djarum, yayasan Dharma Bhakti Astra dan lain-lain.
- 3) Bermitra dengan pihak lain. Perusahaan menyelenggarakan tanggung jawab sosial melalui kerjasama dengan lembaga sosial atau organisasi non pemerintah, instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya, seperti Dompot Dhuafa, Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI) dan dengan lain-lainnya.
- 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 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 secara pro aktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

Sebagai standar terbaru dari Corporate Social Responsibility (CSR) ISO 26000 memberikan 7 dasar tanggung jawab sosial yang harus dilakukan suatu organisasi yaitu :

- a. organizational governance;
- b. human rights;
- c. labour practices;
- d. the environment;
- e. fair operating practices;
- f. consumer issues; and community involvement and development (Carroll dalam Saidi & Abidin, 2004)

8. Peran dan Dasar Hukum Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Bentuk Perspektif Pancasila

Program CSR (Corporate Social Responsibility) ini ikut mengambil bagian di dalam kesuksesan suatu perusahaan. Bagaimana tidak, karena dari program ini kita dapat mengeratkan keharmonisan, menambah simpati dan keuntungan-keuntungan lainnya yang mungkin kita tidak langsung merasakannya dari penerima program CSR ini seperti ke pegawai perusahaan, masyarakat sekitar, organisasi atau instansi tertentu. Menurut The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Pertanggung jawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut Sustainability Reporting. Sustainability Reporting adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (sustainable development).

Sustainability Reporting meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. Maraknya pelaksanaan CSR dari hampir seluruh sektor industri di Indonesia (terlepas dari pemaknaan dan kegiatannya mulai dari yang mungkin hanya bersifat filantropi sampai kepada yang pelaksanaan CSR yang mendekati hakekatnya), merupakan suatu kegiatan positif yang perlu dihargai dan diapresiasi dengan baik. Tetapi belum banyak perusahaan yang telah mengungkapkan kegiatan CSR mereka dalam Laporan Tahunan dan hanya beberapa perusahaan saja yang membuat Laporan CSR secara tersendiri, terpisah dari Laporan Tahunannya (Darwin, 2006).

Berikut disarikan beberapa contoh perusahaan di Indonesia yang telah melaksanakan dan melaporkan kegiatan CSR perusahaan mereka, baik yang bersifat wajib (mandatory) maupun yang bersifat sukarela (voluntary). Contoh perusahaan lainnya yang telah melaksanakan kegiatan CSR dan juga telah melaporkan kegiatan tersebut sebagai bagian dari Laporan Tahunan perusahaan adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Tanggung jawab sosial perusahaan terus dilakukan oleh BMI melalui mitra yang dipercayakan untuk menjalankan kegiatan CSR atas nama Bank Muamalat, yaitu Baitulmaal Muamalat (BMM), yang telah beroperasi sejak tahun 1997 sebagai yayasan amal nirlaba.

Dalam rangka memperkuat kerjasama strategis dengan BMM sebagai mitra dalam menerapkan berbagai program CSR, BMI senantiasa meningkatkan jumlah dana amal serta memperluas jangkauan program untuk mencapai basis populasi yang lebih luas. Selama satu dasawarsa, BMM terus tumbuh dan mendapat kepercayaan serta dukungan dari masyarakat luas sebagai suatu organisasi amal nirlaba yang memiliki akuntabilitas serta dapat diandalkan. Di lain pihak, kemitraan dengan BMI juga memungkinkan BMM untuk memperluas jangkauannya lebih jauh lagi, dengan memanfaatkan semua infrastruktur BMI yang tersedia. Pelaksanaan CSR merupakan bagian yang tak terpisahkan dari tujuan usaha BMI untuk mewujudkan tatanan masyarakat yang adil dan makmur sejalan dengan prinsip-prinsip dasar perekonomian syariah (BMI Annual Report, 2007).

Pada tahun 2007, BMI mengalokasikan dana sebesar Rp 4 miliar untuk keperluan kegiatan amal BMM dalam kerangka kegiatan CSR, juga sebagai bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Program CSR BMI ini masih diarahkan kepada pembinaan serta dukungan yang diberikan dalam rangka memberdayakan usaha mikro dan pengusaha kecil. Program Komunitas Usaha

Mikro Muamalat berbasis Masjid (KUM3) yang diselenggarakan BMI bersama BMM terus tumbuh dan mendapat kepercayaan para peserta program. Melalui KUM3, anggaran sosial perseroan baik berupa zakat maupun dana sosial lainnya mampu terdistribusi secara langsung dan tepat sasaran. KUM3 mampu menumbuhkan komunitas usaha mikro yang menganut dan taat kepada azas syariah. Visi dakwah yang dominan dalam program ini sekurang-kurangnya telah membangun kesadaran beragama para peserta.

