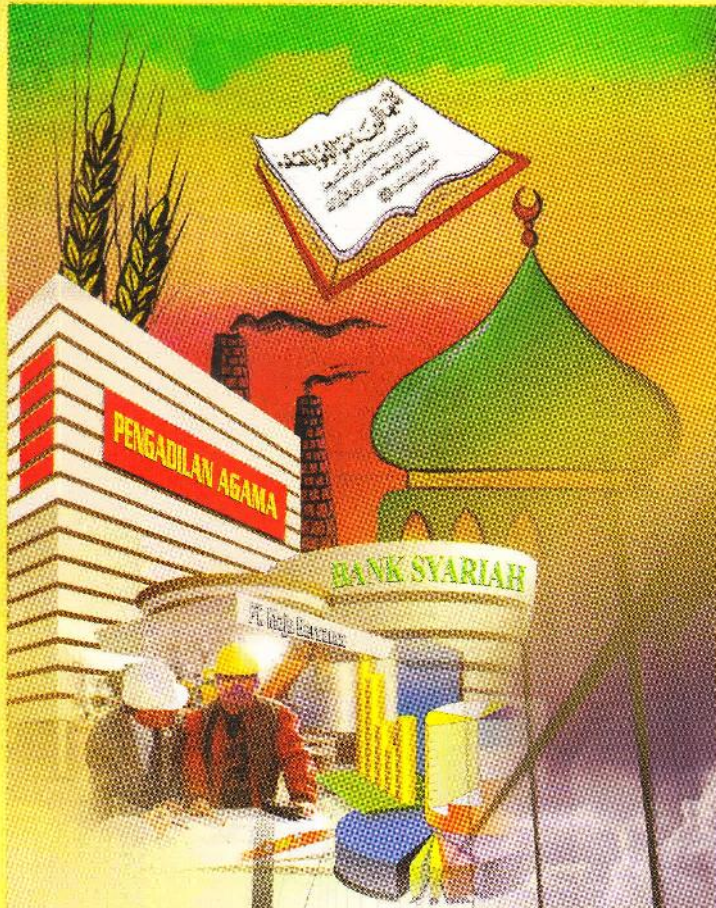


JURNAL HUKUM

RESPUBLICA

MENEGAKKAN DEMOKRASI DAN KEADILAN



- PELAKSANAAN PERJANJIAN *MUDHARABAH*: STUDI PADA PT BNI SYARIAH CABANG PEKANBARU MENURUT HUKUM ISLAM
- PRINSIP-PRINSIP DASAR TRANSAKSI BISNIS DAN LARANGAN RIBA DALAM HUKUM ISLAM
- PEMBAHARUAN HUKUM KEWARISAN ISLAM DI INDONESIA DALAM PERSPEKTIF BILATERAL
- KOMPETENSI PERADILAN AGAMA DALAM MENYELESAIKAN SENGKETA BISNIS SYARIAH
- PORNOGRAFI DAN PORNOAKSI DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM
- PELAKSANAAN SYARIAT ISLAM SECARA *KAFFAH* DI ACEH: PERSPEKTIF FILOSOFIS, YURIDIS, DAN SYARI

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS LANCIANG KUNING
PEKANBARU

RESPUBLICA	Vol. 8	No. 2	Hlm. 131 - 260	Pekanbaru Mei 2009	ISSN 1412-2871
------------	--------	-------	----------------	-----------------------	-------------------

JURNAL HUKUM

RESPUBLICA

MENEGAKKAN DEMOKRASI DAN Keadilan



Penanggung Jawab
Hasnati

Pemimpin Redaksi
Taufiqul Hulam

Sekretaris Redaksi
Ardiansyah

Staf Redaksi
Suhendro
Iriansyah
Muslim Mohd.
Fahmi

Redaktur Pelaksana
Indra Afrita
Yetti

Dewan Redaksi (Mitra Bestari)

