

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Mengenai *Corporate Social Responsibility*

1. Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Corporate dalam Bahasa Indonesia memiliki arti yaitu perusahaan; *Social* memiliki arti kehidupan dalam masyarakat atau segala sesuatu yang berhubungan dengan kehidupan bermasyarakat; sedangkan, *Responsibility* memiliki arti yaitu Tanggung Jawab. Pengertian *Corporate Social Responsibility* dalam kenyataannya tidak dapat diartikan per kata karena *Corporate Social Responsibility* merupakan satu bagian yang memiliki istilah sendiri. Menurut Dr. Hendrik Budi Untung,

“ *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan” (Hendrik Budi, 2008:1)”.

Komitmen perusahaan berupa tanggung jawab sosial dan lingkungan atau yang disebut *Corporate Social Responsibility* dapat dilaksanakan baik kedalam perusahaan (internal) maupun keluar perusahaan (eksternal). Pendapat lain dikemukakan oleh Riza Primahendra dalam Seminar *Corporate Social Responsibility* yang berjudul *The Secret of CSR : Concept and Application In Bussiness*, yang menyatakan,

“ *Corporate Social Responsibility’s Definition is Responsibility of an organization for the impacts of its decision and activities on society and the environment, through transparent and ethical*

behaviour that is consistent with sustainable development and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norm of behaviour; and is integrated throughout the organization” (Riza Primahendra, 2008:6).

Menurut Riza Primahendra, *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu dampak atau akibat dari kegiatan perusahaan baik secara langsung ataupun tidak langsung berpengaruh bagi kehidupan masyarakat. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* merupakan kegiatan yang terbuka, memiliki nilai-nilai yang menjunjung tinggi etika dan bertujuan selain untuk menjaga keberlanjutan atau *Sustainable* perusahaan, bertujuan juga untuk mengembangkan masyarakat menjadi suatu masyarakat yang sejahtera. Pengertian *Corporate Social Responsibility* juga tertuang didalam peraturan perundang-undangan Republik Indonesia, yaitu pada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, Pasal 74 yang menyatakan,

- “(1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana ayat (1) dikenai sanksi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah“.

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106, Pasal 74, tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dilakukan baik bagi perseroan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam seperti pertambangan, maupun bagi perseroan yang kegiatan usahanya tidak berkaitan dengan sumber daya alam seperti makanan, pakaian. *Corporate Social Responsibility* sesungguhnya bukan merupakan suatu keharusan bagi perusahaan untuk menjalankannya, Tetapi, karena adanya desakan dari masyarakat yang ingin adanya perubahan orientasi perusahaan yang cenderung selalu mementingkan keuntungan atau disebut *making profit* menjadi perusahaan yang mementingkan kepentingan baik karyawan maupun masyarakat di sekitar perusahaan yang selalu melakukan interaksi dalam perusahaan melakukan kegiatan usahanya.

2. Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility atau tanggung jawab sosial dan lingkungan komitmen perusahaan untuk membagikan sebagian dari keuntungan kepada masyarakat dalam bentuk perhatian berupa pembuatan program-program perusahaan dalam rangka memperhatikan kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan dapat menambah pendapatan masyarakat, yang bertujuan untuk menciptakan *image* positif di dalam masyarakat, termasuk di dalamnya merupakan suatu investasi jangka panjang bagi Perusahaan sehingga diharapkan tujuan perusahaan yaitu meningkatkan pendapatan dapat tercapai.

Tujuan *Corporate Social Responsibility* yang terdapat dalam penjelasan umum Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106 yaitu untuk mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Di dalam penjelasan Pasal 15 b Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 67, tujuan *corporate social responsibility* yaitu untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Berdasarkan tujuan yang dapat diperoleh dari penjelasan umum Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106 dan penjelasan Pasal 15 b Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 67, nampak bahwa tujuan *corporate social responsibility* juga memiliki keterkaitan dengan tujuan negara yang di antaranya adalah memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa.

Pelaksanaan *corporate social responsibility* bagi perusahaan juga memiliki banyak manfaat, antara lain :

- “1) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- 2) Mendapat lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- 3) Mereduksi risiko bisnis perusahaan.

- 4) Melebarkan akses sumber daya bagi operasi usaha.
- 5) Membuka peluang pasar lebih luas.
- 6) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- 7) Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
- 8) Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- 9) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- 10) Peluang mendapatkan penghargaan (Kompas, 4 Agustus 2007:_)”.

Pendapat lain dikemukakan oleh Gurvei Kavei, seorang doktor manajemen dari University of Manchester, Inggris. Menurut Garvei Kavei, dengan perusahaan menerapkan *corporate social responsibility*, maka perusahaan akan memperoleh berbagai keuntungan, di antaranya,

- “1) Mendapatkan laba dan kinerja finansial yang lebih kokoh.
- 2) Meningkatkan akuntabilitas dan penilaian (*asesment*) dari komunikasi investasi baik perbankan maupun para pemodal lainnya.
- 3) Mendorong komitmen dan loyalitas karyawan karena mereka diperhatikan dan dihargai.
- 4) Mengurangi kerentanan gejolak dengan masyarakat dan lembaga swadaya masyarakat.
- 5) Meningkatkan reputasi dan *corporate branding* perusahaan (Bahtiar Chamsyah, edisi Maret-April:25)”.

Dengan demikian, *corporate social responsibility* merupakan usaha yang membawa dampak positif kepada perusahaan jangka panjang. Jangka panjang yang dimaksud adalah usaha dari suatu perusahaan akan lebih lestari atau berkesinambungan karena pekerjanya memperoleh kesejahteraan dan betah untuk bekerja pada perusahaan, sehingga proses produksi dapat menghasilkan mutu kualitas yang memuaskan.

Pada sisi lain, lingkungan di sekitar perusahaan seperti masyarakat otomatis juga akan terjaga, yang pada akhirnya akan membawa dampak positif pada perusahaan seperti munculnya dukungan dari masyarakat

kepada perusahaan dan pemberian nama baik dari masyarakat, sehingga keuntungan atau laba dari perusahaan akan tetap terjaga (Stefania, 2008:37). Anggapan bahwa *corporate social responsibility* adalah beban bagi perusahaan tidaklah tepat, karena penerapan *corporate social responsibility* akan membawa dampak positif yang merupakan investasi jangka panjang perusahaan (Edi Suharto, edisi 29 April 2007:_).

3. Bentuk-bentuk *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility memiliki bentuk-bentuk di antaranya yang menjadi pondasi dasar yaitu : *Charity Principle* dan *Stewardship Principle*. *Charity Principle* adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan bantuan sukarela kepada seseorang atau kelompok yang membutuhkan. Kegiatan ini biasanya dalam bentuk kegiatan karitatif. *Stewardship Principle* adalah tindakan perusahaan untuk mempertimbangkan kepentingan setiap pihak yang dipengaruhi oleh keputusan maupun kebijakan perusahaan. Hal ini dilakukan oleh perusahaan karena adanya kesadaran bahwa adanya ketergantungan perusahaan dengan masyarakat sekitar. Kegiatan ini dilakukan dengan cara pendekatan *stakeholders*, sehingga mampu menyeimbangkan kepentingan dan kebutuhan setiap kelompok yang beraneka ragam didalam masyarakat (Anne T, 2008:48). Dengan mendasarkan pada 2 (dua) pondasi *Corporate Social Responsibility* tersebut, dapat diketahui bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam perusahaan terdapat dalam berbagai bentuk, tetapi dari keseluruhan tersebut, hanya ada 2 (dua)

penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dominan atau yang paling menonjol, yaitu penerapan *Corporate Social Responsibility* dengan meletakkan *Corporate Social Responsibility* sebagai kegiatan yang menyatu dengan inti bisnis (*core business/inline*) dan penerapan *Corporate Social Responsibility* yang meletakkan *Corporate Social Responsibility* sebagai kegiatan diluar inti bisnis atau yang sering kita sebut sebagai *Charity*, *Karitatif*, *Philanthropy*.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* yang meletakkan *Corporate Social Responsibility* sebagai bagian dari inti bisnis merupakan suatu kumpulan kebijakan, praktek, dan program yang secara komprehensif terintegrasi dalam operasi sehari-hari sehingga dampak maupun kepentingan sosial dan lingkungan menjadi pertimbangan didalam pengambilan keputusan (Trisoko, 2008:47). Untuk dapat mencakup seluruh kepentingan dari para *stakeholders* baik berupa karyawan, masyarakat maupun pemerintah, maka diperlukan analisis untuk mengetahui kepentingan-kepentingan apa saja yang dibutuhkan oleh para *stakeholders*. Pertimbangan maupun kebijakan yang diperoleh berdasarkan analisis dan pendekatan *stakeholders*, akan tepat sasaran dan dapat memuaskan *stakeholders*. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam bentuk ini, dapat menguntungkan kedua belah pihak, karena selain *stakeholders* dapat tercukupi kepentingannya, perusahaanpun juga memperoleh keuntungan berupa penilaian positif masyarakat terhadap

perusahaan yang berdampak pada kepercayaan yang diberikan masyarakat bagi perusahaan dan produk yang dihasilkan.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di luar inti bisnis, memiliki banyak bentuk antara lain :

- 1) *Corporate Philanthropy* yaitu pemberian sumbangan sebagai kegiatan amal / kedermawanan (*charity*) yang dapat berupa hibah tunai, atau dalam bentuk barang. Konsep ini merupakan konsep yang paling tua diantara konsep-konsep yang lain (Philip Kotler, 2005:23-24) dan berkembang kearah pemberdayaan masyarakat yang lebih dikenal dengan *Community Development*, contohnya, pengembangan kerjasama, memberikan ketrampilan, pembukaan akses pasar dan sebagainya.
- 2) *Cause Promotions* yaitu pengalokasian dana atau bantuan dalam bentuk barang dan sumber daya lain oleh perusahaan untuk meningkatkan kesadaran dan perhatian tentang masalah sosial atau dalam rangka rekrutmen sukarelawan. Contohnya, *The Body Shop* mempromosikan larangan penggunaan hewan untuk uji coba produk kosmetik.
- 3) *Corporate Social Marketing* yaitu upaya perusahaan dalam memberi dukungan pada pembangunan dan/atau pelaksanaan kegiatan yang ditujukan untuk mengubah sikap dan perilaku dalam rangka memperbaiki kesehatan masyarakat, pelestarian lingkungan dan lain-lain.

