

# Jurnal Komunikasi Profetik

Vol.04/No.02/Oktober 2011

**Representasi Pesan Emosional dalam Iklan Kosmetik**

Rika Lusri Virga

**CSR di Indonesia :**

**Sinkronisasi ISO 26000 dan Regulasi Kebijakan**

Sumantri Raharjo

**Kesadaran Komunikasi dan Promosi  
pada Bengkel Kecil di Kecamatan Prambanan Yogyakarta**

Rendra Widyatama

**Konteks Komunikasi Pemimpin Agama  
dalam Pemberdayaan Kehidupan Beragama  
di Desa Senduro Kabupaten Lumajang Jawa Timur**

Filosa Gita Sukmono

**Internet Sebagai Gaya Baru Media Periklanan**

Rama Kertamukti

**Problem dan Antisipasi Radio Komunitas  
Sebagai Alternatif Penyiaran Media Massa di Indonesia**

Siantari Rihartono

**Peran Budaya Organisasi dalam Kehidupan Organisasi**

Yani Tri Wijayanti

ISSN 1979-2522



Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

**JURNAL ILMU KOMUNIKASI  
PROFETIK**

Volume 4, Nomor 2, Oktober 2011

ISSN : 1979 – 2522

Jurnal Ilmu Komunikasi PROFETIK, Terbit dua kali setahun pada bulan April dan Oktober  
Berisi tulisan yang diringkas dari hasil penelitian dan pemikiran konseptual di bidang komunikasi

**SUSUNAN REDAKSI**

Penanggung jawab penerbitan  
Bono Setyo  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Ketua Penyunting  
Diah Ajeng Purwani

Penyunting Pelaksana  
Siantari Rihartono, Alip kunandar, Rama Kertamukti

Sekretariat  
Rika Lusri Virga

Mitra Bestari ;  
Dr. Hermin Indah Wahyuni (Universitas Gadjah Mada)  
Prof. Pawito, Ph.D (Universitas Sebelas Maret)

Alamat Redaksi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Jl. Marsda Adisucipto, Telp (0274) 589621, 512474,  
Faks. (0274) 586117 Yogyakarta 55281  
Email : [jurkomprofetik@yahoo.com](mailto:jurkomprofetik@yahoo.com)

## **CSR di Indonesia : Sinkronisasi ISO 26000 dan Regulasi Kebijakan**

**Oleh : Sumantri Raharjo**

*This paper attempts to initiate the synchronization of the regulatory policy of CSR in Indonesia with social responsibility guidelines contained in ISO 26000. It is based on the confusion many corporations against government policies that are considered less relevant to the condition of corporations, it will be better that all stakeholders sets a problem solving forum to formulate CSR's law and norms. New regulation based on ISO 26000 will bring new concept and application of CSR in the future.*

### **Keyword**

*sustainability development, corporate social responsibility, ISO 26000*

### **PENDAHULUAN**

Isu tentang tanggungjawab social di Indonesia mencapai titik yang membingungkan industri ketika ISO 26000 mulai dirilis pada Bulan November 2010 yang lalu. Hal ini berkaitan dengan regulasi yang dirasa kurang relevan dengan pedoman tanggung jawab sosial secara internasional tersebut. Selain itu isi dari regulasi tidak mengatur secara jelas tentang kriteria perseroan yang berkaitan dengan sumber daya alam, serta alokasi biaya CSR yang harus ditanggung perusahaan yang memberatkan.

Lambannya reaksi pemerintah dalam merespon kehadiran ISO 26000 membuat banyak asosiasi perusahaan dan kalangan pengusaha cenderung bersikap pro aktif dalam merespon dan melakukan sosialisasi internal dan eksternal di kalangan mereka. Sebagian besar mencari informasi sendiri melalui forum-forum seminar atau workshop tentang ISO 26000, dan sebagian mencoba untuk mengkaji sendiri tentang isi dari pedoman standar CSR tersebut.

Kelompok Usaha Bakrie melalui websitenya ([www.bakrie-brothers.com](http://www.bakrie-brothers.com)) menyatakan bahwa mereka telah menerapkan CSR berbasis ISO 26000

berlandaskan *Good corporate Governance* (GCG). Sementara itu, pengurus Kamar Dagang dan Industri (Kadin) pusat dalam websitenya menyatakan bahwa mereka memerlukan pedoman CSR yang sesuai dengan ISO 26000 ([www.kadin-indonesia.or.id](http://www.kadin-indonesia.or.id)). Ini menunjukkan bahwa Grup Bakrie dan Kadin setuju untuk melaksanakan CSR berstandar ISO di Indonesia, padahal belum ada tindakan yang cukup signifikan dari pemerintah sendiri. Kadin dalam hal ini juga menginginkan adanya peraturan pemerintah tentang pelaksanaan CSR di Indonesia di sesuaikan dengan pedoman CSR yang tertuang dalam ISO 26000.

Persoalannya, regulasi kegiatan CSR di Indonesia yang terkandung dalam UU Perseroan Terbatas pasal 74 tahun 2007 sampai saat ini masih dianggap bermasalah oleh para aktifis CSR dan dunia usaha. Selain belum adanya aturan operasional berupa peraturan pemerintah (PP), kewajiban dalam melaksanakan kegiatan CSR tersebut hanya dibebankan pada perseroan terbatas yang bergerak pada pengelolaan sumber daya alam. Padahal kewajiban CSR sebenarnya melekat di semua organisasi dalam pembangunan yang sifatnya berkelanjutan. Banyak kalangan menilai DPR tidak mempunyai kompetensi yang cukup dalam merumuskan regulasi CSR. Selain itu, tidak adanya keterlibatan para ahli CSR dan konsultasi publik juga dianggap melemahkan konsep aturan yang ada.

Konsep CSR yang diterjemahkan sebagai Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) dalam UU Perseroan Terbatas cenderung mengarah pada kegiatan *community development* (CD) dan lingkungan dianggap sebagai pelaksanaan CSR dalam arti sempit dibandingkan lingkup CSR yang digagas dalam ISO 26000. Selain itu beban pendanaan CSR yang bersifat *afterprofit* juga menuai kontroversi dimana biaya CSR dibebankan pada sebagian laba dari tahun sebelumnya sehingga substansi CSR justru akan hilang ketika perusahaan tidak melakukan kegiatan CSR dengan alasan.

