

**IMPLEMENTASI PASAL 74 UNDANG – UNDANG
PERSEROAN TERBATAS (PT) NOMOR 40 TAHUN 2007
TENTANG CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
SEBAGAI MODAL SOSIAL**

**Hasan Asy'ari¹
Fakultas Hukum Universitas Mataram**

ABSTRAK

Program Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang – Undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang terbaru, UU. Nomor 40 tahun 2007. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengkaji bagaimana PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Mataram melakukan CSR. Selain itu melalui penelitian ini juga akan diidentifikasi tentang kendala-kendala yang dihadapi PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Mataram dalam mengimplementasikan CSR. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis– normative dan yuridis – empiris, yaitu dengan melakukan inventarisasi hukum positif yang mengatur dan berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan dalam mengimplementasikan tanggung jawab sosialnya, PT PLN melakukan kegiatan – kegiatan sebagai berikut : Community Relation, kegiatan ini menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Community Services, program bantuan dalam kegiatan ini berkaitan dengan pelayanan masyarakat atau kepentingan umum. Community Empowering, kegiatan ini terdiri dari program-program yang memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya. Pelestarian Alam, program bina lingkungan dilaksanakan dalam bentuk kegiatan bantuan pendidikan bagi masyarakat sekitar lokasi transmisi dan distribusi yang tidak mampu, namun memiliki kecerdasan dan kemauan besar untuk melanjutkan pendidikan. Selain itu, dilakukan melalui kegiatan pelestarian alam berupa partisipasi program penghijauan yang diselenggarakan oleh pihak eksternal bekerja sama dengan Pemerintah dan realisasi penghijauan sekitar instalasi PLN. Dalam Pelaksanaan CSR, PT PLN menemui kendala – kendala sebagai berikut : Tantangan utama yang dihadapi PT PLN adanya ketidakpercayaan masyarakat dan kesalahan persepsi yang muncul dari masyarakat sekitar instalasi PLN. PT PLN tidak dapat memaksimalkan pelayanan karena adanya kekurangan daya, yang berakibat adanya pemadaman bergilir.

Kata Kunci : Corporate Social Responsibility (CSR), PT Perusahaan Listrik Negara (PLN)

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is one of the obligations that must be implemented by the company in accordance with the contents of article 74 of Law - Corporate Law (Company Law) the latest, Law. No. 40 of 2007. This study aims to analyze and assess how PT. State Electricity Company NTB do CSR. In addition, through this research will also be identified in about constraints - the constraints faced by PT. State Electricity Company

¹ Dosen tetap Fakultas Hukum Universitas Mataram

NTB in implementing CSR. This study used juridical - normative and juridical - empirical, that is by doing an inventory of domestic law and related to corporate social responsibility in relation to the alleviation of problems - social problems, obtain explanations and know - things about corporate social responsibility, and the constraints faced. From the results it can be concluded in the implementation of social responsibility, PT PLN doing activities - activities as follows: **Community Relations**, this activity involves the development of understanding through communication and information to the relevant parties. **Community Services**, program assistance in these activities related to public service or public interest. **Community Empowering**, this activity consists of programs that provide wider access to the public to support their independence. **Nature Conservation**, environmental development program implemented in the form of educational assistance for community activities around the location of transmission and distribution are not capable, but has great intelligence and willingness to continue their education. Additionally, conducted through nature conservation activities such as participation greening program organized by external parties to cooperate with the Government and the realization of the greening around PLN installation. In the implementation of CSR, PT PLN encountered obstacles - obstacles as follows: The main challenge faced by PT PLN any public mistrust and misperceptions that arise from the surrounding community PLN installation. PT PLN unable to maximize service due to power shortage.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), the State Electricity Company

Pokok Muatan

IMPLEMENTASI PASAL 74 UNDANG – UNDANG PERSEROAN TERBATAS (PT) NOMOR 40 TAHUN 2007 TENTANG CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) SEBAGAI MODAL SOSIAL.....	325
A. PENDAHULUAN.....	326
B. PEMBAHASAN	330
1. Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) di Indonesia.....	330
2. Regulasi CSR dalam Hasil Sinkronisasi UU Perseroan Terbatas	331
3. Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada PT PLN Nusa Tenggara Barat	331
4. Pelaksanaan Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).....	332
5. Kendala – kendala yang dihadapi PT PLN dalam Pelaksanaan CSR	333
C. SIMPULAN	333

