

**PENERAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
(CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)
PADA PERUSAHAAN MULTINASIONAL DI PT. COCA COLA BOTTLING
INDONESIA WILAYAH SUMATERA BAGIAN TENGAH**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan untuk Mencapai
Gelar Sarjana Hukum*

Oleh :

RATHI MARELITA SY.

06140176

Program Kekhususan: Hukum Perdata Ekonomi (PK II)



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2010**

Nomor Registrasi: 3136/PKII/07/2010

PENERAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*) PADA PERUSAHAAN MULTINASIONAL DI PT. COCA COLA BOTTLING INDONESIA WILAYAH SUMATERA BAGIAN TENGAH

Ratih Marelita Syafrina. 06140176. Fakultas Hukum Universitas Andalas, PK II (Hukum Perdata Ekonomi). 70 Halaman. Tahun 2010

ABSTRAK

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan biasa dikenal dengan istilah CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dilakukan oleh perusahaan sering kali dinilai sebagai sebuah upaya memberikan citra sosial kepada masyarakat umum. Dengan ditetapkannya secara legal formal dalam Pasal 74 Undang-undang No. 40 Tahun 2007, maka ketentuan CSR menjadi sesuatu yang baku. Sebelumnya Pasal 15 Undang-undang Penanaman Modal telah terlebih dahulu mengatur tentang CSR. Terdapat dua undang-undang yang mengatur tentang CSR, undang-undang tersebut dapat diberlakukan pada perusahaan multinasional. Permasalahan yang dibahas adalah mengenai dasar penerapan CSR, penerapan CSR, kendala-kendala dalam penerapan CSR pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia Wilayah Sumatera Bagian Tengah dalam kedudukannya sebagai perusahaan multinasional. Penulisan skripsi ini menggunakan metode pendekatan masalah yuridis sosiologis yaitu, pendekatan masalah yang menekankan pada aspek hukum yang berlaku dikaitkan dengan pelaksanaan di lapangan. Pengumpulan data dilakukan melalui penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dasar penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) oleh PT. Coca Cola Bottling Indonesia Wilayah Sumatera Bagian Tengah dalam kedudukannya sebagai perusahaan multinasional bukanlah Undang-undang No. 40 tahun 2007 dan/atau Undang-undang No.25 tahun 2007 melainkan desakan dari perusahaan induk yang berada di Australia. PT. Coca Cola Bottling Indonesia Wilayah Sumatera Bagian Tengah menerapkan pola keterlibatan langsung dan bermitra dengan pihak lain yang dinamakan dengan CSR & *Sustainability*. CSR&S ini dikelompokkan pada empat sasaran yaitu, lingkungan (*environment*), masyarakat (*community*), tempat berjualan (*market place*), lingkungan kerja (*work place*). Tidak ada kendala yang berarti dalam penerapan CSR karena keberadaan PT. Coca Cola Bottling Indonesia Wilayah Sumatera Bagian Tengah sebagai perusahaan multinasional yang besar dan mapan telah mengerti dan memahami konsep CSR yang sesungguhnya. Namun, tidak adanya aturan yang tegas mengenai penganggaran dana CSR oleh pemerintah mengakibatkan penetapan anggaran berdasarkan pada kebijakan internal perusahaan, dikhawatirkan penganggaran tersebut menjadi kurang objektif. Perilaku masyarakat yang kurang kooperatif juga dapat menghalangi tercapainya makna dari CSR. Sebaiknya, pemerintah terlebih dahulu mendudukan definisi CSR secara mendetil dan seragam agar tidak terjadi pemahaman yang berbeda-beda. Selain itu, CSR pun perlu disosialisasikan kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui hak mereka dan mengerti makna CSR sesungguhnya.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat ditandai dengan munculnya berbagai perusahaan yang berskala produksi besar dan menyerap banyak tenaga kerja. Bidang-bidang usaha yang tersedia juga semakin banyak, sehingga lapangan pekerjaan semakin terbuka untuk masyarakat. Apalagi didukung dengan adanya kebijakan otonomi daerah, yang menyebabkan daerah-daerah juga turut berlomba-lomba untuk memajukan dirinya dengan cara memberikan kesempatan bagi perusahaan-perusahaan untuk beroperasi di daerahnya.