Syafrinaldi (HAKI: UIR Pekanbaru)
Ridwan Khairandy (Hukum Perdata/Bisnis: UII Yogyakarta)
Sudi Fahmi (HTN/HAN: UNILAK Pekanbaru)
Eddy Asnawi (HTN/HAN: UNILAK Pekanbaru)
Adi Wibowo (Hk. Pidana: UNES Padang)
Sumali (HTN/HAN: UMM Malang)
Trihoni Nalesti (Hk. Internasional: UNIKA Soegijapranata Semarang)
Ridwan Al Makassar (Sosiologi Hukum: UIN Jakarta)
A. Ghozali (Hk. Islam: IAIN Antasari Banjarmasin)

Pemasaran
Erdiansyah

Tata Usaha
Ermawati

*Alamat Redaksi : Fakultas Hukum Universitas Lancang Kuning Jln. D.I.Panjaitan Km 8 Rumbai,
Pekanbaru Tlp. (0761) 51877 Fax. (0761) 51877*

Jurnal Hukum Republica diterbitkan dua kali setahun yaitu setiap bulan Mei dan November. Redaksi menerima artikel ilmiah dari pembaca dengan ketentuan sebagaimana terlampir.

DAFTAR ISI

	Hlm.
PENGANTAR REDAKSI	i
DAFTAR ISI.....	iii
Perjanjian <i>Mudharabah</i> : Studi pada PT BNI Syariah Cabang Pekanbaru Menurut Hukum Islam Taufiqul Hulam dan Syaifuddin Anshari	131 - 145
Prinsip-Prinsip Dasar Transaksi Bisnis dan Larangan Riba dalam Hukum Islam Suryadi	146 - 157
Pembaharuan Hukum Kewarisan Islam di Indonesia dalam Perspektif Bilateral Ro'fah Setyowati	158 - 171
Kompetensi Peradilan Agama dalam Menyelesaikan Sengketa Bisnis Syariah Hadi Suyoto	172 - 188
Pornografi dan Pornoaksi dalam Perspektif Hukum Islam Gatot Sugiharto	189 - 203
Pelaksanaan Syariat Islam Secara <i>Kaffah</i> di Aceh: Perspektif Filosofis, Yuridis, dan Syari M. Imam Purwadi	204 - 223
Aspek Hukum Internasional dalam Pengaturan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility</i>) Ferdi	224 - 231
Analisis Larangan Terbang Maskapai Penerbangan Indonesia oleh Uni Eropa Berdasarkan Konvensi Chicago 1944 dan Perjanjian Internasional Terkait Lainnya Maria Maya Lestari dan Rizky Atriansyah	232 - 248

ASPEK HUKUM INTERNASIONAL DALAM PENGATURAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*)

Oleh: Ferdj

Dosen Fakultas Hukum Universitas Andalas Padang. Alamat Kantor:
Lembaga Penelitian Unand, gedung rektorat Lt. II Limau Manis Padang.
Alamat Rumah: Jl. Jati Adabiah Komplek DPRD No. 15 Padang
No. Hp. 08126603037

Abstract

This article is aim to put international environmental and international human rights perspectives on corporate social responsibility. When thinking about corporate systems, it is logical to ask whether the shareholder versus stakeholder models of the corporation might have an impact on society. Avoiding environmental regulations may not actually be a typical decision. Because some kinds of production likely to have serious environmental impacts. Presumably many companies are aware of this, and thus the synchronicity between doing good and doing well promotes compliance with stricter environmental regulation than would be required in the international context.

Kata kunci: hukum internasional, tanggung jawab sosial, perusahaan

Aturan hukum internasional saat ini telah mengalami perubahan yang sangat signifikan. Perubahan ini seiring dengan perubahan besar dalam era global terutama perubahan paradigma yang mendasar pada hukum lingkungan internasional.

