

PERANAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP PROFITABILITAS SEBELUM DAN SESUDAH UU PT No. 40 TAHUN 2007 INDUSTRI YANG GO PUBLIC DI INDONESIA

R Gatot Heru Pranjoto

Staf Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Trunojoyo
gatot_heru@yahoo.com

ABSTRAKSI

Dalam rangka menjaga dan melestarikan lingkungan, maka dibutuhkan kerja sama yang optimal dalam arti melalui pemahaman serta pengungkapan corporate social responsibility (CSR) dari semua lapisan masyarakat, baik pelaku industri, pemerintah selaku regulator, wakil rakyat, konsumen. Di pasar modal global, corporate social responsibility (CSR) juga diperhitungkan, misal New York Stock Exchange (NYSE) saat ini menerapkan program Dow Jones Sustainable Index (DJSI) untuk saham yang dikategorikan memiliki social responsible investment (SRI), kemudian Index and Financial Time Stock Exchange (FTSE) menerapkan FTSE4 Good sejak tahun 2001. Konsekwensi dari adanya index tersebut memacu investor global seperti dana pensiun dan asuransi yang hanya akan menanamkan investasinya diperusahaan-perusahaan yang sudah masuk dalam index tersebut. Di Indonesia perbincangan corporate social responsibility (CSR) masih merupakan pro dan kontra, walaupun pemerintah menghasilkan UU PT No.40 Tahun 2007 dan telah disyahkan DPR, namun hasilnya belum maksimal. Permasalahan didalam pelaksanaan corporate social responsibility (CSR) di Indonesia antara lain belum tersedianya lembaga khusus didalam perusahaan yang menangani CSR, rendahnya kesadaran masyarakat baik sebagai stakeholder maupun shareholder tentang pelaksanaa CSR, serta kurangnya koordinasi semua lapisan masyarakat untuk mendukung CSR, berdasarkan pengamatan menunjukkan bahwa pada beberapa industri seperti industri semen, rokok, makanan dan minuman, selama 5 tahun mulai dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2011, semua industri mempunyai return on investmen dan profit margin yang meningkat serta harga saham yang tidak dipengaruhi oleh corporate social responsibility (CSR), walaupun pada umumnya belum melakukan corporate social responsibility (CSR). Optimalisasi corporate social responsibility (CSR), Selain membutuhkan mentalitas yang tinggi, juga masih dibutuhkan koordinasi serta wadah yang dapat menjembatani pelaku corporate social responsibility (CSR) baik antara stakeholder dan shareholder dengan Pemerintah baik pusat maupun daerah dan peran perguruan tinggi untuk melakukan penelitian dan memberikan pendidikan, pelatihan, hard ware untuk mendukung kebijakan dan penerapan corporate social responsibility (CSR) di Indonesia.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR) Profitabilitas UU PT No. 40 Tahun 2007, Industri yang Go Public*