A. PENDAHULUAN

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang – Undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang terbaru, UU. Nomor 40 tahun 2007. Dengan adanya undang – undang ini , industri atau korporasi – korporasi wajib untuk melaksanakannya,

tetapi kewajiban ini bukan suatu beban yang memberatkan. Perlu diingat pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup.¹

¹ Dikutip dari tulisan Chairil N. Siregar, *Analisis Sosiologi Terhadap Implementasi CSR Pada masyarakat Indonesia*, hal. 285

Melihat pada kondisional seperti yang diuraikan diatas maka penulis mengangkat permasalahan ini kepermukaan. Penulis menganggap bahwa pengambilan judul diatas cukup strategis. **Pertama**, sebab sebenarnya konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah dikenal sejak awal 1970, yang secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai – nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Seiring perjalanan waktu, di satu sisi sektor industri atau korporasi – korporasi skala besar telah mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi disisi lain eksploitasi sumber – sumber daya alam oleh sektor industri seringkali menyebabkan kerusakan lingkungan. **Kedua**, adalah sebagai upaya untuk menegaskan hubungan perusahaan dengan aktivitas perniagaan yang diselenggarakan oleh para pengusaha. Dalam konterks perniagaan yang diselenggarakan terdapat hubungan timbal balik antar personal perusahaan secara internal dan antara internal perusahaan dengan masyarakat luar perusahaan. *Corporate Social Responsibility* adalah suatu bagian hubungan perniagaan yang melibatkan perusahaan di satu pihak dan masyarakat sebagai lingkungan sosial perusahaan di pihak lain. **Ketiga**, CSR adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat domisili. Secara teoritik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholdersnya*, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja atau operasionalnya. Perusahaan merupakan salah satu sendi kehidupan masyarakat modern, karena perusahaan merupakan

salah satu pusat kegiatan manusia guna memenuhi kebutuhannya. Selain itu, perusahaan juga sebagai salah satu sumber pendapatan negara melalui pajak dan wadah tenaga kerja. Dapat dikatakan bahwa suatu perusahaan adalah setiap badan usaha yang menjalankan kegiatan dalam bidang perekonomian secara terus menerus, bersifat tetap dan terang – terangan, dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba yang dibuktikan dengan pembukuan. Hubungan ideal antara bisnis dengan msyarakat menjadi suatu masalah perdebatan (*a matter of debate*). Pendukung konsep tanggung jawab sosial (*social resposibility*) memberi argumentasi bahwa suatu perusahaan mempunyai kewajiban terhadap masyarakat selain mencari keuntungan. Ada beberapa definisi tentang CSR yang pada dasarnya adalah etika dan tindakan untuk turut berperan dalam keberlanjutan ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan².

Pada hakekatnya, setiap orang kelompok dan organisasi mempunyai tanggung jawab sosial (*social resposibility*) pada lingkungannya. Tanggung jawab sosial seseorang atau organisasi adalah etika dan kemampuan berbuat baik pada lingkungan sosial hidup berdasarkan aturan, nilai dan kebutuhan masyarakat. Berbuat baik aatu kebijakan merupakan bagian dari kehidupan sosial. Dan, segi kecerdasan, berbuat kebajikan adalah salah satu unsur kecerdasan spiritual. Sementara dalam konteks perusahaan, tanggung jawab sosial itu disebut tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility -- CSR*)³.

Secara etik, perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban – kewajiban ekonomis dan legal kepada pesaham atau

² Asyhadie, Zaeni., Hukum bisnis, prinsip dan pelaksanaanya di Indonesia, Jakarta, 2006.