Sementara itu, konsep tanggungjawab sosial yang tertuang dalam ISO 26000 bertitik tolak dari tata kelola (*Corporate Governance*) yang baik dimana setiap organisasi harus memperhatikan *performance* organisasinya secara menyeluruh. Kualitas tata kelola yang baik akan tercermin pada kebijakan dan aktifitas operasional di semua bidang kerjanya termasuk jalinan kerjasama dengan semua *stakeholder* relevan. Hal ini seperti pendapat Monk & Minow dalam Sison

(1998) bahwa tata kelola dalam arti luas dipahami sebagai hubungan antara pemegang saham, manajemen dan dewan komisaris dalam menentukan arah dan performa korporasi.

Sementara itu konsep CSR yang diterjemahkan sebagai tanggungjawab sosial dan lingkungan (TJSL) oleh pasal 74 UU No 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas cenderung mengartikan CSR dalam arti sempit dengan meletakkan dasar pada konsep *Three Bottom Line*, yaitu keterkaitan antara perusahaan, lingkungan dan masyarakat dimana ini hanya merupakan bagian kecil dari konsep yang tertuang dalam ISO 26000. Konsep ini cenderung menekankan output dari kegiatan CSR yang ada di eksternal perusahaan dengan menilai dampak aktifitas operasional terhadap masyarakat dan lingkungan serta mengabaikan kegiatan yang sifatnya internal dan komponen biaya yang dikeluarkannya.

Kesenjangan konsep CSR di ISO 26000 dan UU PT membuat dunia usaha bingung dalam mengaplikasikan pedoman CSR di perusahaan mereka. Sebagai usaha yang bergerak di Indonesia, mereka wajib memenuhi semua bentuk regulasi yang ada, namun pedoman internasional tentu menjadi hal yang seharusnya diperhitungkan walau sifat aturannya tidak mengikat. Berbagai bentuk penolakan dilakukan para aktivis CSR dan pengusaha. Beberapa perusahaan bahkan menggugat regulasi tersebut di Mahkamah Konstitusi. Ini berkaitan dengan pemahaman pada konsep CSR yang lebih bersifat kesukarelaan daripada sebuah kewajiban. Tanggungjawab sosial yang bersifat sukarela dianggap lebih etis dan bahkan manfaatnya mampu melebihi kewajiban regulasi. Perbedaan-perbedaan inilah yang sampai saat ini masih menjadi perdebatan.

### **Konsep CSR dalam ISO 26000**

ISO 26000 merupakan pedoman standar tanggungjawab sosial secara internasional. Pedoman ini disediakan untuk organisasi pemerintah, bisnis, dan masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan berkelanjutan yang berdimensi ekonomi, sosial dan lingkungan. Dalam hal ini semua organisasi diasumsikan mempunyai tanggungjawab berkaitan dengan segala hal yang diakibatkan oleh kebijakan dan kegiatan operasional mereka termasuk aktifitas *relationship* dengan para stakeholder, baik internal maupun eksternal. Namun demikian, fungsi ISO

26000 sebagai pedoman kegiatan tanggungjawab sosial tidak mengikat seperti ISO 9001 dan 14001 yang berorientasi pada sertifikasi organisasi. ISO 26000 hanya menyediakan standar implementasi berdasarkan proses kesepakatan bersama dari 450 ahli dan 210 peneliti dari 99 negara, dan 42 organisasi terkait. Harapan dari para partisipan dari perumus ISO 26000 adalah adanya pedoman dalam : (1). Konsep, batasan definisi tanggungjawab sosial; (2). Latar belakang, trend dan karakteristik tanggungjawab sosial; (3). Prinsip-prinsip dan praktek berkaitan dengan tanggungjawab sosial; (4). Subyek inti dan isu-isu dari tanggungjawab sosial; (5). Integrasi, implementasi dan promosi perilaku tanggungjawab sosial melalui organisasi, kebijakan dan prakteknya dalam lingkungan terpengaruh; (6). Mengidentifikasi pemangku kepentingan yang akan diikutsertakan dalam kegiatan; (7). Pengkomunikasian komitmen, performa, dan informasi lain berkaitan dengan tanggungjawab sosial (ISO;2010).

Sebagai sebuah pedoman, ISO 26000 sebaiknya dikomunikasikan kepada para pemangku kepentingan utama dalam kegiatan CSR yaitu : Industri, Pemerintah, Karyawan (buruh), Konsumen, LSM (NGO), dan SSRO (*service, support, research and others*). Pengkomunikasian kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*) ini sangat penting tidak hanya dalam upaya mencapai keberhasilan program CSR, tapi juga dalam menciptakan hubungan organisasi-pemangku kepentingan yang lebih harmonis. Dalam perspektif komunikasi, CSR merupakan bagian dari upaya pembangunan kepercayaan pemangku kepentingan/publik terhadap organisasi demi keberlanjutan usaha (*sustainable business*).

Peran CSR dalam dimensi harmoni hubungan organisasi-pemangku kepentingan melibatkan sistem manajemen dan karakter kepemimpinan yang ada di dalamnya. Mostovicz and Kakabadse dalam Idowu & Louche (2011), melihat keterkaitan erat antara peran kepemimpinan organisasi dalam membangun kepercayaan publik melalui kegiatan CSR. Faktor kepemimpinan akan sangat menentukan gerak manajemen dalam organisasi dalam sistem tata kelola secara menyeluruh. Kepemimpin dan tata kelola organisasi yang baik akan menciptakan kepercayaan publik yang tinggi dan mewujudkan reputasi baik dari organisasi.

Pelaksanaan tanggungjawab sosial dalam ISO 26000 secara garis besar

melibatkan 7 subyek inti (*core subjects*), yaitu: tata kelola organisasi (*organizational governance*), hak-hak asasi manusia (*human rights*), penanganan buruh (*labour practices*), lingkungan (*the environment*), praktek operasional yang jujur dan adil (*fair operating practices*), isu-isu konsumen (*consumer issues*) dan keterlibatan serta pengembangan komunitas (*community involvement and development*). Subyek-subyek yang ada dalam CSR masing-masing tidak berdiri sendiri-sendiri, melainkan menjadi satu kesatuan integral dimana satu lain saling ketergantungan (*interdependence*).

