

PELAKSANAAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN BATUBARA DALAM MENCIPTAKAN KESEJAHTERAAN BAGI MASYARAKAT

Lina Jamilah

*Fakultas Hukum, Universitas Islam Bandung, Dosen Tetap Fakultas Hukum Unisba dan Mahasiswa S3 UNPAR, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116
e-mail: lina.jamilah@yahoo.com*

Abstrak. Dalam mengatasi ketimpangan dan disharmonisasi hubungan antara perusahaan dan masyarakat, maka perusahaan batubara wajib menyusun dan melaksanakan program-program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Pembuatan penyusunan program dan rencana pengembangan dan pemberdayaan masyarakat dikonsultasikan kepada pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat. Konsultasi tersebut dimaksudkan untuk menyesuaikan agar program tanggung jawab sosial perusahaan tidak tumpang tindih dengan program pembangunan yang telah disusun oleh pemerintah (pusat) dan pemerintah daerah. Bentuk konsultasi (partisipasi) masyarakat tersebut diawali dengan menentukan daerah mana saja yang masyarakatnya terkena dampak, baik langsung maupun tidak langsung. Penentuan daerah tersebut sebagai sarana pemetaan skala prioritas dalam melaksanakan pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Pemetaan daerah tersebut dibuat dengan cara membentuk zona-zona yang menggambarkan skala prioritas.

Kata kunci: *pertambangan, lingkungan, kesejahteraan*

1. Pendahuluan

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Tanggung Jawab sosial perusahaan yang dimaksud adalah untuk mendorong pelaku usaha supaya lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidupnya, sehingga pada akhirnya dunia usaha akan dapat bertahan secara berkelanjutan untuk memperoleh manfaat secara ekonomi yang menjadi tujuan dibentuknya dunia usaha.¹

Keberadaan perusahaan sangat berperan dalam mensejahterakan masyarakat sekitarnya, melalui penyerapan tenaga kerja yang berasal dari masyarakat sekitarnya. Dalam menjalankan usahanya suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban secara ekonomis saja tetapi mempunyai kewajiban yang bersifat etis.² Dalam pemenuhan etika dalam berbisnis memang tidak hanya *profit* yang menjadi tujuan utama, akan tetapi pemberdayaan masyarakat sekitar juga harus menjadi tujuan utama

¹ Buku Panduan Rakor dan Pameran Program Tanggung Jawab Sosial (CSR/PKBL) Perusahaan Sebagai Alternatif Pembiayaan Pembangunan di Jawa Timur, hlm 2.

² Adanya suatu etika bisnis yang merupakan tuntunan perilaku bagi dunia usaha untuk bisa membedakan mana yang boleh dilakukan, dan mana yang tidak boleh dilakukan.

bagi perusahaan. Dikarenakan hal itu merupakan salah satu perwujudan dari perusahaan yang baik (*good corporate*) oleh perusahaan terhadap *Stakeholder*.³

Dalam mewujudkan aktivitas perusahaan supaya berkelanjutan, maka perusahaan menerapkan prinsip tanggung jawab sosial perusahaan yang selanjutnya disebut *corporate social responsibility (CSR)* dan lingkungan, merupakan kontribusi dunia usaha bagi perwujudan pembangunan berkelanjutan. Pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah saja, setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Dunia usaha berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan faktor lingkungan hidup.⁴

Pada prinsipnya tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kegiatan yang berawal dari kesadaran perusahaan dan bersifat sukarela. Cikal bakal tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan bermula dari kegiatan *philantropy* (sumbangan kemanusiaan) perusahaan yang sering kali bersifat spontanitas dan belum terkelola dengan baik. Seiring dengan perkembangan masyarakat dan dunia usaha serta dengan adanya dorongan eksternal tuntutan masyarakat dan dorongan internal perusahaan agar perusahaan lebih peduli terhadap lingkungannya, maka kegiatan *philantropy* tersebut mulai berkembang dan mengarah pada kepedulian perusahaan terhadap lingkungannya.⁵

Pada awalnya dunia bisnis menganggap bahwa perusahaan hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan pada kondisi keuangan perusahaan semata, namun dalam perkembangannya perusahaan juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan (*triple bottom line*). Perusahaan tidak lagi sekedar menjalankan kegiatan ekonomi untuk menciptakan *profit* (keuntungan) dalam menjaga kelangsungan usahanya, melainkan juga memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat (sosial) dan lingkungannya.⁶