- 4) *Social Responsible Business Practice* yaitu pengapdosian dan pelaksanaan praktek-praktek bisnis dan investasi yang memberikan dukungan pada permasalahan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan untuk melindungi lingkungan.

4. Program *Corporate Social Responsibility* yang ideal

Berdasarkan pembahasan mengenai seluk-beluk *corporate social responsibility*, maka dapat diketahui bahwa program *corporate social responsibility* yang ideal yaitu :

- 1) Holistik, yaitu program *corporate social responsibility* dengan melibatkan *stakeholders* dalam perencanaan, implementasi dan evaluasi.
- 2) Komprehensif, yaitu dengan cara memperhatikan dampak program terhadap kondisi bidang kehidupan lainnya.
- 3) Pendampingan, yang bertujuan untuk menjamin *sustainability* (keberlanjutan) dari program. Keterbatasan personil menyebabkan pendampingan tidak optimal.
- 4) Pemberdayaan Masyarakat (*Community Development*), yaitu dengan memberdayakan potensi yang terdapat dalam diri masyarakat melalui program-program yang dibuat.
- 5) Adanya Nilai Edukasi (pembelajaran) dan Nilai Kearifan lokal yang membawa dampak positif, yaitu penerapan *corporate social responsibility* melalui program-program yang dibuat oleh

perusahaan harus memiliki nilai pembelajaran atau pelatihan dalam rangka mengembangkan potensi dalam masyarakat dan harus mendasarkan pada nilai-nilai dalam masyarakat setempat yang diakui kebenarannya seperti nilai keseimbangan (harmoni), kebersamaan yang dapat membawa dampak positif di dalam masyarakat (Rudi Saprudin, dalam Jurnal CSR, diakses pada 7 Maret 2013).

B. Teori-teori terkait Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)

1. Teori Legitimasi (*Legitime Theory*)

Pemerintahan Negara tidak akan mungkin untuk berjalan efektif tanpa adanya legitimasi yang penuh. Pemerintahan Negara dan alat perlengkapannya sebagai instrumen penataan masyarakat yang memegang kekuasaan politik harus memiliki pembenaran atau pendasaran yang sah (legitimasi) atas kekuasaan yang dilaksanakannya agar pemerintahan dapat berjalan efektif. Sebagaimana tercantum dalam Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat (TAP MPR) Nomor X/MPR/1998, tanggal 13 November 1998 tentang Pokok-Pokok Reformasi Pembangunan dalam Rangka Penyelamatan dan Normalisasi Kehidupan Nasional sebagai Haluan Negara, bahwa Pembangunan Ekonomi sebagai salah satu bagian dari usaha Negara dalam rangka Kesejahteraan Rakyat adalah dasar dari kehidupan warga negara, termasuk di dalamnya sebagai alat kepercayaan

warga negara kepada Negara (www.tatanusa.co.id/tapmpr/98TAPMPR-X.pdf, diakses pada 24 Oktober 2012).

Secara garis besar, terdapat 4 (empat) macam legitimasi yang menjadi dasar pembenar (legitimasi) terkait dengan kewenangan Negara untuk melakukan pengelolaan dalam Negara, antara lain : (Hendra. 2005:_)

a) Legitimasi Teologis

Legitimasi teologis dimaksudkan bahwa dasar pembenar atau pengakuan yang diberikan adalah semata rahmat Tuhan yang Maha Esa. Bangsa Indonesia mengakui kemerdekaan negaranya sebagai rahmat Tuhan yang Maha Esa. Keberadaan Negara juga dibenarkan sebagai perpanjangan tangan dari kekuasaan Tuhan yang memerintahkan Negara sebagai wujud dari hamba-Nya agar hidup teratur dalam mengabdikan pada kehendak Tuhan. Pandangan legitimasi teologis sering disebut teokratis, namun lebih tepat apabila dinyatakan sebagai teosentris (berorientasi kepada Tuhan) sebagai wujud bangsa yang memiliki sisi nilai religius, yaitu bahwa kehendak Tuhan menjadi bagian dari Bangsa Indonesia.

b) Legitimasi Sosiologis

Pengakuan masyarakat atas kekuasaan Negara terlihat pada adanya kekuatan kelembagaan negara yang menguasai kehidupan warga negara. Pengakuan ini kemudian menjadi persetujuan sosial di mana rakyat tunduk kepada ketentuan-ketentuan Negara. Misalnya,

Negara diberikan hak dan telah mendapatkan pengakuan secara sosial dari rakyat terkait dengan penerbitan sertifikat hak milik atas tanah untuk diberikan kepada warga negaranya yang telah memiliki persyaratan sesuai Peraturan Perundangan.

c) Legitimasi Yuridis

Pembenaran secara hukum (yuridis) nampak pada adanya kepastian hukum (legalitas) atas keberadaan entitas Negara. Negara Republik Indonesia melalui proklamasi kemerdekaan, maka keberadaannya sebagai *nation-state* baru diakui dan turut serta dalam pergaulan masyarakat hukum Internasional. Apabila dipandang dari teori kontrak, proklamasi ini merupakan *unilateral contract* yang mendapat pengakuan dari dunia Internasional sebagai subjek hukum internasional baru dan memiliki hak-hak dan kewajiban sebagai anggota masyarakat hukum Internasional. Keberadaan Konstitusi seperti UUD 1945, menjadi dasar yuridis tentang eksistensi ketatanegaraannya sebagai komunitas politik yang mandiri (*independen*) dan tidak berada di bawah kedaulatan negara lain serta mampu mempertahankan kemerdekaan secara politik maupun sosiologis.

d) Legitimasi Etis (Filosofis)

Dasar keabsahan keberadaan Negara secara etis dapat dilihat dari pendapat Wolf dan Hegel. Menurut Wolf dan Hegel, Pembentukan Negara merupakan keharusan moral yang tertinggi untuk mewujudkan

cita-cita tertinggi dari manusia dalam suatu entitas politik yang bernama Negara. Tindakan berkuasa dari negara dibenarkan karena negara memang merupakan cita-cita manusia atau rakyat yang membentuknya. Dalam konteks Negara Republik Indonesia secara etis keberadaan Negara juga dimaksudkan untuk merealisasi tujuan-tujuan etis secara kolektif.

Perusahaan yang tumbuh dan berkembang di tengah-tengah masyarakat dalam melaksanakan kegiatan ekonomi sebagai suatu entitas bisnis yaitu mengejar keuntungan juga memerlukan legitimasi dari masyarakat. Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Nor Hadi, 2011:87). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat, dengan demikian legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*) (O'Donovan, dalam Nor Hadi, 2011:87).

Gray et.al (1996) dalam Nor Hadi (2011:88) berpendapat mengenai legitimasi yang menyatakan, “.....*a system-oriented view of organization and society ...permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organisations, the state, individuals and group*”. Definisi tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi

merupakan bagian dari sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, aktivitas operasional perusahaan harus *kongruen* dengan harapan masyarakat.

Lindblom (1994) menyatakan bahwa suatu organisasi mungkin menerapkan empat strategi legitimasi ketika menghadapi berbagai ancaman legitimasi. Oleh karena itu, untuk menghadapi kegagalan kinerja perusahaan seperti kecelakaan yang serius atau skandal keuangan organisasi maka Perusahaan dapat menggunakan cara antara lain :

- 1) Mencoba untuk mendidik stakeholder-nya tentang tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerjanya.
- 2) Mencoba untuk merubah persepsi *stakeholder* terhadap suatu kejadian (tetapi tidak merubah kinerja aktual organisasi).
- 3) Mengalihkan perhatian dari masalah yang menjadi perhatian (mengkonsentrasikan terhadap beberapa aktivitas positif yang tidak berhubungan dengan kegagalan - kegagalan).
- 4) Mencoba untuk merubah ekspektasi eksternal tentang kinerjanya.

Teori legitimasi dalam bentuk umum memberikan pandangan yang penting terhadap praktek pengungkapan sosial perusahaan. Kebanyakan inisiatif utama pengungkapan sosial perusahaan bisa ditelusuri pada satu atau lebih strategi legitimasi yang telah dinyatakan oleh Lindblom diatas, seperti kecenderungan umum bagi pengungkapan sosial perusahaan

dengan menekankan pada poin positif bagi perilaku Perusahaan dibandingkan dengan poin yang memiliki dampak yang negatif.

2. Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Teori kontrak sosial (*social contract*) berawal pada karya pemikiran Plato, *The Republic* (427 SM-347 SM). Thomas Hobbes (1588-1679), yang kemudian memformalisasikan secara eksplisit konsep teori kontrak sosial pada sekitar abad 17 melalui karya yang berjudul *Leviathan*. Konsep tersebut lebih lanjut dikembangkan oleh John Locke (1636-1704) mengatakan pada dasarnya bentuk dan dasar lingkungan sosial bersifat apolitical, dimana pelaku sosial memiliki tanggung jawab untuk mematuhi hukum alam yang sudah teratur (Chariri Anis, dalam buku Nor Hadi, 2011:96). Keteraturan hukum alam memberikan kewajiban kepada masyarakat untuk memelihara hukum dengan kontrak sosial untuk mencegah individu agar tidak menyimpang dan melanggar hukum tersebut.