ABSTRACT

In order to protect and preserve the environment, it takes the cooperation and understanding of optimal disclosure of corporate social responsibility (CSR) from all walks of life, whether industry, government as regulators, legislators, consumers or can be broadly classified into stakeholder and shareholder expected have personal resilience and social resilience to be able to understand and implement corporate social responsibility (CSR) in Indonesia. Global capital markets, corporate social responsibility (CSR) is also taken into account, eg, New York Stock Exchange (NYSE) is currently implementing the program the Dow Jones Sustainable Index (DJSI) for stocks categorized socially responsible investment (SRI), and Index and Financial Time Stock Exchange (FTSE) apply FTSE4 Good since 2001, the consequence of the index is spurring global investors such as pension funds and insurance will only invest in the company of companies that are included in the index. In Indonesia conversations corporate social responsibility (CSR) is still the pros and cons, although the government produces PT Act 40 of 2007 and has been ratified Parliament, but the results have not been up. Reviews marketing magazine issue 11/2007, confirmed that the need for companies to invest in corporate social responsibility (CSR). With the mentality of the high expected to support a variety of policy implementation, and disclosure of the findings or deviations from the implementation of corporate social responsibility (CSR). Problems in the implementation of corporate social responsibility (CSR) in Indonesia include the unavailability of specialized institutions that deal inside the company CSR, low public awareness as both stakeholders and shareholders about CSR activity, as well as lack of coordination of all walks of life to support CSR, based on observations indicate that the some industries such as cement, cigarettes, food and beverages, for 5 years starting from 2006 to 2011, all industries have a return on the investments and increased margin profit and share price is not affected by the corporate social responsibility (CSR), although generally do not conduct corporate social responsibility (CSR). Optimization of corporate social responsibility (CSR), In addition to requiring a high mentality, still takes coordination and a container that can bridge the perpetrators of corporate social responsibility (CSR) amongst both stakeholders and shareholders with both central and local government and the role of universities to conduct research and provide education, training, hard ware to support the policy and implementation of corporate social responsibility (CSR) in Indonesia.

Key words: *Corporate Social Responsibility (CSR), profit, go public industry*

PENDAHULUAN

Pemahaman serta pengungkapan corporate social responsibility (CSR) bagi masyarakat pada umumnya masih sangat rendah, seakan jauh api dari panggung jika kita membicarakan pelestarian lingkungan dimasa depan. Sampai dengan decade tahun 2012 ini corporate social responsibility (CSR) sering dibicarakan baik melalui media cetak,elektronika bahkan konferensi dan seminar, ada juga yang mengaitkan dengan

pemanasan global sampai bagaimana menciptakan green business, atau bagaimana menciptakan industri yang berwawasan lingkungan.

Sejak digalakkannya program bapak angkat sampai sekarang telah banyak perusahaan yang mengklaim telah banyak melakukan tanggung jawab social, dengan melalui berbagai program pemberian pinjaman modal kerja, pembangunan berbagai sarana yang dibutuhkan oleh masyarakat maupun industri khususnya industri kecil,

Program atau kegiatan corporate social responsibility (CSR) yang dilakukan berbagai perusahaan diIndonesia selama ini memiliki kemiripan dengan berbagai istilah seperti kedermawanan perusahaan (corporate philanthropy), amal perusahaan (corporate giving/charity), relasi kemasyarakatan perusahaan (corporate community/public relation) dan pengembangan masyarakat (community development), apapun yang dilakukan perusahaan adalah merupakan perhatian atau wujud perusahaan dalam memperhatikan tujuannya jangka panjang, dengan melakukan berbagai pendekatan yaitu selain pendekatan melalui shareholder atau para pemegang saham juga memperhatikan kepentingan stakeholder atau mereka yang memiliki kepentingan dengan perusahaan baik masyarakat secara umum, konsumen, karyawan .(OECD,2004)

Pemerintah selaku regulator juga mengeluarkan Undang-Undang PerseroanTerbatas (UU PT) Nomor 40 tahun 2007 Bab V Pasal 74 UU PT, yang berisi bahwa setiap perseroan yang kegiatannya bergerak dibidang atau berhubungan dengan sumberdaya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL).

Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL), secara akuntansi harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai wujud kepedulian operasional perusahaan terhadap biaya kerusakan lingkungan, sebagai dampak operasional yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan terutama sekitar wilayah operasional perusahaan.Pelaporan corporate social responsibility (CSR) masing –masing perusahaan ini harus dibuat sejak disyahnkannya UU PT Nomor 40 tahun 2007 Bab V Pasal 74 tersebut akhir 2008 (Jalal,2007).