³ Marten H. Jean dkk. Corporate Social Responsibility Perusahaan Multinasional Kepada Masyarakat Sekitar, Salatiga 2007

shareholder , tetapi juga mempunyai kewajiban kepada pihak – pihak lain secara sosial termasuk masyarakat disekitarnya. Karena itu CSR adalah nilai moral yang semestinya dilaksanakan atas panggilan nurani pemilik atau pimpinan perusahaan bagi peningkatan kesejahteraan *stakeholder* perusahaan. *Stakeholder* adalah seseorang atau kelompok orang yang kena pengaruh langsung atau tidak langsung pada kegiatan bisnis perusahaan. *Stakeholder* perusahaan meliputi pesaham, pemimpin, pekerja, penyedia barang dan jasa (mitra atau *supplier*), pesaing, konsumen, pemerintah dan masyarakat⁴.

Penerapan CSR saat ini berkembang pesat, termasuk di Indonesia. CSR kini dianggap sebagai peluang untuk meningkatkan daya saing serta sebagai bagian dari pengelolaan resiko menuju *sustainability* dari kegiatan usahanya. CSR di Indonesia dimulai pada awal tahun 2000. Namun, kegiatan yang esensi dasarnya telah berjalan sejak tahun 1970-an dengan tingkat yang bervariasi, mulai dari bentuk yang sederhana seperti donasi sampai pada bentuk yang komprehensif seperti membangun sekolah. Mengingat CSR bersifat *intangible* (kasat mata), maka sulit dilakukan pengukuran tingkat keberhasilan yang telah dicapai. Oleh karena itu, diperlukan berbagai pendekatan kuantitatif dengan menggunakan *triple bottom line* atau lebih dikenal secara *sustainability-reporting*. Dari sisi ekonomi, penggunaan sumber daya alam dihitung dengan akuntansi sumber daya alam, sedangkan pengeluaran dan penghematan biaya lingkungan dapat dihitung menggunakan akuntansi lingkungan. Salah satu alat ukur yang dipakai disebut PROPER. Inilah awal dari pengukuran Penerapan CSR dari aspek sosial dan lingkungan *sustainability-reporting*. Pembangunan adalah apabila dapat memenuhi kebutuhan saat ini.

Dengan mengusahakan keberlanjutan pemenuhan kebutuhan bagi hubungan antar generasi, artinya untuk memberikan kesempatan kepada generasi selanjutnya. Hal ini menginsyaratkan adanya suatu alih teknologi bagi hubungan antar generasi, artinya untuk memberi kesempatan kepada generasi selanjutnya dalam memenuhi kebutuhannya. Penerapan pembangunan seperti ini harus didukung oleh aspek *social sustainability* yang berhubungan dengan lingkungan. Hal ini harus disosialisasikan oleh para pelaksana pembanguana yang ada di Indonesia. Dan harus ditrapkan pada setiap manusia pelaksana kegiatan pembangunan tersebut. *social sustainability* terdiri dari tiga aspek, yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. Untuk pelaksanaannya adalah *human sustainability* yaitu peningkatan kualitas manusia secara etika seperti pendidikan, kesehatan, rasa empati, saling menghargai, dan kenyamanan yang terangkum dalam tiga kapasitas, yaitu spritual, emosional dan intelektual. Pemabngunan di bidang ekonomi, lingkungan da sosial dapat dilakukan oleh korporasi yang mempunyai kebudayaan perusahaan sebagai suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). CSR dapat dipahami sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk penungkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan komunitas secara lebih luas⁵.

Secara umum CSR merupakan peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota komunitas untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan

⁴ Hartono, Sri Redjeki. Hukum Ekonomi Indonesia, malang, 2007.

⁵ Marten H. Jean dkk. Corporate Social Responsibility Perusahaan Multinasional Kepada Masyarakat Sekitar, Salatiga 2007