J.J Rousseau (1762) dalam buku Nor Hadi, berpendapat bahwa hukum alam bukanlah wujud dari konflik, melainkan memberikan hak kebebasan bagi individu-individu untuk berbuat secara kreatif. (Nor Hadi, 2011:96). Kontrak sosial dibuat sebagai media untuk mengatur tatanan (pranata) sosial kehidupan masyarakat. J.J Rousseau menyatakan :

“Social Contract which was designed to explain - and therefore legitimate - the relationship between and individual and society and its government”

Pendapat J.J Rousseau mengandung makna bahwa secara volunteer (sukarela), individu harus menaati perintah, kemudian pemerintah harus mampu mengatur agar terjadi peningkatan hubungan baik antara Negara dengan warga negaranya (*good citizenship*). Kontrak sosial dibangun dan dikembangkan salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara Perusahaan terhadap masyarakat (*society*). Perusahaan memiliki kewajiban kepada masyarakat untuk memberi kemanfaatan bagi masyarakat setempat baik secara langsung maupun secara tidak langsung (investasi jangka panjang Perusahaan). Interaksi Perusahaan dengan masyarakat penting dalam rangka pemenuhan dan upaya untuk mematuhi aturan dan norma-norma yang berlaku di masyarakat (*community norm*), sehingga Perusahaan memperoleh dasar pembeda atau pengakuan (legitimasi) dari masyarakat (Deegan, dalam Nor Hadi, 2011:96).

Teori kontrak sosial muncul karena adanya keterkaitan dalam kehidupan sosial masyarakat agar terjadi keselarasan, keserasian dan keseimbangan termasuk dalam lingkungan. Perusahaan yang merupakan kelompok orang yang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar dan keberadaannya sangat ditentukan oleh masyarakat serta adanya hubungan saling mempengaruhi antara masyarakat dan Perusahaan. Agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial baik secara tersusun baik secara tersurat maupun tersirat, sehingga

terjadi kesepakatan yang saling melindungi kepentingan masing-masing (Nor Hadi, 2011:96).

Dalam perspektif manajemen kontemporer, teori kontrak sosial menjelaskan hak kebebasan individu dan kelompok termasuk masyarakat yang dibentuk berdasarkan kesepakatan yang saling menguntungkan anggotanya (Rawl, dalam Nor Hadi, 2011:97). Hal ini sejalan dengan konsep *legitimacy theory* bahwa legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat keseuaian antara keberadaan perusahaan yang tidak mengganggu atau sesuai (*congruence*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan (Deegan, Robin dan Tobin dalam Nor Hadi, 2011:97). Shocker dan Sethi dalam Nor Hadi (2011:98) menjelaskan konsep kontrak sosial (*social contract*) bahwa untuk menjamin kelangsungan hidup dan kebutuhan masyarakat, kontrak sosial didasarkan pada :

- 1) Hasil akhir (*output*) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas.
- 2) Distribusi manfaat ekonomis, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan kekuatan yang dimiliki.

Mengingat output Perusahaan bermuara pada masyarakat serta tidak adanya *power* institusi yang bersifat permanen, maka Perusahaan membutuhkan legitimasi. Perusahaan harus melebarkan tanggung jawabnya tidak hanya sekedar *economic responsibility* (tanggung jawab ekonomi) yang lebih diarahkan kepada *shareholder* (pemegang saham),

namun Perusahaan harus memastikan bahwa kegiatannya tidak melanggar dan bertanggung jawab kepada pemerintah yang dicerminkan dalam peraturan dan perundangundangan yang berlaku (*legal responsibility*). Di samping itu, Perusahaan juga tidak dapat mengesampingkan tanggung jawab kepada masyarakat, yang tercermin pada tanggung jawab dan keberpihakan di berbagai persoalan sosial dan lingkungan yang timbul (*social responsibility*) (Nor Hadi 2011:98).

3. Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholders Theory*)

Pengertian *stakeholders* berarti orang atau kelompok yang mempunyai kepentingan, keterlibatan atau investasi dalam sesuatu, misalnya para karyawan, pemegang saham, dan pelanggan dari sebuah perusahaan (Peter Salim, 2006:276). Pendekatan *Stakeholders Theory* dimunculkan oleh Stanford Research Stakeholders Institute sekitar tahun 1963 di California (Slinger, 1999:136-151) dan kemudian dikembangkan Freeman yang mendefinisikan *Stakeholders* sebagai kelompok lain atau individual yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Freeman berpendapat Perusahaan seharusnya memikirkan peta *stakeholders*, mengidentifikasi *stakeholders* utama dan sekunder, keselarasan diantara *stakeholders* dengan perusahaan dan pengaruh-pengaruhnya baik di bidang ekonomi, teknologi, sosial, politik dan manajerial (Mahendra Soni Indriyo, 2012: 280).

Menurut Evan dan Freeman,

“ *Stakeholders are those groups who have a stake in or claim on the firm. Specifically we include suppliers, customers,*

employees, stockholders, and the local community, as well as management in its role as agent for these groups” (Evan dan Freeman, dalam Bruce Langtry, 2008:2).

Menurut Evan dan Freeman, *stakeholders* merupakan suatu kelompok yang memiliki kepentingan didalam suatu perusahaan. Dikatakan menurut Evan dan Freeman yang termasuk dalam *stakeholders* adalah supplier, pelanggan, pekerja atau karyawan, pemerintah, dan juga masyarakat setempat (*local community*). Lebih lanjut, Evan dan Freeman memberi definisi mengenai *stakeholders*,

“ *A stakeholder is any individual or group for whose level of well-being the firm's decisions to act, or decisions to not act, are to a significant extent causally responsible”* (Evan dan Freeman, dalam Bruce Langtry, 2008:2).

Pendapat Evan dan Freeman lebih lanjut mengatakan, *stakeholders* adalah beberapa orang atau kelompok yang merupakan salah satu kebijakan perusahaan yang baik dan harus dilakukan karena merupakan suatu keharusan yang apabila tidak dilakukan atau tidak dilaksanakan, maka akan mempengaruhi pertumbuhan Perusahaan.

Hal pertama mengenai teori *stakeholder* adalah bahwa *stakeholder* adalah sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengakui sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. Hal ini berlaku untuk kedua varian teori *stakeholder*, varian pertama berhubungan langsung dengan model akuntabilitas. *Stakeholder* dan Perusahaan saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk tanggungjawab dan akuntabilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas

terhadap *stakeholdernya*. Sifat dari akuntabilitas itu ditentukan dengan hubungan antara *stakeholder* dan Perusahaan.

Varian dari kedua teori *stakeholder* berhubungan dengan pandangan Trekers (1983) mengenai *empirical accountability*. Teori *stakeholder* mungkin digunakan dengan ketat dalam suatu Perusahaan arah terpusat (*centered-way organization*). Pengungkapan sosial Perusahaan merupakan sarana yang sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan *stakeholdernya*. Selain itu, Jones, Thomas, dan Andrew (1999) dalam Nor Hadi (2011:94) menyatakan bahwa pada hakikatnya *stakeholder theory* mendasarkan diri pada asumsi, antara lain :

- “ 1) *The corporation has relationship many constituency groups (stakeholders) that effect and are affected by its decisions.*
- 2) *The theory is concerned with nature of these relationship in terms of both processes and outcomes for the firm and its stakeholder.*
- 3) *The interest of all (legitimate) stakeholder have intristic value, and no set of interest is assumed to dominate the others.*
- 4) *The theory focuses on managerial decission making”*

Berdasarkan asumsi *stakeholder theory*, maka Perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian

tujuan Perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan keberlanjutan Perusahaan (*going concern*) (Adam, dalam Nor Hadi. 2011: 94-95).

Output doktrin *shareholders* dalam pengelolaan korporasi adalah orientasi mencari keuntungan untuk kepentingan pemodal (*investor, the majority of shareholders*). Dewasa ini implementasi doktrin ini dipandang menimbulkan konflik-konflik kepentingan diantara para pihak yang mempunyai kepentingan terhadap perseroan (*the stakeholders of corporation*). Para pihak yang berkepentingan tersebut melakukan reaksi yang kontra produktif terhadap perseroan.

Doktrin atau teori *stakeholders* merupakan kritik atau antitesis terhadap doktrin atau teori *shareholders (stockholders)* dalam pengelolaan korporasi. Pandangan *shareholders* berbasis pada nilai-nilai individual, kapitalis dan liberal. Menurut teori individualisme dari J.J Rousseau, bahwa manusia itu lahir merdeka dan hidup merdeka, manusia boleh berbuat apa saja menurut suka hatinya, asal jangan mengganggu keamanan orang lain (*Volkssuverenitet*).

Keseluruhan nilai-nilai perusahaan (*corporate philosophy*) yang meliputi filosofi, visi, misi dan nilai-nilai perusahaan lainnya, dapat diketahui bahwa sejak semula orientasi korporasi dalam menjalankan kegiatan usahanya secara normatif adalah kepada kepentingan *stakeholders*. Hal ini tidak berarti kepentingan *shareholders* (pemegang saham atau investor atau pendiri) diabaikan, namun kepentingannya dikaitkan kepada kepentingan seluruh *stakeholders* perseroan. Para pelaku

ekonomi yang bergerak dalam perseroan-perseroan terbatas (dunia korporasi) telah menyadari bahwa meskipun tujuan didirikannya korporasi untuk mencari untung (*making profit*), namun hal itu dilakukannya dalam konteks kepentingan *stakeholders* dari perseroan (Mahendra Soni Indriyo, 2012: 277-278).

Doktrin *stakeholders* sebenarnya merupakan spirit dalam Pancasila. Dalam masyarakat Pancasila, manusia mencari keseimbangan antara hidup sebagai pribadi dan hidup sebagai warga masyarakat, antara kehidupan materi dan kehidupan rohani. Pelaku ekonomi dalam sistem ekonomi Pancasila tidak hanya berorientasi memupuk keuntungan hanya semata-mata demi kepentingan investor (pemodal, pemegang saham) saja, melainkan juga bertanggung jawab atas kesejahteraan lingkungan sosial dan lingkungan naturalnya (Mahendra Soni Indriyo, 2012: 295-296).