Tata kelola organisasi yang baik berkaitan dengan bagaimana organisasi tersebut menata struktur secara efektif dan bagaimana proses pembuatan kebijakan dilakukan secara benar dan adil mengacu pada prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* yaitu *Transparency, Accountability, Responsibility, Independency & Fairness*. Lembaga Ecologia (2011) dalam buku berjudul "Handbook for Implementers of ISO 26000", *Global Guidance Standard on Social Responsibility*" menjelaskan sebagai berikut :

*The principles are: accountability (making sure that people who act for the business are held responsible for their actions), transparency (openness in explaining how the business operates, makes decisions, handles money, etc.), ethical conduct (treating others with honesty and fairness), consideration of stakeholders' interests, and obeying the laws.*

Penekanan tanggungjawab yang meliputi berbagai aspek penting diatas menunjukkan bahwa semua kebijakan dan aktifitas operasional organisasi merupakan turunan dari sistem tata kelola organisasi yang pada akhirnya akan menentukan kualitas tanggungjawab sosial yang diembannya.

Tanggungjawab sosial organisasi yang menghormati hak asasi manusia berpegang teguh pada prinsip-prinsip: pemberian perhatian serius berkaitan dengan dampak aktifitas operasional organisasi pada hak-hak asasi manusia (*Due diligence*), tanggungjawab berkaitan dengan resiko yang mungkin diakibatkan oleh situasi di organisasi terhadap hak asasi manusia (*Human rights risk situations, Avoidance of complicity*), menyelesaikan keluhan-keluhan pemangku kepentingan berkaitan dengan hak-hak asasi (*Resolving grievances*), mengantisipasi hal-hal yang bersifat diskriminatif dan penanganan kelompok-kelompok rentan

(*Discrimination & vulnerable groups*), , penghormatan terhadap hak-hak sipil dan politik yang dimiliki masing-masing individu (*Civil and political rights*), penghormatan terhadap hak ekonomi, sosial dan budaya masyarakat (*Economic, social and cultural rights*), dan hak-hak dasar karyawan ketika di tempat kerja (*Fundamental rights at work*). Hal-hal tersebut dilakukan untuk menempatkan manusia sesuai dengan hak-haknya sebagai manusia seutuhnya.

Tanggungjawab organisasi dalam penanganan buruh meliputi : pemenuhan kewajiban organisasi terhadap para pekerja dan menjalin hubungan baik dengan para pekerja (*Employment and employment relationships*), menyediakan kondisi kerja yang layak seperti : upah, jam kerja, libur istirahat mingguan, kesehatan dan serta hak memperoleh upah secara langsung (*Conditions of work and social protection*), mendukung adanya dialog social dan negosiasi antara pemilik organisasi dan para pekerja (*Social dialogue*), adanya jaminan keselamatan, dan kesehatan selama bekerja (*Health and Safety at work*), pengembangan kapasitas sumberdaya manusia di tempat kerja (*Human development and training in the workplace*). Pelaksanaan tanggungjawab terhadap karyawan (buruh) merupakan konsekuensi etis dari sebuah organisasi yang akan membawa pada relasi positif antara keduanya dimana buruh yang hak-haknya terpenuhi akan bekerja lebih maksimal sehingga organisasi akan lebih diuntungkan secara moral, finansial maupun pencitraan. Dengan demikian tanggungjawab sosial organisasi/bisnis terhadap buruh harus didasari oleh kontrak kerja yang benar. Menurut Vettori (2007), dalam wacana kegiatan CSR, hubungan antara karyawan dan perusahaan harus didasari oleh kontrak kerja (*contract of work*), bukan kontrak pelayanan (*contract of service*) yang lebih menekankan pelayanan karyawan dalam memberi kepuasan pada majikannya. Hukum kontrak dalam hal ini menjadi alat penting untuk mewujudkan keadilan. Rasa percaya dan kepercayaan diri dalam hal ini menurut Vettori menjadi unsur penting. Rasa percaya yang diberikan manajemen merupakan dukungan yang akan mengangkat kepercayaan diri karyawan dalam memaksimalkan kemampuan untuk melakukan pekerjaannya.

Tanggungjawab terhadap organisasi/bisnis terhadap lingkungan mencakup : pencegahan polusi akibat aktifitas operasional organisasi (*Prevention of pollution*) , penggunaan sumber daya secara berkelanjutan (*Sustainable resource use*), mitigasi



dan adaptasi terhadap perubahan iklim (*Climate change mitigation and adaptation*) dan pemulihan dan perlindungan lingkungan alam (*Protection & restoration of natural environment*). Tanggungjawab ini dilakukan agar sumber daya alam dan bumi bisa dimanfaatkan dalam jangka panjang serta menghindari kerusakan lingkungan yang berpengaruh secara global. Penggunaan sumberdaya alam bukan hanya hak bagi generasi saat ini saja, namun juga generasi-generasi seterusnya sehingga setiap generasi wajib melakukan kontrol dalam penggunaan sumber-sumber yang ada demi memenuhi hak generasi yang akan datang.

Praktik operasional yang jujur dan adil meliputi : dukungan dan tindakan pencegahan korupsi (*Anti-Corruption*), penghindaran terhadap perilaku pelanggaran hukum, terutama penggunaan pengaruh politik (*Responsible political involvement*), berkompetisi dengan pesaing secara jujur dan adil (*Fair Competition*), mempromosikan program tanggungjawab sosial di wilayah-wilayah yang terkena dampak aktifitas operasi perusahaan (*Promoting social responsibility in the sphere of influence*), menghormati hak-hak kekayaan seperti hak paten, hak cipta dan lain sebagainya (*Respect for property rights*). Praktik perasional yang jujur dan adil bukan saja untuk kepentingan keberlanjutan usaha, tapi juga memberikan kesempatan pada semua stakeholder dan lingkungan terpengaruh ikut berkembang secara berkelanjutan.

Tanggungjawab sosial dalam penanganan isu konsumen mencakup : Pemasaran dan penggunaan iklan yang jujur dan adil (*Fair marketing and advertizing*), memberikan informasi produk secara faktual dan praktek kontrak obyektif dan adil (*factual and unbiased information and fair contractual practices*), memberikan proteksi kesehatan dan keamanan konsumen dalam penggunaan produk (*Protecting consumers' health & safety*), memprioritas konsumsi secara berkelanjutan (*Sustainable consumption*), memberikan layanan dan dukungan konsumen yang baik (*consumer service and support*), dan penyelesaian sengketa berkaitan dengan produk (*dispute resolution*), perlindungan data konsumen dan pribadi (*consumer data protection and privacy*), akses ke layanan penting (*access to essential services*), pemberian pendidikan dan kesadaran dalam penggunaan produk secara benar (*education and awareness*).