Hal itu terlihat dari tumbuhnya kebiasaan peserta menghadiri majelis taklim dan melaksanakan amalan sunnah. Sejak diluncurkan tahun 1999, program KUM3 ini telah menggalang lebih dari 1.029 peserta dari kalangan pengusaha kecil dan mikro. Mereka tersebar di 60 jaringan masjid di Indonesia dan didampingi oleh 54 konsultan (tenaga pendamping), hingga akhir tahun 2007. Dana ZIS masyarakat yang terakumulasi hingga akhir tahun 2007 mencapai Rp 12 miliar, meningkat dari Rp 40,6 miliar pada tahun 2006. Dengan mengandalkan sebagian besar sumber pendanaannya dari zakat maal, dana BMM mampu mencapai tingkat pertumbuhan rata-rata per tahun yang melebihi 50% (BMI Annual Report, 2007).

Hal ini menjadi bukti pengakuan masyarakat terhadap akuntabilitas BMM dalam mengemban amanah. Dan sejak tahun 2006, Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah mempercayakan pengelolaan dana bergulir bagi Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) kepada BMM. Hingga akhir tahun 2007, portofolio dana pemerintah yang dikelola BMM melalui BMI mencapai Rp 135,3 miliar. Lembaga internasional setingkat Islamic Relief pun telah menggandeng BMM sebagai mitranya di Indonesia untuk menggarap LKMS di berbagai provinsi. Kepeloporan dalam menangani bencana di tanah air juga semakin menguatkan eksistensi BMM. Sepanjang tahun 2007, bersama dengan BMI, BMM telah menyalurkan dana kemanusiaan sebesar Rp 9,6 miliar yang terdistribusi ke beberapa wilayah di Indonesia yang mengalami bencana alam (BMI Annual Report, 2007).

BMM pun memperoleh kepercayaan dari Islamic Development Bank (IDB) untuk mengelola sekolah dan program beasiswa bagi 600 anak yatim korban Tsunami Aceh. Sampai tahun 2007, sesuai rencana, program beasiswa ini telah ditingkatkan menjadi 1.600 siswa. Dari uraian di atas juga terlihat bahwa sebagian besar kegiatan CSR yang dilakukan BMI melalui mitra kerjanya BMM, telah mengarah dan menekankan kepada program yang bersifat berkelanjutan (sustainability), terutama terkait dengan pertumbuhan dan penguatan ekonomi rakyat (BMI Annual Report, 2007).

Dasar hukum corporate social responsibility (CSR) di Indonesia yaitu termuat dalam pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 terkait kewajiban CSR bagi PT, dimana ini adalah keputusan pemerintah corporate social responsibility (CSR) untuk perseroan terbatas (PT) yang meliputi:

- a. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- b. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang di anggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajiban.
- c. Perseroan terbatas yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
- d. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan pemerintah (UU No. 40 Tahun 2007).

Pasal 15 UU No. 25 Tahun 2007 terkait penanaman modal memuat bahwa semua penanam modal memiliki kewajiban yakni:

- 1) Mematuhi seluruh ketentuan dalam perundang-undangan;

- 2) Menjunjung tinggi tradisi budaya masyarakat sekitar tempat usaha penanaman modal;
- 3) Membuat laporan terkait aktivitas penanaman modal serta menyampaikannya ke badan koordinasi penanaman modal;
- 4) Menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan serta
- 5) Mengaplikasikan berbagai prinsip tata kelola perusahaan yang baik.

Berdasarkan pada pemaparan di atas, bisa diketahui bahwa konsep corporate social responsibility (CSR) tidak sebatas sebuah kewajiban moral akan tetapi menjadi kewajiban yang bisa dipertanggungjawabkan dalam hukum dengan berlakunya pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 dan pasal 15 UU No. 25 Tahun 2007 namun khusus sebatas untuk perseroan yang menanamkan modalnya dan berkegiatan usaha yang berkaitan dan/atau di bidang sumber daya alam di Indonesia (UU No. 25 Tahun 2007).

KESIMPULAN

Corporate social responsibility (CSR) adalah program yang dilakukan sebuah perusahaan. Program ini akan berhasil apabila dilakukan atas dasar nilai-nilai yang terkandung di dalam Pancasila dan dorongan hati nurani untuk berkontribusi dalam lingkungan sekitar. Ketika suatu hal dilakukan atas dasar nilai yang baik dan niat yang tulus maka akan menimbulkan suatu persatuan yang kokoh dan jika program ini berjalan dengan semestinya maka hampir setiap permasalahan yang ada di dalam lingkungan sedikit banyak akan terselesaikan.