C. Pengaturan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia juga menjadi perhatian yang serius bagi pemerintah. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia dahulu hanya menjadi bagian dari pelaksanaan GCG (*Good Corporate Governance*) yang berbentuk pedoman seperti yang dikemukakan dalam pedoman umum mengenai GCG yang dikeluarkan Komite Nasional Kebijakan Governance Tahun 2006, yang menyatakan,

“ Pedoman ini tidak memiliki kekuatan hukum yang mengikat, namun merupakan rujukan bagi dunia usaha dalam menerapkan GCG. Pedoman ini menjelaskan langkah-langkah yang perlu ditempuh untuk menciptakan situasi *checks and balance*, menegakkan transparansi dan

akuntabilitas, serta merealisasikan tanggung jawab sosial untuk kelangsungan hidup perusahaan. Setiap perusahaan harus memastikan bahwa asas GCG diterapkan pada setiap aspek bisnis dan di semua jajaran perusahaan. Asas GCG yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, serta kewajaran dan kesetaraan diperlukan untuk mencapai kesinambungan usaha (*sustainability*) perusahaan dengan memperhatikan pemangku kepentingan (*stakeholders*)” (Pedoman Umum yang dikeluarkan oleh Komite Nasional Kebijakan Governance tahun 2006, pada www.google.com yang diakses pada 15 Februari 2013)

Sesuai dengan ketentuan Sila ke-5 (lima) Pancasila yang menentukan, keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia, diharapkan dengan berdirinya perusahaan-perusahaan baik berbentuk badan hukum maupun tidak berbadan hukum, dapat menciptakan cita-cita Negara Indonesia yang terdapat dalam Sila ke-5 (lima) Pancasila. Undang-Undang Dasar 1945 pada Pasal 33 ayat (1), (2), dan (3) juga menjelaskan bahwa inti dari perekonomian yang dilakukan baik oleh Negara maupun oleh masyarakat harus bertujuan sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Perhatian pemerintah dalam rangka memberikan kesadaran pihak-pihak dalam sektor bisnis yang melaksanakan kegiatan usaha di Indonesia akan pentingnya melaksanakan *corporate social responsibility* demi menjaga *image* baik perusahaan dan keberlanjutan kegiatan perusahaan diwujudkan dengan diregulasikannya atau diaturnya ketentuan mengenai *Corporate Social Responsibility* antara lain :

- 1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106.
- 2) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 67.

- 3) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, Lembaran Negara Tahun 2003 Nomor 70.
- 4) Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-05/MBU/2013, tanggal 1 Mei 2013 tentang Perubahan kedua atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-20/MBU/2012, tanggal 27 Desember 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-05/MBU/2007, tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan usaha kecil dan Program Bina Lingkungan.
- 5) Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-20/MBU/2012, tanggal 27 Desember 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-5/MBU/2007, tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan usaha kecil dan Program Bina Lingkungan.
- 6) Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.
- 7) Surat Edaran Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor SE-07/MBU/2007 tentang Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina

Lingkungan dan Penerapan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

1. International Organization of Standardization (ISO) 26000:2010 sebagai Panduan Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*

International Organization of Standardization (ISO) merupakan Badan Penetapan Standar Internasional yang terdiri dari wakil-wakil Badan Standarisasi nasional setiap Negara, yang didirikan pada 23 Februari 1947. Dalam melaksanakan kegiatannya sebagai badan penetapan standar Internasional, ISO memiliki tujuan antara lain :

- a) Memberikan kontribusi positif dimana kita tinggal. Melalui ISO 26000:2010, memberikan sarana untuk melakukan perdagangan, pengetahuan, peluang untuk kesempatan berinovasi dalam teknologi serta pengetahuan mengenai manajemen yang baik dan pelaksanaannya;
- b) Memberikan solusi dan keuntungan pada semua sektor, termasuk agrikultur, konstruksi, pengiriman, transport, teknologi komunikasi dan pelaksanaannya; dan
- c) Memberikan standar pengembangan bagi kebutuhan pasar yang jelas, dan disediakan untuk dikembangkan oleh para ahli dalam suatu bisnis. Sehingga ketika bisnis telah berjalan, maka standar akan diberlakukan.

Standar yang ditetapkan oleh Badan Penetapan Standar yaitu ISO 26000:2010 sebagai *Guidance on Social Responsibility* merupakan solusi

dan bagian dari keuntungan bagi sektor yang menerapkan standar dalam kegiatan usahanya. ISO 26000:2010 memberikan keuntungan atau *benefit* bagi pelaksanannya, antara lain :

- a) Memberikan keuntungan secara kompetitif;
- b) Memberikan reputasi atau nama baik bagi kegiatan usaha;
- c) Memberikan kemampuan untuk mempertahankan pekerja yang bekerja di Perusahaan atau unit usaha;
- d) Pemeliharaan produktivitas usaha, termasuk di dalamnya moral dan komitmen kerja para karyawan; dan
- e) Menjaga hubungan baik dengan *Shareholders* atau Pemegang Saham dan *Stakeholders* atau Pemangku Kepentingan Perusahaan;

ISO 26000:2010 memberikan keuntungan kepada kegiatan usaha dalam rangka memberikan standar dalam pemeliharaan hubungan baik dengan pemegang saham maupun dengan pemangku kepentingan. ISO 26000:2010 memberikan pedoman untuk semua jenis organisasi, terlepas dari bentuk, ukuran besar atau kecil kegiatan usaha maupun lokasi. Hal yang tertuang pada pedoman tersebut antara lain :

- a) Konsep, definisi dan istilah yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial;
- b) Latar belakang, tren dan karakteristik tanggung jawab sosial;
- c) Prinsip dan praktek yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial;
- d) Subjek utama dari tanggung jawab sosial;

Mengintegrasikan, melaksanakan dan mempromosikan perilaku sosial yang bertanggung jawab di seluruh organisasi melalui kebijakan dan praktek;

D. Konsep *Corporate Social Responsibility* dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan konsep yang dibangun sebagai komitmen dari dunia usaha untuk turut melaksanakan kontribusi nyata kepada masyarakat sebagai konsumen sekaligus penerima dampak dari keberadaan suatu perusahaan. Dalam perkembangannya, dunia usaha khususnya di Indonesia menciptakan perusahaan yang dimiliki oleh Negara dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat, yaitu Badan Usaha Milik Negara (BUMN). BUMN dalam melaksanakan visi sebagai perusahaan yang mencari keuntungan (*Making profit Oriented*) diberikan tanggung jawab oleh Peraturan Perundang-Undangan untuk turut serta dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. *Corporate Social Responsibility* dan PKBL memiliki makna yang sama yaitu untuk berkontribusi nyata terhadap pemangku kepentingan atau *Stakeholders* perusahaan. Apabila ditinjau lebih rinci, terdapat perbedaan dalam konsep *Corporate Social Responsibility* dan PKBL, antara lain sebagai berikut :

Perihal	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)
Tingkat Kepatuhan	Telah diatur pada berbagai ketentuan Peraturan Perundang-Undangan, baik UU maupun Peraturan dibawah UU serta doktrin	Diatur pada ketentuan khusus, yaitu mengenai Badan Usaha Milik Negara beserta peraturan menteri terkait
Arah komitmen	Memiliki sifat Filantrophy atau sukarela dan tidak terbatas pada kepentingan perusahaan tetapi lebih luas yaitu kepada sesama	Memiliki sifat investasi perusahaan jangka panjang dan terbatas pada kepentingan perusahaan
Sifat Pelaksanaan	Menjadi bagian dari perencanaan yang terintegrasi pada kegiatan usaha sejak awal	Mengarah dan terbatas pada pengembangan komunitas, sehingga perusahaan cenderung menanggung beban biaya atas hal yang negarif yang timbul
Tujuan	Investasi jangka panjang dengan mendasarkan pada dasarnya dan berlaku lebih umum	Sesuai dengan program perusahaan tertentu
Fokus terhadap <i>Stakeholders</i>	Berfokus pada kepentingan <i>stakeholders</i> secara luas (<i>external stakeholders</i>)	Berfokus pada kepentingan <i>stakeholders</i> di sekitar perusahaan (<i>internal stakeholders</i>)
Sifat kontribusi	Tidak memberikan batasan jumlah perusahaan dalam melaksanakan <i>Corporate Social Responsibility</i> sehingga dapat maksimal dalam berkontribusi kepada masyarakat	Diberikan batasan tertentu untuk melaksanakan dan melalui proses dianggarkan setelah laba diperoleh, sehingga dimungkinkan perusahaan tidak menerapkan oleh karena tidak mendapatkan keuntungan atau laba

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui secara konsep *Corporate Social Responsibility* dan PKBL merupakan 2 (dua) hal yang berbeda akan tetapi secara makna memiliki kesamaan yaitu memberikan kontribusi terhadap masyarakat. *Corporate Social Responsibility* secara harfiah tidak memberikan ketentuan batas atau nominal tertentu kepada perusahaan dalam hal ini sebagai pelaksana ketentuan *Corporate Social Responsibility* untuk pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, sedangkan PKBL terdapat ketentuan mengenai nominal atau batas tertentu bagi perusahaan untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat. Sebagaimana diatur pada Pasal 9 Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-05/MBU/2007, tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, menentukan bahwa dana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan masing-masing disisihkan dari laba 2 % (dua per seratus). Ketentuan tersebut menjadi perbedaan yang cukup mendasar apabila dibandingkan dengan *Corporate Social Responsibility* yang tidak memberikan batasan perusahaan dan/atau orang perorang dalam berkomitmen memberikan kontribusi terhadap masyarakat atau *stakeholders*-nya.

Sifat *Corporate Social Responsibility* yang cenderung sebagai *charity* atau kedermawanan yang terintegrasi sejak awal dalam perencanaan perusahaan menjadikan *Corporate Social Responsibility* sebagai tata perilaku yang memiliki tujuan jangka panjang dalam rangka membangun citra atau nama baik dari perusahaan atau dunia usaha. Sedangkan PKBL memiliki

kecenderungan untuk melihat dampak negatif dari pengelolaan perusahaan sebagai beban biaya yang kemudian menjadi bagian dari pelaksanaan program PKBL, sehingga terkadang PKBL tidak melibatkan masyarakat dalam pembahasan kebijakan yang akan timbul atau akan dilaksanakan oleh perusahaan. Tidak turut sertanya keberadaan masyarakat sebagai bagian dari pembuatan kebijakan perusahaan terkadang dikarenakan PKBL dilaksanakan melalui penyisihan laba yang terjadi pada akhir tahun kinerja perusahaan sehingga masyarakat tidak menjadi prioritas dalam perencanaan termasuk dalam penyusunan anggaran tahun berikutnya.

E. Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

1. Pengertian Badan Usaha Milik Negara

Menurut Undang-Undang Nomor 19 tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 70, Pasal 1 angka 1, yang dimaksud dengan Badan Usaha Milik Negara adalah Badan Usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh Negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan Negara yang dipisahkan (www.bumn.go.id, diakses pada 15 Februari 2013).

2. Tujuan berdirinya Badan Usaha Milik Negara

Konsideran Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menyatakan bahwa BUMN merupakan salah satu pelaku perekonomian Nasional yang memiliki peranan penting

dalam penyelenggaraan perekonomian Nasional untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan ketentuan pada Pasal 2 (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN, Pendirian BUMN memiliki tujuan antara lain :

- “ a. memberikan sumbangan bagi perkembangan perekonomian nasional pada umumnya dan penerimaan negara pada khususnya;
- b. mengejar keuntungan;
- c. menyelenggarakan kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan memadai bagi pemenuhan hajat hidup orang banyak;
- d. menjadi perintis kegiatan-kegiatan usaha yang belum dapat dilaksanakan oleh sektor swasta dan koperasi;
- e. turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat”.

3. Sejarah Perkembangan Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Badan Usaha Milik Negara atau pada awalnya disebut sebagai Perusahaan Negara merupakan Perusahaan yang diberikan kewenangan oleh Negara melalui Peraturan Perundang-Undangan untuk melakukan pengelolaan terhadap Sumber Daya Alam terkait dengan kebutuhan rakyat Indonesia. Sejak jaman kolonialisme, Kerajaan Belanda yang pada saat itu menguasai Negara Indonesia mendirikan Badan Usaha yang bergerak untuk mengatur niaga hasil bumi Indonesia. Awal berdirinya Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dipelopori dengan berdirinya VOC (*Vereenigde Oostindische Compagnie*), yang merupakan Perkumpulan usaha dagang milik Kerajaan Belanda pada tahun 1602. VOC memegang kekuasaan atas perdagangan terkait dengan Sumber Daya Alam Indonesia. Pada era penjajahan, VOC mendirikan beberapa Badan Usaha guna mengatur sektor

perekonomian seperti pabrik tebu, kilang minyak dan transportasi kereta api.

Secara historis, berdirinya BUMN di Indonesia dilatarbelakangi oleh beberapa hal penting. BUMN pada awalnya didirikan dalam rangka memwadahi bisnis dan aset asing yang dinasionalisasikan, terkhusus pada era 1950-an dimana banyak perusahaan asing berdiri. Pendirian BUMN juga berlatar belakang upaya untuk mengembangkan industri yang dibutuhkan masyarakat, namun oleh karena berbagai hal (investasi atau risiko usaha yang tinggi) menyebabkan pihak swasta tidak dapat turut serta dalam industri maupun dalam mendirikan industri tersebut (Djokosantoso dan Riant, 2005:xvi). Alasan berikutnya yang menjadi alasan berdirinya BUMN adalah kesadaran pemerintah akan adanya karakteristik industri yang strategis, yaitu industri yang pendirian dan pengelolaannya tidak dapat begitu saja diserahkan kepada pihak swasta. Industri yang dianggap strategis tersebut oleh karena memiliki posisi penting pada kelangsungan dan berdampak pada keamanan Negara. BUMN sebagaimana dimaksud dan dianggap sebagai industri strategis antara lain Pindad yang memproduksi persenjataan, peruri yang melakukan pencetakan uang Negara dan Bulog yang bertanggung jawab pada pengelolaan pangan.

Pada awal berdirinya BUMN sampai dengan tahun 1960, pemerintah belum menerapkan ketentuan yang spesifik atau bersifat teknis terkait dengan BUMN. Belum diakomodasinya ketentuan mengenai BUMN, menyebabkan belum adanya landasan hukum yang pasti dalam

rangka pengaturan pengelolaan BUMN. Setidaknya ada 4 (empat) jenis BUMN yang digolongkan pada awal berdirinya, antara lain :

- 1) BUMN yang diatur dengan *Indonesische Bedrijven Wet* (IBW) / UU Perusahaan Negara;
- 2) BUMN yang diatur dengan *Indonesische Comptabiliteits Wet* (ICW) / UU Perbendaharaan Negara;
- 3) BUMN yang diatur dengan UU Tertentu;
- 4) BUMN yang diatur dengan Hukum Perdata

Dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah pengganti Undang-Undang (Perpu) Nomor 19 tahun 1960 tentang Perusahaan Negara, tujuan Negara untuk melakukan reorganisasi alat-alat produksi dan distribusi yang selaras dengan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 serta dalam rangka penyelenggaraan ekonomi terpimpin Indonesia dapat terlaksana dengan baik. Berdasarkan Perpu Nomor 19 tahun 1960, yang dimaksud dengan Perusahaan Negara adalah Perusahaan dalam bentuk apapun yang modalnya untuk seluruhnya merupakan kekayaan Negara Republik Indonesia, kecuali ditentukan lain oleh Peraturan Perundang-Undangan. Perpu merupakan alat kontrol Negara kepada BUMN terkait dengan keadaan pada saat itu.

Pada awal berdirinya, BUMN dikatakan sebagai Perusahaan Negara. Istilah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dikenal pada Tahun 1983, yaitu dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah Nomor 3 tahun 1983, tanggal 25 Januari 1983 tentang Tata Cara Pembinaan dan

Pengawasan Perusahaan Jawatan (Perjan), Perusahaan Umum (Perum) dan Perusahaan Perseroan (Persero). Krisis ekonomi dan krisis kepercayaan pada Tahun 1998 yang dialami Indonesia mengakibatkan BUMN mengalami kemerosotan baik dari kinerja maupun dari pendapatan yang berdampak pada menurunnya pendapatan Negara. Krisis yang terjadi menjadi titik tolak berdirinya Kementerian yang mengurus pengelolaan BUMN, yaitu Kementerian Negara Pendayagunaan BUMN. Kementerian dimaksud didirikan sebagai langkah awal dalam rangka reformasi BUMN.

Visi utama berdirinya BUMN antara lain :

1. Membangun BUMN yang berdaya saing dan berkelas global;
2. Membangun lokomotif pemulihan ekonomi Indonesia secara keseluruhan, dimana terkena dampak dari krisis ekonomi Indonesia;

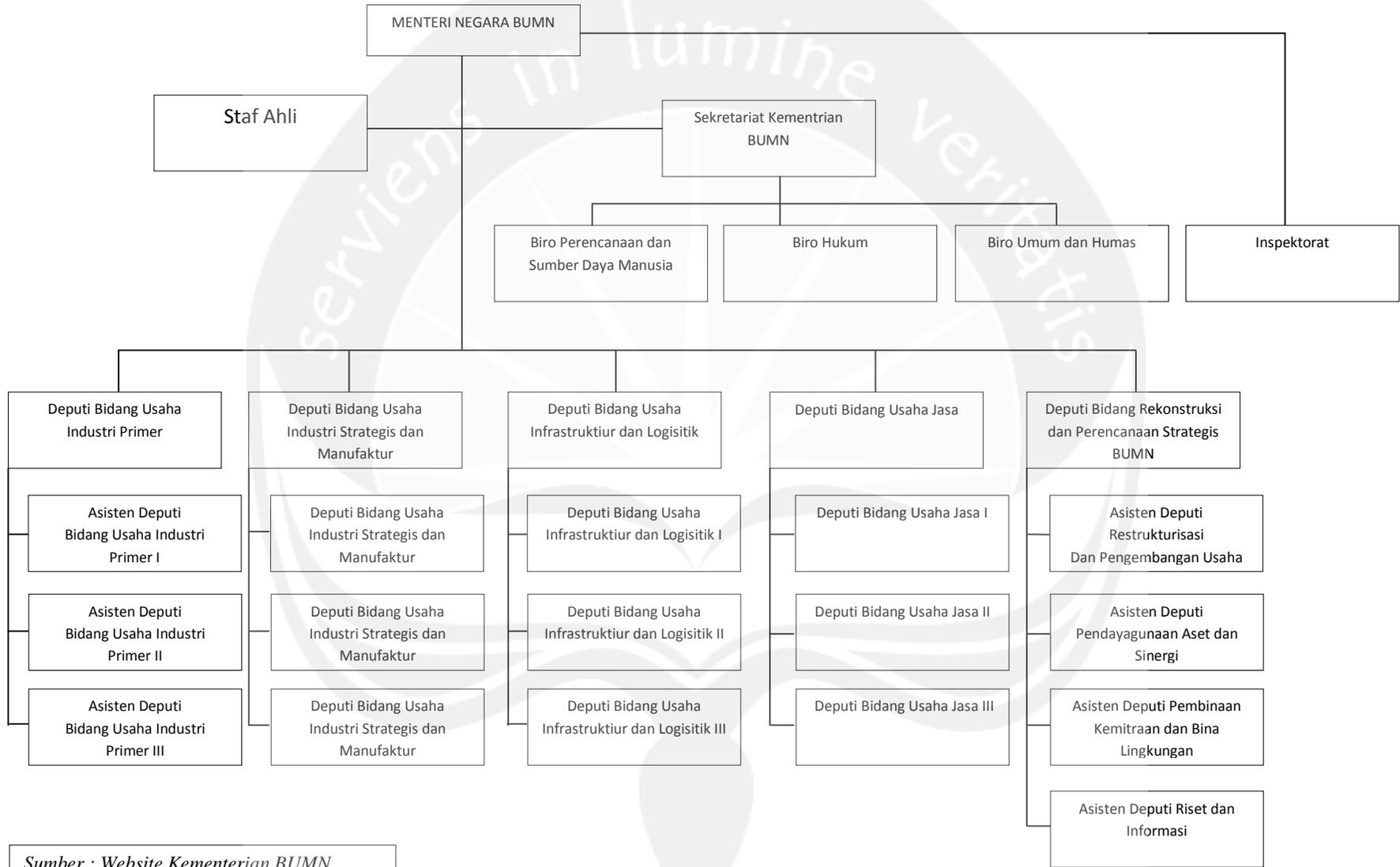
Perkembangan mengenai keberadaan BUMN selanjutnya adalah melalui terbitnya Undang-Undang Nomor 19 tahun 2003, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 70 tentang Badan Usaha Milik Negara. Maksud dan tujuan dari berdirinya BUMN tercantum pada Pasal 2 Undang-Undang Nomor 19 tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, yang menentukan,

- “ (1) Maksud dan tujuan pendirian BUMN adalah :
- a. Memberikan sumbangan bagi perkembangan perekonomian nasional pada umumnya dan penerimaan negara pada khususnya;
 - b. Mengejar keuntungan;
 - c. Menyelenggarakan kemanfaatan umum berupa penyediaan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan memadai bagi pemenuhan hajat hidup orang banyak;

- d. Menjadi perintis kegiatan-kegiatan usaha yang belum dapat dilaksanakan oleh sektor swasta dan koperasi;
 - e. Turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat.
- (2) Kegiatan BUMN harus sesuai dengan maksud dan tujuannya serta tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, ketertiban umum, dan/atau kesusilaan”.