Tanggungjawab dalam pelibatan dan pengembangan masyarakat mencakup

tanggungjawab terhadap perkembangan dan kesejahteraan masyarakat sebuah organisasi atau perusahaan beroperasi. Kegiatan ini antara lain meliputi : Penghormatan terhadap hukum serta praktek-praktek yang ada di masyarakat serta menjalin hubungan yang baik dengan aparaturn pemerintah setempat (*Community development and involvement*), Pemaksimalan rekrutmen tenaga kerja dari komunitas lokal dan pengembangan keterampilan karyawan yang ada (*Employment creation & skills development*), bekerja sama dengan masyarakat lokal (universitas atau lembaga lain) dalam penggunaan dan pengembangan teknologi baik untuk kepentingan korporasi maupun pengembangan masyarakat (*Technology development*), menghormati dan mempromosikan kebudayaan local serta mendukung pendidikan di semua level, mendukung program kesehatan masyarakat dan memfasilitasi akses kesehatan masyarakat (*Education and Health*), bekerjasama dengan supplier dalam usaha peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat (*Wealth and income creation*), membangun akses masyarakat dengan kegiatan seperti pembangunan infrastruktur serta menggiatkan kegiatan organisasi yang bersifat filantropi (*Social investment*).

ISO 26000 mensyaratkan 7 prinsip tanggungjawab yang seharusnya dipenuhi oleh organisasi antara lain: akuntabilitas, tranparansi, perilaku etis, penghormatan pada kepentingan *stakeholder*, kepatuhan terhadap hukum, penghormatan terhadap norma perilaku internasional penghormatan terhadap HAM. Akuntabilitas dalam hal ini ditunjukkan dengan pembuktian bahwa organisasi bersangkutan telah melakukan segala sesuatu dengan benar. Akuntabilitas harus dilakukan organisasi terhadap seluruh *stakeholder*.

Prinsip transparansi menuntut organisasi untuk menyatakan seluruh keputusan dan aktivitasnya yang memiliki dampak atas *stakeholder* dan lingkungan secara transparan. Keterbukaan harus bersifat "*clear, accurate and complete*" atas seluruh kebijakan, keputusan dan aktivitas.

Prinsip berperilaku etis menuntut organisasi untuk berperilaku etis dengan menegakkan kejujuran, kesetaraan dan integritas sepanjang waktu. Perilaku etis juga harus ditunjukkan dengan pengembangan struktur tata kelola yang mendorong perilaku etis, pembuatan dan pengaplikasian standar perilaku etis, dan secara terus menerus meningkatkan standar perilaku etis.

Prinsip penghormatan terhadap kepentingan *stakeholder* menuntut organisasi untuk menghormati dan menanggapi kepentingan seluruh *stakeholder*-nya. Proses ini meliputi kegiatan identifikasi, tanggapan terhadap kebutuhan, pengenalan hak-hak legal dan kepentingan yang sah, serta pengenalan kepentingan yang lebih luas terkait dengan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Prinsip kepatuhan terhadap hukum menuntut organisasi untuk mematuhi hukum yang berlaku. Dalam hal ini organisasi harus patuh pada semua regulasi, memastikan seluruh aktivitas operasionalnya sesuai dengan kerangka hukum yang relevan, patuh pada seluruh aturan yang dibuatnya sendiri secara adil dan imparial, dan mengetahui perubahan-perubahan dalam regulasi.

Prinsip penghormatan terhadap norma hukum internasional menuntut organisasi mengacu pada hukum internasional bilamana hukum nasional di negaranya dalam implementasinya tidak mencukupi untuk melindungi kondisi lingkungan dan sosialnya.

### **Kontroversi Kebijakan CSR di Indonesia**

Kebijakan tanggungjawab sosial perusahaan diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tahun Pasal 74 ayat (4) tentang Perseroan Terbatas. Pasal 1 Nomor 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (selanjutnya disebut UU PT) memakai istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sebagai penyeteraan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR).

CSR dalam UU PT yang merujuk pada UU Penanaman Modal (PM) diartikan sebagai "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". Ini kurang sesuai dengan pedoman CSR yang tercantum dalam ISO 26000 yang mengakomodasi kepentingan organisasi pelaksana dan semua *stakeholder*-nya sedangkan TJSL versi UU PT hanya menyentuh aspek perseroan, masyarakat dan lingkungan.

Kegiatan tanggungjawab sosial bagi organisasi atau perusahaan merupakan

konsekuensi etis yang sebagai akibat dari aktifitas operasional yang mereka lakukan. CSR sebagai konsekuensi etis seharusnya muncul karena kesadaran dari organisasi/bisnis untuk melaksanakan tanpa adanya paksaan dari pihak lain. Hal ini bisa dikaji melalui asumsinya Brady (2005), bahwa pada dasarnya korporasi adalah bagian dari warga masyarakat, baik dalam arti sempit (local), maupun global (dunia). Sebagai warga masyarakat, korporasi seharusnya berperilaku layaknya masyarakat yang menjalin hubungan dengan warga masyarakat lainya (pemangku kepentingan). Menurut Brady, pemangku kepentingan dari korporasi tidak hanya individu, kelompok atau organisasi saja, tapi juga termasuk lingkungan. Ini didasari pada hubungan antara kepentingan profit korporasi, masyarakat dan lingkungan (bumi) dimana lingkungan juga merupakan bagian penting dari pembangunan berkelanjutan yang memberi keuntungan pada korporasi tapi juga membutuhkan perlakuan tertentu. Oleh karena itu, kesadaran korporasi dalam tanggungjawab sosial merupakan sesuatu yang mutlak.