Perubahan ini diikuti oleh perubahan paradigma dalam hukum nasional. Perubahan ini terjadi karena pergeseran cara pandang perusahaan terhadap masyarakat di sekitar wilayah operasional dan lingkungan sekitar.¹ Masyarakat internasional dan

¹ Hasil Deklarasi Stockholm tahun 1982 menunjukkan bahwa perlu ada ongkos lingkungan (*environmental cost*) terhadap usaha pengelolaannya.

masyarakat lokal dalam kaitannya dengan lingkungan memerlukan dana sosial dan pemeliharaan serta perbaikan akibat usaha yang dilakukan di atasnya.

Dana pemeliharaan akibat pencemaran tanah, air, dan udara perlu dibayarkan karena ini adalah eksekusi negatif dari usaha seperti pertambangan, perindustrian, perkebunan dan sebagainya. Masyarakat di sekitar perusahaan merasakan langsung dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan. Mulai dari gejala gatal-gatal, sesak nafas, sampai kepada kematian adalah dampak buruk yang dilakukan oleh perusahaan terhadap penduduk lokalnya. Perusahaan berdalih bahwa mereka telah mengantongi berbagai sertifikat dan izin baik nasional maupun internasional serta memiliki berbagai dokumen seperti *International Standard Organization (ISO) 14001*, AMDAL, SIUP, SITU dan sebagainya namun penduduk lokal belum tentu seluruhnya paham. Mereka hanya akan berpikir bahwa mereka berhak untuk hidup bersih dan sehat disekitar lokasi usaha perusahaan. Tidak peduli dengan syarat formal yang tidak pernah dipatuhi.

Perubahan paradigma ini tentu memerlukan ongkos baru dalam

berproduksi. Ongkos ini terdiri atas persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi terhadap produk usaha. Produksi harus bersih dan tidak merusak lingkungan, sehingga mencapai *continual improvement* bagi pelestarian lingkungan. Ongkos ini adalah tindakan preventif yang amat membantu pelestarian dan perbaikan lingkungan hidup. Semakin besar perhatian perusahaan terhadap lingkungan, semakin tinggi keuntungan yang dapat diperoleh, sebaliknya semakin kecil atensi perusahaan kepada lingkungan menimbulkan keterpurukan bagi perusahaan, akibat benturannya dengan perubahan paradigma hukum internasional di atas.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)

Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau sering disebut *Corporate Social Responsibility* (selanjutnya akan disingkat CSR) sering disebut dengan *corporate responsibility*, *corporate citizenship*, adalah: *responsible business and corporate social performance*.²

Tanggung jawab sosial perusahaan ini dilatarbelakangi konsep *sustainable development* atau **pembangunan berkelanjutan** dalam

² Wood, D. *Corporate Social Performance Revisited*. The Academy of Management Review, Vol. 16, No. 4 (Oct., 1991).

hukum internasional yang dihasilkan dalam konferensi tingkat tinggi dunia tentang lingkungan hidup di Stockholm tahun 1982. Konferensi ini menghasilkan suatu deklarasi yang dikenal dengan Deklarasi Stockholm yang menyuarakan pentingnya untuk melakukan pembangunan berkelanjutan yaitu pembangunan yang tidak melupakan faktor lingkungan sebagai warisan untuk generasi masa datang. Implikasinya bagi perusahaan adalah: perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata hanya berdasarkan faktor keuangan belaka seperti halnya keuntungan atau deviden melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang. Sebuah definisi yang luas oleh *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* yaitu suatu asosiasi global yang terdiri atas sekitar 200 perusahaan yang secara khusus bergerak di bidang pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) menyatakan bahwa: CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat

luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya.³

Menurut konsep ini sebaiknya tercipta keseimbangan antara peningkatan kepentingan perusahaan dengan perhatian terhadap pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas. Komunitas setempat dalam tulisan ini disebut masyarakat lokal di sekitar wilayah operasional perusahaan. CSR bukan hanya sekedar kegiatan amal, di mana CSR mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibat terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan, termasuk masyarakat lokal.

