

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang terbaru, yakni Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007, kemudian pada Undang-undang Nomor 25 tahun 2007 pasal 15 (b) menyatakan bahwa setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggungjawab sosial korporat, serta Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 6 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Provinsi Riau. Melalui undang-undang ini, industri atau korporasi wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan suatu beban yang memberatkan. Perlu diingat pembangunan suatu negara bukan hanya tanggungjawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat.

Industri atau korporasi berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup.¹ Melihat pada kondisional semacam ini maka penulis mencoba mengangkat permasalahan ini kepermukaan. Penulis menganggap bahwa pengambilan judul diatas cukup strategis. Pertama, sebab sebenarnya konsep tanggungjawab sosial perusahaan telah dikenal sejak awal 1970, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Seiring perjalanan waktu, di satu sisi sektor industri atau korporasi skala besar telah mampu memberikan

¹ Habib Adjie, *Status Badan Hukum, Prinsip-prinsip dan Tanggung Jawab Sosial Perseroan Terbatas*, (Bandung: Mundur Maju, 2008). h. 15

kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi di sisi lain eksploitasi sumber-sumber daya alam oleh sektor industry sering kali menyebabkan kerusakan lingkungan. Kedua, adalah sebagai upaya untuk menegaskan hubungan perusahaan dengan aktifitas perniagaan yang diselenggarakan oleh para perusahaan. Dalam konteks perniagaan yang diselenggarakan terdapat hubungan timbal-balik antara *personal* perusahaan secara *internal* dengan masyarakat luar perusahaan. *Corporate Social Responsibility* adalah suatu bagian hubungan perniagaan yang melibatkan perusahaan di satu pihak dan masyarakat sebagai lingkungan sosial perusahaan di pihak yang lain.

Di tahun 1970-an, topik CSR mengemuka melalui tulisan Milton Friedman tentang bentuk tunggal tanggungjawab sosial dari kegiatan bisnis. Bahkan Estes² menilai bahwa roh atau semangatnya telah ada sejak mula berdirinya perusahaan-perusahaan (di Inggris), yang tugas utamanya adalah untuk membantu pemerintah dalam memberikan pelayanan dan memenuhi kebutuhan masyarakat sikap dan pendapat pro-kontra selalu merupakan bagian dari sejarah kehidupan perusahaan dan perkembangan konsep CSR itu sendiri. Pro dan kontra terhadap perkembangan CSR terus bergulir. Salah satunya, apakah tanggungjawab sosial tersebut sifatnya wajib atau sukarela. Dalam hal ini dimaknai sebagai tanggung jawab sosial korporat (CSR) yang mengarah pada pengembangan masyarakat lokal sekitar korporat itu sendiri. Sedangkan pemerintah baik pusat maupun daerah menyediakan perangkat peraturan sebagai regulator dalam hubungan antara masyarakat, swasta dan pemerintah.

Pelaksanaan CSR kemudian berkembang tanpa pedoman yang jelas, karena memang tidak ada standar yang jelas. Banyak korporat kemudian melaksanakan CSR sesuai dengan focus dan sumber daya yang ada. Kemudian berkembanglah kerancuan tentang CSR dengan

² Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta, Graha Ilmu. 2011), h. 80

Community Development (CD) (pengembangan masyarakat) atau CSR dengan kegiatan philanthropy (charity atau kata lain “bagi-bagi uang”)³ Kritik lainnya, dalam pelaksanaannya CSR masih memiliki kekurangan. Program-program CSR yang banyak dijalankan oleh perusahaan banyak yang hanya memiliki pengaruh jangka pendek dengan skala yang terbatas.

Program-program CSR yang dilaksanakan seringkali kurang menyentuh akar permasalahan komunitas yang sesungguhnya. Seringkali pihak perusahaan masih menganggap dirinya sebagai pihak yang paling memahami kebutuhan komunitas, sementara komunitas dianggap sebagai kelompok pinggiran yang menderita sehingga memerlukan bantuan perusahaan. Di samping itu, aktivitas CSR dianggap hanya semata-mata dilakukan demi terciptanya reputasi perusahaan yang pasif bukan demi perbaikan kualitas hidup komunitas dalam jangka panjang.⁴

Seberapa penting CSR bagi perusahaan tetap menjadi wacana dalam praktis bisnis, pro dan kontra ini tidak bisa dilepaskan dari fenomena berbenturan kepentingan antara pencapaian profit dengan pencapaian tujuan sosial. Jika diperhatikan, masyarakat sekarang hidup dalam kondisi yang dipenuhi beragam informasi dari berbagai bidang, serta dibekali kecanggihan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pola seperti ini mendorong terbentuknya cara pikir, gaya hidup, dan tuntutan masyarakat yang lebih tajam.