Kemajuan yang seperti ini tentunya membawa dampak yang positif bagi perkembangan dunia investasi dan bisnis di Indonesia. Selain itu, kemajuan itu juga turut berperan serta dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Namun, yang sangat disayangkan, tidak jarang perusahaan-perusahaan yang ada terlalu terfokus kepada kegiatan ekonomi dan produksi yang mereka lakukan, sehingga melupakan keadaan masyarakat disekitar wilayah beroperasinya dan juga melupakan aspek-aspek kelestarian lingkungan.

Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pemahaman itu memberikan pedoman bahwa korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja, sehingga terasing dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan suatu entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya.

Di Indonesia sendiri, munculnya Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) menandai babak baru pengaturan CSR. Selain itu, pengaturan tentang CSR juga tercantum di dalam Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM). Walaupun sebenarnya pembahasan mengenai CSR 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 mencari keuntungan saja, melainkan juga bersikap etis dan berperan dalam penciptaan investasi sosial.

Adapun pengaturan CSR di dalam UU PT adalah sebagai berikut:

“Pasal 74:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang 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.”

Sedangkan pengaturan di dalam UU PM, yaitu di dalam Pasal 15 huruf b adalah sebagai berikut “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.”

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

Pada kenyataannya, memang dapat kita lihat berbagai kasus pencemaran atau kerusakan lingkungan yang diakibatkan karena aktivitas perusahaan kurang bertanggungjawab dalam menjaga kelestarian lingkungan sekitarnya dan konflik antara

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Dasar penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) oleh PT. Coca Cola Bottling Indonesia Wilayah Sumatera Bagian Tengah dalam kedudukannya sebagai perusahaan multinasional bukanlah Undang-undang No. 40 tahun 2007 dan/atau Undang-undang No.25 tahun 2007, melainkan desakan dari perusahaan induk yang berada di Australia. Coca Cola Bottling Limited sebagai perusahaan induk PT. Coca Cola Bottling Indonesia Wilayah Sumatera Bagian Tengah yang berkedudukan di Australia menginginkan seluruh perusahaan Coca Cola Bottling menerapkan CSR dengan konsep yang lebih sempurna dengan anggaran yang lebih besar dari sebelumnya. Pentingnya manfaat CSR serta lazimnya negara-negara maju menerapkan CSR secara sukarela menjadi alasan bagi PT. Coca Cola Bottling Indonesia Wilayah Sumatera Bagian Tengah menerapkan CSR.
2. Penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) pada PT. Coca Cola Bottling Indonesia Wilayah Sumatera Bagian Tengah dalam kedudukannya sebagai perusahaan multinasional yaitu dengan pola keterlibatan langsung dan bermitra dengan pihak lain yang dinamakan dengan *CSR & Sustainability*. CSR&S ini dikelompokkan pada empat sasaran yaitu, lingkungan (*environment*), masyarakat (*community*), tempat berjualan (*market place*), lingkungan kerja (*work place*). Sasaran dari CSR&S ini adalah untuk menjadikan PT. Coca Cola Bottling Indonesia Wilayah Sumatera Bagian Tengah sebagai agen perubahan yang mampu memberikan pengaruh yang lebih baik terhadap masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Ball, Donald A. Wendell H. McCulloch, Jr, J. Michael S. Minor. 2004. *International Business, Bisnis Internasional, Tantangan Persaingan Global*. Salemba Empat, Jakarta.
- E, Sembiring. 2006. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*, Jurnal Maksi, Vol.6, No.1.
- F.R.R., Anggraini. 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan* (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta), Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang.
- Harjono, Dhaniswara K. 2007. *Hukum Penanaman Modal*. Raja Grafindo. Jakarta.
- Naja, H.R. Daeng. 2009. *Pengantar Hukum Bisnis Indonesia*. Pustaka Yustisia. Yogyakarta.
- Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*, MedPress. Yogyakarta.
- Untung, Hendrik Budi. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Sinar Grafika. Jakarta.
- Wahyudi, Isa dan Busyra Azheri. 2008. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan, dan Implementasi*. In-Trans Publishing, Malang.

2. Peraturan Perundang-undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

3. Internet

Naidee@indonesiamandiri.com

http://arthagrahapeduli.org/index.php?option=com_content&view=article&id/tanggung-jawab-sosial-perusahaan

<http://blog.auditor-internal.com/?p=8>

www.coca-colabottling.co.id