hidup termasuk perubahan – perubahan yang ada sekaligus memelihara, atau dengan kata lain merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada suatu komunitas, atau merupakan suatu proses yang penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholder* dan penanaman modal) maupun eksternal (kelembagaan, pengaturan umum, anggota – anggota komunitas, kelompok komunitas sipil dan perusahaan lain). Jadi, tanggung jawab perusahaan secara sosial tidak hanya terbatas pada konsep pemberian donor saja, tapi konsepnya sangat luas dan tidak bersifat statis dan pasif, hanya dikeluarkan dari perusahaan akan tetapi hak dan kewajiban dimiliki bersama antara *stakeholders*. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga, sumber daya komunitas, juga komunitas lokal (setempat). Kemitraan ini tidaklah bersifat pasif dan statis. Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antara *stakeholders*. Konsep kedermawanan perusahaan (*corporate philanthropy*) dalam tanggung jawab sosial tidaklah lagi memadai karena konsep tersebut tidaklah melibatkan kemitraan tanggung jawab perusahaan secara sosial dengan *stakeholders* yang lainnya. Tanggung jawab sosial perusahaan pada dasarnya juga terkait dengan budaya perusahaan (*corporate culture*) yang ada dipengaruhi oleh etika perusahaan yang bersangkutan. Budaya perusahaan terbentuk dari para individu sebagai anggota perusahaan yang bersangkutan dan biasanya dibentuk oleh sistem dalam perusahaan. Sistem perusahaan khususnya alur dominasi para pemimpin memegang peranan penting dalam pembentukan budaya perusahaan, pemimpin perusahaan dengan motivasi yang kuat dalam etikanya yang mengarah

pada kemanusiaan akan dapat memberikan nuansa budaya perusahaan secara keseluruhan. Seiring waktu berlalu, *corporate philanthropy* (CP) kemudian berkembang menjadi *corporate social responsibility* (CSR). CSR berbeda dengan *philanthropy* dari dimensi keterlibatan pemberi dana dalam aktivitas yang dilakukannya. Kegiatan CSR seringkali dilakukan sendiri oleh perusahaan, atau dengan melibatkan pihak ketiga (misalnya yayasan atau lembaga swadaya masyarakat) sebagai penyelenggara kegiatan tersebut. Yang jelas, melalui CSR perusahaan jauh lebih terlibat dan terhubung dengan pihak penerima (*beneficiaries*) dalam aktivitas sosial dibandingkan dengan CP. Aktivitas sosial yang dilakukan melalui CSR pun jauh lebih beragam. Hills dan Gibbon (2002) berpendapat bahwa perusahaan harus bergeser dari pemahaman CP dan CSR menuju *corporate social leadership* (CSL), atau kepemimpinan sosial perusahaan. CSL menaungi sebuah jalan menuju solusi win – win antara masyarakat dan perusahaan dalam sebuah bentuk *partnership*. CSL menuntut perubahan cara pandang para pelaku bisnis tentang hubungan mereka dengan masyarakat. Oleh karena itu, dalam CSL perusahaan tidak lagi hanya sekedar melakukan tanggung jawab (*doing the right thing*) tapi juga menjadi pemimpin dalam perubahan sosial yang tengah berlangsung (*making things right*). Pergeseran paradigma dalam hubungan antara sektor privat (perusahaan) dan sektor publik (masyarakat) ini tentunya memberikan peluang yang tersendiri untuk membantu menyelesaikan masalah – masalah global yang simpul – simpulnya dapat diperhatikan didalam delapan poin *Millennium Development Goal* (MDG)⁶.

⁶ Margiono, Ari. Menuju Corporate Social Responsibility, 2006

Ada beberapa hal yang harus dipenuhi oleh sebuah aktivitas CSL perusahaan. Pertama, komitmen dan perubahan paradigma. Perusahaan harus menyadari bahwa entitas bisnis adalah juga merupakan bagian internal dari komunitas global. Ada aspek moral universal yang menaungi baik individu, masyarakat, pemerintah, maupun kalangan bisnis dalam berperilaku di dunia ini. Bahwa pada kenyataannya mereka tidak boleh saling merugikan satu dengan yang lainnya adalah sebuah kenyataan moral yang tidak dapat disangkal. Kedua, dalam merancang aktivitas CSL perusahaan harus memperhatikan beberapa hal esensial yang seringkali tidak diperhatikan dalam CP maupun CSR : program – program sosial yang disusun harus beriringan dengan bidang usaha yang bersangkutan. Misalnya, perusahaan jasa komunikasi tidak dianjurkan untuk mengembangkan aktivitas sosial yang jauh dari core business yang bersangkutan. Dengan mengembangkan aktivitas yang beriringan dengan bidang usaha yang bersangkutan. Perusahaan tidak perlu secara khusus mengalokasikan dana yang besar, seperti halnya pada aktivitas CP dan CSR. Perusahaan cukup mengerahkan resources yang ada dan tengah berjalan. Hal ini membuka peluang bagi usaha menengah dan kecil untuk juga secara aktif menyelenggarakan program – program CSL. Ketiga, dampak positif yang dibawa oleh aktivitas CSL harus selalu bersifat berkelanjutan (*sustainable*). Maksudnya adalah bahwa aktivitas CSL harus selalu dirancang untuk mendorong kemandirian dan keberdayaan masyarakat (*community outreach*). Oleh karena itu, program CSL harus terukur dan berada dalam kerangka waktu tertentu. Hal ini untuk menjamin dampak positif dari kegiatan *community outreach* yang dilakukan dapat terus terasa di tengah – tengah masyarakat sekalipun perusahaan sudah tidak lagi secara aktif terlibat dikomunitas yang bersangkutan.