Meningkatnya tingkat kepedulian kualitas kehidupan, harmonisasi sosial dan lingkungan ini juga mempengaruhi aktivitas dunia bisnis, mak lahirlah gugatan terhadap peran perusahaan agar mempunyai tanggungjawab sosial. Disinilah salah satu manfaat yang dapat dipetik perusahaan dari kegiatan CSR. Dalam konteks inilah aktifitas *Corporate Social*

³*Ibid*, h. 14

⁴ Bambang Rudito, Melia Famiola, *Corporate Social Responsibility*, (Bandung:Rekayasa sains, 2013), h.

Responsibility (CSR) menjadi menu wajib bagi perusahaan, di luar kewajiban yang digariskan undang-undang.⁵

Hubungan antara komunitas dan perusahaan telah mengalami pergeseran. Awalnya perusahaan meluncurkan program *Community Development* (CD) dalam upayanya membina hubungan dengan komunitas. Kemudian dengan aktivitas CSR sebagai lisensi sosial untuk beroperasi. Terakhir, perusahaan dituntut untuk mempunyai peranan kepemimpinan dalam komunitasnya. Namun, ternyata hanya sekedar menjalankan aktivitas CSR tidaklah lagi mencukupi. Sekali lagi, ini bukan berarti CSR kehilangan relevansinya. CSR tetap penting dan harus dijalankan. Namun disamping CSR, perusahaan perlu mengambil insentif kepemimpinan sosial. Inilah yang diistilahkan oleh Hills dan Gibbon dengan *Corporate Social Leadership* (CSL).⁶

Konteks CSL menegaskan bahwa perusahaan bukan hanya dituntut untuk menjalankan tanggungjawab sosialnya, namun juga harus menjadi sebuah institusi yang memimpin, memberikan inspirasi bagi terjadinya perubahan sosial dalam masyarakat, sehingga kualitas hidup masyarakat secara umum meningkat dalam jangka panjang. Perusahaan harus menyadari bahwa dirinya adalah bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat yang lebih luas, sehingga hal buruk yang menimpa dan merugikan masyarakat pada gilirannya akan berdampak pada mereka juga.

Oleh karena perusahaan harus memerlukan komunitasnya sebagai mitra, program-program yang dilaksanakan harus mampu benar-benar memberdayakan masyarakat, artinya masyarakat yang memiliki daya tahan yang tinggi serta mampu memecahkan setiap persoalan yang dihadapi dengan kekuatan sendiri dalam jangka panjang.

⁵*Ibid*, h. 55

⁶*Ibid*, h. 98

Dunia industri sering menjadi tertuduh utama dalam masalah kerusakan lingkungan, karena “kerakusanya” dalam mengeksploitasi sumber daya alam, sebagaimana dalam beberapa kasus, tetapi industri pula yang menjadikan peradapan manusia maju dengan pesat. Tak dapat dipungkiri bahwa kemampuan dalam menguasai industri menjadi parameter kualitas kehidupan manusia. Masalahnya adalah bagaimana mengolah jalan simpang diantara dua kepentingan, yaitu: kepentingan industri dan kelestarian lingkungan masyarakat.

Perusahaan juga harus bertanggung jawab terhadap aktivitas-aktivitas untuk meminimalkan dampak negatif dari sisa produk yang dihasilkan, penanganan limbah maupun ”sampah” dari produk yang sudah terpakai, seperti kemasan, namun kesemuanya hanya dapat terlaksana secara efektif dan efisien bila didukung sistem manajemen yang baik, serta dilandasi oleh budaya perusahaan yang peduli terhadap lingkungan, dimana hal ini dapat dilakukan terutama pada perusahaan-perusahaan besar. Karena itu salah satu cara untuk menyebarkan ide-ide “hijau” adalah dengan mendorong perusahaan-perusahaan besar agar memaksa para pemasoknya atau sub kontraknya untuk lebih ramah terhadap lingkungan.

Tekanan masyarakat agar perusahaan lebih peduli kepada lingkungan merupakan kesempatan untuk memperkuat antara perusahaan dengan konsumen, bahkan dapat dijadikan keunggulan kompetitif. Konsumen yang semakin sadar terhadap isu lingkungan akan mencari produk yang bersahabat dengan lingkungan. Sebagai dampak ikutannya perusahaan akan mencari pemasok yang bisa memecahkan persoalan-persoalan lingkungan. Hubungan antar perusahaan pun akan berubah, karena sama-sama ditekan untuk menjadi hijau. Maka banyak perusahaan, terutama perusahaan besar, mulai cerewet terhadap perusahaan-perusahaan pemasoknya. Bagi perusahaan-perusahaan besar reputasi adalah *aset* terpenting perusahaan.