Kesadaran akan menimbulkan dorongan perilaku yang sifatnya fleksibel dengan kondisi organisasinya masing-masing. Kegiatan yang dilakukan karena sebuah kesadaran justru akan bermasalah ketika dipaksa untuk menjadi sebuah kewajiban. Kewajiban melakukan CSR oleh pemerintah dan DPR melalui UU Perseroan Terbatas justru dianggap merusak kesadaran terhadap CSR dan mendorong mereka melakukannya untuk sekedar menggugurkan kewajiban, padahal CSR berbasis kesadaran dianggap lebih baik dibandingkan karena tuntutan kewajiban berbasis aturan dan batasan-batasan tertentu. Kewajiban yang diberikan pada usaha-usaha tertentu dalam hal ini justru dianggap bermasalah dimana organisasi/dunia usaha sangat bervariasi dan muncul dengan potensinya masing-masing. Implikasinya, perusahaan yang merasa bahwa regulasi yang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan akan mencoba untuk menghindari tanggungjawab dan cenderung untuk melakukan pelanggaran. Jika dikaji dari pernyataan mantan Ketua Mahkamah Konstitusi, Jimly Asshidiqqie (2010), nampaknya negara sengaja mengubah status tanggungjawab sosial kepada kewajiban hukum, namun dalam hal ini tidak memberikan rumusan secara jelas bagian tanggungjawab yang mana yang harus dilaksanakan perusahaan dalam konteks struktur pelaksanaan tanggungjawab social negara terhadap rakyatnya. Hal ini jelas akan memunculkan

kecurigaan bahwa CSR sebagai kewajiban sebagai bagian dari scenario pelembaran beban negara kepada dunia industri.

UU tentang Perseroan Terbatas dalam pasal 74 ayat 1 hanya memberi kewajiban TJSL pada perseroan di bidang dan/atau berkaitan sumber daya alam (SDA) saja, padahal CSR pada dasarnya adalah kewajiban semua organisasi. Kewajiban yang melekat pada perseroan yang mengolah sumber daya alam pada akhirnya lebih banyak terkonsentrasi pada efek lingkungan berkaitan dengan operasional kerja perusahaan dan peningkatan daya hidup komunitas sekitar (*community development*). Fenomena ini jika dibandingkan dengan pedoman CSR pada ISO 26000, hanyalah sebagian kecil dari tanggungjawab yang dibebankan pada organisasi selain tanggungjawab-tanggungjawab lain berkaitan dengan stakeholder lain di lingkup organisasi tersebut baik internal maupun eksternal. Vanberg dalam Sacconi & Blair (2011) menyebutnya sebagai kontrak sosial antara perusahaan dengan para stakeholdernya. Kontrak sosial ini adalah wujud usaha memuaskan masing-masing pihak. Ini sesuai dengan tujuan utama CSR menurut Llewelin dalam May, Cheney & Roper (2007), yaitu memperoleh penerimaan publik demi hak perusahaan untuk tetap eksis dan terus beroperasi. Usaha organisasi dalam mewujudkan kegiatan CSR berdasarkan kontrak sosial sebagai bagian dari relasi usaha akan menghasilkan upaya yang maksimal demi kepuasan masing-masing pihak.

Batasan tentang perseroan yang mempunyai kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam yang bagaimana saja yang wajib melakukan TJSL, menurut A.F. Elly Erawaty ([www.djpp.depkumham.go.id](http://www.djpp.depkumham.go.id)), dianggap tidak tidak jelas. Penjelasan Pasal 74 ayat (1) UU PT maupun rasional Hakim Mahkamah Konstitusi dalam menanggapi gugatan beberapa industri belum cukup. Hal ini disebabkan definisi dan luas lingkup dari kegiatan usaha yang mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam (SDA), dan/atau yang berdampak pada fungsi kemampuan SDA sebagaimana disebut dalam Penjelasan Pasal 74 ayat (1) UU PT dapat ditafsirkan secara luas tergantung pada klasifikasi dari sumber daya alam itu sendiri.

Sumber daya alam dapat dikategorikan berdasarkan jenisnya antara lain: SDA hayati seperti tumbuhan, hewan, mikro organisme, dan non hayati seperti

bahan tambang, air, udara, batu. Sumber daya alam juga dapat diklasifikasi berdasarkan sifatnya yaitu SDA yang dapat diperbaharui, misalnya air, tumbuhan, hewan, hasil hutan; dan SDA yang tak dapat dibaharui seperti minyak bumi, batubara, timah, gas alam. Adapula sumber daya alam yang tak terbatas jumlahnya seperti sinar / tenaga surya, air laut, dan udara. Selain itu, sumber daya alam juga bisa dilihat dari kegunaan dan pemanfaatannya seperti SDA penghasil bahan baku yang terdiri dari hasil hutan, barang tambang, hasil pertanian; dan SDA penghasil energi semisal ombak, panas bumi, arus sungai, tenaga surya, minyak bumi, gas bumi, dan ssbagainya. Persoalannya, karakteristik SDA dalam rumusan Pasal 74 ayat (1) tidak jelas.

Uraian di atas menunjukkan bahwa kewajiban pada perusahaan yang bergerak di bidang SDA saja masih bermasalah, padahal konsep kewajiban kegiatan CSR sendiri masih belum bisa diterima dimana banyak perusahaan merasa kegiatan CSR merupakan kegiatan bersifat sukarela. Organisasi melakukan CSR seharusnya bukan karena ada kewajiban yang memaksa ataupun mengatur mereka, tapi muncul sebagai bentuk tanggungjawab moral dan etis organisasi. Aktifis Lingkar Studi CSR, Taufik Rahman ([www.csrindonesia.com](http://www.csrindonesia.com)) menyatakan bahwa kewajiban CSR merupakan bentuk hubungan yang buruk antara dunia usaha dengan pemerintah. Pelaksanaan CSR bukan sekedar bentuk kepatuhan terhadap regulasi, tapi kesadaran etika bisnis yang melampaui standar regulasi.

Pernyataan diatas sesuai dengan pandangan Holzer (2010), bahwa CSR merupakan kegiatan yang muncul dari hasil refleksi organisasi/bisnis berdasarkan moralitas etis yang dimilikinya sebagai akibat dampak kebijakan maupun aktifitas operasional mereka. Etika dan moral bisnis ini menurut Josef Wickland dalam Brink (2011) merupakan bagian dari proses identifikasi dan pemrioritasan para pemangku kepentingan relevan sebagai bagian dari tim dalam bisnis. Bentuk pemrioritasan stakeholder menunjukkan bahwa CSR merupakan program yang bersifat sukarela demi kepentingan bersama perusahaan dan para *stakeholder*-nya. Dengan prinsip kesukarelaan, maka seharusnya pemerintah lebih menekankan pada upaya penyadaran terhadap organisasi/ perusahaan dalam kegiatan CSR berbasis tata kelola (*corporate government*) yang baik daripada sekedar pelaksanaan kegiatan yang jika dilakukan di bawah paksaan, justru hanya bersifat pengguguran

kewajiban. Jika pemerintah mempunyai strategi yang tepat dalam membangun kesadaran korporasi, bukan hanya perseroan terbatas di bidang sumber daya alam saja, melainkan juga meliputi seluruh organisasi usaha, maka hasil yang akan diperoleh akan sangat luar biasa. Industri dengan kesadarannya akan sangat membantu mengurangi beban-beban pemerintah seperti pengentasan kemiskinan, pendidikan, lingkungan dan sebagainya tanpa paksaan, dan tanpa kecurigaan terhadap upaya pengalihan tanggungjawab yang seharusnya jadi beban pemerintah.