Berbagai permasalahan tentangpelaksanaan corporate social responsibility (CSR) di Indonesia adalah :

1. Ada klompok yang memperlmasalahkan tentang arti kata responsibility yang berarti kemampuan menanggapi, yang berarti pula merupakan tindakan sukarela atau tidak wajib.
2. corporate social responsibility (CSR) dianggap sebagai biaya operasional perusahaan, dikawatirkan dapat mengganggu iklim investasi.
3. Anggapan masih maraknya KKN di Indonesia, dikawatirkan munculnya biaya siluman, yang dapat memberatkan operasional bisnis.
4. Hasil pajak yang dipungut pemerintah, sebagian kecil yang dapat dinikmati masyarakat lemah atau masyarakat terpencil.
5. Kegiatan corporate social responsibility (CSR) di Indonesia sampai saat ini sifatnya masih banyak menguntungkan pihak perusahaan dalam rangka promosi atau tebar pesona ketimbang pemberdayaan atau tebar karya (Suharto,2008).
6. Kegiatan corporate social responsibility (CSR), umumnya dilakukan oleh perusahaan besar atau multinasional yang dikenal dengan social marketing.
7. Perhatian masyarakat terhadap pelanggaran corporate social responsibility (CSR) diIndonesia , hanya difokuskan mayoritas pada pelanggaran corporate social responsibility (CSR) perusahaan besar.
8. Green Business belum maksimal, dalam arti bahwa jalinan kerjasama antara perusahaan dan pemasok/subkontraknya kurang optimal.

Dissemination (Penyuluhan)

Penyebaran informasi tentang corporate social responsibility (CSR) di Indonesia yang perlu diketahui dan disadari oleh semua lapisan masyarakat baik sebagai shareholder maupun sebagai stakeholder masih sangat rendah.

Pemahaman definisi corporate social responsibility (CSR) masih diterima secara universal oleh beberapa lembaga, dan sebagian kecil masyarakat, hal ini tentu memberikan dampak pada pemahaman dan implikasi sepihak tentang corporate social responsibility (CSR) di Indonesia mayoritas masih dipihak perusahaan dan sebagian kecil dipihak masyarakat, akibatnya perusahaan mempunyai anggapan bahwa dia yang paling mengetahui tentang pelaksanaan dan implikasi corporate social responsibility (CSR), masyarakat sebagai stakeholder masih dianggap lemah sehingga pihak perusahaan menganggap dirinya sebagai pihak yang paling tahu tentang kebutuhan social masyarakat setempat (needs assessment), mulai dari pembangunan kesehatan, pendidikan sampai pinjaman modal UKM yang sifatnya semua kegiatan ini untuk menciptakan perbaikan dan kesejahteraan masyarakat.

UU PT No.40 Tahun 2007 telah disahkan DPR dalam sidang Paripurna, namun impaknya masih belum nampak, hal ini dapat dibuktikan karena kurangnya program kerjasama penelitian antara Pemda dan Perguruan Tinggi masih belum banyak meneliti tentang lingkungan hidup atau corporate social responsibility (CSR).

Perguruan Tinggi sebagai lembaga swadaya masyarakat, juga belum terlibat kerjasama dengan pemerintah daerah dan DPR belum secara serius membahas dan mengimplementasikan pelaksanaan corporate social responsibility (CSR) kepada masyarakat pada umumnya. Hasil penelitian dosen dan mahasiswa tentang corporate social responsibility (CSR), juga masih dapat dihitung dengan jari.

Law Enforcement (Penegakan Hukum)

Implikasi dari Undang-Undang Perseroan Terbatas (UU PT) Nomor 40 tahun 2007 Bab V Pasal 74 UU PT, yang berisi bahwa setiap perseroan yang kegiatannya bergerak dibidang atau berhubungan dengan sumberdaya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan (TJSL), masih belum mampu menggerakkan semua perusahaan besar untuk melakukan corporate social responsibility (CSR).