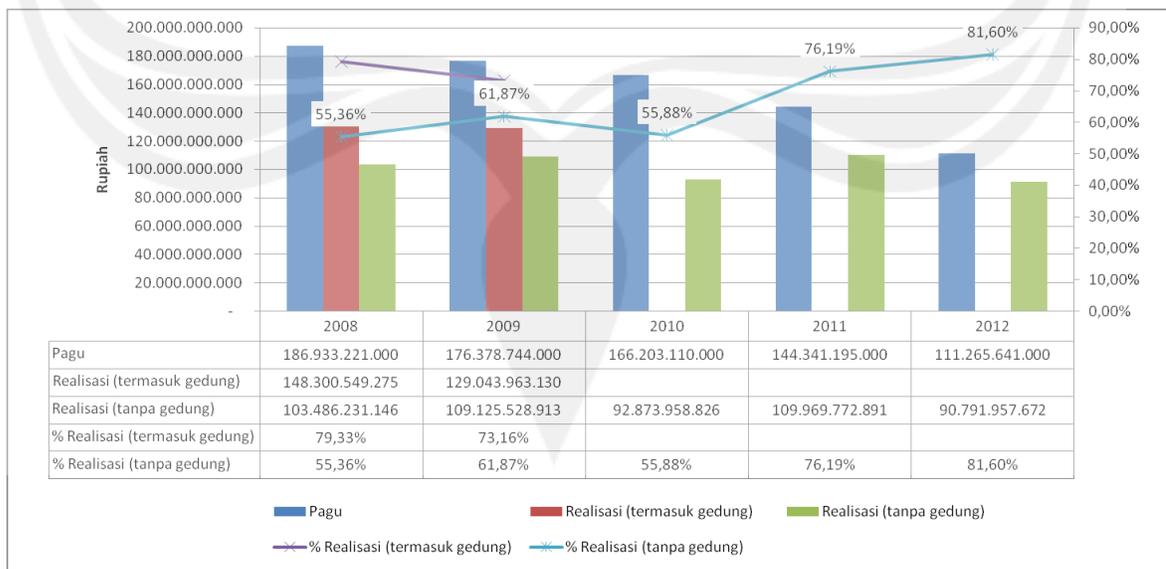
Pengelolaan, pengawasan serta pembinaan terhadap BUMN di Indonesia dilakukan dibawah koordinasi Kementerian Negara Badan Usaha Milik Negara. Oleh karena spesifikasi bidang usaha BUMN yang berbeda-beda, struktur organisasi dalam pengelolaan BUMN pada Kementerian BUMN memiliki beberapa deputi dan staf menteri lainnya. Penggolongan spesifikasi bidang usaha BUMN dilakukan dengan mengingat BUMN melakukan pengelolaan baik Sumber Daya Alam maupun pengelolaan yang terkait dengan Sumber Daya Alam dan/atau pengelolaan diluar dari Sumber Daya Alam. Dengan pengelolaan, pengawasan serta pembinaan BUMN oleh Kementerian dengan struktur organisasi yang cukup lengkap, diharapkan dapat menyiapkan kualitas dan kuantitas perangkatnya termasuk Sumber Daya Manusia yang terlibat dalam pengawasan BUMN. Adapun struktur organisasi pada Kementerian BUMN nampak pada bagan berikut

ini,



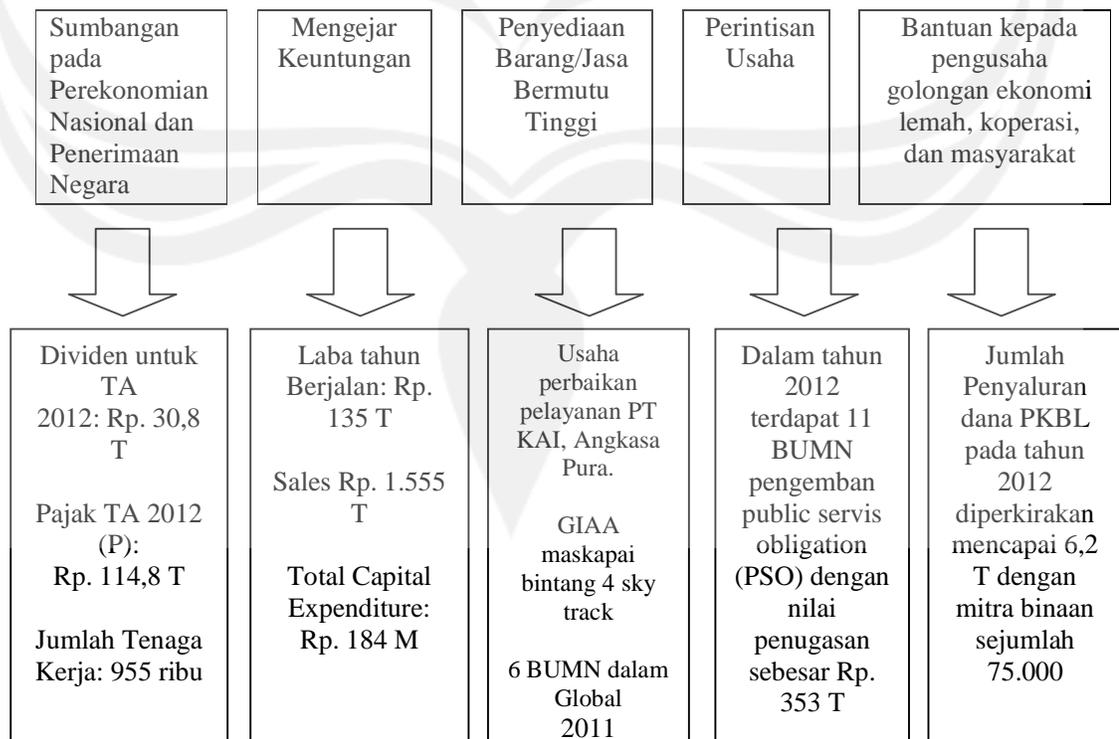
Sumber : Website Kementerian BUMN

Perkembangan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) seiring dengan stabilnya perekonomian Negara diharapkan dapat menjadi kontribusi positif bagi perekonomian Nasional. BUMN diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi melalui posisi PSO (*Public Service Obligation*) yang dipikulnya, melainkan diharapkan dapat menghasilkan laba. Dengan kata lain, BUMN diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi APBN. Perlu diketahui bahwa APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara) merupakan komitmen dari Negara melalui alokasi penerimaan Negara untuk pengeluaran Negara di berbagai aspek dalam jangka waktu 1 (satu) tahun. APBN turut dialokasikan untuk perkembangan BUMN sebagai Perusahaan yang diharapkan dapat memberikan kontribusi (*feedback*) dari penyerapan anggaran APBN di setiap tahun. Selama rentang waktu 2008 hingga 2012 nampak penyerapan anggaran APBN untuk BUMN sebagaimana tertuang pada bagan berikut ini,



Apabila ditinjau dari bagan dimaksud, penyerapan APBN yang dilakukan oleh BUMN terjadi penurunan dari tahun ke tahun dengan rentang waktu dari tahun 2008 hingga tahun 2012. Penurunan penyerapan APBN tersebut memiliki makna bahwa dari tahun ke tahun BUMN mengalami kemajuan sehingga kebergantungan dengan anggaran APBN semakin berkurang. Menurunnya kebergantungan tersebut dikarenakan kemampuan BUMN untuk meningkatkan kuantitas serta kualitas asset pada masing-masing BUMN sehingga alokasi anggaran APBN dapat digunakan selain asset (termasuk di dalamnya gedung).