Kegiatan tanggungjawab sosial yang dimaksudkan untuk memenuhi kewajiban mempunyai potensi negatif untuk mengejar citra atau publikasi yang didasarkan pada banyaknya aktifitas daripada kualitas yang dihasilkan. Ini akan membentuk fenomena yang diistilahkan Ngai Lungsum dalam Utting & Marques (2010) sebagai CSR-isasi korporasi. CSR-isai dilakukan untuk mencari publikasi dalam melakukan *corporate dan atau product branding* sehingga cenderung mengabaikan tanggungjawab yang sesungguhnya dari korporasi. CSR-isasi ini sekali banyak dilakukan oleh perusahaan dengan memisahkan antara kegiatan CSR *Corporate* dan CSR *Marketing*. CSR *Corporate* mengacu pada kegiatan CSR yang berdampak pada pembentukan *corporate branding/corporate image*, sedangkan CSR *Marketing* merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut kegiatan marketing yang bermuatan sosial. Kegiatan CSR *Corporate* lebih murni didorong oleh kesadaran korporasi untuk melakukan kegiatan sosial seperti membantu korban bencana alam, program beasiswa pendidikan, dan pelestarian lingkungan. Kegiatan CSR marketing lebih banyak didorong oleh strategi perusahaan untuk mendatangkan keuntungan dengan program-program sosial seperti promosi yang menyebutkan sebagian keuntungan dari penjualan produk tertentu akan disumbangkan pada kalangan tertentu. Windell dalam Hond et.all (2007) menenggarai banyaknya komersialisasi kegiatan CSR untuk kepentingan marketing dengan menggunakan konsultan. Motif CSR dalam hal ini bukan lagi sekedar didasari tanggungjawab tapi bisa menjadi kedok pencarian keuntungan dengan topeng CSR.

Para aktivis Lingkar Studi CSR ,Jalal, Pamadi Wibowo dan Sonny Sukada ([www.csrindonesia.com](http://www.csrindonesia.com)) mengurai beberapa alasan penolakan terhadap regulasi dana CSR yang dianggap sebagai bentuk kemunduran terhadap inisiatif CSR

Indonesia. Alasan tersebut antara lain : (1). Beban dana CSR berdasarkan jumlah laba bersih didapat tahun sebelumnya merupakan bentuk ketidaktahuan pemerintah terhadap substansi CSR dimana besarnya dana CSR tiap korporat sangat ditentukan oleh dampak yang ditimbulkan akibat operasi usaha yang dilakukan; (2). Regulasi tersebut mempunyai potensi pemindahan kewajiban pemerintah ke pihak swasta sebagai bentuk privatisasi sektor publik. Hal ini sangat masuk akal, jika dilihat dari perhatian pemerintah yang cenderung tercurah pada kegiatan CSR yang berorientasi pemangku kepentingan eksternal dibandingkan kepentingan internal. Dengan demikian alokasi anggaran CSR internal korporasi jarang dihitung, kecuali beasiswa, magang dan training, dengan alasan merupakan bagian kegiatan manajemen. ; (3). Lebih dari satu dekade, para pakar bersepakat bahwa kebutuhan anggaran CSR tidak bisa dihitung secara *after profit*. Perhitungan tersebut akan membuat perusahaan menghindari kegiatan CSR sebelum mendapat untung dan bahkan tidak melakukannya ketika dalam keadaan rugi. ; (4). meregulasi input CSR berupa dana sebetulnya sangat tidak strategis. Secara umum, meregulasi batasan kinerja minimum tentu lebih bermanfaat, dengan menyerahkan pada perusahaan bagaimana kinerja itu dicapai; (5). sebagai manajemen dampak, maka regulasi terhadap CSR tidaklah bisa dipukul rata untuk seluruh perusahaan. Dampak masing-masing perusahaan karena proyek yang dijalankan atau operasi kesehariannya adalah berbeda-beda. Konsekuensinya, jumlah sumberdaya yang dicurahkan untuk mengelola dampak tersebut juga bervariasi, termasuk proporsinya atas keseluruhan investasi; (6). Kondisi perekonomian Indonesia sesungguhnya belum juga pulih sepenuhnya dari krisis ekonomi 1997/1998, dan kewajiban penyisihan dana CSR bisa membebani perusahaan di luar batas kemampuannya. Ini bisa berdampak buruk kepada kondisi perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang sedang berusaha untuk meningkatkan daya saingnya justru akan mengalami penurunan daya saing karena harus menanggung "pajak" tambahan. Sebagai salah satu solusi, Yenni Mangonting (2010) mengusulkan agar anggaran tanggung jawab social dijadikan tax benefit sebagai bentuk penghargaan pemerintah terhadap komitmen perusahaan dalam melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial.

Pemerintah sendiri sebenarnya sudah memiliki banyak regulasi yang



berkaitan dengan CSR. Berbagai peraturan di bidang lingkungan, ketenagakerjaan, perlindungan konsumen termasuk di dalamnya. Kementerian Negara Lingkungan Hidup telah mengatur kinerja lingkungan perusahaan yang harus dicapai dalam UU Lingkungan Hidup, serta menyediakan sistem insentif dan disinsentif melalui proper. Departemen Tenaga Kerja memiliki sejumlah regulasi dalam masalah ketenagakerjaan, termasuk upah dan keselamatan kerja. Belum lagi regulasi tentang perlindungan konsumen, dan sederet regulasi lain juga berhubungan dengan CSR seperti : Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2004 tentang Sumber Daya Air, Undang-Undang Nomor 41 tahun 1999 tentang Kehutanan, dan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi. Ada banyak hal yang bisa dilakukan pemerintah untuk mendorong CSR tanpa perlu meregulasi berapa sumberdaya finansial yang harus dicurahkan untuknya. Kalau Pemerintah hendak bersungguh-sungguh hendak mendorong CSR, pertama-tama haruslah melihat apakah regulasi yang ada benar-benar berfungsi dalam mendorong kinerja CSR yang semakin tinggi. Kalau belum, maka berbagai perbaikan perlu dilakukan.