Pengertian CSR dalam pustaka maupun definisi resmi, baik yang dikeluarkan oleh lembaga internasional seperti *The World Bank* maupun *International Organization for Standardization (ISO) 26000*. ISO sendiri saat ini tengah menggodok konsep baru tentang standar CSR yang diperkirakan rampung pada akhir 2009. Standar itu nantinya dikenal dengan nama *ISO 26000 Guidance on Social Responsibility*. Dengan standar ini, pada akhir 2009 hanya akan dikenal satu konsep CSR.

³ *Ibid.*

Aspek Hukum Internasional terhadap Pengaturan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Aturan hukum internasional di beberapa negara mengenai lingkungan hidup dan permasalahan sosial semakin lama akan semakin diterima. Standar internasional tentang lingkungan hidup telah diresepsi ke dalam standar nasional berbagai negara. Hukum nasional bahkan sering melampaui batas kewenangan negara pembuat peraturan tersebut. Misalnya peraturan yang dibuat oleh Uni Eropa sering dijadikan sebagai acuan oleh Negara lain untuk dilaksanakan).⁴

Secara internasional saat ini tercatat sejumlah inisiatif *code of conduct* implementasi CSR. Inisiatif itu diusulkan, baik oleh organisasi internasional independen (seperti *Sullivan Principles, Global Reporting Initiative*), organisasi negara (*Organization for Economic Cooperation and Development/OECD*), juga organisasi non pemerintah (*Caux Roundtables*), dan lain-lain. Sampai dengan awal tahun 2000-an di Indonesia, acuan-nya CSR belum ada, bahkan peraturan tentang pembangunan komunitas (*community development/CD*) saat itu masih dalam bentuk rancangan yang diajukan Departemen Energi dan Sumber Daya

Mineral. Tak heran jika berbagai korporasi sebenarnya berada dalam situasi "bingung" untuk melaksanakan CSR.⁵

CSR sangat erat kaitannya dengan Deklarasi Umum tentang Hak Asasi Manusia (*Universal Declaration of Human Rights*). Deklarasi yang dikukuhkan pada tahun 1948 ini memuat tentang berbagai hal yang berkenaan dengan hak mendasar yang dimiliki oleh manusia serta wajib dijunjung tinggi oleh seluruh negara.

CSR terdapat di dalam *International Covenant On Economic, Social And Cultural Rights* (Kovenan Internasional Tentang Hak-Hak Ekonomi, Sosial Dan Budaya). CSR juga merupakan bentuk perhatian yang terus menerus (*sustainable*), bukan sesuatu yang sifatnya sekali jalan lalu selesai. CSR bahkan seharusnya bersifat pembinaan yang berkesinambungan (*continual improvement*). Hal ini juga didasarkan atas pemahaman bahwa HAM adalah hak dasar yang harus dihormati dan dilindungi secara berkelanjutan: bahwa hak asasi manusia merupakan hak dasar yang secara kodrati melekat pada diri manusia, bersifat universal dan langgeng, dan oleh karena itu, harus dilindungi, dihormati, dipertahankan, dan tidak boleh

⁴ www.wikipedia Indonesia. terakhir diakses 19 Februari 2007.

⁵ Pamadi Wibowo, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Masyarakat*, Associate LabSosio Universitas Indonesia 2007.

diabaikan, dikurangi, atau dirampas oleh siapapun.

Banyak pendukung CSR yang memasukkan CSR sebagai sumbangan sosial dan perbuatan baik belaka atau bahkan hanya dianggap sebagai kedermawanan seperti yang dilakukan oleh *Habitat for Humanity* atau *Ronald McDonald House*, namun sesungguhnya sumbangan sosial merupakan bagian kecil saja dari CSR. Beberapa bentuk CSR yang dilakukan oleh perusahaan multinasional antara lain mengeluarkan uang untuk proyek-proyek kemasyarakatan, pemberian beasiswa dan pendirian yayasan sosial untuk memperkuat merek perusahaan. Kepedulian kepada masyarakat sekitar/relasi komunitas dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dimengerti sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk membuat keseimbangan antara kepentingan beragam pemangku kepentingan eksternal dengan kepentingan pemegang saham, yang merupakan salah satu pemangku kepentingan internal.