Walaupun hanya belakangan ini istilah CSR dikenal, sesungguhnya aktivitas *community outreach* atau penjangkauan masyarakat sudah dilakukan oleh perusahaan sejak dahulu kala.

Bentuk *community outreach* yang paling primitif adalah *corporate philanthropy*. Yang terakhir ini merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh perusahaan, atau seseorang, untuk memberikan dana kepada individu atau kelompok masyarakat, misalnya dalam bentuk beasiswa.⁷ Seiring waktu berlalu, *Corporate philanthropy* (CP) kemudian berkembang menjadi *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR berbeda dengan *philanthropy* dari dimensi keterlibatan si pemberi dana dalam aktivitas yang dilakukannya. Kegiatan CSR seringkali dilakukan sendiri oleh perusahaan, atau dengan melibatkan pihak ketiga (misalnya yayasan atau lembaga swadaya masyarakat) sebagai penyelenggara kegiatan tersebut. Yang jelas, melalui CSR perusahaan jauh lebih terlibat dan terhubung dengan pihak pertama (*beneficiaries*) dalam aktivitas sosial dibandingkan dengan CP.

Sebagai perusahaan publik yang terdaftar di kementerian Hukum dan HAM, PT. Regunas Agri Utama terikat pada standar profesi yang tinggi serta kepemimpinan dibidang-bidang manajemen lingkungan, kesehatan dan keselamatan bagi para karyawannya dan masyarakat sekitar termasuk melaksanakan CSR nya. PT. Regunas Agri Utama mendapatkan izin pada 23 Juli 1992 dan selanjutnya berdasarkan SK Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Riau Nomor: KPTS.78/LL-VI/1992.

Dalam melihat pentingnya masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk mengangkatnya dalam sebuah penelitian dengan judul ***“Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Regunas Agri Utama di Indragiri Hulu ditinjau dari Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas”***

⁷ Wibisono, Yusuf. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), h. 11

B. Batasan Masalah

Mengingat banyaknya masalah yang di teliti serta terbatasnya kemampuan, waktu dan dana yang tersedia , maka dalam penulisan ini penulis membatasi masalah yang diteliti adalah pada pelaksanaan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Regunas Agri Utama di Desa Semelinang Tebing Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu.

C. Rumusan Masalah

Agar penelitian lebih terarah maka perlu disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Regunas Agri Utama di Indragiri Hulu ditinjau dari Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas?
2. Kendala-kendala apa saja yang dihadapi oleh PT. Regunas Agri Utama dalam *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR)*?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Regunas Agri Utama di Indragiri Hulu ditinjau dari Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
 - b. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi oleh PT. Regunas Agri Utama dalam *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR)*.
2. Manfaat Penelitaian
 - a. Sebagai bahan pembelajaran dan sebagai bahan informasi guna menambah wawasan dan menerapkan ilmu yang telah didapat selama kuliah
 - b. Sebagai bahan referensi jika perusahaan ingin mengetahui apakah program-program *Corporate Social Responsibility (CSR)* itu, dan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengembangkan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*
 - c. Bagi institusi dan pihak lain yang berkepentingan, sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian di bidang yang sama ataupun penelitian lanjutan

- d. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program strata satu (S1) pada jurusan Ilmu Hukum berkaitan dengan pengkajian hukum bisnis, Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum UIN Suska Pekanbaru Riau.
- e. Dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR. Pertama, mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perilaku tidak pantas yang diterima perusahaan. Kedua, CSR dapat berfungsi sebagai pelindung akan membantu perusahaan dalam mengurangi dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Ketiga, keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Keempat, CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para pemegang saham.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dilihat dari jenisnya penelitian ini tergolong kedalam penelitian hukum sosiologis dengan cara penulis langsung mengadakan penelitian di lapangan dengan menggunakan alat pengumpulan data berupa wawancara dan angket.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Regunas Agri Utama, yang beralamat di Jl. Kebun Napal Peranap Desa Semelinang Tebing Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau. Penulis memilih lokasi tersebut karena PT. Regunas Agri Utama adalah salah satu perusahaan yang melaksanakan kegiatannya *Corporate Social Responsibility* (CSR), namun ada beberapa pilar yang belum terlaksana dan karena perusahaan tersebut sudah cukup lama berdiri serta mempunyai mitra yang lumayan banyak.

3. Subjek dan objek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Pimpinan PT. Regunas Agri Utama, karyawan, pengurus dan anggota Koperasi Unit Desa (KUD) Semelinang lestari. Sedangkan yang menjadi objek dari penelitian ini adalah *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Regunas Agri Utama*.