Banyaknya regulasi berkaitan CSR yang tersebar dalam berbagai UU ternyata tidak disertai dengan sanksi yang jelas berkaitan dengan pelanggaran yang dilakukan. Tanpa sanksi yang jelas, maka regulasi tersebut akan menjadi pepesan kosong yang mudah diabaikan oleh korporasi. DPR dan pemerintah dalam hal ini perlu energi lebih untuk bisa mensinergikan semua regulasi terkait CSR untuk memformulasikannya menjadi sebuah regulasi baru ataupun deregulasi tentang CSR termasuk sanksi-sanksi yang mengikatnya.

Bagaimanapun organisasi yang mempunyai tanggungjawab sosial terbesar di negara ini adalah pemerintah, oleh karena itu pemerintah seharusnya mempunyai *blue print* yang jelas tentang pelaksanaan kegiatan tanggungjawab sosial, termasuk porsi masing-masing organisasi yang ada di republik ini, khususnya dunia usaha. Semua pemangku kepentingan dalam grand desain pelaksana tanggungjawab sosial harus dikelola dan diberikan sosialisasi yang cukup untuk menghindari kesalahpahaman serta kecurigaan terhadap program maupun regulasi yang mengaturnya. Berkaca dari pengelolaan CSR di Inggris (Visser and Matten:2010), menteri terkait CSR terus menerus menerus mempromosikan dan mendorong perilaku bertanggungjawab dari korporasi-korporasi di negara itu dengan

bekerjasama dengan LSM (NGO) sebagai bagian dari negara demokrasi yang paling maju di dunia.

Penolakan terhadap regulasi merupakan bentuk protes dunia usaha dan aktifis CSR terhadap pembuat regulasi terutama DPR yang tidak melibatkan pelaku dunia usaha ataupun proses konsultasi publik dalam menggagas undang-undang yang akan diterap pada korporasi. Inilah yang kemudian memunculkan gugatan kaum pengusaha terhadap regulasi yang ada. Walaupun gugatan itu gagal di mahkamah konstitusi, namun kaum pengusaha akan mencari jalan-jalan lain untuk mengapresiasi ketidakpuasan mereka. Solusi terbaik dalam hal ini adalah bagaimana mempertemukan sektor publik dan privat dalam menentukan norma-norma bersama dalam pelaksanaan CSR di Indonesia yang bisa diterima oleh kedua belah pihak. Hal seperti ini pernah dilakukan oleh Global Impact dan EU's Multi-Stakeholder dalam forum CSR untuk menentukan aturan Publik-Privat tentang CSR ( Buhmann, Roseberry & Morsing: 2011). Forum *multi-stakeholder* tersebut bertujuan untuk mencapai kesepakatan tentang norma-norma perilaku bisnis berkaitan dengan hak-hak azasi manusia dalam bingkai CSR.

Forum privat-publik ini bisa difasilitasi oleh pemerintah sebagai salah satu pembuat regulasi atau lembaga non pemerintah yang konsentrasi pada kegiatan CSR seperti *Corporate Forum of Community Development (CFCD)* atau Lingkar Studi CSR. Proses pencapaian kesepakatan tentang norma-norma dalam pelaksanaan CSR tentu tidak dapat dilakukan dalam waktu singkat, karena berkaitan dengan kepentingan banyak pemangku kepentingan dan penyesuaian dengan regulasi-regulasi yang sudah dikeluarkan sebelumnya. Organisasi yang punya tanggungjawab sosial terbesar adalah negara. Penegasan tanggungjawab sosial negara antara lain tertuang dalam UU No 40 Tahun 2004 tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional, UU No 11 Tahun 2009 Tentang Kesejahteraan Sosial, dan yang UU tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BBJS). Oleh karena itu, jika CSR diarahkan sebagai salah satu alat untuk mendukung fungsi tanggungjawab sosial, pemerintah dan DPR harus tahu bagaimana memposisikan organisasi/bisnis secara benar dalam struktur program yang akan dilaksanakan dengan mensinergikan semua regulasi –regulasi tersebut dengan regulasi khusus yang mengatur tentang CSR.

Selain itu, Instansi-instansi pemerintah terkait dengan regulasi CSR seperti Kementerian BUMN, Kementerian Tenaga Kerja, Kementerian Lingkungan Hidup, kementerian komunikasi dan informasi (Kominfo) dan Kementrian Sosial perlu melakukan konsolidasi dan membuat kesepakatan-kesepakatan internal sebelum dibahas dalam forum privat-publik. Jika perlu, forum bisa melibatkan anggota dewan yang teribat dalam pembuatan regulasi CSR. Forum ini diharapkan bisa mencapai kesepakatan yang menjadi dasar pembuatan regulasi baru atau deregulasi terhadap aturan lama.

Kesepakatan-kesepakatan yang dibuat tentu juga mempertimbangkan pada standar internasional, khususnya ISO 26000 sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan CSR. Kesepakatan tersebut nantinya akan jadi pedoman dasar pelaksanaan program CSR di Indonesia yang sudah diputuskan melalui proses sinkronisasi kebijakan nasional dengan aturan-aturan internasional sesuai dengan prinsip-prinsip CSR yang tertuang dalam ISO 26000. Sinkronisasi kebijakan CSR akan membawa perubahan yang signifikan pada pelaksanaan CSR di Indonesia di masa yang akan datang.

## **Kesimpulan**

Kegiatan tanggungjawab sosial merupakan perbuatan mulia yang sangat dianjurkan untuk dilakukan oleh semua organisasi/bisnis, namun demikian kegiatan CSR itu seharusnya diatur dengan regulasi kebijakan yang tepat menyesuaikan dengan kondisi yang ada agar tidak menimbulkan penolakan ataupun perdebatan panjang mengenai pelaksanaannya. Bagaimanapun juga tanggungjawab sosial utama terhadap kehidupan masyarakat dan lingkungan merupakan kewajiban pemerintah selaku pengelola kehidupan bernegara seperti yang sudah diamanahkan oleh UUD 45. Pengaturan semua pemangku kepentingan dalam tanggungjawab sosial dalam republik ini terletak di tangan pemerintah, namun demikian hal ini tidaklah mudah karena menyangkut kepentingan para *stakeholder* yang terlibat di dalamnya.