Keberadaan korporasi di tengah masyarakat memberikan dampak secara luas terhadap kehidupan masyarakat setempat. Masyarakat dan hak adatnya telah lama ada jauh sebelum Negara Indonesia terbentuk. Keberadaan dan hak masyarakat adat dengan alasan pembangunan tergusur dengan adanya korporasi yang merenggut ketenangan hidup dan mata pencaharian mereka. Hal tersebut memicu konflik masyarakat adat dan korporasi hampir di seluruh tempat yang memiliki hak adat dalam wilayah yang di ambil korporasi. Pemikiran kritis timbul bahwa negara yang mencoba menghadirkan kesejahteraan bagi warganya sesuai dengan filosofis Pancasila kurang adil dan lebih memihak kepada korporasi yang merupakan bentuk dari kapitalisme atau kepanjangan tangan dari idealisme negara barat.

Rekonstruksi CSR berdasarkan ideologi Pancasila dan UUD 1945 sebagai strategi alternatif untuk mereduksi dampak buruk dari kegiatan bisnis korporasi dan sebagai formula dalam menyelesaikan konflik. Adil yang sebagai nilai yang terkandung dalam Pancasila dapat mereduksi kekecewaan masyarakat adat yang merasa diperlakukan tidak adil. Adil menjadi poros dari corporate social responsibility (CSR) dengan konsep triple bottom line yaitu profit, people, dan planet-nya, sehingga tercipta masyarakat sejahtera (Carroll dalam Saidi & Abidin, 2004).

DAFTAR PUSTAKA

- Ersi Sisdiyanto, Dakun. 2021. "Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial dan Lingkungan". Surabaya: Pustaka Aksara.
- Alawiyah, Tuti. 2013. "Pendidikan Pancasila". Yogyakarta.
- Darwin, Ali. 2006. "Akuntabilitas, Kebutuhan, Pelaporan, dan Pengungkapan CSR bagi Perusahaan di Indonesia". Jakarta: Salemba.
- Hermawan, Yulius P. 2007. "Asas-Asas Peraturan Yang Baik Gagasan Pembentukan Undang-Undang Berkelanjutan". Jakarta: Rajawali Press.
- Kalla, M. Jusuf. 2006. "Politisi dan Pebisnis, Economics Business Accounting Review

- (EBAR), Edisi III/”September-Desember 2006, hal 5 – 8.
- Saidi, Zam dan Hamid Abidin. 2004. “Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana Dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia”. Jakarta: Piramedia.
- Suharto, Edi. 2009. “Pekerjaan Sosial di Dunia Industri”. Bandung: CV Alfabeta.
- Widjaja, Gunawan dan Yeremia Ardi Pratama. 2008. “Resiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR”. Jakarta: Forum Sahabat.
- Zahara dan Eliyanora. 2014. “Menggagas Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Salah Satu Mata Rantai Pembangunan Indonesia”.
- Arief Rahman & Kurnia Nur Widyasari. 2008. “The Analysis of Company Characteristic Influence toward CSR Disclosure: Empirical Evidence of Manufacturing Companies Listed in JSX”. Jurnal JAAI. Volume 12 No 1, Juni 2008: 25-35. Universitas Islam Indonesia.
- Danu Candra Indrawan. 2011. “Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan”. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Azheri, Busyra. 2011. “Corporate social responsibility” : Dari voluntary menjadi mandatory. Jakarta: PT. Rajagrafindo Cheng,
- Megawati dan Christiawan, Yulius Jogi. 2011. “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Abnormal Return”. Jurnal Akuntansi dan Keuangan No.1 Vol.13.
- Dahlia, Lely. 2008. “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan” (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2005 & 2006).
- Makalah Disajikan Pada Simposium Nasional Akuntansi (SNA) XI Pontianak.
- Edmawati, Sri Dewi. 2012. “Pengungkapan Informasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan Dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating” (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia).
- Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan No. 3 Vol. 3 Febriana & Suaryana, I.G.N Agung. 2011. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia”.
- Hadi, Nor. 2011. “Corporate Social Responsibility”. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Handayani, Dwi Bestari. 2012.” Corporate Social Responsibility dan Kinerja Perbankan Di Indonesia”. Jurnal Keuangan dan Perbankan Vo.16 No. 2.
- Indriantoro, Nur., & Supomo, Bambang. 2002. “Metodologi Penelitian Bisnis”. Yogyakarta: BPFE.
- Lako, Andreas. 2011. “Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis Dan Akuntansi”. Jakarta. Erlangga.
- Pasal 74 UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang “Kewajiban CSR Bagi Perseroan Terbatas”.
- Pasal 15 UU Nomor 25 Tahun 2007 Tentang “Penanaman Modal Memuat Bahwa Semua Penanam Modal Memiliki Kewajiban”.
- Perpu Cipta Kerja 47/2012.