4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian yang akan diteliti, populasi sebagai kumpulan atau agregasi dari seluruh elemen-elemen dari individu yang merupakan sumber informasi dalam suatu penelitian⁸.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi yang ada. Bila populasi besar, dan penulis tidak mungkin mempelajari semua yang ada dari populasi tersebut, apa yang di pelajari dari sampel, kesimpulan akan dapat di berlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) keseluruhan objek penelitian⁹.

Dalam penelitian ini di jadikan populasi adalah Pimpinan PT. Regunas Agri Utama, karyawan berjumlah 1018 orang, pengawas, pengurus dan anggota Koperasi Unit Desa (KUD) Semelinang lestari seluruhnya berjumlah 200 orang.

Berdasarkan berbagai pertimbangan keterbatasan waktu dan ruang gerak penulis, maka dalam penelitiannya sampel diambil sampel dari Pimpinan dan karyawan sebanyak 3 orang (1,2%) dengan teknik propusif sampling, dan pengawas, pengurus dan anggota Koperasi Unit Desa (KUD) Semelinang lestari sebanyak 100 orang (50%) dengan teknik rondom sampling.

5. Sumber Data

⁸Bambang Sunggono, *Metodologi penelitian hukum*, (Jakarta: Raja wali Pers, 2009),Cet. Ke 1, h. 45.

⁹Sugiono, *Metodologo Penelitian*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004),Cet. Ke 1, h. 91.

- a. Data primer, adalah data yang dikumpulkan penulis dari karyawan dan anggota (KUD) di tempat lokasi penelitian yaitu PT. Regunas Agri Utama dan Koperasi Unit Desa (KUD) Semelinang lestari.
- b. Data sekunder, yaitu data yang di peroleh dari peraturan-peraturan tertulis atau dokumen berkenaan dengan apa yang diteliti.

6. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Observasi yaitu mengadakan pengamatan langsung di lapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang diteliti.
- b. Wawancara yaitu melakukan wawancara langsung dengan Pimpinan dan karyawan PT. Regunas Agri Utama guna melengkapi data yang di perlukan tentang CSR tersebut dan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Regunas Agri Utama.
- c. Angket yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara membagikan daftar pertanyaan kepada anggota Koperasi Unit Desa (KUD) Semelinang lestari, agar responden tersebut memberikan jawaban.
- d. Studi pustaka yaitu dilakukan dengan mengambil atau merujuk kepada literatur-literatur buku-buku atau artikel-artikel yang berkaitan dengan masalah ini.

7. Analisa Data

- a. Data-data yang terkumpul melalui obserpasi dan wawancara dianalisis dengan teknik analisi data kualitatif yaitu: data-data tersebut dikelompokan kedalam kategori tertentu berdasarkan persamaan jenis dari data-data tersebut kemudian antara data dangan data

lain di hubungkan atau di bandingkan sehingga di peroleh gambaran yang utuh tentang masalah yang di teliti.

b. Data-data yang di peroleh melalui angket ditabulasikan kedalam tabel-tabel berpresentase sehingga diperoleh pemahaman yang utuh dari tabel tersebut.

8. Teknik penulisan

Data yang telah terkumpul dan dianalisa kemudian dituangkan dalam bentuk tulisan dengan menggunakan metode yaitu:

- a. Metode deduktif adalah uraian penulisan yang diawali dengan menggunakan kaedah-kaedah umum, kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Metode deskriptif adalah suatu uraian penulisan yang menggambarkan secara utuh dan apa adanya tanpa menambah atau mengurangi sedikitpun.

F. Sistematika Penulisan

Penulisan tugas akhir ini terdiri dari 5 (lima) bab. Tiap-tiap bab terbagi lagi dalam sub-bab yang memuat uraian dan bahasan tersendiri tetapi antara satu bab dengan bab yang lain saling berhubungan, dan memuat rangkaian yang tidak terpisahkan. Untuk lebih jelasnya sistematika tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat uraian tentang: latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, metode penelitian, selanjutnya akan diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Bab ini memuat tentang sejarah berdirinya PT. Regunas Agri Utama, struktur organisasi PT. Regunas Agri Utama, ruang lingkup usaha PT. Regunas Agri Utama dan visi misi PT. Regunas Agri Utama

BAB III : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas tentang definisi-definisi tentang *Corporate Social Responsibility*, dasar hukum CSR, bentuk-bentuk CSR, Pro kontra terhadap CSR.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat hasil penelitian tentang *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Regunas Agri Utama dan kendala-kendala *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Regunas Agri Utama.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari penutup yang berisi kesimpulan dan saran