Keberadaan regulasi CSR yang termaktub dalam UU No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dirasa masih banyak kekurangan dan belum bisa diterima oleh banyak kalangan, apalagi belum ada peraturan pemerintah yang memberikan pedoman secara lebih detil. Selama regulasi nasional dirasa belum

cukup memadai, alangkah lebih baik jika organisasi/ perusahaan mengacu pada pedoman yang lebih tinggi yaitu di level internasional. Dalam hal ini, kehadiran ISO 26000 seharusnya menjadi pilihan realistis sebagai pedoman untuk menyusun ataupun penyesuaian regulasi tentang tanggungjawab sosial dan lingkungan. Konsekuensinya, pemerintah juga harus mengakui keberadaan kegiatan CSR yang ada di internal organisasi perusahaan yang berarti juga menggunakan alokasi anggaran CSR perusahaan yang bersangkutan. Pemerintah tidak perlu khawatir terhadap penyimpangan anggaran, sepanjang mekanisme kontrol dan pelaporan dilakukan secara benar. Selain itu pemerintah juga perlu mempertimbangkan komposisi minimal dana CSR dan beban pajak yang ditanggung korporasi agar tidak terlalu memberatkan. Negara (Pemerintah dan DPR) sebaiknya mempertimbangkan usulan Yenni Mangonting untuk mengurangi biaya CSR sebagai beban pajak (*tax benefit*), sebagai penghargaan terhadap komitmen perusahaan dalam kegiatan CSR, karena bagaimanapun kegiatan tersebut juga merupakan upaya membantu mengurangi beban Negara sebagai penanggungjawab tertinggi dalam kesejahteraan sosial.

Ini menjadi momentum yang tepat sebelum peraturan pemerintah (PP) tentang pelaksanaan TJSJ dikeluarkan pemerintah. Pembuat regulasi seharusnya duduk bersama dengan dunia industri dan para aktifis serta ahli CSR untuk membuat kesepakatan-kesepakatan bersama tentang hukum dan norma yang berkaitan dengan CSR. Regulasi yang dirumuskan berdasarkan proses kesepakatan pembuat regulasi (pemerintah-DPR) dan industri tidak akan rentan terhadap penolakan. Jika regulasi baru yang berpedoman dengan ISO 26000 ini berhasil diwujudkan, maka Indonesia akan memasuki sebuah era baru dalam pelaksanaan tanggungjawab sosial dengan sinergi antara pelaksanaan tanggungjawab Negara dan dukungan kuat dari organisasi/bisnis.

Regulasi yang tepat dan strategi promosi yang baik pada semua organisasi di negeri ini akan membuat sebuah yang luar biasa dimana organisasi publik dan privat bisa bahu membahu dalam kegiatan tanggungjawab sosial sehingga kesejahteraan akan terealisasi baik di dalam organisasi, masyarakat, maupun terpeliharanya lingkungan hidup di negara yang Kita cintai ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brady, Alo Kristjan O.2005.*The Sustainability Effect*.Hampshire:Palgrave MacMillan
- Brink, Alexander (Ed). 2011. *Corporate Governance and Business Ethics*. London:Springer
- Buhmann Karin, Lynn Roseberry, Mette Morsing.2011. *Corporate Social and Human Rights Responsibilities*.Hampshire:Palgrave Macmillan
- Ecologia.2011.*Handbook for Implementers of ISO 26000, Global Guidance Standard on Social Responsibility*.Vermont:Ecologia
- Holzer, Boris.2010.*Moralizing The Corporation Transnational Activism and Corporate Accountability*.Cheltenham:Edward Elgar
- Hond, Frank Den et. all.2007. *Managing Corporate Social Responsibility in Action Talking, Doing and Measuring*.Hampshire :Ashgate
- Idowu,Samuel O, Celine Louche (Ed.).2011.*Theory and Practice of Corporate Social Responsibility*.Berlin: Springer
- ISO.ISO 26000 Project Interview.2010
- May, Steve, George Cheney, Juliet Roper.2007. *The Debate Over Corporate Social Responsibility*.New York:Oxford
- Sacconi, Lorenzo, Margaret Blair,Edward Freeman, Alessandro Vercelli (ed)..2011.*Corporate Social Responsibility and Corporate Governance*.Hampshire:Palgrave Macmillan
- Sison, Alejo Jose G. 2008. *Corporate Governance and Ethics : An Aristotelian Perspective*. Cheltenham : Edward Elgar
- Utting, Peter, Jose Carlos Marques.2010. *Corporate Social Responsibility and Regulatory Governance Towards Inclusive Development?*. Hampshire: Palgrave Macmillan
- Vettori, Stella, 2007. *The Employment Contract And The Changed World Of Work*.Hampshire :Ashgate
- Visser, Wayne, Dirk Matten et.all.2010. *The A To Z Of Corporate Social Responsibility : Revised And Updated Edition*.Chichester:Wiley

## INTERNET

- Yenni Mangoting.2010. *Biaya Tanggung Jawab Sosial Sebagai Tax Benefit*.  
<http://puslit.petra.ac.id/journals/accounting>
- Elly Erawaty.2010.*Persoalan Hukum Seputar Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan dalam Undang-Undang Ekonomi Indonesia*.  
[www.djpp.depkumham.go.id/](http://www.djpp.depkumham.go.id/)
- <http://www.kadinindonesia.or.id/berita/kadinpusat/2011/07/323305345421/Penerapan-CSR-di-Indonesia-Perlukan-Pedoman-Sesuai-ISO-26000>
- Taufik Rahman.2008. *Masalah Hukum CSR di 2007: Bukan Sekadar Pewajiban di UU Perseroan Terbatas*.[www.csrindonesia.com](http://www.csrindonesia.com)
- ISO 26000 - Guidance on Social Responsibilities: Menetapkan GCG Sebagai Suatu Pemenuhan Tanggung Jawab.[www.bakrie-brothers.com](http://www.bakrie-brothers.com)
- Jimly Asshidiqqie. 2010.*Konstitusi Sosial Dan Ekonomi Serta Perspektif Mengenai Tanggungjawab Sosial Perusahaan.Seminar Nasional Integrasi Program CSR dan Pengembangan Masyarakat, Jakarta, 14 Desember, 2010*.[www.docudesk.com](http://www.docudesk.com)