Beberapa pandangan masih meragukan pelaksanaan corporate social responsibility (CSR). Karena mereka mempunyai anggapan bahwa CSR akan menimbulkan biaya yang akan memberatkan operasi bisnis, ada pula yang mempunyai anggapan bahwa CSR adalah kemampuan menanggapi bukan sebagai kewajiban, bahkan Dinas Perindustrian sebagai wadah perusahaan, tidak mewajibkan pelaksanaan corporate social responsibility (CSR).

Didalam kesimpangsiuran pelaksanaan corporate social responsibility (CSR). Masih ada beberapa perusahaan yang mempunyai anggapan positif tentang corporate social responsibility (CSR). mereka menganggap CSR mempunyai manfaat jangka panjang antara lain untuk mendapat license to operate dari pemerintah dan masyarakat. CSR juga dapat berfungsi sebagai strategi risk of management (Suharto, 2008).

Anggapan beberapa perusahaan mengatakan bahwa perusahaan sudah membayar pajak kepada pemerintah, namun hasil pajak jarang dinikmati oleh kalangan bawah, hal ini dikarenakan kebijakan dan program sosialnya bersifat fragmented dan tidak melembaga.

PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DI INDONESIA

Pembicaraan tentang lingkungan hidup terus berkembang sampai sekarang dimulai sejak Rachel (1962) Dalam bukunya yang berjudul "The silent spring" memaparkan kerusakan lingkungan dan kehidupan yang disebabkan racun pestisida, sehingga perlu diluruskan tingkah laku korporasi, disini mulai dibicarakan corporate social responsibility (CSR). Pada tahun 1970 para professor banyak menulis buku tentang pentingnya tanggung jawab social perusahaan selain mengeruk keuntungan.

Diera 1980-1990, pemikiran tentang isu ini terus berkembang, kesadaran tentang corporate social responsibility (CSR).meningkat yang dikenal sebagai community development, di era ini sangat menggembirakan lahirnya KTT Bumi di Rio Dejeniro pada tahun 1992 yang menegaskan bahwa konsep pembangunan yang berkelanjutan sangat dibutuhkan , buka tanggung jawab pemerintah semata melainkan juga tanggung jawab korporasi

Diera 2002, Agenda World Summit di Johannesburg, menekankan pentingnya tanggung jawab social perusahaan , terus berkembang kesadaran menjalankan corporate social responsibility (CSR).akhirnya tumbuh menjadi trend global, terutama produk yang ramah lingkungan, yang diproduksi dengan memperhatikan kaidah social dan hak asasi manusia.

Dipasar Modal Global , corporate social responsibility (CSR) juga diperhitungkan , missal New York Stock Exchange (NYSE) saat ini menerapkan program Dow Jones Sustainable Index (DJSI) untuk saham yang dikategorikan memiliki social responsible investment (SRI), kemudian Index and Financial Time Stock Exchange (FTSE) menerapkan FTSE4 Good sejak tahun 2001, Konsekwensi dari adanya index tersebut memacu investor global seperti dana pension dan asuransi yang hanya akan menanamkan investasinya diperusahaan-perusahaan yang sudah masuk dalam index tersebut.

Di Indonesia perbincangan corporate social responsibility (CSR) masih merupakan pro dan kontra, walaupun pemerintah menghasilkan UU PT No.40 Tahun 2007 dan telah disyahkan DPR, namun hasilnya belum maksimal. Ulasan majalah marketing edisi 11/2007, menegaskan bahwa perlunya perusahaan harus berinvestasi pada kegiatan corporate social responsibility (CSR).

Tanggung jawab perusahaan semakin berat dilain pihak perusahaan dituntut untuk mendukung sustainability perusahaan dan CSR, dilain pihak perusahaan harus memiliki strategi untuk merespon berbagai kondisi yang mempengaruhi bisnis seperti perubahan global, trend baru pasar, dan kebutuhan stakeholder yang belum terpenuhi. Global CSR melakukan survey dengan respondem 10 negara menunjukkan hasil bahwa 72% konsumen telah membeli produk dari perusahaan yang melakukan CSR, karena CSR dianggap sebagai CSR for profit, karenanya kegiatan social yang dijalankan harus sesuai dengan kepentingan perusahaan atau core business perusahaan.

