

BAB I

PENDAHULUAN



1.1 Latar Belakang

Perusahaan sebagai pelaku dunia usaha adalah salah satu dari *stakeholder* pembangunan di Indonesia. Setiap perusahaan di Indonesia melakukan berbagai kegiatan terencana untuk mencapai tujuan khusus maupun tujuan umum yang telah mereka tentukan. Kegiatan-kegiatan yang direncanakan oleh perusahaan umumnya akan melibatkan berbagai macam pihak, baik dari dalam perusahaan itu sendiri, maupun dari pihak luar, seperti pemerintah, pihak asing, masyarakat, dan sebagainya. Kegiatan inilah yang dapat membantu mempercepat pembangunan di Indonesia. Selain itu, jalinan kerjasama dirajut untuk mencapai kepentingan perusahaan, agar perusahaan dapat menjaga eksistensinya, mendapatkan kepercayaan dan menjadi *Good Bussiness*.

Dalam rangka menjaga eksistensi suatu perusahaan, maka perusahaan itu harus dapat menjaga keseimbangan hubungan dengan pihak lain yang dapat mempengaruhi eksistensi, kepercayaan perusahaan dan mencapai *Good Bussiness*. Keseimbangan dapat dijaga dengan melakukan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR).

“Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen dunia usaha untuk terus bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas” (*The World Bussiness Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Wibisono (2007).

Sejalan dengan itu, Wibisono (2007) menjelaskan bahwa “etika bisnis merupakan tuntunan perilaku bagi dunia usaha untuk bisa membedakan mana

yang baik dan mana yang buruk, mana yang boleh dan mana yang tidak boleh dilakukan”.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia semakin meningkat baik dalam kuantitas maupun kualitas. Selain keragaman kegiatan dan pengelolaannya semakin bervariasi, dilihat dari kontribusi financial bahwa jumlahnya semakin besar. Penelitian *Public Interest Research and Advocacy Center* (PIRAC) pada tahun 2013 menunjukkan bahwa dana CSR di Indonesia Departemen Sosial Rp.10 Triliun yaitu Rp. 4 Triliun BUMN, Rp. 6 Triliun Swasta.

Perihal penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan dan keputusan menteri. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi Perseroan Terbatas (PT) diatur dalam Undang-Undang No.40 Tahun 2007. Undang-Undang ini berlaku sejak tanggal 16 Agustus 2007. Dalam Pasal 74 ayat (1) disebutkan bahwa Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penjelasan dari Pasal 74 ayat (1) dijelaskan bahwa kewajiban *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini bertujuan untuk menciptakan hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Namun sayangnya dari peraturan tersebut tidak dijelaskan mengenai bentuk pelanggaran terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tanggung jawab sosial bagi BUMN diatur oleh pemerintah melalui Keputusan Menteri BUMN Nomor: Kep-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina