**KEBIJAKAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

**DAN PENGARUHNYA TERHADAP DAYA SAING**

**PERUSAHAAN**

****

Disusun untuk memenuhi syarat Penulisan Tesis di Magister Ilmu Hukum

Oleh :

**CHRISNA ADI WINATA**

**NPM.7223800043**

PROGRAM STUDI MAGISTER HUKUM

PROGRAM PASCA SARJANA

UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL

TAHUN 2025

**KEBIJAKAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

**DAN PENGARUHNYA TERHADAP DAYA SAING**

**PERUSAHAAN**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS**

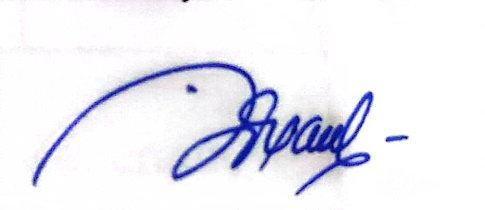
Diajukan Oleh:

Chrisna Adi Winata

NPM.7223800043

Telah diperiksa dan Disetujui oleh Dosen Pembimbing

Tegal, 12 Februari 20205

Pembimbing I Pembimbing II



**Dr. Sanusi, S.H.,M.H Dr.Soesi Idayanti.S.H.,M.H**

NIDN. 0609086202 NIDN.06270864

Mengetahui

Direktur Pascasarjana

**Dr. Fajar Ari Sudewo S.H.,M.H**

NIDN.0606066001

**PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS**

Tesis dengan judul “Kebijakan Corporate Social Responcibility dan Pengaruhnya Tehadap Daya Saing Perusahaan, karya :

Nama : Chrisna Adi Winata

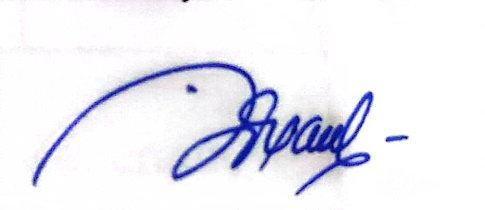
NPM : 7223800043

Program Studi : Magister Hukum

Telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian tesis.

Tegal, 12 Februari 2025

Pembimbing I Pembimbing II

****

**Dr. Sanusi, S.H.,M.H Dr.Soesi Idayanti.S.H.,M.H**

NIDN. 0609086202 NIDN.0627086403

Mengetahui

Direktur Pascasarjana

**Dr. Fajar Ari Sudewo S.H.,M.H**

NIDN.0606066001

##### PENGESAHAN UJIAN TESIS

Tesis dengan judul “Kebijakan Corporate Social Responcibility dan Pengaruhnya Tehadap Daya Saing Perusahaan” karya:

Nama : Chrisna Adi Winata

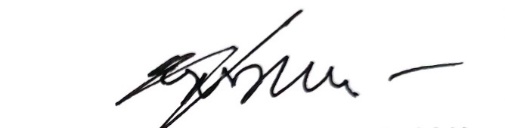
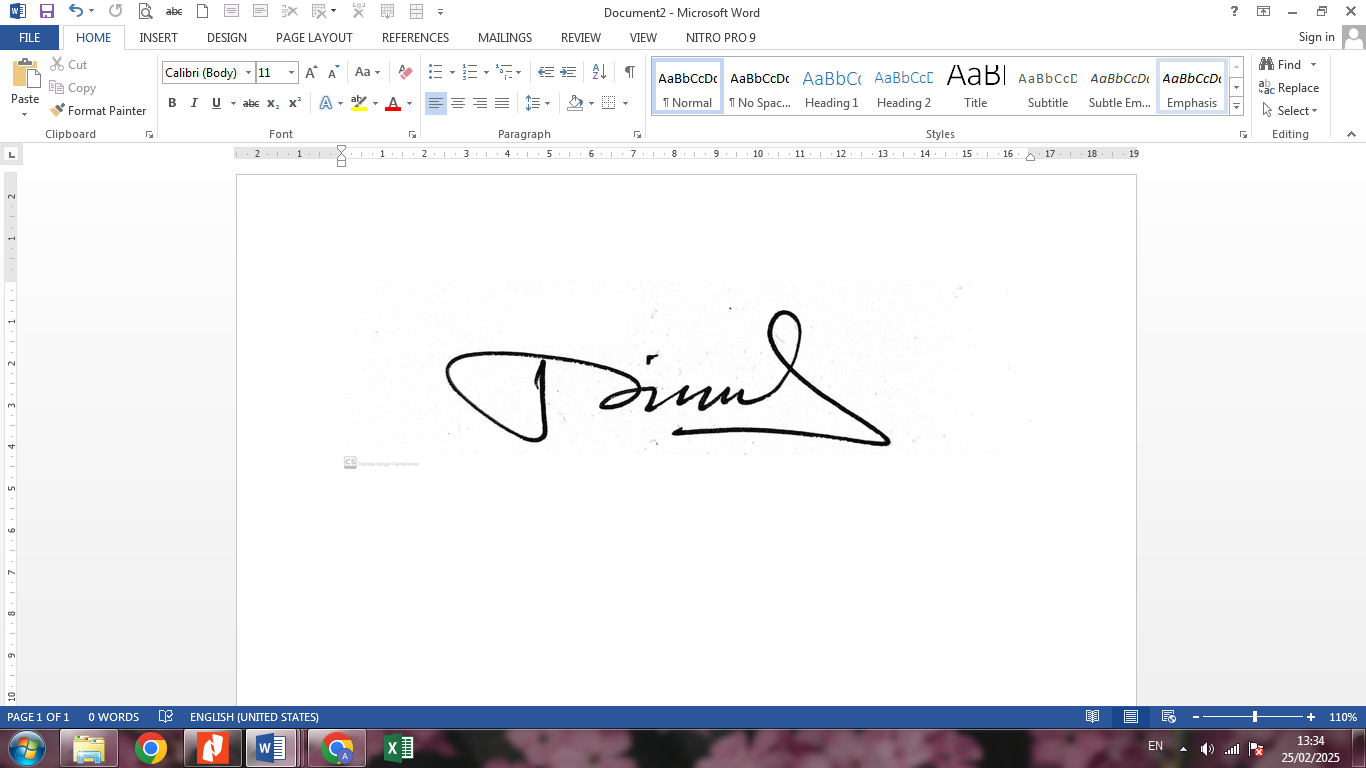
NPM : 7223800043

Program Studi : Magister Ilmu Hukum

telah dipertahankan dalam sidang panitia ujian tesis Pascasarjana Universitas Pancasakti Tegal pada hari …………, tanggal …. …………… 2025

Tegal, Febuari 2025

Panitia Ujian

Ketua, Sekretaris,

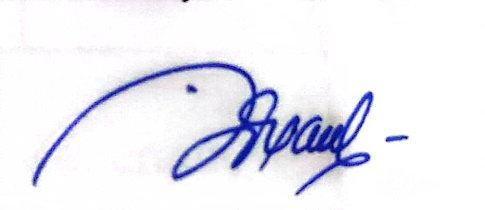
**Dr. Taufiqulloh, S.Pd., M.Hum Dr. Fajar Ari Sudewo, S.H., M.H**

NIDN. 0615087802NIDN. 0606066001

Penguji Utama,

**Dr. Moh. Khamim, S.H., M.H**

NIDN. 0617026101

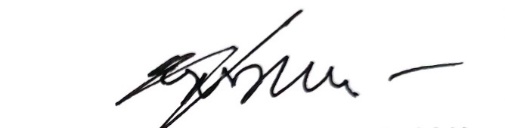
Penguji I, Penguji II,

**Dr. Sanusi, S.H., M.H Dr.Soesi Idayanti.S.H.,M.H**

NIDN. 0609086202 NIDN.0627086403



Mengetahui,

Direktur Pascasarjana, Ketua Program Studi,

**Dr. Fajar Ari Sudewo, S.H., M.H. Dr. Sanusi, S.H., M.H.**

NIDN. 0606066001 NIDN. 0609086202

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

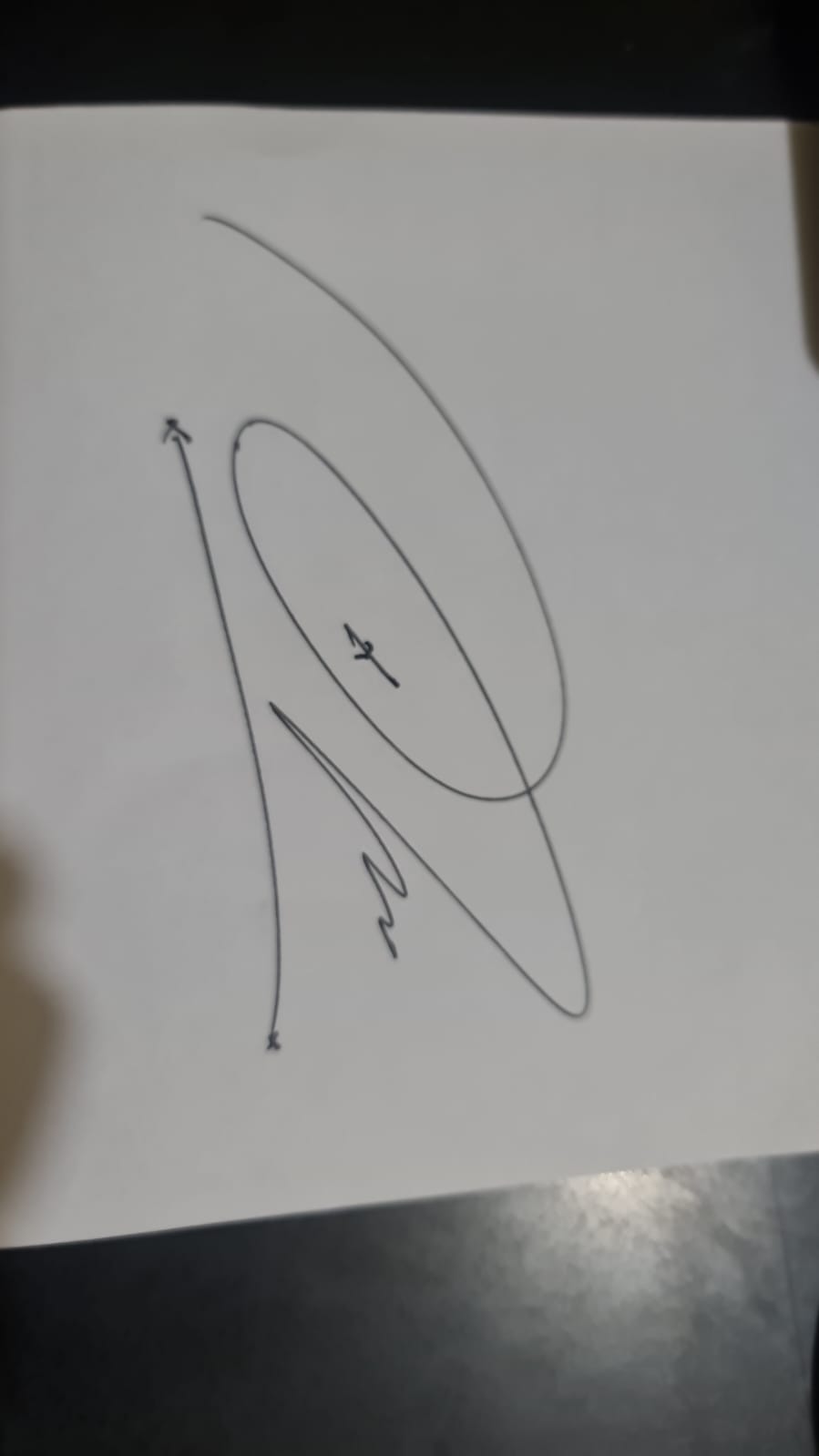
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chrisna Adi Winata

NPM : 7223800043

Jenjang : Magister Ilmu Hukum

Menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Bila ternyata dikemudian hari diketahui ada yang tidak sesuai, maka saya siap menanggung akibatnya.

 Tegal, 12 Februari 2025

 Yang menyatakan,

Chrisna Adi Winata

**ABSTRAK**

Chrisna Adi Winata, 2025. Kebijakan Corporate Social Responcibility dan Pengaruhnya Tehadap Daya Saing Perusahaan. Program Studi Magister Ilmu Hukum, Program Pascasarjana Universitas Pancasakti Tegal. Pembimbing I Dr.Sanusi.S.H.,M.H. Pembimbing II Dr.Soesi Idayanti S.H.,M.H.

**Kata kunci**: Corporate Social Responsibility (CSR), kebijakan, daya saing Perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan kebijakan strategis yang diterapkan oleh perusahaan untuk memenuhi tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi kebijakan CSR serta pengaruhnya terhadap daya saing perusahaan.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengkaji kebijakan *Corporate Social Responsibility* dan pengaruhnya terhadap daya saing Perusahaan dan Untuk menganalisis implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh Perusahaan terhadap daya saing Perusahaan.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi literatur dan analisis kasus pada beberapa perusahaan yang telah menerapkan CSR secara aktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan CSR yang efektif dapat meningkatkan citra perusahaan, membangun loyalitas pelanggan, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, serta memberikan keunggulan kompetitif dalam jangka panjang. Selain itu, implementasi CSR yang terintegrasi dengan strategi bisnis mampu menciptakan nilai tambah yang tidak hanya berdampak pada keberlanjutan sosial dan lingkungan, tetapi juga meningkatkan profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu, CSR bukan hanya sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga sebagai faktor kunci dalam meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global.

**ABSTRACT**

Chrisna Adi Winata, 2025. Corporate Social Responsibility Policy and Its Influence on Company Competitiveness. Master of Law Study Program, Postgraduate Program, Pancasakti University, Tegal. Supervisor I Dr. Sanusi. S.H., M.H. Supervisor II Dr. Soesi Idayanti S.H., M.H.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), policy, Company competitiveness.*

Corporate Social Responsibility (CSR) is a strategic policy implemented by companies to fulfill their social responsibilities towards society and the environment. This study aims to analyze the implementation of CSR policies and their influence on company competitiveness.

The purpose of this study is to examine Corporate Social Responsibility policies and their influence on company competitiveness and to analyze the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) programs by companies on company competitiveness.

The research method used is a qualitative approach with literature studies and case analysis of several companies that have actively implemented CSR.

The results of the study show that effective CSR policies can improve the company's image, build customer loyalty, strengthen relationships with stakeholders, and provide long-term competitive advantages. In addition, the implementation of CSR that is integrated with business strategy is able to create added value that not only has an impact on social and environmental sustainability, but also increases the company's profitability. Therefore, CSR is not only a form of compliance with regulations, but also a key factor in increasing the company's competitiveness in the global market.

**KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik yang berjudul’ “ Kebijakan Corporate Social Responcibility dan Pengaruhnya Tehadap Daya Saing Perusahaan”. Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bantuan dan dorongan berbagai pihak yang kepadanya patut diucapkan terima kasih. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Taufiqulloh, M.Hum selaku Rektor Universitas Pancasakti Tegal.
2. Dr. Fajar Ari Sadewo, SH.,MH selaku Direktur Pasca Sarjana Universitas Pancasakti Tegal,
3. Dr. Sanusi, SH.,MH selaku Ketua Program Studi Magister Hukum Universitas Pancasakti Tegal.
4. Muhammad Wildan, SH.,MH selaku Sekretaris Program Studi Magister Hukum Universitas Pancasakti Tegal.
5. Dr. Sanusi, SH.,MH (Dosen Pembimbing I), dan Dr. Soesi Idayanti, SH,.MH (Dosen Pembimbing II) yang telah berkenan memberikan bimbingan dan arahan pada penulis dalam penyusunan Tesis ini.
6. Segenap Dosen Magister Hukum Universitas Pancasakti Tegal yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan pada penulis sehingga bisa menyelesaikan studi Strata 2. Mudah-mudahan mendapatkan balasan dari Allah SWT, sebagai amal shalih.
7. Segenap staff administrasi/karyawan Universitas Pancasakti Tegal khususnya di Magister Hukum yang telah memberikah layanan akademik dengan sabar dan ramah.
8. Orang tua, serta teman-teman penulis yang memberikan dorongan moril pada penulis dalam menempuh studi, dan semua pihak yang memberikan motivasi dalam penyusunan Tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan mereka dengan balasan yang lebih dari yang mereka berikan kepada penulis. Akhirnya hanya kepada Allah SWT, penulis berharap semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, dan pembaca umumnya.

Tegal, 12 Februari 2025

Penulis

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL i

LEMBAR PERSETUJUAN iii

HALAMAN PENGESAHAN iv

PERNYATAAN v

ABSTRAK vi

ABSTRACT vii

KATA PENGANTAR viii

DAFRAR ISI x

BAB I. PENDAHULUAN 1

1. Latar Belakang Masalah 1
2. Rumusan Masalah 4
3. Tujuan Penelitian 4
4. Manfaat Penelitian 4
5. Originalitas Penelitian 5
6. Kerangka Konseptual 8
7. Sistematikai 10

BAB II. TINJAUAN KONSEPTUAL 12

1. Tinjauan Umum Tentang Perusahaan 12
2. Tinjauan Tentang Perusahaan 16
3. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan 26
4. Kebijakan Hukum dan Konsep CSR 43
5. Landasan Teori 64
6. Teori Legitimasi 64
7. Teori CSR 65
8. Teori StakeHolder 67

BAB III METODE PENELITIAN 74

1. Jenis Penelitian 74
2. Pendekatan Penelitian 74
3. Metode Pengumpulan Data 74
4. Metode Analisis data 75

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 76

1. Kebijakan Corporate Social responsibility dan Pengaruhnya

Terhadap Daya Saing Perusahaan 76

1. Implementasi Program CSR oleh Perusahaan terhadap Daya Saing Perusahaan 82
2. Manfaat Corporate Sosil Responsibiliti 84
3. CSR dan Strategi Daya Saing Perusahaan 89
4. Implementasi CSR dalam Strategi Daya Saing Perusahaan 90
5. Penegakan Hukum Penerapan CSR 94
6. Penegakan Hukum dalam Penerapan CSR 94

BAB V. PENUTUP 97

1. Simpulan 97
2. Saran 98

BAB VI DAFTAR PUSTAKA 99

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah.**

Aktifitas oleh seseorang secara normal harus dapat dipertanggung jawabkan, baik terhadap diri sendiri, maupun pihak lain. Hal itu dimaksudkan untuk menjaga keharmonisan dan kelangsungan interaksi social pada lingkungannya. Demikian juga dengan perusahaan yang memiliki entitas luas, di lingkungannya maupun pada komunitasnya pada kegiatan usahanya. Aktifitas perusahaan harus dipertanggung jawabkan terhadap karyawan, pemilik saham, customer, pemerintah, dan juga masyarakat umum. Bentuk pertanggung jawaban tersebut adalah dengan melakukan program-progam bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungannya. Hal itulah yang dikenal dengan Corporate Social Responsibility (CSR). Jadi, CSR adalah bentuk pertanggung jawaban yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan terhadap semua pihak di dalamnya dengan menerapkan program yang menguntungkan (Gramedia, 2024).

Pada hakikatnya, keberadaan suatu badan usaha di suatu wilayah akan sangat memengaruhi kehidupan masyarakat setempat dan ekosistem lingkungan di sekitarnya. Kehadiran suatu badan usaha selain dapat menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan taraf hidup, juga dapat menimbulkan kerusakan dan pencemaran lingkungan. Banyak perusahaan yang mengabaikan hal ini, yang sering kali menimbulkan masalah sosial yang berujung pada komplikasi hukum. Mereka meyakini bahwa semua kehidupan memerlukan keseimbangan agar dapat bertahan dan berkembang, termasuk perusahaan. Kehidupan tidak dapat dijalani secara sendiri-sendiri, melainkan memerlukan ekosistem yang saling menguntungkan. Keberhasilan suatu badan usaha dalam jangka panjang tidak hanya bergantung pada sumber daya finansial, tetapi juga pada komitmen karyawan, pelanggan, masyarakat setempat, dan lingkungan, yang semuanya berperan dalam keberhasilannya, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Seiring dengan berjalannya waktu dan perubahan iklim berusaha, secara perlahan-lahan orang makin menyadari bahwa yang dibutuhkan oleh perusahaan sesungguhnya adalah keberlanjutan perusahaan untuk jangka panjang, tidak sekedar mencari keuntungan atau profitability. Oleh karenanya perlu dilakukan pemberdayaan berbagai sumber daya yang ada sebagai bentuk komitmen dan pertanggung jawaban perusahaan untuk melindungi “ekosistim” perusahaan tersebut agar semua aktifitas perusahaan dapat berjalan dengan baik sehingga memberikan kontribusi bagi kelangsungan hidup perusahaan. Corporate Social Responsibility (CSR) adalah ide atau tindakan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mengambil tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar. Tanggung jawab ini merupakan bentuk hubungan timbal balik antara perusahaan dan masyarakatnya.

Berdirinya suatu badan usaha atau perusahaan sudah diketahui secara luas berpotensi menimbulkan kerusakan lingkungan. Oleh karena itu, melalui program CSR ini, perusahaan berupaya untuk mengurangi atau menghilangkan sama sekali kerusakan lingkungan tersebut. Program CSR dirancang sebagai suatu rencana perusahaan untuk menjawab kebutuhan dan kepentingan para pemangku kepentingannya (Gramedia, 2024). Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh J.G. Dalam jurnal berjudul Beyond Corporate Social Responsibility, Oil Multinationals and Social Challenges, Frynas menekankan pentingnya CSR bagi perusahaan. Hal tersebut dikutip oleh Meilanny Budiarti S. dan Santoso Tri Raharjo (Budiarti & Raharjo, 2014, hlm. 14).

1. Memenuhi peraturan,

2. bagian dari suatu investasi

3. merupakan komponen dari rencana bisnis perusahaan.

4. Mendapatkan izin operasional dari masyarakat setempat, atau izin operasional,

5. Mengambil tanggung jawab atas risiko yang terkait dengan bisnis dapat membantu mengurangi dan mencegah konflik sosial.   
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) mengacu pada produk sosial yang diatur oleh undang-undang dan peraturan lainnya. Tujuan pengaturan CSR adalah untuk membangun hubungan perusahaan yang adil, setara, dan sesuai dengan nilai, norma, dan budaya setempat. Program CSR ini tidak wajib dilaksanakan oleh semua perusahaan. Perusahaan yang bergerak di sektor sumber daya alam atau industri terkait diwajibkan untuk melaksanakan program tanggung jawab sosial perusahaan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 47: 2007: 74).

Program CSR tentu saja memiliki muatan-muatan strategis dalam rangka meningkatkan daya saing perusahaan di dalam market place. Salah satu manfaat CSR bagi perusahaan adalah untuk memberikan citra baik kepada masyarakat sehingga konsep *promotion branding* yang dikemas dalam berbagai program CSR dapat dengan mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat, dan proses keberlangsungan jangka panjang serta branding perusahaan lebih mudah dikalkulasi.

1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan di atas, peneliti telah merumuskan permasalahan yang timbul terkait kenakalan remaja yang semakin meluas, sebagai berikut :

1. Bagaimana kebijakan *Corporate Social Responsibility* dan pengaruhnya terhadap daya saing Perusahaan ?
2. Bagaimana implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh Perusahaan terhadap daya saing Perusahaan ? .
3. **Tujuan Penelitian.**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diuraikan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengkaji kebijakan *Corporate Social Responsibility* dan pengaruhnya terhadap daya saing Perusahaan ?
2. Untuk menganalisis implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh Perusahaan terhadap daya saing Perusahaan ? .
3. **Manfaat Penelitian.**

Penulis berharap penelitian ini akan menghasilkan pandangan-pandangan baru yang dapat dijadikan kajian ilmiah dalam ilmu hukum khususnya hukum pidana, baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Manfaat Teoritis.

Meskipun bukan merupakan hal baru, CSR merupakan hal menarik sebagai bahan penelitian dan kajian ilmiah karena di dalamnya mengandung berbagai aspek kehidupan manusia yang senantiasa tumbuh dan berkembang, termasuk aspek hukum. Oleh karenanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan keilmuan dan feed back dalam ilmu pengetahuan hukum. Selain itu hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan pembanding bagi penelitian yang akan datang. Meskipun bukan merupakan hal baru,

1. Manfaat Praktis.

Banyak orang belum memahami tentang CSR, temasuk tentang maksud dan tujuan yang ingin dicapainya. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi para pihak yang terlibat baik langsung maupun tidak langsung dalam program Corporate Social Responsibility (CSR) agar dapat diperoleh pemahaman yang baik tentang maksud dan tujuan CSR.

1. **Originalitas Penelitian**

Beberapa penelitian dengan tema sejenis yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, diantaranya :

1. Kartika Hendra Titisari***,*** Tesis untuk Program Magister Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta pada tahun 2008 berjudul Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Perusahaan.

Penelitian ini mencoba menganalisa sejauh mana CSR berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, dan bagaimana pemahaman investor terhadap kebijakan CSR serta implementasinya di masyarakat.

Penelitian ini lebih menitik beratkan pada prinsip ekonomi terkait kebijakan CSR yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman dan persepsi investor terhadap kebijakan CSR masih rendah, sehingga implementasinya juga masih sebatas retorika dan hanya menjadi bagian dari iklan perusahaan.

Barangkali ada kemiripan dengan materi pokok yang dibahas dalam penelitian yang penulis lakukan. Perbedaannya adalah sudut pandang dan dasar analisa yang digunakan. Penelitian ini dilakukan dalam dalam lingkup disiplin ilmu ekonomi, sedangkan penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian hukum.

1. Iswadi Amiruddin***, “***Tesis Magister Ilmu Administrasi Publik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, Makassar, 2020, tentang Efek Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Ceria Nugraha Indotama Dalam Pemberdayaan Masyarakat di Kecamatan Wolo, Kabupaten Kolaka.”

Penelitian ini merupakan studi kasus terhadap imlementasi penerapan program CSR pada PT. Ceria Nugraha Aditama, menyangkut perencanaan dan pelaksanaannya di lapangan.

Penelitian tersebut adalah penelitian social yang mengupas tentang dampak yang timbul akibat pelaksanaan program CSR yang tidak disertai dengan perencanaan anggaran yang baik dan penentuan program yang tidak sesuai.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa program CSR pada PT. Ceria Nugraha Aditama belum diimplementasikan dengan baik. Berbagai program yang direncanakan bersama masyarakat belum banyak dilaksanakan karena terbentur masalah anggaran. Sementara program yang sudah dilaksanakan belum mampu memberikan dampak positip karena dianggap tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekitar yang sebagian besar merupakan nelayan.

Berbeda dengan penelitian hukum yang penulis lakukan karena penulis lebih focus pada analisa tentang bagaimana program CSR ini dapat memberi nilai tambah dan meningkatkan daya saing perusahaan.

1. Hasan Asy’ari, “*Implementasi Corporate Social Responsibilty (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada PT. Newmont* , Tesis Magister Ilmu Hukum Program Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro Semarang, 2009.”

Tesis ini mengupas tentang penerapan CSR pada PT. Newmont Semarang, yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh implementasi CSR yang telah dilakukan oleh Perusahaan, beserta dengan kendala-kendalanya.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa Perusahaan telah menerapkan CSR sebagai bukti kepeduliannya terhadap kondisi masyarakat dan lingkungannya. Upaya yang dilakukan pihak Perusahaan diantaranya dengan memberikan bantuan pendidikan, kesehatan, infrastruktur, dan sebagainya. Meskipun demikian masih terdapat kendala berupa pencemaran dan kerusakan lingkungan yang masih harus ditangani bersama dengan melibatkan berbagai unsur masyarakat dan pemerintah daerah setempat.

Penelitian tersebut merupakan penelitian hukum yang bersumber pada respon negative penerapan CSR yang tidak terintegrasi sehingga menimbulkan persoalan hukum.

Berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan yang lebih focus pada persoalan hukum terkait dengan pelaksanaan program CSR yang berujung pada peningkatan daya saing perusahaan.

1. **Kerangka Konseptual.**

Kerangka konseptual adalah suatu bentuk pola pikir yang disusun secara sistimatis sebagai dasar pendekatan dalam memecahkan suatu permasalahan. Kerangka konseptual berupa susunan konstruksi logika berpikir untuk menjelaskan suatu variable yang akan diteliti (Komaruddin dan Yooke : 2000 : 122).

Terdapat beberapa peraturan relevan sebagai kerangka konseptual untuk diteliti dan dikaji dalam penelitian ini, yaitu :

1. Politik Hukum.

Hukum yang berlaku di suatu wilayah dan bagaimana aturan itu akan berkembang disebut politik hukum. Hukum adalah kumpulan aturan dan sanksi yang dirancang untuk mengontrol perilaku manusia dan memastikan keadilan dan ketertiban.

Di dalam tata kehidupan masyarakat akan selalu terjadi interaksi social yang dapat menimbulkan persoalan hukum jika dibiarkan tanpa batas. Oleh karenanya dibutuhkan kaidah-kaidah atau aturan-aturan yang membatasi dan mengendalikan perilaku manusia yang bersifat mengikat dan memaksa dengan sanksinya.

1. Perusahaan.

“ Pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1997 Tentang Dokumen Perusahaan”, “*Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan memperoleh keuntungan dan atau laba, baik yang diselenggarakan oleh peroragan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia”.*

Meskipun terdapat banyak pengertian yang berbeda tentang perusahaan, namun pada dasarnya substansi perusahaan diartikan sama, yaitu suatu aktifitas usaha yang bertujuan untuk mendapat keuntungan (Sri Redjeki Hartono : 2000 : 4).

Di dalam menjalankan aktifitasnya, suatu perusahaan memiliki kepentingan langsung dengan lingkungan sekitarnya, seperti tersedianya tenaga kerja, infrastruktur yang memudahkan lalu lintas usahanya, maupun sarana pembuangan limbah perusahaan. Oleh karenanya tidak jarang suatu perusahaan bersinggungan, baik secara social maupun secara hukum dengan masyarakat di sekitarnya. Harus diakui bahwa hadirnya sebuah perusahaan akan membawa dampak social bagi lingkungannya. Oleh karenanya dibutuhkan saling pengertian dan kerjasama antara yang satu denganyang lainnya.

1. *Corporate Social Liability* (CSR).

CSR merupakan produk hukum yang dimaksudkan sebagai upaya untuk menyeimbangkan dua kepentingan berbeda dalam dunia usaha. CSR adalah program social yang dijalankan oleh Perusahan sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dalam rangka mencipatakan keharmonisan hubungan antara Perusahaan dan lingkungan sekitarnya. Bentuk tanggung jawab perusahaan tidak hanya sekedar memperbaiki atau mengganti kerusakan yang ditimbulkan olehnya, melainkan bisa dilakukan dengan memberikan atau membuatkan program-program yang bermanfaat bagi masyarakat. Secara politis CSR akan sangat menguntungkan Perusahaan, karena secara tidak langsung dengan menjalankan program CSR ini sebuah perusahaan akan mendapatkan kemudahan atau privilege dalam menjalankan usahanya dari masyarakat sekitarnya. Begitupun pemerintah akan memberikan penilaian positip terhadap itikad baik perusahaan yang memiliki kepedulian dan taggung jawab social. Disisi lain labelisasi dan peningkatan branding bagi perusahaan yang mejalankan program CSR akan mendongkrak kemampuannya dalam persaingan usaha.

1. **Sistimatika Penulisan.**

Penulisan Tesis terdiri 5 (lima) Bab, yang terdiri dari :

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penulisan, Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian dan Sistimatika Penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini menyajikan landasan teori yang digunakan baik berupa pendapat para ahli maupun doktrin-doktrin hukum yang terdapat di dalam peraturan perundang-undangan sebagai bahan kajian dalam merumuskan masalah-masalah yang akan dibahas.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini akan menguraikan tentang temuan-temuan yang didapat selama penelitian beserta pembahasannya untuk mendapatkan titik temu atau jawaban atas permasalahan yang dibahas.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab V Penutup

Bab ini merupakan penutup dari rangkaian penelitian dan pembahasan yang dituangkan dalam kesimpulan serta saran-saran.

**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

1. **Landasan Konseptual .**
2. **Tinjauan Umum Tentang Perusahaan:**

Hukum Dagang menggunakan istilah "perusahaan" sebagai pengganti istilah "pedagang" setelah “Staatblad 1938-276 mulai berlaku pada 17 Juli 1938” (Sutantya,2019:3). Menurut R. Soekardono (1983: 19), istilah "perusahaan" mencakup makna yang lebih luas daripada sekadar "pedagang/perbuatan dagang". KUHD sering menggunakan istilah "perusahaan" sebagai definisi ekonomi. Namun, KUHD tidak menjelaskan atau mendefinisikan apa itu "perusahaan" (Sentosa Sembiring.2006:12). “Undang-undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan” adalah undang-undang pertama yang menggunakan istilah "perusahaan" secara yuridis. Sebelum ini, tidak ada undang-undang lain yang mendefinisikan "perusahaan". Para ahli hukum membuat definisi

*“Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus, dan didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah negara Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba”.*

Definisi Perusahaan lainnya ada pada :

1. “Pasal 1 angka (4) Undang-undang Nomor 3 Tahun 1992 tentang Jaminan Sosial Tenaga Kerja”, menyebutkan bahwa :

*“perusahaan adalah setiap bentuk badan usaha yang mempekerjakan tenaga kerja dengan tujuan mencari untung atau tidak, baik milik swasta maupun milik negara”.*

1. “Pasal 1 angka (1) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan, Pasal 1 angka (1)”, menyebutkan bahwa :

*“Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan memperoleh keuntungan dan/atau laba, baik yang diselenggarakan oleh orang perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia”.*

1. “Pasal 1 angka (6) huruf (a), Undang-undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan”, memberikan definisi:

“*Setiap bentuk usaha yang berbadan hukum atau tidak, milik orang perseorangan, milik persekutuan atau badan hukum, baik milik swasta maupun milik negara yang mempekerjakan pekerja/buruh dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain”.*

Definisi ini menyoroti berbagai kesamaan dalam faktor-faktor utama yang diperlukan untuk memahami sebuah perusahaan. Faktor-faktor ini meliputi keberadaan kegiatan usaha yang dilakukan oleh badan hukum dan non-hukum, serta terus-menerus mencari keuntungan finansial atau laba. Jika seseorang menjalankan usaha tanpa membentuk badan usaha, itu dianggap sebagai pekerjaan, bukan pekerjaan. Di sisi lain, bisnis juga dapat disebut sebagai "pelaku ekonomi" atau "pelaku usaha". Pelaku bisnis atau melakukan bisnis. Istilah "pelaku usaha" adalah orang yang melakukan atau menjalankan kegiatan ekonomi, yang dapat mencakup membuat barang dan jasa (Sri Redjeki Hartono, 2007, 97).

Menurut “Pasal 1 angka (1) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”, disebutkan bahwa: “Pelaku usaha adalah orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyeleggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”. Berdasarkan penjelasan pasal tersebut, pelaku usaha mencakup berbagai badan usaha seperti korporasi, badan usaha milik negara, importir, pedagang, distributor, dan berbagai badan usaha lainnya. Dengan demikian, lanskap usaha tidak hanya mencakup produsen dan pabrik yang memproduksi barang dan jasa. Namun, juga melibatkan mitra seperti agen distributor dan jaringan yang bertugas mendistribusikan dan mempromosikan produk tersebut kepada masyarakat, yang selanjutnya menjadi konsumen (Gunawan Widjaya dan Ahmad Yani, 2003:5). Istilah "perusahaan" dapat didefinisikan dengan berbagai cara, tetapi secara umum mengacu pada badan usaha yang secara konsisten memproduksi barang atau jasa dengan tujuan memperoleh laba. Para ahli memberikan banyak definisi selain definisi yang ditetapkan oleh berbagai undang-undang, berdasarkan interpretasi mereka sendiri.

Menurut Mollengraaff, perusahaan adalah suatu usaha yang terpadu dan terus-menerus untuk menghasilkan pendapatan melalui kegiatan-kegiatan seperti membeli dan menjual barang, mengirimkan produk, dan membuat perjanjian dagang (R. Soekardono, 1983: 19). Menurut Abdulkadir Muhammad (2002: 8), Polak berpendapat bahwa suatu perusahaan baru dapat dianggap beroperasi apabila perhitungan laba rugi telah selesai dan dicatat dalam pembukuan (Abdulkadir Muhammad, 2002: 8). Menurut para pembuat undang-undang, perusahaan adalah suatu kegiatan yang teratur, terbuka, dan dalam keadaan tertentu, yang dilakukan dengan maksud untuk memperoleh laba (HMN). (Purwosutjipto, 1999: 2)

Salah satu aspek definisi perusahaan adalah adanya kegiatan ekonomi yang dilakukan dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Pada dasarnya, kegiatan menjalankan perusahaan dianggap sebagai kegiatan ekonomi, menurut Sri Redjeki Hartono (Sri Redjeki Hartono, 2000:4). Kegiatan ini didefinisikan sebagai kegiatan yang dimaksud harus dilakukan dalam tiga cara:

a) secara konsisten dan tidak terputus-putus;

b) secara terbuka; dan

c) untuk mendapatkan keuntungan,

Berdasarkan pemahaman ini, perusahaan yang bersifat sosial sebagaimana didefinisikan dalam “Undang-undang Ketenagakerjaan dan Undang-undang tentang Jaminan Sosial Tenaga Kerja” hanya "disamakan" daripada "tidak sama" dengan definisi perusahaan umum. Karena pada dasarnya tujuan utama setiap bisnis adalah untuk mendapatkan keuntungan atau laba.

Menurut M. Manullang (M. Manullang: 1997:59), perusahaan didefinisikan sebagai suatu unit produksi yang memanfaatkan sumber daya ekonomi untuk menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat, dengan tujuan memperoleh laba dan memenuhi kebutuhan masyarakat, sebagaimana beberapa definisi yang telah ditetapkan. Faktor-faktor produksi sering disebut sumber daya ekonomi, dan dapat dikategorikan sebagai: tenaga kerja (man), modal (money), bahan baku (materials), dan teknik (*methods*).

Pengertian perusahaan menurut “Undang-Undang Ketenagakerjaan dan Undang-Undang Jaminan Sosial Tenaga Kerja” berbeda. Menurut kedua peraturan tersebut, perusahaan dapat memiliki misi sosial dan tidak selalu mengutamakan mencari laba. “Menurut Pasal 1 angka 6 huruf (b) Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan,” perusahaan didefinisikan sebagai "badan usaha sosial dan badan usaha lainnya yang mempunyai pengurus dan mempekerjakan orang lain dengan membayar upah atau imbalan dalam bentuk lain." Selain itu, “Pasal 1 angka (4) Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1992 tentang Jaminan Sosial Tenaga Kerja mendefinisikan perusahaan adalah setiap badan usaha yang mempekerjakan tenaga kerja, dengan atau tanpa tujuan mencari keuntungan, baik milik swasta maupun milik publik.”

1. **Hukum Perusahaan.**

Perusahaan adalah istilah ekonomi sering diatur dalam peraturan perundang-undangan. Perusahaan mempunyai peran penting dalam pemberdayaan sumber daya untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan perusahaan dipayungi sejumlah peraturan hukum untuk menjaga keseimbangan dan iklim berusaha yang baik. Disisi lain Perusahaan sebagai pelaku ekonomi yang dibekali kekuatan financial memiliki relasi kuasa yang besar terhadap sumber daya dan lingkungan di sekitarnya. Untuk menghindari dominasi kekuatan yang berlebihan atas peran perusahaan dalam proses pembentukan sistim manajemen kemasyarakatan yang baik, maka dibutuhkan regulasi hukum yang dapat menyeimbangkan berbagai kepentingan yang ada di masyarakat. Masing-masing pihak dituntut bertanggung jawab atas perbuatannya.

Saat ini terdapat dua kelompok besar perusahaan di Indonesia, yaitu Perusahaan milik Negara dan Perusahaan Swasta.

1) Perusahaan milik negara atau yang dikenal juga dengan sebutan BUMN (Badan Usaha Milik Negara). Perusahaan milik negara adalah perusahaan yang didirikan dan modalnya dimiliki, baik seluruhnya maupun sebagian besar, oleh pemerintah. Semua perusahaan yang dimiliki oleh negara berbentuk badan hukum.

2) Badan Usaha Milik Negara. Perusahaan milik negara adalah perusahaan yang didirikan dan pendanaannya sepenuhnya dimiliki oleh orang perseorangan atau badan swasta. Tidak semua perusahaan swasta dianggap sebagai badan hukum, karena ada juga perusahaan swasta yang tidak berbadan hukum. Perusahaan swasta dapat didirikan baik secara perseorangan maupun dalam bentuk perkumpulan. Menurut berbagai definisi yang ada, M. Manullang (Manullang,2000)

Perusahaan milik negara dan swasta diwajibkan untuk mematuhi hukum perusahaan saat menjalankan kegiatan bisnisnya. Persyaratan hukum ini berlaku untuk kedua jenis bisnis tersebut. Hukum perusahaan adalah kerangka hukum yang mengatur struktur dan operasi perusahaan. Hukum perusahaan adalah bidang keahlian khusus yang mencakup berbagai bagian dari “Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (Kodifikasi),” serta undang-undang dan peraturan hukum lainnya yang mengawasi operasi bisnis (hukum tidak tertulis yang belum dikodifikasi).

Dalam dunia perdagangan yang terus berkembang saat ini, hukum perusahaan tertentu adalah peraturan hukum yang baru ditetapkan yang secara khusus berkaitan dengan hukum komersial (Dhoni Martien,2023:2). Kepemilikan atau modal menunjukkan jenis bisnis tempat setiap bisnis dioperasikan. Bentuk bisnis adalah struktur tempat bisnis beroperasi, yang dikenal sebagai badan hukum perusahaan, dan digunakan untuk melakukan berbagai jenis kegiatan bisnis. Sebutan resmi untuk perusahaan dalam bahasa Inggris disebut sebagai Company atau Corporation. Menurut Dhoni Martien (2023; 2), bentuk hukum suatu perusahaan diatur oleh undang-undang, baik perusahaan perseorangan, persekutuan, maupun badan hukum. Undang-undang mengenal/mengatur bentuk hukum dan badan hukum perusahaan persekutuan sebagai berikut: Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Perseroan Terbatas (PT), Firma (Fa), Persekutuan Komanditer (CV), dan Koperasi. Undang-undang belum mengatur badan hukum perusahaan perseorangan. Perusahaan milik negara, yang juga disebut BUMN

Berdasarkan bentuk usahanya, setiap perusahaan yang beroperasi di Indonesia diatur dalam peraturan perundang-undangan yang menjadi dasar hukum berlakunya perusahaan tersebut. Perusahaan milik negara maupun perusahaan swasta sama-sama diwajibkan untuk mematuhi peraturan perundang-undangan yang relevan, yang juga dikenal sebagai hukum perusahaan, saat menjalankan operasi bisnisnya. Hukum perusahaan mengatur struktur hukum suatu perusahaan dan mengatur operasinya. Spesialisasi hukum perusahaan mencakup berbagai bab dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Kitab Undang-Undang Hukum Dagang. Di Indonesia, setiap operasi perusahaan diatur oleh undang-undang dan peraturan, yang memberikan landasan hukum bagi keabsahan perusahaan, berdasarkan bentuk usahanya.

1) Badan Usaha Milik Negara diatur dalam “Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003.”

2) Perseroan Terbatas diatur dalam “Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.”

3) Perusahaan dan resume, berdasarkan ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Dagang.

4) Persekutuan perdata diatur dalam “Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).”

5) Koperasi diatur dalam “Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1995 tentang Perkoperasian,” serta peraturan perundang-undangan lainnya yang berlaku.

1. BUMN, diatur dalam “Undang-undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara.”
2. Perseroan Terbatas, diatur dalam “Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.”
3. Firma dan CV, diatur dalam “Kitab Undang-undang Hukum Dagang.”
4. Persekutuan Perdata, diatur dalam “Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata).”
5. Koperasi, diatur dalam “Undang-undang Nomor 25 Tahun 1995 tentang Perkoperasian.”

Undang-Undang tidak secara khusus mengatur perusahaan perorangan. Meskipun demikian, pemerintah mengakui keberadaannya dalam kegiatan operasional perusahaan. Dalam masyarakat perdagangan Indonesia, terdapat satu jenis perusahaan perorangan yang diakui oleh masyarakat, yaitu Perusahaan Dagang (PD), Usaha Dagang (UD), dan Perusahaan Bis (PO), meskipun secara resmi tidak berdiri sebagai perusahaan perorangan. Bentuk usaha ini tidak dianggap sebagai badan hukum dan tidak beroperasi sebagai perkumpulan.

Persekutuan perdata menjalankan menjalankan perusahaan, sebaliknya perserikatan perdata tidak menjalankan perusahaan (HMN purwosutjipto,1999:2).Perkumpulan/persekutuan perdata di dalam menjalankan usahanya ada yang berbentuk badan hukum, dan ada pula yang tidak berbadan hukum. Badan hukum yang dianggap sebagai persekutuan perdata meliputi Firma (Fa) dan Persekutuan Komanditer (Commanditaire Vennootshaap, disingkat CV). Perusahaan persekutuan yang diakui sebagai badan hukum adalah persekutuan atau organisasi yang memiliki kapasitas untuk dianggap sebagai orang hukum, artinya dapat memegang hak dan tanggung jawab. Subjek hukum dapat berupa manusia (orang perseorangan) atau badan hukum (badan hukum). (Ali, 1999; 14)

1. **Jenis-Jenis Perusahaan di Indonesia.**

Di Indonesia terdapat beragam jenis perusahaan, berbadan hukum dan tidak berbadan hukum. Jenis-jenis perusahaan yang beroperasi di Indonesia dapat dikelompokkan berdasarkan hal-hal sebagai berikut (Putri Prima.2024)

1. Berdasarkan kegiatan bisnisnya.
2. Perusahaan Ekstraktif.

Perusahaan ekstraktif adalah perusahaan yang kegiatan usahanya memanfaatkan hasil kekayaan alam. Contoh : perusahaan tambang, perusahaan kayu legal, dsb.

1. Perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur atau industri.

Secara spesifik, perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan bahan baku menjadi produk setengah jadi atau produk jadi. Contohnya seperti perusahaan mebel, perusahaan pakan ternak, dan sebagainya.

1. Agribisnis.

Perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan sumber daya alam, termasuk perusahaan agroindustri, perkebunan, perikanan darat, dan peternakan.

1. Perusahaan jasa.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa, bukan menjual barang atau produk. Contohnya adalah perusahaan perbankan dan perusahaan asuransi.

1. Perusahaan dagang.

Perusahaan dagang adalah perusahaan yang melakukan pembelian barang dan kemudian menjualnya kepada konsumen, dengan tujuan untuk mendapatkan laba.

1. **Berdasarkan Kepemilikannya.**
2. Perusahaan Negara.

Perusahaan Negara adalah perusahaan yang seluruh atau sebagian besar modalnya berasal dari kekayaan negara. Contoh : BUMN, Perusahaan Jawatan, Perum.

1. Perusahaan Koperasi.

Koperasi adalah perusahaan yang modalnya berasal dari para anggotanya, dan ditujukan sebesar-besarnya untuk kesejahteraan anggotanya.

1. Perusahaan Swasta. Merupakan perusahaan yang modalnya dimiliki oleh perseorangan maupun sekumpulan orang yang berserikat.
2. **Perusahaan Berdasarkan Badan Usahanya.**
3. Perusahaan Perseorangan.

Sesuai dengan namanya, maka perusahaan perseorangan didirikan dan dikelola oleh seseorang, mulai dari produksi, pemasaran, keuangan, dsb.

1. CV (Persekutuan Komanditer)

Persekutuan merupakan suatu bentuk usaha yang dibentuk oleh minimal dua orang individu, ada yang menjadi mitra aktif yang saling melengkapi, ada pula yang menjadi mitra terbatas yang hanya menyetorkan modal.

1. PT (Perseroan Terbatas).

Adalah badan usaha yang berbadan hukum. Didirikan minimal oleh 2 orang, dan wajib memiliki akta notaris sebelum mendapatkan pengesahan dari Kementrian Hukum dan HAM.

1. Fa (Firma).

Firma didirikan berdasarkan modal bersama anggotanya. Anggota Firma memiliki tanggung jawab yang sama dalam pengelolaan perusahaan. Keuntungan maupun kerugian ditanggung bersama.

1. **Tujuan Perusahaan.**

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan perusahaan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan secara terus-menerus atau dengan alat-alat, dengan tujuan untuk memperoleh laba. Perusahaan merupakan suatu tempat berlangsungnya kegiatan produksi barang atau jasa dengan tujuan untuk dijual kepada konsumen. Tujuan perusahaan adalah memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya alam untuk menghasilkan barang atau jasa, dengan tujuan untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya. Perusahaan akan menciptakan barang atau jasa yang dapat menjawab tantangan masyarakat atau memenuhi kebutuhannya. Perusahaan tidak hanya berfungsi untuk memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat, tetapi juga berperan penting dalam menggerakkan perekonomian suatu negara. Perusahaan akan mempekerjakan tenaga kerja untuk menciptakan barang atau jasa yang dapat dijual kepada masyarakat (Hendrik Nuryanto: 2021).

Berdasarkan definisi tersebut di atas, maka ada yang harus dipahami bahwa keberadaan sebuah perusahaan akan menimbulkan dampak luas bagi masyarakat dan lingkungannya sebagai sebuah konsekuensi logis dari sebuah aktifitas yang saling memiliki ketergantungan. Ada peluang positip yang dapat dimanfaatkan, tapi ada juga resiko negative yang harus diperhitungkan. Pada satu sisi, kehadiran sebuah perusahaan menjadi sangat penting karena menjadi penyedia berbagai barang atau jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Akan tetapi disisi lain aktifitas perusahaan yang tidak terkontrol dapat menimbulkan dampak negative bagi semua pihak yang berkepentingan.

Terkait dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan, para ahli telah mengidentfikasinya sebagai berikut (Ridwan, 2024).

1) Dampak positif.

a) Meningkatkan pendapatan masyarakat.

b) Menciptakan berbagai produk.

c) Menambah lapangan pekerjaan.

d) Mengurangi ketergantungan pada negara asing.

e) Meningkatkan pemanfaatan bahan baku.

f) mDevisa negara perlu ditingkatkan.

2) Dampak buruk.

a) Terjadi urbanisasi.

b) Terjadi pencemaran lingkungan.

c) Terjadi konsumerisme.

d) Luas lahan pertanian menurun.

e) Cara hidup masyarakat berubah.

f) Pencemaran tanah merupakan akibat dari limbah industri.

g) Mata pencaharian mengalami perubahan.

Kehadiran perusahaan di berbagai sektor usaha akan memberikan dampak baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap masyarakat dan lingkungannya. Perusahaan dapat memberikan kontribusi dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, perusahaan dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat, sehingga dapat mengurangi angka kemiskinan.Namun seiring berjalannya waktu masyarakat mulai menyadari bahwa keberadaan perusahaan juga menimbulkan dampak negative yang sering dirasakan dan dikeluhkan oleh masyarakat, diantaranya adalah masalah polusi, pencemaran limbah, keamanan produk serta masalah ketenaga kerjaan.

Perusahaan pada hakikatnya berfungsi sebagai lembaga sosial yang memiliki peran ganda yang krusial dalam masyarakat (jdih.bapeten.go.id: 2024) karena:

1) Perusahaan senantiasa berupaya memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat, baik kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier.

2) Perusahaan dapat menciptakan lapangan kerja baru untuk menampung tenaga kerja tambahan.

1. Perusahaan merupakan entitas yang paling efektif untuk melaksanakan dan memajukan ilmu pengetahuan dan teknologi.
2. Perusahaan memasarkan dan menjual barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat.

Fakta-fakta ini, dapat dikatakan bahwa keberadaan perusahaan sangat penting dan memiliki nilai penting bagi masyarakat secara keseluruhan. Penting untuk mengakui bahwa keberadaan perusahaan akan berdampak signifikan terhadap masyarakat dan lingkungan, baik positif maupun negatif. Oleh karena itu, perlu ada kerangka hukum untuk mengatur pelaksanaan bisnis dan memastikan keseimbangan yang adil di antara berbagai kepentingan yang terlibat, baik langsung maupun tidak langsung.

1. **Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).**
2. Pengertian Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yang juga dikenal sebagai CSR, terdiri dari dua pendekatan: yang pertama adalah perspektif etika (aktif), dan yang kedua adalah perspektif pemangku kepentingan berbasis keadilan (Siti Adipriga.2006:45-46). Dari satu sudut pandang, bisnis hanyalah tentang mencari untuk memaksimalkan keuntungan dengan membeli barang dengan biaya serendah mungkin dan menjualnya dengan harga setinggi mungkin. Menurut perspektif kedua, bisnis tidak dapat berdiri sendiri dari saling keterkaitan dan hubungan antara berbagai kelompok dalam masyarakat yang terkait dengan keberadaan perusahaan. Keterkaitan itu penting untuk memperoleh masukan dan sumber daya yang kemudian diubah oleh perusahaan untuk menciptakan nilai. Ini juga membantu menjaga hubungan positif dengan semua pihak yang terlibat dalam proses transformasi. Jelas bahwa perusahaan memiliki kewajiban terhadap lingkungannya untuk menegakkan keberlanjutannya sendiri dan integritas semua pihak yang terlibat. Tanggung jawab sosial perusahaan bukan hanya respons terhadap peristiwa masa lalu, tetapi merupakan komponen integral dari pendekatan manajemen strategis. Menurut Meilanny Budi S. dan Tri Raharjo (2014; 14),

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan tidak hanya tentang pemenuhan persyaratan hukum, tetapi juga berperan dalam manajemen risiko dengan meminimalkan dan mencegah konflik sosial. Pandangan kedua beroperasi berdasarkan keyakinan bahwa perusahaan harus bertanggung jawab atas semua tindakannya yang memengaruhi orang, masyarakat, dan lingkungan.

Perusahaan pada hakikatnya berfungsi sebagai lembaga sosial yang memiliki peran ganda yang krusial dalam masyarakat (jdih.bapeten.go.id: 2024) karena:

1) Perusahaan senantiasa berupaya memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat, baik kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier.

2) Perusahaan dapat menciptakan lapangan kerja baru untuk menampung tenaga kerja tambahan.

3) Perusahaan merupakan entitas yang paling efektif untuk melaksanakan dan memajukan ilmu pengetahuan dan teknologi.

4) Perusahaan memasarkan dan menjual barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat.yang terkait dalam proses produksi baik secara langsung maupun tidak, demi keberlangsungan perusahaan. Pengertian tanggung jawab social dan lingkungan identic dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) melibatkan perusahaan yang berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi regional dengan tetap mempertimbangkan keseimbangan antara faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR merupakan dedikasi perusahaan atau bisnis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan melalui pengakuan tanggung jawab sosialnya dan mempromosikan keseimbangan antara masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan (Hendrik Budi Untung, 2008: 1). Konsep CSR didasarkan pada keyakinan bahwa perusahaan beroperasi di dalam komunitas dan harus bertanggung jawab atas masalah apa pun yang mungkin timbul di masyarakat sebagai akibat dari kegiatannya. Perspektif CSR didasarkan pada prinsip-prinsip moral, yang menekankan bahwa perusahaan beroperasi di dalam masyarakat. (M. Yahya Harahap, 2009; 298).

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yang juga dikenal sebagai CSR, terdiri dari dua pendekatan: yang pertama adalah perspektif etika (aktif), dan yang kedua adalah perspektif pemangku kepentingan berbasis keadilan (Siti Adipriga.2006:45-46). Dari satu sudut pandang, bisnis hanyalah tentang mencari untuk memaksimalkan keuntungan dengan membeli barang dengan biaya serendah mungkin dan menjualnya dengan harga setinggi mungkin. Menurut perspektif kedua, bisnis tidak dapat berdiri sendiri dari saling keterkaitan dan hubungan antara berbagai kelompok dalam masyarakat yang terkait dengan keberadaan perusahaan. Keterkaitan itu penting untuk memperoleh masukan dan sumber daya yang kemudian diubah oleh perusahaan untuk menciptakan nilai. Ini juga membantu menjaga hubungan positif dengan semua pihak yang terlibat dalam proses transformasi. Dengan demikian, jelas bahwa perusahaan memiliki kewajiban terhadap lingkungannya untuk menegakkan keberlanjutannya sendiri dan integritas semua pihak yang terlibat. Tanggung jawab sosial perusahaan bukan hanya respons terhadap peristiwa masa lalu, tetapi merupakan komponen integral dari pendekatan manajemen strategis. Menurut Meilanny Budi S. dan Tri Raharjo (2014; 14), Tanggung Jawab Sosial Perusahaan tidak hanya tentang pemenuhan persyaratan hukum, tetapi juga berperan dalam manajemen risiko dengan meminimalkan dan mencegah konflik sosial. Pandangan kedua beroperasi berdasarkan keyakinan bahwa perusahaan harus bertanggung jawab atas semua tindakannya yang memengaruhi orang, masyarakat, dan lingkungan.

CSR biasanya juga dipahami sebagai cara sebuah perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi dari ekonomi, environment lingkungan dan persoalan-persoalan dan dalam waktu yang sama bisa memenuhi harapan dari shareholders maupun stakeholders (Firsan Nova,2012:309). Pendapat lain menyebutkan bahwa CSR adalah tentang nilai dan standar yang dilakukan berkaitan dengan komitmen dunia usaha untuk bertindak. Secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas local dan masyarakat secara lebih luas (Elvinaro Ardianto dan Dindin M. Machfudz,2011;36).

Di dalam peraturan perundang-undangan, definisi CSR atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) dapat ditemukan pada :

1. “Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.”

Penjelasan Pasal 15 huruf (b), menyebutkan :

*“Yang dimaksud dengan tanggung jawab social perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap Perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat”.*

1. “Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.”

Pasal 1 angka (3), menyebutkan :

*“Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.*

Pada hakikatnya, setiap perusahaan memiliki hubungan dan kewajiban yang signifikan terhadap para pemangku kepentingannya. Para pemangku kepentingan yang dimaksud adalah individu atau kelompok yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Siregar (2011), pemangku kepentingan dibagi menjadi dua kelompok, yaitu pemangku kepentingan internal dan pemangku kepentingan eksternal. Pemangku kepentingan internal adalah individu atau kelompok yang memiliki kepentingan terhadap operasional perusahaan dan berada dalam struktur organisasi perusahaan. Pemegang saham, dewan komisaris, manajer, dan karyawan termasuk pemangku kepentingan internal. Pemangku kepentingan eksternal adalah individu atau kelompok di luar perusahaan yang memiliki kepentingan terhadap aktivitas perusahaan dan terpengaruh oleh keputusan serta tindakan perusahaan. Pemangku kepentingan eksternal terdiri dari konsumen, masyarakat, dan media massa.

Dalam rangka memenuhi kewajibannya, perusahaan harus melaksanakan tugas-tugas berikut (Ridwan, 2023; 5).

1) Tanggung Jawab terhadap Pelanggan.

a) Konsumen berhak memperoleh produk yang aman.

b) Pelanggan berhak memperoleh informasi yang akurat mengenai detail produk yang ditawarkan perusahaan, yang harus dicantumkan melalui label yang sesuai.

c) Konsumen berhak menyampaikan pendapatnya, dan perusahaan dapat menyediakan sarana bagi pelanggan untuk menghubunginya.

d) Konsumen berhak memilih produk yang akan dibeli.

e) Menetapkan harga yang merugikan konsumen tidak termasuk kolusi.

f) Menghindari iklan yang berlebihan dan sebagainya.

2) Kewajiban Terhadap Karyawan.

1. Melakukan proses seleksi dan penempatan pegawai secara transparan.
2. Memberikan posisi jabatan dan balas jasa gaji dan pengupahan, serta promosi jabatan tanpa memandang asal gender, suku bangsa, dan senioritas
3. Mematuhi peraturan dan undang-undang ketenaga kerjaan yang dikeluarkan oleh pemerintah.
4. Kewajiban Terhadap Investor.
5. Meniadakan berbagai potensi kecurangan yang mungkin timbul di perusahaan.
6. Menghindari praktek pembuatan laporan yang direkayasa dan tidak sesuai dengan standar pelaporan.
7. Tidak melakukan perbuatan illegal, seperti mengeluarkan cek kosong dan praktek pencucian uang, dsb.
8. Kewajiban Terhadap Masyarakat dan Lingkungan Hidup.
9. Menjalankan program community social responsibility, khususnya yang berkaitan dengan pelestarian lingkungan hidup.
10. Memperhitungkan dampak lintas sector dalam proses produksi dengan memanfaatkan bahan baku alam secara berkelanjutan.
11. Menerapkan prinsip SIDEC (Sustainabilitas, Interdependence, Diversitas, Equity, Cohesion) dalam menajemen pengelolaan dan pemanfaatan lingkungan alam.
12. Mengembangkan pola hidup “kekitaan” bukan “keakuan”.
13. **Sejarah *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) melibatkan pengintegrasian kewajiban sosial dan lingkungan perusahaan ke dalam strategi dan operasi bisnisnya. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) telah menjadi perhatian global yang direnungkan oleh para pelaku bisnis untuk mengatasi tantangan masa depan dan memastikan keberlanjutan bisnis mereka. Asal usul CSR diyakini berasal dari abad ke-18. Robert Owen, seorang pengusaha tekstil di Inggris, mengemukakan gagasan tanggung jawab sosial perusahaan, yang terinspirasi dari prinsip-prinsip humanisme dan keadilan sosial. Ia memberikan karyawannya perumahan yang layak, serta kesehatan dan pendidikan gratis. Peristiwa ini menandai fase awal upaya tanggung jawab sosial perusahaan, sebagaimana yang kemudian diidentifikasi oleh Ana Salsabila pada tahun 2023. Evolusi konsep CSR ditandai dengan banyaknya gagasan para ahli yang dituangkan dalam buku-buku dan berbagai karya ilmiah. Salah satunya adalah Howard Bowen, yang kemudian dikenal sebagai Bapak CSR. Ia menulis buku berjudul "Tanggung Jawab Sosial Pengusaha" yang mengupas konsep "tanggung jawab perusahaan". Konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) semakin dikenal luas lewat terbitnya buku berjudul "Cannibal with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business" karya John Elkingtone (Salsabila, 2023), yang juga disebut sebagai 3P (profit, planet, people). Konsep 3P menekankan bahwa perusahaan yang sukses tidak hanya berfokus pada perolehan laba, tetapi juga mengutamakan kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.

Konsep CSR sebagai perwujudan nilai-nilai humanis dalam pembangunan berkelanjutan didukung oleh berbagai negara di dunia. Hal ini ditandai dengan diselenggarakannya konferensi Earth Summit di Rio de Janeiro pada tahun 1992 yang menyatakan bahwa konsep pembangunan berkelanjutan yang berlandaskan pada perlindungan lingkungan dan pembangunan ekonomi merupakan hal yang harus dilakukan oleh semua pihak, termasuk perusahaan. Selanjutnya pada tahun 2002 diselenggarakan konferensi World Summit Sustainable Development di Johannesburg yang memperkenalkan konsep Tanggung Jawab Sosial. Kemudian pada tahun 2010 diberlakukan ISO 26000 sebagai standar operasional dan norma pelaksanaan tanggung jawab sosial oleh organisasi, termasuk perusahaan yang tertuang dalam Guidance on Social Responsibility.

Di Indonesia, CSR atau yang dikenal juga dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) telah berkembang sejak tahun 1980-an sebagai respons dan ekspresi kepedulian kelompok masyarakat dan jaringan internasional untuk mendorong perilaku yang etis, adil, dan bertanggung jawab dari para pelaku bisnis. Hal ini tidak hanya berlaku bagi perusahaan itu sendiri, tetapi juga bagi para pemangku kepentingan dan masyarakat sekitar tempat perusahaan beroperasi (UU Daring: 2023). Pada awalnya, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan tidak bersifat wajib. Tingkat komitmen dan kesadaran masing-masing perusahaan seharusnya berbeda-beda berdasarkan kebijakan masing-masing perusahaan (Yusuf Wibisono: 2007: 153). Diberlakukannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, kini CSR menjadi suatu keharusan. Konsep Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan atau yang disebut juga dengan Corporate Social Responsibility (CSR) berlandaskan pada asas-asas yang tertuang dalam Undang-Undang Dasar 1945 tentang perekonomian nasional dan kesejahteraan sosial. Hal ini didasarkan pada gagasan pembangunan berkelanjutan dan bertujuan untuk mengatasi dan meminimalkan kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh kegiatan perusahaan yang mengabaikan kesejahteraan masyarakat sekitar (Satria Sukananda: 2018).

1. **Dasar Hukum *Corporate Social Resposibility*** **(CSR)**

Keberadaan CSR di Indonesia tidak lepas dari berbagai peraturan perundang-undangan yang mengaturnya selama ini. Di Indonesia terdapat berbagai peraturan perundang-undangan yang menjadi landasan hukum bagi tanggung jawab sosial perusahaan, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung. Peraturan perundang-undangan tersebut antara lain:

1. “Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup menjamin hak setiap orang untuk berperan serta dalam pengelolaan dan pelestarian lingkungan hidup.” Peran serta masyarakat sangat penting untuk mendukung inisiatif CSR yang bertujuan menjaga kelestarian lingkungan hidup.
2. “Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan mengamanatkan agar perusahaan mengutamakan kesejahteraan dan keselamatan kerja karyawannya.”
3. “Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal mengamanatkan agar Perusahaan melakukan kegiatan CSR sebagai bagian dari kewajiban sosialnya.”
4. “Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mengamanatkan agar Perusahaan mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan hidup dalam kegiatan usahanya.”
5. “Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 mengatur tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Hidup Perseroan Terbatas yang memberikan arahan tentang pelaksanaan CSR oleh perusahaan.”
6. Persyaratan regulasi langsung mengenai kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) bagi perusahaan dapat ditemukan dalam “Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.”
7. “Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Pasal 15(b)”, menyebutkan:“Setiap penanam modal berkewajiban: melaksanakan tanggung jawab social perusahaan”. dikatakan bahwa:“yang dimaksud tanggung jawab social perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanam modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat”.
8. “Pasal 74 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, secara lengkap disebutkan”:

a) Perusahaan yang beroperasi di sektor atau yang terkait dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (CSR) sebagai bagian dari kewajiban mereka.

b) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang diatur pada ayat (1) menjadi kewajiban perusahaan yang harus dianggarkan dan dihitung sebagai bagian dari biaya operasional. Pelaksanaannya pun harus memperhatikan aspek kepatutan dan kewajaran.

c) Perusahaan yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana diatur pada ayat (1) akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

d) Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan akan diatur dalam Peraturan Pemerintah.

Selain kedua undang-undang tersebut, pelaksanaan CSR juga mengacu pada ISO 26000 yang diterbitkan oleh International Organization for Standardization (ISO) pada tahun 2010. ISO 26000, yang dikenal sebagai "Panduan tentang Tanggung Jawab Sosial" (Guidance of Social Responsibility), merupakan standar internasional yang bertujuan membantu organisasi, baik perusahaan, pemerintah, maupun organisasi non-pemerintah, untuk mengintegrasikan tanggung jawab sosial dalam kegiatan operasional mereka (Sinergi Indonesia, 2023).

Pengertian CSR menurut ISO 26000 (Prayuda dan Praditya : 2020 : 83) adalah :

“*Tanggung jawab organisasi atas dampak keputusan dan* *aktifitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan melalui perilaku transparan dan beretika yang berkontribusi terhadap keberlanjutan pembangunan, termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat dengan mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan sejalan dengan kepatuhan terhadap hukum dan peraturan hukum yang berlaku yang konsisten dengan perilaku internasional dan norma-norma yang terintegrasi ke dalam sendi-sendi organisasi dan dilaksanakan dengan semuanya”.*

Meskipun ISO 26000 tidak dimaksudkan untuk memberikan solusi tunggal, setidaknya perusahaan dan pemangku kepentingan yang peduli dengan CSR dapat mengapresiasi usaha yang telah dilakukan oleh ISO 26000 dalam bekerja selama bertahun-tahun. Oleh karena itu, definisi CSR menurut ISO 26000 dapat dijadikan pedoman yang baik dalam penerapan CSR. Menariknya, ISO 26000 menekankan bahwa tanggung jawab sosial (Social Responsibility) tidak hanya terbatas pada perusahaan, seperti yang selama ini dipahami dalam konsep CSR. Namun, setiap organisasi yang memiliki dampak melalui kebijakan-kebijakannya, terutama yang berpengaruh terhadap lingkungan dan masyarakat, juga disarankan untuk melaksanakan CSR (Prastowo dan Huda : 2011 : 101).

1. **Bentuk, Model dan Jenis Pelaksanaan CSR.**

Di Indonesia dikenal beberapa bentuk CSR yang lazim dikembangkan oleh Perusahaan dalam rangka membentuk jejaring social dan lingkungan yang bermanfaat terhadap tata kehidupan bermasyarakat (Magang Alam Lindungi Hutan : 2024). Meskipun perusahaan ISO 26000 tidak berpretensi untuk menyediakan resolusi tunggal, namun setidaknya kelompok korporasi dan pemangku kepentingan yang berkepentingan tentang CSR dapat menghargai jerih payah perusahaan ISO 26000 yang telah bekerja selama bertahun-tahun. Sehingga, definisi CSR pada ISO 26000 setidaknya dapat dijadikan sebagai pedoman untuk menerapkan CSR dengan baik. Hal yang menarik, bahwa ISO 26000 menegaskan tanggung jawab sosial (Social Responsibility) tidak hanya berkaitan dengan perusahaan saja sebagaimana yang dikenal CSR selama ini. Tetapi setiap organisasi yang memiliki dampak atas kebijakan-kebijakannya terutama terhadap lingkungan dan masyarakat, direkomendasikan untuk menjalankan CSR (Prastowo dan Huda : 2011 : 101).

Perusahaan dapat memilih bentuk CSR mereka dengan program yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan memberikan feedback positif bagi perusahaan. Ada berbagai model untuk melaksanakannya. Empat model pelaksanaan atau pola CSR yang umum digunakan oleh perusahaan di Indonesia, menurut Saidi dan Abidin:

1. Keterlibatan secara langsung Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan kegiatan sosial secara mandiri atau memberikan sumbangan langsung kepada masyarakat tanpa menggunakan perantara
2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan.  
   Di bawah perusahaan atau grupnya, perusahaan mendirikan yayasan sendiri. Model ini diambil dari model yang biasa digunakan oleh perusahaan di negara maju. Banyak kali, organisasi memberikan dana awal, rutin, atau jangka panjang yang dapat digunakan untuk kegiatan organisasi.

3) Bekerja sama dengan orang lain. Perusahaan melakukan CSR dengan bekerja sama dengan lembaga sosial, organisasi non-pemerintah, lembaga pemerintah, universitas, dan media massa, baik dalam mengelola dana maupun melakukan kegiatan sosial. Palang Merah Indonesia (PMI), Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), dan Dompet Dhuafa adalah beberapa organisasi sosial dan non pemerintah yang bekerja sama dengan perusahaan untuk melakukan CSR. Institusi pemerintah termasuk Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), Departemen Pendidikan Nasional, Departemen Kesehatan, Departemen Sosial, dan lainnya.

4) Bergabung dengan konsorsium. Selain itu, bisnis membentuk, bergabung, atau mendukung kelompok sosial untuk tujuan sosial tertentu. Pola ini berbeda dari model lain karena berkonsentrasi pada pemberian "hibah pembangunan" kepada perusahaan. Organisasi atau pihak konsorsium seperti itu dipercayai oleh bisnis yang mendukungnya. Mereka mencari mitra dari lembaga operasional dan kemudian membuat program yang disepakati bersama.

Praktek CSR yang baik dan tepat sasaran dapat membantu Perusahaan mengurangi resiko hukum dan reputasi buruk yang mungkin muncul selama Perusahaan menjalankan aktifitas usahanya. Terdapat berbagai jenis program yang dapat diimplementasikan Perusahaan sebagai wujud kepeduliannya terhadap keberlangsungan kehidupan masyarakat dan lingkungannya. Dilansir dari Lindungihutan.com, ada 7 jenis program CSR yang penting untuk diketahui (Humas Indonesia : 2023), yaitu :

1. Filantropi adalah tindakan manusiawi untuk membantu orang-orang di bawah kekurangan. Kegiatan ini dapat dilakukan melalui penggalangan dana untuk korban bencana, masyarakat kurang mampu, pelayanan gratis, dll.
2. Budaya Kerja Ramah Sumber Daya Manusia (SDM). Pemberdayaan sumber daya manusia (SDM) yang bias terdiri dari penerapan prinsip dan keyakinan untuk menghasilkan karyawan yang kompeten dan berkualitas tinggi. Salah satunya, memberikan pelatihan dan bantuan keuangan.
3. Pemberdayaan Ekonomi Karyawan.

Pelaksanaan CSR juga berlaku bagi kalangan internal perusahaan.Misalnya, memberikan pelatihan wira usaha, membentuk koperasi karyawan, dll.

1. Sukarela: Salah satu bentuk implementasi CSR adalah sukarela, atau kegiatan sukarela. Dalam program ini, perusahaan mendorong karyawannya untuk menyisihkan waktu untuk melakukan berbagai aktivitas yang membantu masyarakat secara sukarela.
2. Promosi Komunitas Perusahaan: Ini adalah program CSR yang menggunakan kampanye untuk mendorong perilaku masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan melalui masalah gaya hidup, kesehatan, dan lainnya
3. Restorasi Alam.

Dengan rehabiliatsi alam, CSR berfokus pada perlindungan. Fokus programnya termasuk reboisasi hutan, penanaman pohon bakau, menjaga kelestarian terumbu karang, dan program serupa.

1. Pengolahan Limbah.

Pengolahan limbah biasanya dilakukan oleh perusahaan yang menghasilkan limbah dalam aktifitas bisnisnya. Program ini dapat berupa gerakan daur ulang, dsb.

1. **Kebijakan Hukum dan Konsep CSR.**
2. **Pengertian Tentang Kebijakan Hukum.**

Kebijakan memiliki pengertian yang berbeda dari peraturan hukum. Hukum memiliki kekuatan untuk memaksa atau melarang perilaku tertentu, seperti kewajiban membayar pajak, sementara kebijakan hanya berfungsi sebagai panduan yang diharapkan dapat mencapai tujuan tertentu. Hukum terdiri dari serangkaian aturan yang dibuat oleh manusia untuk mengatur perilaku dalam masyarakat dan melindungi kepentingan individu, sehingga anggota masyarakat tidak saling merugikan. Fungsi utama hukum adalah menciptakan tatanan yang teratur, menjaga ketertiban, dan menciptakan keseimbangan dalam masyarakat (Agus Salim Harahap,2010: 186). Mochtar Kusumatmadja dalam Agus Salim Harahap, mencatat bahwa “hukum sebagai sarana pembangunan bisa berfungsi sebagai alat (pengatur) atau sarana pembangunan, dalam arti penyalur arah kegiatan manusia kearah yang dikehendaki oleh pembangunan atau pembaharuan. Dalam konteks perusahaan, berarti hukum berperan penting tidak hanya terhadap pemegang saham, tetapi juga mengatur berbagai pihak dalam kegiatan korporasi agar berjalan sesuai dengan koridor keadilan social, selain untuk menjamin bahwa perubahan itu terjadi secara teratur.”

Kebijakan hukum atau yang dikenal juga sebagai politik hukum, menurut Sudarto (Barda Nawawi Arief ,1997: 27), adalah :

1. Upaya untuk menghasilkan peraturan-peraturan yang sesuai dengan kondisi dan situasi pada waktu tertentu.
2. Kebijakan negara melalui lembaga-lembaga yang berwenang dalam menetapkan peraturan yang diinginkan, yang diperkirakan dapat merefleksikan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat dan mencapai tujuan yang diinginkan.

Lebih lanjut menurut Abdul Hakim Garuda Nusantara (Mahmud M.D: 1998:9), definisi politik hukum dapat bervariasi. Namun, dengan memperhatikan persamaan substansial antara berbagai pengertian yang ada, studi ini mengadopsi pengertian bahwa politik hukum adalah kebijakan hukum (legal policy) yang akan atau telah dilaksanakan secara nasional oleh pemerintah, yang meliputi :

*Pertama, pembangunan hukum yang berfokus pada pembuatan dan pembaruan materi-materi hukum agar dapat memenuhi kebutuhan yang ada. Kedua, pelaksanaan ketentuan hukum yang sudah ada, termasuk penguatan peran lembaga dan pembinaan para penegak hukum. Berdasarkan pengertian ini, terlihat bahwa politik hukum mencakup proses pembuatan dan pelaksanaan hukum yang dapat menggambarkan arah pembangunan dan penegakan hukum (Barda Nawawi Arief, 1994). Dengan kata lain, politik hukum adalah pernyataan kehendak penguasa negara mengenai hukum yang berlaku di wilayahnya serta arah pengembangan hukum di masa depan (Abdurahman, 1989: 22)*

Kebijakan atau politik hukum tekait pelaksanaan CSR terpusat pada upaya bagaimana sistim hukum di Indonesia mampu memberikan ruang dan waktu terhadap Perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat dan lingkungannya. Persoalannya adalah bagaimana undang-undang memberikan definisi yang jelas tentang obyek dan subyek hukum yang dimaksud, agar menjadi pedoman yang harus dipatuhi oleh Perusahaan, dan memberikan kepastian hukum terhadap semua pihak yang tekait. Pemerintah melalui Undang-undang Nomor Nomor 40 Tahun 2007 dan peraturan hukum lainnya telah menempatkan Tanggung Jawab Sosial (CSR) sebagai suatu kewajiban hukum yang mengikat. Hal ini dimaknai sebagai upaya pemerintah untuk mengatur berbagai pihak yang terkait dalam kegiataan Perusahaan (stake holder) agar mendapatkan manfaat, serta menjamin agar kegiatan Perusahaan berjalan sesuai koridor keadilan sosial.

1. **Konsep Corporate Social Responsibility** **(CSR).**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah konsep yang memadukan antara kepentingan ekonomi Perusahaan dengan tuntutan social masyarakat. Kepentingan ekonomi sebuah Perusahaan adalah memproduksi barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan. Sedangkan tuntutan social masyarakat adalah bagaimana sebuah Perusahaan dapat membantu meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat, serta melindungi atau menjaga kelestarian alam sekitarnya. Dalam hal ini Pemerintah/Negara sebagai pembuat kebijakan hadir untuk memfasilitasi kedua kepentingan tesebut dengan menerbitkan peraturan perundangan-undangannya.

John Elkington mengatakan bahwa, “CSR berfokus pada Triple Bottom Line, atau biasa disebut 3P, yaitu Profit, Planet dan People. Artinya, Perusahaan tidak lagi hanya tentang bagaimana cara menghasilkan keuntungan (profit), melainkan juga bagaimana keuntungan yang diperoleh dapat memberikan dampak positip kepada lingkungan (planet), dan kesejahteraan masyarakat (people).CSR merupakan wujud pengembangan tiga komponen penting dari sustainable development (pembangunan yang berkelanjutan), yaitu economic growth (pertumbuhan ekonomi), environmental protection (perlindungan tenaga kerja), dan social equity (kesejahteraan social)” (Intan Noer Fatimah,2021;1 ).

Perusahaan merupakan elemen yang tak terpisahkan dari masyarakat dan memiliki kewajiban sosial yang serupa dalam komunitas tersebut. CSR (Corporate Social Responsibility) muncul sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap masyarakat, dengan menciptakan keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan kontribusi terhadap isu sosial serta lingkungan. Konsep tanggung jawab perusahaan melibatkan kebijakan internal, nilai-nilai etika, pemenuhan kewajiban hukum, pengakuan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta komitmen untuk mendukung pembangunan yang berkelanjutan (Sugeng Santoso,2016;82). Perekonomian tidak akan berkembang secara optimal jika perusahaan tidak memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan di sekitarnya. CSR tidak membedakan antara perusahaan besar atau kecil, karena setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk menyadari tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. Oleh karena itu, implementasi CSR bukan hanya sekadar kewajiban, melainkan bagian dari strategi yang mendukung kelangsungan dan keberlanjutan bisnis itu sendiri (Intan Noer Fatimah,2021:1).

CSR dapat dipahami sebagai tanggung jawab moral perusahaan terhadap para pemangku kepentingannya, terutama masyarakat di sekitarnya. Prinsip moral dan etis perusahaan adalah untuk mencapai hasil terbaik sambil meminimalkan dampak negatif bagi kelompok lain. Tujuan utama dari ini adalah menciptakan keseimbangan serta kesejahteraan sosial-ekonomi di masyarakat, sehingga kecemburuan sosial tidak menjadi penyebab timbulnya konflik (Sugeng Santoso : 2016 : 82).

Pada konsep CSR, pemilik perusahaan sejatinya bukan hanya *share holders* atau para pemegang saham, melainkan juga *stake holders*, yaitu para pihak yang memiliki kepentingan tehadap eksistensi perusahaan. Stake holders dapat mencakup karyawan dengan keluarganya, pelanggan, pemasok, masyarakat sekitar perusahaan, Lembaga-lembaga swadaya masarakat, media massa, dan pemerintah selaku regulator. masyarakat). Dengan demikian tanggung jawab perusahaan tidak tebatas hanya kepada share holders yang mengutamakan profit, melainkan juga terhadap stake holders yang menghendaki adanya peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan social dan ekonomi.

Dikutip dari dosen.perbanas.id, terdapat beberapa konsep CSR yang disodorkan oleh para ahli berdasarkan sudut pandang yang berbeda (Maignan dan Ferrell : 2004), yaitu :

1. CSR sebagai kewajiban social.

Konsep ini mendefinisikan CSR sebagai kewajiban bagi pengusaha untuk menjalankan kebijakan, membuat Keputusan atau mengikuti segala aturan yang sejalan dengan tujuan dan nilai-nilai yang dikehendaki oleh Masyarakat. Kewajiban social itu dapat dibedakan menjadi :

a) kewajiban ekonomi (agar menjadi produktif dan secara ekonomis dapat terus berlangsung) ;

b) kewajiban hukum dan etika (patuh terhadap hukum serta terhadap nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku) :

e) kewajiban filantropis (secara pro aktif menyumbang kepada masyarakat).

1. **CSR sebagai kewajiban terhadap pemangku kepentingan.**

Konsep ini berpandangan bahwa kewajiban social itu terlalu luas. Mereka berpendapat bahwa dunia usaha bukan bertanggung jawab kepada Masyarakat secara keseluruhan, namun bertanggung jawab kepada p[ihak-pihak yang secara langsung maupun tidak langsung terkena dampak dari kegiatan Perusahaan. Pihak-pihak tersebut disebut sebagai pemangku kepentingan (stake holder), yang dapat dikelompokkan menjadi empat kelompak :

1. kelompok yang bersifat organisasional (missal, pegawai, pelanggan, pemegang saham dan pemasok) :
2. masyarakat (missal, penduduk local, kelompok kepentingan) :
3. kelompok yang berhubungan dengan peraturan (misalnya, pemerintah daerah, kekuasaan kehakiman) :
4. media massa.
5. **CSR sebagai dorongan etika (ethics-driven).**

Konsep ini menekankan bahwa keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan tidak hanya diukur dari kewajiban sosial atau tanggung jawabnya terhadap pemangku kepentingan. Sebagai contoh, dalam pengambilan keputusan dan prosedur, perusahaan harus memberikan kesempatan yang adil kepada semua pihak yang terkait, berdasarkan prinsip kesetaraan, kebebasan, dan keadilan.

Konsep ini menilai bahwa CSR, sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan terhadap pemangku kepentingan, sering kali didorong oleh kepentingan pribadi agar dunia usaha memperoleh legitimasi di antara konstituennya. Pandangan semacam ini mencerminkan kurangnya komitmen yang tulus dan positif. Ketika perusahaan hanya memberikan sumbangan yang bersifat filantropis, hal ini bisa dianggap sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan norma sosial, yang pada akhirnya dapat dipandang sebagai langkah untuk menunjukkan kekuasaan perusahaan secara paternalistik.

1. CSR sebagai proses manajerial.

Konsep ini menjelaskan bahwa CSR merupakan sebuah proses manajerial yang menggabungkan berbagai kepentingan melalui pendekatan yang jelas dan terukur. Langkah-langkah yang dilakukan mencakup:

a) mengawasi dan menilai kondisi lingkungan secara berkala,

b) mendalami kebutuhan dan harapan pemangku kepentingan, dan

c) merancang kebijakan yang tidak hanya menguntungkan perusahaan, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

Tanggung jawab sosial dan lingkungan pada mulanya muncul sebagai respons terhadap tekanan dari masyarakat, Lembaga swadaya, pengambil kebijakan, konsumen, serta media. Namun kini, tanggung jawab tersebut telah berubah menjadi peluang bagi dunia usaha. Tidak hanya untuk mengurangi risiko dan menjaga reputasi, tetapi juga untuk memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, menyempurnakan strategi perusahaan, serta meningkatkan manajemen internal secara keseluruhan.

1. **Aspek Hukum *Corporate Social Responsibility* (CSR).**

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah konsep yang berisikan nilai-nilai social yang mencerminkan kepribadian sebuah bangsa. Di Indonesia, CSR dikenal dengan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) Perusahaan. CSR merupakan bentuk kepedulian dan tanggung jawab Perusahaan terhadap kehidupan yang berwawasan lingkungan, dalam rangka menciptakan keseimbangan antara kepentingan bisnis Perusahaan dan kepentingan social Masyarakat. CSR merupakan komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk berkontribusi pada pengembangan ekonomi demi meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi komunitas setempat atau Masyarakat luas (Kompas.com : 2022).

Pada dasarnya Kewajiban Sosial dan Lingkungan adalah kewajiban moral, berupa kepedulian Perusahaan terhadap dampak yang timbul akibat kegiatan usahanya. Namun dengan diundangkannya “Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas,” maka TJSL/CSR menjadi sebuah *kewajiban hukum* yang mengikat Artinya apabila hal itu tidak dilakukan oleh Perusahaan maka dapat dikenakan sanksi hukum.

Berlakunya “Undang-undang Penanaman Modal dan Undang-undang Perseroan Terbatas” selanjutnya disusul dengan keluarn ya undang-undang lain yang mengatur kewajiban Perusahaan terhadap lingkungan.Diantaranya adalah :

1. “Undang-undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.”

“Pasal 68 Undang-undang Nomor 32 Tahun 2009 tersebut menjelaskan bahwa setiap orang yang melakukan kegiatan usaha, berkewajiban untuk menjaga keberlangsungan fungsi lingkungan hidup.”

1. Undang-undang Nomor 22 Tahun 2001

Undang-undang sampai saat ini belum mengatur secara tegas tentang limitasi Perusahaan yang wajib menjalankan CSR. Mengacu pada Pasal 15 huruf (b) Undang-undang Penanaman Modal, maka kewajiban menjalankan CSR hanya berlaku untuk Perusahaan penanam modal. Sedangkan menurut Pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas, kewajiban menjalankan CSR berlaku bagi Perusahaan yang menjalankan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam.

Demikian juga menurut “PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.” Meskipun demikian substansi dari semuanya adalah bahwa CSR merupakan kewajiban hukum yang harus dilaksanakan oleh semua Perusahaan maupun badan usaha, sesuai dengan kemampuan yang mereka miliki.

1. **Kepatuhan terhadap CSR**

Berlakunya “Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas,” maka Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan atau CSR menjadi kewajiban hukum bagi perusahaan untuk melaksanakannya. Meskipun demikian masih banyak pihak yang mengkritisi dan mempertanyakan efektifitasnya. Ada sebagian pendapat yang mengatakan bahwa CSR pada dasarnya adalah suatu kepedulian moral/social yang tidak memiliki konsekuensi hukum. Oleh karenanya persoalan CSR tidak semestinya dimasukkan ke dalam peraturan perundang-undangan yang memiliki kekuatan mengikat dengan sanksi hukumnya. Hal itu didasari pada pengertian bahwa persoalan kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan merupakan tanggung jawab pemerintah sebagai penguasa negara, bukan tanggung jawab perseorangan maupun badan usaha. Namun dengan dimasukkannya ketentuan tanggung jawab social dan lingkungan Perusahaan kedalam peraturan perundang-undangan, maka kewajiban moral/social tersebut berganti menjadi sebuah kewajiban hukum yang harus ditaati dan akan mendapatkan sanksi jika melanggarnya.

Mengutip Mukti Fajar, kewajiban CSR yang dituangkan dalam dua Undang-undang tersebut di atas justru menimbulkan ketidak jelasan (Mukti Fajar : 2010 : 112), karena :

1. Istilah CSR dalam Undang-undang Penanaman Modal disebut sebagai “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”, sedangkan di dalam Undang-undang Perseroan Terbatas, digunakan terminologi “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”.
2. CSR di dalam Undang-undang Penanaman Modal disebut merupakan “tanggung jawab yang melekat pada Perusahaan”, sedangkan pada Undang-undang Perseroan Terbatas, CSR merupakan dikatakan sebagai “komitmen perusahaan”. Jadi jelas kalimat tersebut memiliki makna yang berbeda.
3. Di dalam Undang-undang Penanaman Modal, tujuan CSR adalah “untuk menciptakan hubungan yang serasi”, sedangkan di dalam Undang-undang Perseroan Terbatas, disebutkan bahwa tujuan CSR adalah “untuk peningkatan kualitas hidup masyarakat”.
4. Dalam Undang-Undang Penanaman Modal, kewajiban CSR berlaku tanpa memperhatikan jenis perusahaan atau sektor usahanya. Sebaliknya, Undang-Undang Perseroan Terbatas hanya mewajibkan perusahaan berbentuk PT yang bergerak di sektor sumber daya alam dan bidang terkait untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.
5. CSR, yang dianggap sebagai kewajiban untuk mendistribusikan sebagian kekayaan perusahaan, terkadang dipandang bertentangan dengan hak kepemilikan pribadi (private property right) yang dimiliki oleh korporasi. Pasalnya, sebagai entitas privat, perusahaan memiliki hak kepemilikan yang dijamin dan dilindungi oleh hukum.

Berawal dari perbedaan multi tafsir tersebut, maka pengaturan CSR dalam perundang-undangan mendapat penolakan dari berbagai pelaku usaha di Indonesia. Puncak dari penolakan tersebut ditandai dengan diajukannya permohonan Judicial Review ke Mahkamah Konstitusi untuk pengujian “Pasal 74 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.” Permohonan Judicial Review diajukan secara resmi oleh Badan Pengurus Pusat Himpunan Pengusaha Muda (BPP HIPMI), Dewan Pengurus Kamar Dagang dan Industri (KADIN), dan Pengurus Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI), pada tanggal 28 Nopember 2008.Para pemohon mengajukan judicial review karena merasa hak konstitusionalnya dirugikan. Ada beberapa persoalan yang ditunjuk pemohon untuk membuktikan hal tersebut (Mukti Fajar : 2010 : 116), diantaranya :

*Pertama*, Corporate Social Responsibility (CSR)/Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) adalah suatu prinsip yang bersifat etis dan moral yang dinormakan oleh undang-undang, sehingga menjadi suatu kewajiban hukum yang memiliki sanksi bagi yang tidak menjalankannya. Tindakan tersebut menyebabkan Indonesia menjadi satu-satunya negara di dunia yang menormakan sesuatu yang berifat etis dan moral, pada CSR/TJSL menjadi suatu kewajiban dengan memberikan sanksi hukum.

*Kedua.* Tindakan tersebut diatas juga menimbulkan ketidak pastian dan *contracditio in terminis* karena menyebabkan terjadinya ketidak jelasan antara tanggung jawab yang didasarkan atas karakter social (social responsibility) yang bersifat voluntary dengan kewajiban yang bersifat hukum (*legal obligation*) yang mempunyai daya memaksa.

*Ketiga*, penerapan norma yang mewajibkan prinsip CSR/TJSL dapat menimbulkan ketidaksetaraan di depan hukum, dengan kecenderungan untuk dianggap diskriminatif. Pasalnya, perusahaan yang beroperasi di sektor sumber daya alam telah memenuhi kewajibannya melalui peraturan *sektoral, namun tetap diwajibkan untuk mengalokasikan anggaran untuk CSR/TJSL. Di sisi lain, perusahaan yang tidak terikat oleh Undang-Undang Perseroan Terbatas tidak dikenakan kewajiban serupa*.

*Keempat,* terdapat ketidaksesuaian antara dua undang-undang yang berbeda dalam mengartikan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (CSR). Di satu sisi, Undang-Undang Penanaman Modal menyebut CSR sebagai “komitmen perusahaan,” yang lebih menekankan pada kesadaran dan niat baik perusahaan. Namun, di sisi lain, Undang-Undang Perseroan Terbatas menganggap CSR sebagai “kewajiban” yang harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perusahaan. Perbedaan ini menyebabkan kebingungannya, karena memberikan kesan bahwa CSR selalu berhubungan dengan pengeluaran biaya, meskipun banyak program CSR yang tidak memerlukan dana besar atau bahkan tidak mengeluarkan biaya sama sekali.

*Kelima.* ketika CSR/TJSL dipandang semata-mata sebagai kewajiban yang harus dipenuhi, hal ini berisiko menumbuhkan budaya korupsi, tidak hanya di kalangan birokrasi, tetapi juga di masyarakat luas. Pendekatan yang sempit terhadap CSR, yang hanya dilihat sebagai "ganti rugi", mengabaikan esensi sejatinya, yaitu sebagai investasi untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan berkelanjutan antara perusahaan dan para pemangku kepentingan. Dengan pemahaman yang keliru ini, CSR berpotensi disalahgunakan untuk tujuan jangka pendek, bukan sebagai upaya untuk membangun kemitraan yang lebih baik dan saling menguntungkan dalam jangka panjang.

*Keenam.* CSR/TJSL yang diposisikan sebagai kewajiban cenderung menjadi pendekatan yang seragam dan artifisial, karena hanya dilihat sebagai pemenuhan formalitas hukum tanpa memperhatikan konteks spesifik setiap perusahaan. Pandangan ini bertentangan dengan prinsip demokrasi ekonomi, terutama dalam hal "efisiensi berkeadilan", karena setiap perusahaan memiliki kondisi dan kebutuhan yang berbeda terkait dengan CSR/TJSL. Oleh karena itu, yang paling mengetahui apakah suatu program CSR/TJSL efektif untuk stakeholder adalah pelaku usaha itu sendiri, bukan pemerintah yang mencoba menerapkan kebijakan seragam. CSR/TJSL seharusnya tidak dilihat sebagai kewajiban atau pengganti rugi, melainkan sebagai usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan lingkungan sosialnya.

CSR dapat diwujudkan dalam berbagai program, seperti: membangun sekolah, rumah sakit, biaya pendidikan, atau upaya lain untuk mensejahterakan lingkungannya. Itulah sebabnya besar kecilnya peruntukkan CSR tidak dapat ditentukan serupa dan diseragamkan. Dengan demikian CSR sebagai kewajiban yang legal normative bertentangan dengan sendi “efisiensi berkeadilan”.Dapat dipahami bahwa pada intinya perdebatan dan penolakan CSR dilatar belakangi karena anggapan bahwa konsep CSR yang disodorkan pemerintah bertentangan konsep CSR asli yang sifatnya sukarela dan tidak diatur oleh regulasi atau *beyond regulation*. Meskipun demikian CSR telah ditegaskan sebagai kewajiban melalui Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 53/PUU-VI/2008 yang sifatnya final dan binding (Harseno : 2014 : 1). Dengan demikian CSR merupakan suatu kewajiban yang dilekati dengan sanksi.

1. **CSR dalam Perspektif Sosial dan Ekonomi**
2. Prinsip-prinsip Dasar CSR.

Setiap perusahaan dalam berbagai skala perlu menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitar dan lingkungannya. Konsep CSR mengusung gagasan bahwa perusahaan harus memainkan peran positip di masyarakat serta mempertimbangkan dampak social dan lingkungan dari keputusan bisnisnya. Hal ini terkait erat dengan sustainability (keberlanjutan) dalam menciptakan nilai ekonomi, social dan lingkungan.Mekanisme kerja CSR memiliki prinsip-prinsip yang bermanfaat bagi lingkungan dimana perusahaan bernaung (Tugu Insurance : 2022), yang dikenal dengan *Triple Bottom Line*, yaitu :

1. Profit.

Agar perusahaan tetap berhasil dan bertahan, pencapaian laba menjadi hal yang tak terpisahkan. Oleh karena itu, CSR tidak hanya sekadar upaya sosial atau lingkungan, tetapi juga harus diselaraskan dengan tujuan untuk meraih keuntungan. CSR yang efektif dapat berkontribusi pada citra perusahaan, membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat, serta menciptakan dampak positif jangka panjang yang pada akhirnya mendukung kelangsungan dan pertumbuhan bisnis.

1. People.

Istilah people dalam konteks CSR mencakup lebih dari sekadar karyawan perusahaan, tetapi juga mencakup masyarakat di sekitar lokasi operasi perusahaan. Di dalam perusahaan, penting untuk menetapkan kebijakan dan regulasi yang mendukung kesejahteraan karyawan serta sesuai dengan standar yang berlaku. Di luar itu, perusahaan harus memperhatikan dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnisnya terhadap masyarakat sekitar, termasuk pengaruh terhadap lingkungan serta konsumen yang menggunakan produk perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan meliputi aspek internal dan eksternal yang saling berhubungan.

1. Planet.

Pengertian planet disini adalah bumi, bumi tempat segala sesuatunya berpijak dan kembali, termasuk perusahaan yang beroperasi. Perusahaan harus memikirkan dampak pengaruh atau akibat yang ditimbulkan aktifitas usahanya terhadap lingkungan dan bumi. Perusahaan harus dapat meminimalisir segala akibat negative yang ditimbulkannya. Perusahaan juga harus mengambil langkah positip untuk menjaga lingkungannya.

Menurut Crowther David (Kadek Desy Apriantini : 2015 : 5), menjelaskan prinsip-prinsip CSR, sebagai berikut :

1. Sustainability (Keberlanjutan).

Prinsip keberlanjutan (sustainability) berfokus pada bagaimana perusahaan menjalankan operasionalnya dengan memperhitungkan keberlanjutan sumber daya alam untuk masa depan. Hal ini menuntut agar setiap keputusan yang diambil, baik dalam penggunaan maupun pengelolaan sumber daya, tidak hanya menguntungkan saat ini, tetapi juga tidak mengorbankan kemampuan generasi yang akan datang untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dengan kata lain, sustainability mendorong masyarakat untuk memanfaatkan sumber daya secara bijaksana, sehingga dapat menjaga keseimbangan antara kebutuhan sekarang dan masa depan.

1. Accountability (Pertanggung-jawaban).
2. Prinsip akuntabilitas mengharuskan perusahaan untuk terbuka dan bertanggung jawab atas segala aktivitas yang dilakukan. Akuntabilitas menjadi penting karena kegiatan perusahaan tidak hanya berpengaruh pada internal perusahaan, tetapi juga pada lingkungan eksternal. Oleh karena itu, akuntabilitas berfungsi sebagai sarana bagi perusahaan untuk membangun reputasi dan hubungan yang kuat dengan para pemangku kepentingan (stakeholders). Dengan menjalankan prinsip ini, perusahaan dapat menunjukkan komitmennya untuk bertindak secara transparan dan memperhatikan dampak dari setiap keputusan yang diambil
3. Transparancy (Keterbukaan).

Prinsip transparansi adalah kunci utama dalam membangun hubungan yang sehat antara perusahaan dan pihak eksternal (stakeholder). Dengan transparansi, perusahaan secara aktif menyampaikan informasi terkait aktivitasnya yang berpotensi memengaruhi lingkungan sekitar, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini tidak hanya mengurangi ketidakjelasan atau asimetri informasi, tetapi juga membantu mencegah kesalahpahaman yang bisa timbul akibat minimnya komunikasi. Dalam konteks ini, transparansi menjadi pondasi untuk memastikan bahwa setiap keputusan perusahaan dipertanggungjawabkan dengan jelas, memberikan keyakinan bahwa dampak sosial dan lingkungan mendapat perhatian serius.

1. **Kosep CSR dan GCG (Good Corporate Governance).**

Setiap Perusahaan memiliki tata kelola yang baik berupa prinsip-prinsip yang digunakan untuk mengatur dan mengendalikan Perusahaan agar tercapai keseimbangan yang baik dalam memberikan pertanggung jawaban terhadap stake holder. Prinsip-prinsip tersebut dijadikan sebagai pedoman dan standar kerja Perusahaan yang bertujuan untuk memperbaiki citra, efisiensi dan tanggung jawab social Perusahaan. Prinsip-prinsip inilah yang dikenal dengan sebutan Good Corporate Governance (GCG). GCG merujuk pada seperangkat prinsip, nilai, dan praktek tata kelola Perusahaan yang baik.Konsep ini bertujuan untuk memastikan bahwa Perusahaan dijalankan dengan cara yang transparan, adil dan bertanggung jawab, dengan memperhatikan kepentingan semua pemangku kepentingan. GCG melibatkan beberapa aspek, termasuk struktur organisasi, sistim pengambil keputusan, pemantauan kinerja, dan pengungkapan informasi (GRC Indonesia : 2023).

Menurut Yadiati dalam (Karinda : 2018), Good Corporate Governance adalah suatu sistim yang mengatur keberadaan fungsi (organ), dan bagaimana mereka berinteraksi satu sama yang lain, baik di dalam Perusahaan maupun dengan pihak eksternal. Sementara definisi GCG berdasarkan Surat Keputusan Menteri Negara BUMN Nomor 117/2002, adalah : “*Suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas Perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dan tetap memperhatikan kepentingan stake holder lainnya, berdasarkan peraturan perundangan dan nilai-nilai etika”.*

Berdasarkan definisi tersebut, GCG (Good Corporate Governance) merupakan sistem yang mengatur dan mengawasi jalannya perusahaan agar dapat berjalan berkesinambungan (sustainable), meningkatkan nilai saham, serta mempertanggungjawabkan hasil kepada pemegang saham (shareholders), tanpa mengabaikan kepentingan stakeholders, termasuk karyawan, masyarakat, dan pihak terkait lainnya. Di era bisnis yang semakin kompleks dan terhubung secara global, penerapan prinsip GCG sangat penting. GCG bukan hanya soal kepatuhan terhadap hukum, melainkan juga menciptakan lingkungan bisnis yang transparan, akuntabel, dan berintegritas. Dengan penerapan prinsip-prinsip ini, perusahaan dapat tetap kompetitif dan beradaptasi dengan perubahan pasar yang semakin besar.

GRC Indonesia (GRC Indonesia : 2023), dalam tulisannya mengatakan bahwa Good Corporate Governance (GCG) mengandung prinsip-prinsip :

1. Transparansi. Menyediakan informasi yang terbuka, jujur, dan mudah diakses, agar semua pemangku kepentingan dapat memahami dengan jelas kondisi dan aktivitas perusahaan.
2. Akuntabilitas. Memikul tanggung jawab atas setiap keputusan dan tindakan Perusahaan, baik kepada pemegang saham maupun pihak berkepentingan lainnya
3. Kewajaran. Menjamin kesetaraan dalam perlakuan terhadap seluruh pemangku kepentingan, tanpa diskriminasi atau ketidakadilan.
4. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). Menyadari serta menjalankan tanggung jawab sosial terhadap komunitas dan lingkungan sekitar.
5. Pengelolaan Resiko. Mengidentifikasi, menilai, dan mengendalikan risiko secara efektif demi tercapainya tujuan Perusahaan.
6. Independensi Dewan Direksi. Menjaga kemandirian Dewan Direksi dari intervensi eksternal yang berpotensi memengaruhi proses pengambilan keputusan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dipahami bahwa CSR adalah bagian dari Good Corporate Governance (GCG). CSR merupakan salah satu aspek penting yang menunjang keberhasilan GCG. CSR adalah gambaran kecil dari GCG yang memiliki substansi yang sama. CSR dan GCG berperan penting dalam membangun pasar yang efisien, transparan, serta selaras dengan regulasi yang berlaku. Implementasi GCG harus ditopang oleh tiga pilar utama yang saling terintegrasi, yaitu Negara beserta perangkatnya sebagai regulator, dunia usaha sebagai pelaku pasar, serta Masyarakat sebagai konsumen produk dan jasa (Moh. Wahyudin Zarkasyi : 2008 : 42).

1. **Landasan Teori**

Dalam perspektif bisnis saat ini, CSR masih bersifat normative karena belum ada ketentuan undang-undang yang secara resmi memberlakukan CSR sebagai sebuah kewajiban bagi semua Perusahaan. Selain itu konsep yang bervariasi membuat beberapa pemahaman terhadap definisi CSR menjadi berbeda-beda. CSR adalah bentuk dari regulasi Perusahaan yang diintegrasikan dalam suatu model bisnis. CSR merupakan suatu Tindakan yang dilakukan Perusahaan sebagai upaya meningkatkan kepercayaan public, dengan memperhatikan tiga aspek utama, yaitu people, planet dan profit (*Triple Bottom Line*).

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen Perusahaan dalam menjaga keseimbangan lingkungan sekitar, baik secara fisik maupun psikis. Perluasan tanggung jawab ini muncul sebagai dampak eksternalitas dis-ekonomi yang timbul akibat industrialisasi (keberadaan Perusahaan), seperti pencemaran, emisi debu, radiasi kebisingan, serta berbagai bentuk eksternalitas lainnya (Norhadi,2009;94). Menurut Norhadi (Norhadi,2009;95), terjadinya *Negative Exterlities* tersebut menyebabkan *cost* yang harus ditanggung oleh stake holder, sementara mereka adalah pihak yang tidak turut langsung menikmati peningkatan kesejahteraan (hasil) dari Perusahaan. Dari situlah awal munculnya ketidak seimbangan antara kepentingan Perusahaan sebagai unit bisnis, dengan kepentingan stake holder. Implikasinya, terjadi protes stake holders terhadap Perusahaan. Untuk mengurangi klaim (protes) tersebut dapat dilakukan melalui mekanisme *Social Contract* berupa peningkatan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Sebagai sebuah konsep yang dimatangkan dalam sebuah regulasi, CSR dijalankan dengan mengusung beberapa teori sebagai pedoman pelaksanaannya. Diantaranya adalah :

1. **Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Menurut teori legitimasi, organisasi harus memperhatikan hak-hak investor dan hak-hak masyarakat secara keseluruhan (Deegan dan Rankin, 2004; 67). Dalam upaya untuk mendapatkan legitimasi, perusahaan melakukan kegiatan sosial dan lingkungan. Kegiatan-kegiatan tersebut berdampak pada akuntansi pelaporan dan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Kegiatan-kegiatan tersebut dipublikasikan. Menurut teori legitimasi, perusahaan selalu berusaha untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam kerangka kerja dan norma-norma yang ada di masyarakat atau lingkungan mereka. Mereka juga berusaha untuk memastikan bahwa kegiatan perusahaan diterima oleh pihak luar sebagai "sah" oleh pihak luar.

Deegan dan Rankin (2004;67) berpendapat bahwa menurut teori legitimasi, organisasi perlu mempertimbangkan hak investor dan hak masyarakat umum. Perusahaan terlibat dalam kegiatan sosial dan lingkungan sebagai cara untuk membangun kredibilitas. Laporan tahunan perusahaan dipengaruhi oleh kegiatan ini dalam hal akuntansi, pelaporan, dan pengungkapan. Kegiatan ini telah dipublikasikan. Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan berusaha untuk mematuhi norma dan standar sosial atau lingkungan tempat mereka beroperasi. Mereka juga berusaha untuk memastikan bahwa tindakan perusahaan dianggap "sah" oleh mereka yang berada di luar organisasi.

Legitimasi suatu organisasi dapat dilihat sebagai pertukaran timbal balik antara perusahaan dan masyarakat, di mana masyarakat menyediakannya bagi perusahaan dan perusahaan menginginkan atau mengejarnya dari masyarakat. Oleh karena itu, legitimasi dapat dilihat sebagai keuntungan atau faktor yang memungkinkan bagi keberlangsungan keberadaan perusahaan (O'Donovan, 2002:45). Oleh karena itu, menurut teori legitimasi, penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan keselarasan norma dan nilai sosial agar memperoleh pengakuan dan penerimaan di lingkungannya saat menjalankan operasinya. Hal ini sangat penting untuk memastikan kelangsungan hidup suatu bisnis. Teori legitimasi berpusat pada hubungan antara bisnis dan masyarakat. Menurut teori ini, organisasi terus berupaya untuk memastikan bahwa mereka menjalankan aktivitasnya sesuai dengan batasan dan standar masyarakat tempat mereka beroperasi (Rawi, 2010:57).

Teori legitimasi sangat bermanfaat untuk mengkaji perilaku organisasi karena legitimasi organisasi sangat penting, dan batasan yang ditetapkan oleh norma dan nilai masyarakat, serta respons organisasi terhadap batasan ini, menggarisbawahi pentingnya menganalisis perilaku organisasi dengan mempertimbangkan lingkungan (Ghozali dan Chariri, 2007:28). Menurut definisi ini, metode operasi dan keluaran organisasi harus selaras dengan norma dan nilai sosial. Sistem akuntabilitas sangat penting bagi penerimaan masyarakat terhadap operasi organisasi yang berkelanjutan. Teori legitimasi didasarkan pada gagasan tentang "kontrak sosial" yang dibentuk antara perusahaan dan masyarakat tempat perusahaan beroperasi dan memanfaatkan sumber daya ekonomi. Shocker dan Sethi (1974:67) menjelaskan bahwa konsep kontrak sosial adalah bahwa semua lembaga sosial, termasuk perusahaan, berfungsi dalam masyarakat melalui kontrak sosial, baik eksplisit maupun implisit, yang menjadi dasar kelangsungan hidup dan pertumbuhan mereka.

a. Hasil akhir (output) yang dapat didistribusikan ke masyarakat luas.

b. Alokasi manfaat ekonomi, sosial, atau politik kepada kelompok berdasarkan tingkat kekuasaan mereka.

**2. *Teori Corporate Social Responsibility***

Tidak ada satu pencetus tunggal teori Corporate Social Responsibility (CSR), tetapi konsep ini berkembang dari berbagai pemikiran akademisi dan praktisi bisnis selama beberapa dekade. Howard R. Bowen (1953) – "Father of CSR" Dikenal sebagai "Bapak CSR" karena bukunya *"Social Responsibilities of the Businessman"*. Menyatakan bahwa bisnis memiliki kewajiban moral untuk mempertimbangkan dampak sosial dari keputusannya. Konsepnya menjadi dasar CSR

Saat ini, Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep yang sudah tidak asing lagi dan telah menjadi kewajiban standar bagi semua perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat setempat. Menurut Soeharto (2007:16), Corporate Social Responsibility (CSR) melibatkan komitmen oleh perusahaan untuk tidak hanya meningkatkan keuntungan finansial mereka, tetapi juga untuk berkontribusi pada pembangunan sosial ekonomi yang komprehensif, kelembagaan, dan berkelanjutan di suatu wilayah. World Business Council for Sustainable Development, sebagaimana dinyatakan dalam Rahman (2009:10), mendefinisikan CSR sebagai dedikasi suatu perusahaan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan melalui kerja sama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat secara keseluruhan untuk meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan.

Secara sederhana, tanggung jawab sosial perusahaan berarti bahwa perusahaan dituntut untuk membuat kebijakan, membuat pilihan, dan mengambil tindakan yang berdampak positif pada masyarakat. Teori Carroll tentang paradigma tanggung jawab sosial perusahaan menyajikan perspektif Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) yang lebih inklusif. Ia percaya bahwa tanggung jawab perusahaan dapat dilihat melalui empat tingkatan yang saling terkait (ekonomi, hukum, etika, dan filantropis). Untuk memenuhi kewajiban ekonominya, perusahaan perlu menghasilkan laba untuk menopang dirinya sendiri dan tumbuh.

Memberikan bantuan kepada karyawan seperti perlindungan pekerja, penghargaan dan insentif, dan memastikan keselamatan di tempat kerja; Berfokus pada penciptaan lingkungan yang sehat dan aman, pengelolaan limbah yang tepat, dan pengembangan produk ramah lingkungan. Perusahaan sebagai suatu organisasi bisnis memiliki keinginan alamiah untuk memenuhi laba yang merupakan tanggung jawab ekonominya. Menurut Sen dan Bhattacharya sebagaimana dikutip Muhajjir, CSR mencakup enam komponen utama, yaitu:

* 1. Dukungan dari masyarakat diberikan untuk berbagai program seperti pendidikan, kesehatan, dan seni.
  2. Kebijakan perusahaan tidak mendiskriminasi konsumen dan calon karyawan berdasarkan jenis kelamin, kemampuan fisik, atau ras.
  3. Dukungan karyawan, seperti menjaga keselamatan pekerja, menawarkan insentif dan penghargaan, dan memastikan keselamatan di tempat kerja.
  4. Lingkungan, termasuk promosi lingkungan yang aman dan sehat, pengelolaan limbah yang tepat, dan pengembangan produk ramah lingkungan.

e. Di luar Amerika Serikat, perusahaan harus memastikan kesempatan kerja yang sama bagi masyarakat global dengan mendirikan pabrik di luar negeri;

f. Mengenai produk, perusahaan harus memastikan bahwa produk tersebut aman bagi kesehatan, diproduksi secara etis, menjalani penelitian dan pengembangan, dan dikemas secara berkelanjutan menggunakan bahan yang dapat didaur ulang.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) Pasal 74, Perseroan Terbatas (PT) wajib melaksanakan kewajiban CSR.

a. Badan usaha yang bergerak di bidang sumber daya alam wajib memenuhi kewajiban sosial dan lingkungan dalam kegiatan usahanya.

b. Pada ayat (1), tanggung jawab sosial dan lingkungan dijelaskan sebagai kewajiban perusahaan yang diperhitungkan dan dimasukkan dalam beban perusahaan. Tanggung jawab tersebut dilaksanakan dengan fokus pada upaya memastikan kepatuhan dan kewajaran.

c. Badan usaha yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) akan dikenakan sanksi sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.

d. Peraturan pemerintah juga mengatur ketentuan tambahan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan.

1. **Teori Stakeholder (Teori Pemangku Kepentingan).**

Teori **Stakeholder** dikembangkan **Freeman** dalam bukunya "Strategic Management: A Stakeholder Approach" (2010). K**eberhasilan perusahaan tidak hanya bergantung pada pemegang saham (shareholders), tetapi juga pada berbagai pihak yang berkepentingan (stakeholders).** Menurut teori ini, **perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap semua pihak yang terkena dampak dari aktivitas bisnisnya,** termasuk pelanggan, karyawan, pemasok, komunitas, pemerintah, dan lingkungan.

Stakeholder mencakup pihak internal dan eksternal yang memiliki hubungan yang dapat atau tidak dapat memengaruhi perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Jadi, stakeholder adalah pihak internal dan eksternal, seperti perusahaan pesaing, masyarakat setempat, pemerintah, lembaga eksternal (LSM, dll.), lingkungan global, karyawan perusahaan, lembaga pemantau lingkungan, dan lain-lain (Herawati: 2015).

Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa perusahaan tidak boleh hanya berfokus pada kepentingannya sendiri tetapi juga mempertimbangkan kepentingan para pemangku kepentingannya dan memberi mereka manfaat. Menurut Aini (2015), pendekatan pemangku kepentingan melibatkan penciptaan kerangka kinerja yang responsif terhadap kebutuhan manajer, khususnya yang berkaitan dengan lingkungan. CSR menyediakan sarana bagi manajer perusahaan untuk memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan. Semakin baik perusahaan menerapkan CSR, semakin puas dan mendukung para pemangku kepentingannya dalam upayanya untuk meningkatkan kinerja dan mencapai hasil yang menguntungkan. Freeman mengkategorikan pemangku kepentingan ke dalam dua kelompok utama:

1. *Primary Stakeholders* (Stakeholder Utama) → Memiliki hubungan langsung dengan perusahaan, seperti:
   1. Pemegang saham (shareholders)
   2. Karyawan
   3. Pelanggan
   4. Pemasok
   5. Kreditur
2. *Secondary Stakeholders* (Stakeholder Sekunder) → Tidak terlibat langsung dalam operasional perusahaan, tetapi tetap dipengaruhi oleh aktivitas bisnis, seperti:
   1. Masyarakat umum
   2. LSM dan aktivis lingkungan
   3. Pemerintah dan regulator

Freeman mengusulkan bahwa perusahaan harus menyeimbangkan kepentingan berbagai stakeholders untuk mencapai keberlanjutan bisnis. Beberapa prinsip utama teori ini:

1. Keseimbangan Kepentingan Keputusan bisnis harus mempertimbangkan dampaknya terhadap berbagai pihak, bukan hanya pemegang saham
2. Tanggung Jawab Sosial; Perusahaan harus berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.
3. Hubungan Jangka Panjan g; Kepercayaan dan loyalitas stakeholder meningkatkan daya saing perusahaan.

Relevansi Teori Stakeholder dalam CSR & Daya Saing , teori ini sangat relevan dalam penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan daya saing perusahaan karena:

1. CSR sebagai alat manajemen stakeholder → Program CSR yang baik akan meningkatkan hubungan dengan stakeholder dan menciptakan keunggulan kompetitif.
2. CSR meningkatkan reputasi dan loyalitas pelanggan; Konsumen cenderung memilih perusahaan yang bertanggung jawab sosial.
3. CSR memperkuat hubungan dengan pemerintah & regulator; Mempermudah perusahaan dalam mendapatkan lisensi dan insentif bisnis.