Menurut Philip Kotler, dalam buku CSR yang mengatakan tentang perlunya CSR, antara lain dapat membangun positioning merek, mendongkrak penjualan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan loyalitas karyawan, mengurangi biaya operasional serta meningkatkan daya tarik corporate dimata investor

MEMAHAMI TEORI MENTALITAS

Teori mentalitas menjelaskan tentang kecerdasan manusia, mengenal fitrah manusia, menemukan suara hati manusia melalui kebebasan untuk memilih,hukum alam dan prinsip-prinsip, menjelaskan ketangguhan pribadi, ketangguhan social dan

hubungan dengan alam semesta melalui sifat kasih dan sayang, adil dan rasa sukur untuk mencapai manusia paripurna. Setelah mempelajari ilmu mentalitas diharapkan manusia memiliki ketangguhan pribadi, ketangguhan social dan mampu berinteraksi terhadap alam semesta melalui sifat kasih sayang, adil dan pandai bersyukur dalam kehidupan sehari-hari

Melalui ketangguhan pribadi maka manusia akan memiliki ketangguhan agama, sehingga dalam kehidupan sehari-harinya sesuai dengan kaidah atau aturan dalam agamanya sehingga manusia tersebut hidup sehari-hari berperilaku sesuai dan dengan agama yang mantap.

Melalui ketangguhan social, maka manusia akan memiliki rasa saling kasih sayang, saling tolong menolong dan mampu memahami serta memenuhi kewajibannya, termasuk memenuhi kewajibannya sebagai masyarakat secara umum yang tangguh, dalam arti sebagai shareholder maupun stakeholder, baik legislative maupun eksekutif yang dapat menjalankan corporate social responsibility (SCR) yang benar sesuai dengan ketentuan, yaitu merupakan kegiatan pemberdayaan yang berkesinambungan kearah yang lebih baik, untuk itu didalam menjalankan operasinya korporat harus dapat menjamin bahwa (1). Operasional perusahaan tidak membahayakan lingkungan, (2). Bersikap adil terhadap karyawan dan (3). Secara aktif mengakomodir kepentingan masyarakat sekitar tempat usaha perseroan. Dengan ketangguhan social ini masyarakat yang tergolong sebagai stakeholder dan shareholder akan mempunyai tingkat kesadaran yang tinggi, sehingga shareholder dengan penuh kejujuran tidak akan melakukan pembiasan corporate social responsibility (SCR) seperti perusahaan melakukan kegiatan bantuan atau charity atau pemadam konflik sementara kepada masyarakat.

Stakeholder dengan ketangguhan social yang tinggi juga sebagai pihak yang berkepentingan terhadap korporat, juga harus aktif ikut memantau pelaksanaan corporate social responsibility (SCR), bahkan harus berani melakukan pemboikotan terhadap perusahaan yang tidak atau melakukan corporate social responsibility (SCR) dengan tidak benar. sehingga dengan ketangguhan social yang tinggi baik stakeholder maupun shareholder maka dapat diharapkan pelaksanaan corporate social responsibility (SCR) di Indonesia dapat berjalan dengan baik walaupun menggunakan system apapun.