Dari uraian diatas maka perlu dilakukan suatu penelitian yang dapat mengungkap bagaimana PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) NTB melakukan CSR, apakah sudah sesuai dengan visi korporasi dan amanat pasal 74 Undang – undang No. 40 tahun 2007 . Selain itu, dari hasil penelitian ini juga diharapkan dapat mengungkap apa saja kendala yang dihadapi oleh PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) NTB dalam mengimplementasikan CSR. Selanjutnya diharapkan hasil penelitian dapat membuka hati pemerintah untuk ikut terlibat dalam upaya untuk mengawasi implementasi CSR yang dilakukan perusahaan, agar masyarakat sekitar ikut menikmati keuntungan dari kegiatan yang dilakukan oleh PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) NTB. Jadi dapat dirumuskan masalah dalam tulisan ini yaitu : Bagaimana PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Nusa Tenggara Barat (NTB) melakukan CSR, apakah sudah sesuai dengan visi korporasi dan amanat pasal 74 Undang – Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dan apa saja kendala - kendala yang dihadapi PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Nusa Tenggara Barat (NTB) dalam mengimplementasikan CSR.

B. PEMBAHASAN

1. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di Indonesia

Telaah Hamann dan Acutt sangat relevan dengan situasi implementasi CSR di Indonesia dewasa ini. Khususnya dalam kondisi keragaman pengertian konsep CSR dan penjabarannya dalam program – program yang dikaitkan dengan upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pengelola lingkungan yang berkelanjutan. Keragaman pengertian konsep CSR adalah akibat logis dari sifat pelaksanaannya yang berdasarkan prinsip voluntari. Tidak ada konsep baku yang dapat dianggap sebagai acuan pokok baik ditingkat global maupun

lokal.

Sifat CSR yang voluntaristik, absensi produk hukum yang menunjang dan lemahnya penegakan hukum telah menjadikan Indonesia sebagai negara ideal bagi korporasi yang memang memberlakukan CSR sebagai kosmetik. Yang penting *Annual Social Report* tampil *glossy*, lengkap dengan tampilan foto berbagai aktivitas sosial serta dana program *Community Development* (CD) yang direalisasi. Dipihak lain, kondisi itu membuat frustrasi korporasi yang berupaya menunjukkan itikat baik untuk melaksanakan CSR. Celakanya, bagi yang terakhir ini walau dana program CSR dalam jumlah besar sudah dikucurkan, manajemen CSR sudah dibentuk, serta strategi dan program CSR sudah dibuat, ternyata tuntutan serta demo dari masyarakat dan aktivis organisasi non pemerintah masih tetap berlangsung. Sementara, sikap pemerintah dalam hal CSR sejauh ini masih memprihatinkan.

2. Regulasi CSR Dalam Hasil Sinkronisasi UU Perseroan Terbatas

Kerja kolektif tim sinkronisasi dan tim perumus rancangan Undang – Undang Perseroan Terbatas (PT) telah diselesaikan pada akhir juni 2007 lalu. Teks pasal 74 RUU PT yang dinyatakan final dalah :

1. Perseroan wajib mengalokasikan sebagian laba bersih tahunan perseroan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya.
2. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang – undangan.
3. Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud

pada ayat (1) diatur dengan peraturan pemerintah.