Apabila dilihat dari tujuan berdirinya BUMN sebagaimana dimaksud oleh Pasal 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, realisasi pelaksanaan oleh BUMN Nampak pada bagan sebagai berikut,



Klaster BUMN	Asset				
	Pragnosa 2012	RKAP 2012	Audited 2011	% Pencapaian	Growth
				RKAP 2011	
Pertamina	371,392,785.00	348,838,206.00	311,999,104.00	106.47%	19.04%
PLN	542,513,242.99	472,002,345.00	414,518,863.00	114.94%	30.88%
Total Pertamina dan PLN	913,906,027.99	820,840,551.00	726,517,967.00	111.34%	25.79%
TBk Perbankan	1,672,832,221.28	1,621,466,199.20	1,409,970,608.00	103.17%	18.64%
TBk Non-Perbankan	309,717,564.22	313,032,631.94	272,202,288.64	98.94%	13.78%
Total TBk	1,982,549,785.50	1,934,498,831.14	1,682,172,896.64	102.48%	17.86%
Lainnya	625,586,266.62	620,139,382.45	538,348,070.95	100.88%	16.20%
Grand Total	3,522,042,080.11	3,375,478,764.59	2,947,038,934.60	104.34%	19.51%

Nampak dari bagan dimaksud bahwa tujuan berdirinya BUMN telah dilaksanakan dengan baik disertai hasil konkret dari kemampuan BUMN untuk meningkatkan penerimaan Negara serta kesejahteraan masyarakat. Sementara dalam melaksanakan kegiatannya, BUMN menyusun perencanaan kerja dalam satu tahun yang dilaksanakan pada akhir tahun sebelumnya. Rencana kerja tersebut disebut sebagai Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP). Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan disusun dan dilaksanakan sebagai wujud kontrol serta memberikan akuntabilitas pelaksanaan kegiatan yang telah direncanakan dan dianggarkan. Kemampuan BUMN dalam melaksanakan program kerja serta anggaran yang telah disusun dalam RKAP tahun 2012 dan telah teraudit per 31 Desember 2012, nampak pada bagan sebagai berikut,

Klaster BUMN	Ekuitas				
	Pragnosa 2012	RKAP 2012	Audited 2011	& Pencapaian	Growth
				RKAP 2011	
Pertamina	136,059,813.00	134,957,979.00	117,682,507.00	100.82%	15.62%
PLN	151,753,101.10	184,424,998.00	143,252,776.00	82.28%	5.93%
Total Pertamina dan PLN	287,812,914.10	319,382,977.00	260,935,283.00	90.12%	10.30%

TBk Perbankan	192,084,901.38	181,285,314.60	157,639,404.00	105.96%	21.85%
TBk Non-Perbankan	148,235,034.90	166,377,363.45	147,301,416.22	89.10%	0.63%
Total TBk	340,319,936.28	347,662,678.05	304,940,820.22	97.89%	11.60%
Lainnya	157,744,331.19	171,454,727.56	122,764,469.24	92.00%	28.49%
Grand Total	785,877,181.57	838,500,382.62	688,640,572.46	93.72%	14.12%

4. Restrukturisasi pada Badan Usaha Milik Negara

Restrukturisasi juga dikenal pada Peraturan yang terkait dengan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Pengertian Restrukturisasi pada Pasal 1 angka 11 Undang-Undang Nomor 19 tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 70, menentukan Restrukturisasi adalah upaya yang dilakukan dalam rangka penyehatan BUMN yang merupakan salah satu langkah strategis untuk memperbaiki kondisi internal Perusahaan guna memperbaiki kinerja dan meningkatkan nilai Perusahaan.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 70, Pasal 72 ayat (1) menentukan bahwa Restrukturisasi dilakukan dengan maksud untuk menyehatkan BUMN agar dapat beroperasi secara efisien, transparan dan profesional. Sedangkan pada ayat (2), ditentukan:

- “ Tujuan restrukturisasi adalah untuk :
- a. meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan;
 - b. memberikan manfaat berupa dividen dan pajak kepada negara;
 - c. menghasilkan produk dan layanan dengan harga yang kompetitif kepada konsumen; dan
 - d. memudahkan pelaksanaan privatisasi”

Berdasarkan ketentuan pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Pasal 72 ayat (2), restrukturisasi merupakan proses untuk melakukan penataan kembali dari yang sebelumnya terjadi suatu pergeseran maksud, tujuan, kepentingan atau arah dari suatu kegiatan atau kebijakan. Restrukturisasi juga merupakan hal baru atau suatu proses baru yang dilaksanakan setelah adanya suatu proses yang dianggap tidak baik atau sempurna, sehingga apabila suatu proses tersebut dilakukan, maka akan menciptakan hasil yang baru atau melebihi dari hasil yang dihasilkan dari proses yang sebelumnya.

Berdasarkan penjelasan Pasal 72, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 70, Restrukturisasi merupakan suatu upaya penyehatan atau proses untuk menciptakan suatu badan usaha yang sehat dalam rangka interaksi dengan kepentingan umum. Upaya penyehatan terhadap Badan Usaha Milik Negara melalui restrukturisasi bertujuan untuk dapat beroperasi secara lebih efisien, transparan dan profesional sehingga dalam melakukan pemenuhan terhadap kepentingan umum dapat memberikan produk atau layanan yang terbaik dengan harga yang kompetitif kepada konsumen serta dapat memberikan manfaat kepada Negara (www.bumn.go.id, diakses pada 15 Februari 2013).

5. Ruang lingkup Restrukturisasi pada Badan Usaha Milik Negara

Pasal 73 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 70 menentukan,

- “ Restrukturisasi meliputi :
- a. restrukturisasi sektoral yang pelaksanaannya disesuaikan dengan kebijakan sektor dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. restrukturisasi perusahaan/korporasi yang meliputi :
 - 1) peningkatan intensitas persaingan usaha, terutama di sektor-sektor yang terdapat monopoli, baik yang diregulasi maupun monopoli alamiah;
 - 2) penataan hubungan fungsional antara pemerintah selaku regulator dan BUMN selaku badan usaha, termasuk di dalamnya penerapan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan menetapkan arah dalam rangka pelaksanaan kewajiban pelayanan publik;
 - 3) restrukturisasi internal yang mencakup keuangan, organisasi/ manajemen, operasional, sistem, dan prosedur”

Ketentuan pada Pasal 73 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usana Milik Negara, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 70 memberikan bentuk-bentuk restrukturisasi pada Badan Usaha Milik Negara. Resktrukturisasi dapat dilakukan secara komprehensif atau menyeluruh baik pada kebijakan yang telah ada sebelumnya, kebijakan pengelolaan dan implementasinya serta terkait dengan sistem yang berlaku secara internal Perusahaan.

Restrukturisasi sektoral sebagaimana dimaksud pada Pasal 73 huruf a disebut juga sebagai resktrukturisasi industri, yang dilaksanakan dalam rangka untuk melakukan penataan kembali pada sektor-sektor yang sebelumnya mendapatkan proteksi atau perlindungan yang bersifat

monopoli (Penjelasan Pasal 73 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN). Sedangkan tujuan dilaksanakannya restrukturisasi industri tersebut adalah untuk menciptakan iklim usaha yang sehat, sehingga terjadi kompetisi yang sehat, efisien, dan pelayanan yang optimal. Restrukturisasi sektoral atau industri ini dapat dilakukan melalui cara-cara antara lain memisahkan segmen-segmen dalam sektor untuk mengurangi integrasi vertikal sektor, peningkatan kompetisi, introduksi persaingan dari industri substitusi, pemasok lain dalam sektor yang sama, dan peningkatan persaingan pasar, serta demonopolisasi melalui regulasi.

Restrukturisasi Perusahaan dilakukan pada tahapan kebijakan makro atau kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah atau Negara yang berkuasa, kemudian pada hubungan antar Perusahaan dengan *stakeholders* yaitu Pemerintah. Restrukturisasi juga dapat dilakukan pada tahapan internal Perusahaan meliputi sistem yang berlaku, manajemen pengelolaan dan juga keuangan Perusahaan.

F. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan oleh Badan Usaha Milik Negara

1. Pengertian Program Kemitraan dan Bina Lingkungan

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) merupakan implementasi secara substansi dari tanggung jawab sosial Perusahaan atau disebut *Corporate Social Responsibility* pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Menurut Pasal 1 angka 6 Peraturan Menteri Negara Badan

Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-20/MBU/2012, tanggal 27 Desember 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-5/MBU/2007, tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan usaha kecil dan Program Bina Lingkungan, Program Kemitraan adalah Program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Program Bina Lingkungan menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-20/MBU/2012, tanggal 27 Desember 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-5/MBU/2007, tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan usaha kecil dan Program Bina Lingkungan, merupakan Program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN (www.bumn.go.id, diakses pada 15 Februari 2013).

2. Tujuan dan bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan

Program Kemitraan sebagaimana dimaksud pada Pasal 1 angka 6 Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-20/MBU/2012, tanggal 27 Desember 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-5/MBU/2007, tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan

Badan Usaha Milik Negara dengan usaha kecil dan Program Bina Lingkungan, yaitu merupakan Program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Program Bina Lingkungan menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-20/MBU/2012, tanggal 27 Desember 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-5/MBU/2007, tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan usaha kecil dan Program Bina Lingkungan, merupakan Program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Menurut Peraturan Perundang-Undangan, Program Kemitraan merupakan suatu usaha dari Perusahaan dalam rangka turut mengembangkan potensi usaha kecil di lingkungan sekitar Perusahaan untuk dapat mandiri dan tentunya dapat berjalan secara berkelanjutan. Program Bina Lingkungan lebih dikhususkan kepada pemberdayaan kondisi yang ada dalam masyarakat, dan kedua program dilaksanakan melalui penyisihan laba Perusahaan.

Pada Implementasinya, Badan Usaha Milik Negara dapat melaksanakan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan melalui beberapa bentuk. Berdasarkan ketentuan pada Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-05/MBU/2013, tanggal 1 Mei 2013 tentang Perubahan kedua atas Peraturan Menteri Negara Badan

Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-20/MBU/2012, tanggal 27 Desember 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-05/MBU/2007, tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan usaha kecil dan Program Bina Lingkungan, Pasal 11 ayat (1) menentukan,

“ (1) Dana Program Kemitraan diberikan dengan bentuk :

- a. Pinjaman untuk membiayai modal kerja dan/atau pembelian aktiva tetap dalam rangka meningkatkan produksi dan penjualan;
- b. Pinjaman khusus untuk membiayai kebutuhan dana pelaksanaan kegiatan usaha Mitra Binaan yang bersifat pinjaman tambahan dan berjangka pendek dalam rangka memenuhi pesanan dari rekanan Mitra Binaan
- c. Beban Pembinaan :
 - 1) Untuk membiayai pendidikan, pelatihan, pemagangan, pemasaran, promosi dan hal-hal lain yang menyangkut peningkatan produktivitas Mitra Binaan serta untuk pengkajian/penelitian yang berkaitan dengan Program Kemitraan;
 - 2) Beban Pembinaan bersifat hibah dan besarnya maksimal 20 % (dua puluh persen) dari dana Program Kemitraan yang disalurkan pada tahun berjalan;
 - 3) Beban Pembinaan hanya dapat diberikan kepada atau untuk kepentingan Mitra Binaan”

Berdasarkan ketentuan tersebut, Program Kemitraan dapat dilaksanakan oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan didasari pada kepentingan Mitra Binaan atau kepada program kemitraan BUMN tersebut ditujukan. Pasal 2 ayat (1) huruf e Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 70 menentukan bahwa maksud dan tujuan pendirian BUMN antara lain turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan

masyarakat. Bentuk Program Kemitraan dilaksanakan dengan bentuk pinjaman untuk modal kerja baik berupa pinjaman utama maupun pinjaman khusus yang tergolong pinjaman tambahan, dan dengan bentuk hibah untuk pembinaan mitra binaan.