Pendekatan tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan setidaknya mengidentifikasi suatu kewajiban pada perusahaan untuk berperan dalam membentuk dunia Perusahaan yang bertanggung jawab terhadap kondisi sosial dan lingkungan.⁷ Dalam analisisnya Parker menunjukkan bahwa gagasan untuk menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan menjadi suatu kewajiban hukum, untuk membuat bisnis bertanggung jawab adalah paradoks. Namun demikian ini adalah inti dari konsep meta-regulasi, bahwa bisnis harus mengambil langkah-langkah yang diarahkan untuk bertindak melaksanakan tanggung jawab sosial, tetapi tanpa spesifikasi rinci dalam hukum, maka itu akan menjadi sesuatu yang sulit. Fokus utama Parker

³Rosita Chandra Kirana, *Studi Perbandingan Pengaturan Tentang Corporate Sosial Responsibility di Beberapa Negara Dalam Perwujudan Prinsip Good Corporate Governance*, Tesis, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2009, hlm11.

⁴Elkington mengembangkan konsep *Triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity, environmental quality, dan sosial justice*. Elkington memberi pandangan bahwa jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan “3P”. Selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Gunawan Widjaya dan Yereminia Ardi Pratama, *Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*, Forum Sahabat, Jakarta, 2009, hlm 33.

⁵ AB.Susanto, *Corporate Sosial Responsibility: Strategic Managemen Approach*, The Jakarta Consulting Group, Jakarta, 2007, hlm viii.

⁶Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, Gresik, 2007, hlm 24.

⁷Nina Boeger, *Perspektif on Corporate Sosial Responsibility*, Edward Elgar Publishing Limited, Northampton Massachusetts, 2008, hlm 87

bukanlah pada kekuatan hukum, melainkan kekuatan di dalam perusahaan untuk mengarahkan tindakan perusahaan tersebut.⁸ Analisis Parker dari hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan hukum. Klaim tentang metaregulatori dapat menjelaskan lebih lanjut dimana kapasitas negara untuk memanggil instrumen hukum yang diakui.

Dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dimana tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kualitas lingkungan dan kehidupan masyarakat, perusahaan dan komunitas setempat. Artinya bahwa keberadaan perusahaan harus berkomitmen untuk memberdayakan masyarakat dan mengelola lingkungan secara berdaya guna dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Dalam Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara, menyebutkan bahwa pertambangan mineral dan batubara dikelola berasaskan kemanfaatan, keadilan, keseimbangan, berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.⁹ Adapun tujuan pertambangan adalah untuk meningkatkan pendapatan masyarakat lokal, daerah, negara, serta menciptakan lapangan kerja untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.¹⁰

Dalam mewujudkan tujuan pertambangan, Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara memuat peraturan yang substansinya mewajibkan untuk menyusun dan melaksanakan pemberdayaan dan pengembangan masyarakat.¹¹ Pengembangan dan pemberdayaan masyarakat adalah bagian dari pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang telah dinormakan ke dalam undang-undang. Permasalahan yang muncul adalah penormaan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai kewajiban perusahaan memiliki konsekuensi hukum bagi perusahaan. Selain itu karena telah menjadi norma hukum, maka menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk melaksanakan CSR dan lingkungan. Apabila perusahaan tidak membuat rencana dan/atau tidak melaksanakan program atau kegiatan pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, maka perusahaan tersebut akan diberikan sanksi administratif.¹²

Dalam usaha mencapai tujuannya tersebut perusahaan menyusun program-program pemberdayaan masyarakat. Pengembangan dan pemberdayaan masyarakat sebetulnya adalah upaya sistematis untuk meningkatkan kelompok-kelompok masyarakat yang kurang beruntung (*disadvantaged group*) agar lebih dekat kepada kemandirian. Jadi, pengembangan dan pemberdayaan masyarakat sangatlah menyasar kelompok masyarakat yang spesifik, yaitu mereka yang mengalami masalah. Perusahaan memiliki kepentingan besar untuk melakukan pengembangan dan pemberdayaan masyarakat karena kelompok ini adalah yang paling rentan terhadap dampak negatif operasi perusahaan, sekaligus paling jauh aksesnya dari dampak positifnya. Kalau tidak secara khusus perusahaan membuat kelompok ini menjadi sasaran, maka ketimpangan akan semakin terjadi dan disharmonisasi hubungan (konflik) akan muncul.

Perusahaan menerapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan cara membuat program-program pemberdayaan masyarakat, dimana menurut Undang-

⁸ *Ibid*, hlm 175

⁹ Lihat Pasal 2 Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara.

¹⁰ Lihat Pasal 3 Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara.

¹¹ Lihat Pasal 95 dan 108 Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara.

¹² Lihat Pasal 151 Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara.

Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara perusahaan pemegang Ijin Usaha Pertambangan dan Ijin Usaha Pertambangan Khusus wajib menyusun pengembangan dan pemberdayaan bagi masyarakat sekitar.¹³ Terdapat beberapa permasalahan yang terkait peraturan tersebut, antara lain perusahaan hanya memberdayakan masyarakat yang berdekatan dengan perusahaan, hanya sedikit masyarakat yang mendapat manfaat dari keberadaan perusahaan tersebut. Tidak adanya pemerataan dalam memberdayakan masyarakat menimbulkan semakin terlihat *Gap* antara masyarakat miskin dengan masyarakat yang kaya.

2. Pembahasan

2.1 Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Batubara dalam Menciptakan Kesejahteraan bagi Masyarakat

Ekonomi secara signifikan berkembang seiring dengan globalisasi mengarah pada perubahan citra dalam dunia usaha dan industri. Berawal dari *Earth Summit di Rio de Janeiro* Brazilia tahun 1992 dan program ekonomi berkelanjutan di Yohannesburg tahun 2002, hubungan perusahaan dengan obyek diluar industri mulai mengalami pergeseran, dimulai dengan *Corporate Relation* yang berkembang menjadi *Community Development* dan *Corporate Social Responsibility*. Kegiatan atau program *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu bentuk solidaritas sosial perusahaan bagi masyarakat, sekaligus bermanfaat dalam membentuk citra perusahaan melalui publikasi yang tepat akan sangat membantu membangun dan menggalang kerjasama antara masyarakat dengan perusahaan. Misi untuk mencapai *profitabilitas* dan kesinambungan pertumbuhan dapat ditempatkan sejalan dengan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga ada keselarasan antara kebutuhan masyarakat dan perusahaan untuk tumbuh bersama. Konsep seperti ini lebih dikenal sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*.¹⁴

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau biasa disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan lingkungan, memberikan wajah baru bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dengan alasan bahwasanya kegiatan produksi langsung maupun tidak membawa dampak *for better or worse* bagi kondisi lingkungan dan sosial ekonomi disekitar perusahaan beroperasi. Selain itu, pemilik perusahaan sejatinya bukan hanya *shareholders* (komponen yang terkait dengan internal perusahaan) yakni para pemegang saham melainkan pula *stakeholders*, yaitu semua pihak diluar pada pemegang saham yang terkait dan berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan.¹⁵

Terobosan besar dalam konteks CSR ini dilakukan oleh John Elkington melalui konsep "3P" (*Profit, people, and planet*) yang dituangkan dalam bukunya "*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*" yang dirilis pada tahun 1997. Ia berpendapat bahwa jika perusahaan ingin *sustain*, maka ia perlu memperhatikan 3P, yakni bukan cuma *profit* yang diburu. Namun, juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*), dan ikut aktif dalam menjaga lingkungan (*planet*). Selanjutnya, gaung CSR kian bergema setelah

¹³ Lihat Pasal 108 Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara.

¹⁴ Rosita Chandra Kirana, *Op.Cit*, hlm 35

¹⁵ Rosita Chandra Kirana, *Ibid*,

diselenggarakannya *World Summit on Sustainable Development* (WSSD) tahun 2002 di Johannesburg Afrika Selatan. Sejak saat inilah, definisi CSR mulai berkembang.¹⁶

Menurut Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

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

CSR merupakan konsep yang terus berkembang. Ia belum memiliki sebuah definisi standar maupun seperangkat kriteria spesifik yang diakui secara penuh oleh pihak-pihak yang terlibat didalamnya. Secara konseptual, CSR juga bersinggungan dan bahkan sering dipertukarkan dengan frase lain seperti: *corporate responsibility*, *corporate sustainability*, *corporate accountability*, *corporate citizenship*, dan *corporate stewardship*.¹⁷

CSR diterapkan kepada perusahaan-perusahaan yang beroperasi dalam konteks ekonomi global, nasional maupun lokal. Komitmen dan aktivitas CSR pada intinya merujuk pada aspek perilaku perusahaan (*Firm behavior*), termasuk kebijakan dan program perusahaan yang menyangkut dua elemen kunci:¹⁸

1. *Good corporate governance*: etika bisnis, manajemen sumber daya manusia, jaminan sosial bagi pegawai, serta kesehatan kerja;
2. *Good Corporate Responsibility*: pelestarian lingkungan, pengembangan masyarakat (*Community Development*), perlindungan hak asasi manusia, perlindungan konsumen, relasi dengan pemasok, dan penghormatan terhadap hak pemangku kepentingan.