Menurut DPR, kewajiban CSR juga sudah diatur dalam UU penanaman modal (UU PM, UU Nomor 25 / 2007) yang sudah terlebih dahulu muncul, sehingga apa yang mereka lakukan sesungguhnya konsisten dengan UU tersebut. Dalam hal ini, konsisten dalam kewajiban CSR memang benar terjadi, namun tentu saja RUU PT telah meluaskan cakupan kewajiban CSR, yaitu menjadi terhadap seluruh badan usaha berbentuk perseroan terbatas.

Secara Umum dapat dinyatakan bahwa kewajiban CSR terhadap seluruh perseroan terbatas sebagaimana yang diatur dalam RUU PT adalah hal yang tidak tepat dan belum jelas. Salah satu penyebab utamanya adalah bahwa penambahan bab dan pasal yang mewajibkan CSR itu tidak dihasilkan dari sebuah proses konsultasi publik yang memadai. Anggota – anggota DPR yang menyusun UU ini bukanlah pakar CSR, namun mereka mengabaikan (1) masukan pemangku kepentingan utama, yaitu perusahaan yang akan terkena dampak pemberlakuan peraturan tersebut, dan (2) fakta bahwa diluar gedung DPR sudah banyak pihak yang memiliki pengetahuan mengenai CSR jauh melampaui mereka, sehingga seharusnya bisa diundang untuk memberikan masukan.

3. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT PLN Nusa Tenggara Barat

Selain menjalankan proses bisnisnya, PT PLN (Persero) Wilayah NTB juga aktif dalam menjalankan kegiatan sosial atau CSR (*Corporate Social Responsibility*) . Kegiatan CSR yang dilakukan sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan di sekitar yang meliputi program *Community Empowering*,

Community Services, Community Relations, dan Pelestarian Alam.

Community Empowering merupakan program pemberian bantuan kepada masyarakat agar mampu mengembangkan potensi diri dan lingkungan sekitar dengan kemandirian. Bantuan yang diberikan berupa bantuan pendidikan, pelatihan kepada masyarakat, bantuan pengembangan/ penguatan kelompok swadaya masyarakat. Komunitas asli, organisasi profesi, dan bantuan peningkatan kapasitas usaha masyarakat berbasis sumberdaya setempat.

Community services ialah program bantuan untuk masyarakat umum dalam bentuk perbaikan sarana yang tidak berkelanjutan, seperti: bantuan sarana ibadah, bantuan korban bencana alam dan lain-lain.

Community relations adalah program kegiatan pengembangan komunikasi dan informasi komunikasi dan informasi melalui pemberian pengetahuan dan penyuluhan kepada masyarakat kaitannya dengan instalasi dan program yang akan dikembangkan oleh PLN, seperti bantuan konsultasi public, atau bantuan penyuluhan tentang listrik.

Sedangkan program pelestarian alam merupakan program pemberian bantuan untuk penataan alam seperti penghijauan dengan penanaman pohon pada ruang terbuka hijau, rehabilitasi kawasan hutan, dan kegiatan lainnya yang bertujuan untuk menjaga kelangsungan alam sekitar.

Selama tahun 2012, PT PLN (Persero) Wilayah NTB telah mengeluarkan dana sejumlah Rp 661.472.150,- yang disalurkan kepada beberapa pihak seperti LSM Perempuan Peduli Bangsa yang mengembangkan Pendidikan Anak Usia Dini, bantuan pembangunan sarana-prasarana pendukung seperti biogas dan air bersih di dasan erot,

dan juga pemberian bantuan PJU solar cell sepanjang jalan Lombok Barat – BIL (Bandara Internasional Lombok) Lombok Tengah.

Untuk tahun 2013, PT PLN (Persero) Wilayah Nusa Tenggara Barat berencana melakukan kegiatan CSR di Mataram, Sumbawa, dan Bima dengan masing-masing program melingkupi bidang kesehatan (Sumbawa), pendidikan (Lombok), dan pembangunan sarana dan prasarana fasilitas umum (Bima). Untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya pemberdayaan masyarakat di sekitar PLTU Jeranjang, PLN NTB juga berencana melakukan pelatihan utamanya ditujukan kepada pemuda – pemudi di sekitar lingkungan tersebut dengan nilai Rp 952.300.000,-.