Keuntungan Perusahaan Multinasional dengan Tanggung Jawab Sosial Internasional

Hamann dan Acutt,⁶ menelaah motivasi yang mendasari Perusahaan Multinasional menerima konsep CSR. Ada dua motivasi utama, *Pertama* adalah akomodasi, yaitu kebijakan bisnis yang hanya bersifat kosmetik, superficial, dan parsial. CSR dilakukan untuk memberi citra sebagai korporasi yang tanggap terhadap kepentingan sosial. Singkatnya, realisasi CSR yang bersifat akomodatif tidak melibatkan perubahan mendasar dalam kebijakan bisnis korporasi sesungguhnya. *Kedua*, legitimasi, yaitu motivasi yang bertujuan untuk mempengaruhi wacana. Pertanyaan-pertanyaan absah apakah yang dapat diajukan terhadap perilaku korporasi, serta jawaban-jawaban apa yang mungkin diberikan dan terbuka untuk diskusi? Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa motivasi ini berargumentasi wacana CSR mampu memenuhi fungsi utama yang memberikan keabsahan pada sistem kapitalis dan, lebih khusus, kiprah para korporasi

Penelitian Hill,⁷ menemukan bahwa setelah mengontrol variabel-variabel lainnya, perusahaan-perusahaan yang melakukan CSR, pada

⁶ *Ibid.*

⁷ www.gatsoideas.blogspot.com

jangka pendek (3-5 tahun) tidak mengalami kenaikan nilai saham yang signifikan, namun dalam jangka panjang (10 tahun), perusahaan-perusahaan yang berkomitmen terhadap CSR tersebut, mengalami kenaikan nilai saham yang sangat signifikan dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang tidak melakukan praktik CSR.

Skala dan sifat keuntungan perusahaan yang menggunakan CSR dapat berbeda-beda tergantung dari sifat perusahaan tersebut dan amat sulit untuk diukur. Beberapa literatur yang memuat tentang cara mengukur seperti misalnya metode "Empat belas poin *balanced scorecard* oleh **Deming, Orlizty, Schmidt, dan Rynes** menemukan suatu korelasi antara masyarakat dan performa lingkungan hidup dan performa keuangan. Namun bisnis tampaknya tidak menguntungkan apabila diharuskan melaksanakan strategi CSR.⁸

Hasil Survey "*The Millenium Poll on CSR*" (1999) yang dilakukan oleh *Envionics International* (Toronto), *Conference Board* (New York) dan *Prince of Wales Business Leader Forum* (London) di antara 25.000 responden di 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini tentang perusahaan,

60% mengatakan bahwa etika bisnis, praktik terhadap karyawan, dampak terhadap lingkungan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan paling berperan, sedangkan bagi 40% citra perusahaan & *brand image* yang akan paling mempengaruhi kesan mereka. Hanya 1/3 yang mendasari opininya atas faktor-faktor bisnis fundamental seperti faktor finansial, ukuran perusahaan, strategi perusahaan, atau manajemen. Lebih lanjut, sikap konsumen terhadap perusahaan yang dinilai tidak melakukan CSR adalah ingin "menghukum" (40%) dan 50% tidak akan membeli produk dari perusahaan yang bersangkutan dan/atau bicara kepada orang lain tentang kekurangan perusahaan tersebut.⁹

Kelangsungan suatu usaha tak hanya ditentukan oleh tingkat keuntungan, tapi juga tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). CSR dapat mencegah dampak sosial lebih buruk, baik langsung atau tidak langsung, atas kelangsungan usaha, karena gesekan dengan komunitas sekitar CSR juga merupakan bagian dari pembagunan citra perusahaan (*Corporate Image Building*).