KOORDINASI ANTARA STAKEHOLDER DAN SHAREHOLDER BELUM OPTIMAL

Walaupun berbagai survey telah dilakukan diluar negeri, dimana hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat atau konsumen akan memboikot dengan tidak menggunakan berbagai produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang tidak melakukan corporate social responsibility (SCR), namun belum berlaku sepenuhnya di Indonesia, karena pemahaman serta kepedulian masyarakat yang masih sangat rendah terhadap keerlangsungan lingkungan dimasa yang akan datang. Selain masih rendahnya pemahaman serta kepedulian masyarakat, berbagai pemikiran dari perusahaan, tentang pembiayaan corporate social responsibility (SCR), dimana perusahaan sudah membayar pajak kepada pemerintah, atau dengan kata lain corporate social responsibility (SCR) adalah merupakan beban yang memberatkan perusahaan, bahkan ada yang menganggap bahwa corporate social responsibility (SCR) adalah kegiatan sukarela dalam arti bahwa perusahaan mendahulukan kesejahteraan intern perusahaan, baru jika ada kelebihan dia akan melakukan kesejahteraan luar perusahaan. Pemahaman yang demikian sangat membahayakan pelaksanaan corporate social responsibility (SCR), mengapa? karena bisa saja perusahaan mengaku tidak untung, tidak ada kelebihan dengan dalih tidak melakukan corporate social responsibility (SCR).

Ketegasan Pemerintah sebagai regulator dan penegak hukum yang tidak tegas, sehingga pelaksanaan UU PT 40 Tahun 2007 masih bersifat makroh, dalam arti bias dilakukan dan bias dilanggar. Bertitik tolak dari kondisi yang demikian di Indonesia maka industri atau perusahaan yang melakukan atau tidak melakukan corporate social responsibility (SCR), mempunyai kemampuan menghasilkan laba (Profitabilitas) sebelum dan sesudah UU PT 40/2007 tidak berbeda nyata.

Harus ada gerakan untuk menumbuhkan kesadaran dan anggapan bahwa Program corporate social responsibility (SCR), merupakan program pemerintah dan masyarakat pada umumnya, dimana pelaksanaannya harus dihitung bersama antara pemerintah sebagai regulator, DPR, masyarakat maupun korporat, kemudian disyahkan melalui sidang pleno DPR, kemudian dilakukan penjadwalan, pelaksanaan, evaluasi dan dipantau bersama-sama.

KESIMPULAN

Berdasarkan Pembahasan sebelumnya diatas, maka dapat disimpulkan dan disampaikan rekomendasi sebagai berikut :

1. Corporate social responsibility (CSR), masih merupakan wacana, belum dilakukan secara menyeluruh.
2. Sosialisasi tentang pemahaman, kepedulian serta arti pentingnya pelaksanaan corporate social responsibility (CSR) dalam rangka pelestarian lingkungan hidup.
3. Corporate social responsibility (CSR) belum mempunyai dampak terhadap profitabilitas (ROI,PM) industri di Indonesia.
4. Corporate social responsibility (CSR) belum mempunyai dampak terhadap harga saham industri di Indonesia.
5. Mentalitas merupakan syarat utama bagi Para pelaku corporate social responsibility (SCR), yaitu Pemerintah, DPR, perusahaan dan masyarakat
6. Corporate Social Responsibility (SCR), merupakan masalah dan program bersama antara Pemerintah, DPR, perusahaan dan masyarakat
7. Pelaksanaan dan evaluasi corporate social responsibility (SCR) dipantau bersama antara Pemerintah, DPR, perusahaan dan masyarakat
8. Perlu dibentuk system yang memadahi antara Pemerintah, DPR, perusahaan dan masyarakat didalam pelaksanaan Corporate Social Responsibility (SCR).

DAFTAR PUSTAKA

- Rahman, N. M. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Cetakan 1. Penebar Swadaya Wisma Hijau. Cimanggis Depok.
- Kurniati, R. T. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Cetakan Pertama. Samudra Biru. Jomblangan, Banguntapan Bantul, Yogyakarta.
- Praswoto, Joko. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Cetakan Pertama. Samudra Biru. Jomblangan, Banguntapan Bantul, Yogyakarta.
- Poerwanto. 2010. *Corporate Social Responsibility*. Cetakan Pertama. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Riyanto, A. S. 2011. *Program Kemitraan Bina Lingkungan*. Cetakan Pertama. Banana Publisier. Jakarta Selatan.