Di Tahun 2014, PLN NTB tetap konsisten membantu bidang pendidikan. Selain itu di bidang pemberdayaan masyarakat dengan menggandeng Bank Sampah NTB Mandiri, PLN NTB berharap mampu memberdayakan masyarakat dengan peningkatan ekonomi sekaligus membangun kepedulian masyarakat kepada lingkungan. Realisasi tahun 2014 adalah sebesar Rp 701.322.401,-

4. Pelaksanaan Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

a. Community Relation

Kegiatan ini menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Beberapa kegiatan yang dilakukan PLN antara lain: melaksanakan sosialisasi instalasi listrik, contohnya melalui penerangan kepada pelajar SMA tentang SUTT/SUTET, dan melaksanakan sosialisasi bahaya layang-layang.

b. Community Services

Program bantuan dalam kegiatan ini berkaitan dengan pelayanan masyarakat atau kepentingan umum. Kegiatan yang

dilakukan selama tahun 2011, antara lain memberikan :

- Bantuan bencana alam.
- Bantuan peningkatan kesehatan di sekitar instalasi PLN
- Kegiatan pengobatan gratis dan memberikan bantuan kepada PAUD di Bagek Kembar desa Tanjung Karang Permai Mataram. "Untuk pengobatan gratis PLN kerjasama dengan salah satu klinik setempat",
- Bantuan perbaikan sarana ibadah.

c. *Community Empowering*

Kegiatan ini terdiri dari program-program yang memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya. Kegiatan yang dilakukan antara lain:

- Bantuan produksi dan pengembangan pakan ikan alternatif di sekitar SUTET.
- Bantuan pengembangan budi daya pertanian didaerah sekitar instalasi PLN.
- Bantuan pelatihan pengembangan budi daya tanaman organik di sekitar instalasi PLN
- Pemberdayaan anggota PKK melalui pelatihan tata Boga di daerah Lombok Barat.
- Pemberdayaan pemuda melalui kegiatan pelatihan Perbengkelan Di daerah Lombok Barat.

d. *Pelestarian Alam*

Program bina lingkungan dilaksanakan dalam bentuk kegiatan bantuan pendidikan bagi masyarakat sekitar lokasi transmisi dan distribusi yang tidak mampu, namun memiliki kecerdasan dan kemauan besar untuk melanjutkan pendidikan. Selain itu, dilakukan melalui kegiatan pelestarian alam berupa partisipasi program penghijauan yang

diselenggarakan oleh pihak eksternal bekerja sama dengan Pemerintah dan realisasi penghijauan sekitar instalasi PLN.

5. **Kendala – kendala yang dihadapi PT PLN dalam Pelaksanaan CSR**

Salah satu tantangan utama yang dihadapi PT PLN adanya ketidakpercayaan masyarakat dan kesalahan persepsi yang muncul dari masyarakat sekitar instalasi PLN. Masyarakat cenderung menyalahkan dengan adanya pembangunan instalasi PLN, tetapi masalah tersebut bisa teratasi dengan pendekatan yang baik walaupun tidak bisa mendapatkan kepercayaan 100 % dari masyarakat sekitar.

PLN berencana membangun PLTU baru dengan kapasitas 2 X 33 mega watt (MW) dengan net 58 MW. Adanya tambahan PLTU baru tersebut diharapkan dapat menjangkau permintaan akan kebutuhan energi listrik di seluruh wilayah Pulau Lombok. "Dari target itu PLN sudah mampu mencapai 64 persen hingga pertengahan 2014 atau lebih dari sebagian penduduk NTB telah menikmati layanan kelistrikan, sisanya empat persen lagi. Rasio elektrifikasi menandakan tingkat perbandingan jumlah penduduk yang menikmati listrik dari jumlah total penduduk di wilayah itu. Sisa target sebesar empat persen itu cukup sulit diwujudkan jika masih dilakukan pemadaman bergilir akibat kekurangan daya. Persoalan itu juga berimbas kepada kebijakan perusahaannya yang menunda pemasangan sambungan baru khususnya bagi pelanggan besar. Kekurangan daya tnyebabkan PT PLN tidak mampu memaksimalkan pelayanannya.