Program Bina Lingkungan dilaksanakan oleh Badan Usaha Milik Negara sebagaimana telah diatur oleh Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-05/MBU/2013, tanggal 1 Mei 2013 tentang Perubahan kedua atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-20/MBU/2012, tanggal 27 Desember 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-05/MBU/2007, tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan usaha kecil dan Program Bina Lingkungan, Pasal 11 ayat (2) huruf e, yang menentukan bahwa Program Bina Lingkungan dilaksanakan melalui bantuan antara lain bantuan bencana alam, pendidikan, peningkatan kesehatan, pengembangan prasarana dan/atau sarana umum, sarana ibadah, pelestarian alam, transportasi untuk buruh dan bantuan sosial kemasyarakatan dalam rangka pengentasan kemiskinan. Berdasarkan ketentuan tersebut, Program Bina Lingkungan dilaksanakan dengan semangat *charity* atau kedermawanan dengan bentuk bantuan.

3. Sejarah Peraturan mengenai Program Kemitraan dan Bina Lingkungan oleh Badan Usaha Milik Negara

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) memiliki peran dan fungsi yang strategis, yaitu sebagai pelaku kegiatan ekonomi, pelaksana pelayanan publik dan turut membantu kemajuan ekonomi masyarakat. Oleh karena begitu pentingnya eksistensi Badan Usaha Milik Negara sesuai dengan cita-citanya memberikan kesejahteraan masyarakat, Pemerintah bersama-sama dengan DPR menyetujui dan mengesahkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 70. Wujud nyata dari cita-cita pendirian Badan Usaha Milik Negara terdapat pada Pasal 2 ayat (1) huruf e Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, yang menentukan bahwa salah satu maksud dan tujuan pendirian BUMN adalah turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan lemah, koperasi, dan masyarakat. Dalam Pasal 88 ayat (1) Undang-Undang BUMN menentukan bahwa BUMN dapat menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan usaha kecil dan koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN.

Kepedulian Badan Usaha Milik Negara terhadap lingkungan sekitarnya tertuang pada ketentuan Peraturan Perundang-Undangan. Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-05/MBU/2013, tanggal 1 Mei 2013 tentang Perubahan kedua atas

Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-20/MBU/2012, tanggal 27 Desember 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-05/MBU/2007, tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan usaha kecil dan Program Bina Lingkungan, merupakan Peraturan Perundang-Undangan yang diterbitkan sebagai penyempurna Peraturan terkait dengan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan sebelumnya.

Berdasarkan ketentuan Kepmen BUMN tersebut, bentuk kepedulian BUMN dijabarkan kedalam 2 (dua) program, yakni : Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Menurut Pasal 1 angka 6 Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-20/MBU/2012, tanggal 27 Desember 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-5/MBU/2007, tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan usaha kecil dan Program Bina Lingkungan, Program Kemitraan adalah Program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Program Bina Lingkungan menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-20/MBU/2012, tanggal 27 Desember 2012 tentang Perubahan atas

Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-5/MBU/2007, tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan usaha kecil dan Program Bina Lingkungan, merupakan Program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Apabila melihat dari sejarah perkembangannya, peran Perusahaan Negara terkait dengan wujud kepedulian terhadap masyarakat sekitar telah dimulai sejak tahun 1983 seiring dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah Nomor 3 Tahun 1983 tentang Tata Cara Pembinaan dan Pengawasan Perusahaan Jawatan (Perjan), Perusahaan Umum (Perum), dan Perusahaan Perseroan (Persero). Pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 3 tahun 1983 menentukan bahwa salah satu dari maksud dan tujuan kegiatan Perjan, Perum dan Persero adalah turut aktif memberikan bimbingan kegiatan kepada sektor swasta, khususnya pengusaha golongan ekonomi lemah dan sektor koperasi. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sejak diterbitkannya Peraturan Pemerintah tersebut sering disebut sebagai “Bapak angkat usaha kecil atau industri kecil”. Keputusan Menteri Keuangan Nomor : 1232/KMK.013/1989 tanggal 11 Nopember 1989 tentang Pedoman Pembinaan Pengusaha Ekonomi Lemah dan Koperasi Melalui BUMN, menjadikan program kemitraan dan bina lingkungan semakin dikenal dengan nama “Program Pegelkop” atau Pedoman Pembinaan Pengusaha Ekonomi Lemah dan Koperasi.

Pasal 2 Kepmenkeu Nomor : 1232/KMK.013/1989, menentukan bahwa BUMN wajib melakukan pembinaan terhadap pengusaha ekonomi lemah dan koperasi. Pembinaan yang diberikan oleh BUMN tercantum pada Pasal 3, yaitu melalui bentuk peningkatan kemampuan manajerial, teknik berproduksi, peningkatan kemampuan modal kerja, kemampuan pemasaran dan pemberian jaminan untuk mendapatkan kredit perbankan. Pasal 4 Kepmenkeu Nomor : 1232/KMK.013/1989 juga secara eksplisit menegaskan bahwa pembiayaan untuk kegiatan pembinaan yang dilakukan oleh BUMN disediakan dari bagian laba BUMN yang bersangkutan, dengan besaran antara 1%-5% setiap tahun dari laba setelah pajak. Kepmenkeu Nomor : 306/KMK.013/1991 Tanggal 20 Maret 1991, yang merupakan penyempurnaan Kepmenkeu Nomor : 1232/KMK.013/1989, memberikan batasan maksimal pembiayaan yang diperlukan untuk melaksanakan pembinaan sebesar Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). Terkait dengan status dana pembinaan yang diberikan oleh BUMN, dana dimaksud dapat ditetapkan sebagai hibah atau pinjaman kepada pengusaha golongan ekonomi lemah dan koperasi, sebagaimana telah diatur pada Pasal 7 ayat 2.

Berdasarkan Kepmenkeu Nomor : 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994 tentang Pedoman Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi Melalui Pemanfaatan Dana dari Bagian Laba BUMN, nama program kepedulian yang dilaksanakan oleh BUMN diubah menjadi "PUKK". Pasal 2 Kepmenkeu Nomor : 316/KMK.016/1994 tersebut menegaskan bahwa

BUMN wajib melakukan pembinaan terhadap pengusaha ekonomi lemah dan koperasi. Sumber dana pembinaan berasal dari bagian pemerintah atas laba BUMN sebesar antara 1%-5% dari seluruh laba perusahaan setelah pajak. Bentuk pembinaan berupa pendidikan, pelatihan, penelitian dan perdagangan, untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan, manajemen, serta teknik berproduksi, jaminan kredit dan penyertaan pada perusahaan modal ventura yang membantu pengusaha golongan ekonomi lemah dan koperasi.

Pada tahun 1995, diterbitkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, yang didalamnya terkandung komitmen terkait dengan kepedulian terhadap kegiatan ekonomi kecil, yaitu tercantum pada Pasal 14 yang menentukan, pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, Sumber Daya Manusia (SDM), dan teknologi. Pada Pasal 21 menentukan, pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat menyediakan pembiayaan bagi pengembangan usaha kecil meliputi : kredit perbankan, pinjaman lembaga keuangan bukan bank, modal ventura, pinjaman dari penyesihan sebagian laba BUMN, hibah, dan jenis pembiayaan lain.

Perkembangan Peraturan mengenai Program Kemitraan dan Bina Lingkungan selanjutnya adalah dengan terbitnya Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil, yang pada Penjelasan Pasal 10 huruf e ditentukan bahwa

penyediaan dana yang dilakukan oleh departemen teknis, kantor menteri Negara, pemerintah daerah, BUMN, BUMD, yaitu melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), anggaran perusahaan sesuai dengan program pembinaan dan pengembangan usaha kecil di masing-masing sektor, sub sektor, pemda, BUMN dan BUMD yang bersangkutan.

Kemudian, pada tahun 2003 diterbitkan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 70, yang kemudian dijabarkan melalui Peraturan teknis dengan diterbitkannya Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor : KEP-236/MBU/2003 Jo. Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor : PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan Jo. Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-20/MBU/2012, tanggal 27 Desember 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-5/MBU/2007, tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan usaha kecil dan Program Bina Lingkungan Jo. Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-05/MBU/2013, tanggal 1 Mei 2013 tentang Perubahan kedua atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-20/MBU/2012, tanggal 27 Desember 2012 tentang Perubahan atas

Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor : PER-05/MBU/2007, tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan usaha kecil dan Program Bina Lingkungan.

Secara konsep Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang dilaksanakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) tidak jauh berbeda dengan *best practices Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan swasta sehingga dapat dikatakan bahwa PKBL merupakan praktek *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh BUMN. Peran PKBL BUMN mempunyai cakupan yang lebih luas dibanding praktek *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan swasta karena PKBL BUMN juga diharapkan untuk mampu mewujudkan 3 pilar utama pembangunan (*triple tracks*) yang telah dicanangkan pemerintah dan merupakan janji politik kepada masyarakat, yaitu : (1) pengurangan jumlah pengangguran (*pro-job*) (2) pengurangan jumlah penduduk miskin (*pro-poor*) dan (3) peningkatan pertumbuhan ekonomi (*pro-growth*). Melalui PKBL diharapkan terjadi peningkatan partisipasi BUMN untuk memberdayakan potensi dan kondisi ekonomi, sosial, dan lingkungan masyarakat dengan fokus diarahkan pada pengembangan ekonomi kerakyatan untuk menciptakan pemerataan pembangunan.