Bentuk keuntungan CSR ini adalah *pertama*, keuntungan sumber daya manusia. Program CSR dapat dilihat sebagai suatu pertolongan

⁸ www.wikipedia.co.id. Terakhir diakses tanggal 19 Februari 2007.

⁹ www.wikipedia.co.id terakhir diakses 19 Februari 2007.

dalam bentuk rekrutmen tenaga kerja dan mempekerjakan masyarakat sekitar, terutama sekali dengan adanya persaingan kerja di antara para lulusan sekolah. CSR dapat juga digunakan untuk membentuk suatu atmosfer kerja yang nyaman di antara para staf, terutama apabila mereka dapat dilibatkan dalam "Penyisihan gaji" dan aktivitas "Penggalangan dana" ataupun sukarelawan.

Kedua, keuntungan manajemen risiko. Manajemen resiko merupakan inti dari strategi perusahaan. Reputasi yang dibentuk dengan susah payah selama bertahun-tahun dapat musnah dalam sekejap melalui insiden seperti skandal korupsi atau skandal lingkungan hidup. CSR dapat mengatasi semua ini dengan memberikan perhatian lebih kepada masyarakat lokal di sekitar wilayah operasional. CSR dapat menghindarkan perusahaan dari kejaran pengadilan, pemerintah dan media massa. Artinya perusahaan juga mengurangi *cost production*.

Ketiga, membedakan merek. CSR dapat berperan untuk menciptakan loyalitas konsumen atas dasar nilai khusus dari etika perusahaan. Masyarakat lokal akan memberikan empati terhadap usaha perusahaan yang disalurkan melalui CSR. Merek perusahaan akan melekat kuat atas perhatian yang mendalam pada lingkungan masyarakat lokalnya.

Keempat, izin usaha. Melalui CSR perusahaan dapat meyakinkan

pemerintah dan masyarakat luas bahwa mereka sangat serius dalam memperhatikan masalah kesehatan dan keselamatan, diskriminasi atau lingkungan hidup. Perusahaan yang membuka usaha di luar negara asalnya dapat memastikan bahwa mereka diterima dengan tangan terbuka selaku warga perusahaan yang baik dengan memperhatikan kesejahteraan tenaga kerja dan akibat terhadap lingkungan hidup serta perhatian terhadap masyarakat lokal, sehingga dengan demikian keuntungan yang menyolok dan gaji dewan direksinya yang sangat tinggi tidak dipersoalkan.

Kelima, motif perselisihan bisnis. Perselisihan bisnis kadang dapat dihindari dengan CSR yang terus menerus kepada masyarakat sekitar. Akan ada kepercayaan bahwa program CSR seringkali menghilangkan perhatian masyarakat atas masalah etika dari bisnis utama perseroan yang terkadang bersifat negatif.

Kesimpulan

1. Program CSR merupakan pengejawantahan pelaksanaan hukum internasional terutama hukum lingkungan internasional dan hukum internasional tentang hak asasi manusia terutama *political, social and economical rights*.
2. Perusahaan multinasional (*multi national corporation*) memiliki tanggung jawab sosial terhadap

masyarakat di negara sekitar lokasi usaha.

3. Keuntungan yang diperoleh perusahaan multi Nasional setelah melaksanakan bisnis CSR antara lain: Sumber daya manusia meningkat, Manajemen risiko terkendali dan merek semakin terkenal.

Daftar Pustaka

Pamadi Wibowo. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan*

Masyarakat. Associate Lab-Sosio Universitas Indonesia, 2007.

Wood, D. *Corporate Social Performance Revisited*. The Academy of Management Review, Vol. 16, No. 4 (Oct., 1991).

Deklarasi Stockholm Tahun 1982.

www.dephukham.go.id.

www.gatosoideas.blogspot.com

www.republika.co.id

www.waspada.co.id

www.wikipedia.co.id