C. **SIMPULAN**

Berdasarkan Uraian pada diatas, maka dapat disimpulkan :

1. Dalam mengimplementasikan tanggungjawab sosialnya, PT PLN

melakukan kegiatan – kegiatan sebagai berikut :

- a. **Community Relation**, kegiatan ini menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Beberapa kegiatan yang dilakukan PLN antara lain: melaksanakan sosialisasi instalasi listrik, contohnya melalui penerangan kepada pelajar SMA tentang SUTT/SUTET, dan melaksanakan sosialisasi bahaya layang-layang.
- b. **Community Services**, program bantuan dalam kegiatan ini berkaitan dengan pelayanan masyarakat atau kepentingan umum. Kegiatan yang dilakukan selama tahun 2011, antara lain memberikan : Bantuan bencana alam, Bantuan peningkatan kesehatan di sekitar instalasi PLN, Kegiatan pengobatan gratis dan memberikan bantuan kepada PAUD di Bagek Kembar desa Tanjung Karang Permai Mataram. "Untuk pengobatan gratis PLN kerjasama dengan salah satu klinik setempat", Bantuan perbaikan sarana ibadah.
- c. **Community Empowering**, kegiatan ini terdiri dari program-program yang memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya. Kegiatan yang dilakukan antara lain: Bantuan produksi dan pengembangan pakan ikan alternatif di sekitar SUTET, Bantuan pengembangan budi daya pertanian didaerah sekitar instalasi PLN, Bantuan pelatihan pengembangan budi daya tanaman organik di sekitar instalasi PLN, Pemberdayaan anggota PKK

melalui pelatihan tata Boga di daerah Lombok Barat, Pemberdayaan pemuda melalui kegiatan pelatihan Perbengkelan Di daerah Lombok Barat.

- d. Pelestarian Alam, program bina lingkungan dilaksanakan dalam bentuk kegiatan bantuan pendidikan bagi masyarakat sekitar lokasi transmisi dan distribusi yang tidak mampu, namun memiliki kecerdasan dan kemauan besar untuk melanjutkan pendidikan. Selain itu, dilakukan melalui kegiatan pelestarian alam berupa partisipasi program penghijauan yang diselenggarakan oleh pihak eksternal bekerja sama dengan Pemerintah dan realisasi penghijauan sekitar instalasi PLN.
2. Dalam Pelaksanaan CSR, PT PLN menemui kendala – kendala sebagai berikut :
 1. Tantangan utama yang dihadapi PT PLN adanya ketidakpercayaan masyarakat dan kesalahan persepsi yang muncul dari masyarakat sekitar instalasi PLN.
 2. PT PLN tidak dapat memaksimalkan pelayanan karena adanya kekurangan daya, yang berakibat adanya pemadaman bergilir.

DAFTAR PUSTAKA

- Asyhadie, Zaeni., 2006. *Hukum Bisnis, Prinsip dan Pelaksanaanya di Indonesia*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Hartono, Sri Redjeki, Prof.,Dr.,SH., 2007. *Hukum Ekonomi Indonesia*. Bayu Media, Malang.

- Margiono, Ari, 2006. *Menuju Corporate Social Leadership*. Suara Pembaruan.
- Marten H. Jean, dkk, *Corporate Social Responsibility Perusahaan Multinasional kepada Masyarakat Sekitar: Studi kasus*, Jurnal Usahawan No. 3 tahun 2007, Bagian CSR Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.
- Siregar, Chairil N. *Analisis Sosiologi Terhadap Implementasi CSR Pada Masyarakat Indonesia*, Jurnal Sosioteknologi Edisi 12 Desember 2007, ITB, Bandung.
- Soekanto, Soejono, Prof., Dr.,SH., 2006. *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta.
- Susanto, A.B., 2007. *Corporate Social Responsibility*. The Jakarta Consulting Group, Jakarta.