Pengertian tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang relatif mudah dipahami dan dioperasionalkan adalah dengan mengembangkan konsep *Tripple Bottom Lines* (*Profit, Planet, People*) yang di gagas Elkington. Elkington menegaskan bahwa perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*Profit*). Melainkan pula, memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*Planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*People*). Berkaitan dengan konsep tersebut Edi Suharto menambahkan dengan satu *Line* tambahan, yaitu *Procedur*. Dengan demikian, CSR adalah kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagai keuntungan (*Profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*People*) dan lingkungan (*Planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur(*Procedur*) yang tepat dan profesional.¹⁹

Secara umum, *Corporate Social Responsibility* merupakan peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota komunitas untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memelihara, atau dengan kata lain merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk memproduksi dampak positif pada suatu komunitas, atau merupakan suatu proses yang penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis

¹⁶*Ibid*, hlm 36

¹⁷*Ibid*, hlm 3

¹⁸*Ibid*, hlm 4

¹⁹*Ibid*, hlm 5

dari *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholders*, dan penanaman modal) maupun eksternal kelembagaan pengaturan umum, anggota komunitas, kelompok komunitas sipil dan perusahaan lain.²⁰

Pengembangan dan pemberdayaan masyarakat merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan. Pengembangan masyarakat sebetulnya adalah upaya sistematis untuk meningkatkan kelompok-kelompok masyarakat yang kurang beruntung (*disadvantaged group*) agar lebih dekat kepada kemandirian. Jadi, *community development* sangatlah menysasar kelompok masyarakat yang spesifik, yaitu mereka yang mengalami masalah.²¹

Perusahaan jelas memiliki kepentingan besar untuk melakukan, *community development*, karena kelompok ini adalah yang paling rentan terhadap dampak negatif operasi, sekaligus paling jauh aksesnya dari dampak positifnya. Kalau tidak secara khusus perusahaan membuat kelompok ini menjadi sasaran, maka ketimpangan akan semakin terjadi dan disharmonisasi hubungan pasti terjadi suatu saat.²²

Hanya saja menyamakan *community development* dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah kekeliruan yang harus dikembalikan ke konsep semula. *Community development* hanya bagian terkecil dari tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai cakupan yang sangat luas, yaitu terhadap seluruh pemangku kepentingan. Bandingkan dengan *community development* yang menysasar kelompok kepentingan yang spesifik, yaitu kelompok masyarakat rentan.²³

Ranah tanggung jawab sosial mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks. Disamping itu, tanggung jawab sosial juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama dikaitkan dengan kepentingan pemangku kepentingan. Untuk itu, dalam rangka memudahkan pemahaman dan penyederhanaan, banyak ahli yang menggaris bawahi prinsip dasar yang terkandung dalam tanggung jawab sosial.²⁴

Crowther David menguraikan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial menjadi tiga, yaitu:

- (1) *suistainability*
- (2) *accountability*
- (3) *transparency*.

Suistainability, berkaitan dengan bagaimana perusahaan melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana perusahaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi di masa datang. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktifitas perusahaan terhadap pihak eksternal dan eksternal.²⁵

²⁰ Hasan Azhari, *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada PT Newmon*, Tesis, Universitas Diponegoro Semarang, 2009, hlm 13

²¹ Dwi Kartini, *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Suistainable Management dan Implementasi di Indonesia*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2009, hlm 37

²² *Ibid*, hlm 38

²³ *Ibid*.

²⁴ Nor Hadi, Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, Cet 1, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2011, hlm 59

²⁵ *Ibid*.

Transparency, merupak prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Transparansi berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak lingkungan.²⁶

Post menyatakan bahwa ragam tanggung jawab perusahaan terdiri dari tiga dimensi, yaitu: (1) *economic responsibility*; (2) *legal responsibility*; (3) *social responsibility*.

- 1) *Economic responsibility*, keberadaan perusahaan ditunjukkan untuk meningkatkan nilai bagi *shareholder*.
- 2) *Legal responsibility*, sebagai bagian anggota masyarakat, perusahaan memiliki tanggung jawab mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku. Termasuk, ketika perusahaan sedang menjalankan aktivitas operasi, maka harus dapat dipertanggungjawabkan secara hukum dan perundang-undangan.
- 3) *Social responsibility*, merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan para pemangku kepentingan. *Social responsibility* menjadi satu tuntutan ketika operasional perusahaan mempengaruhi pihak eksternal, terutama ketika terjadi *externalities dis-economic*. Hal itu memunculkan konflik sosial.

Ketiga tanggung jawab perusahaan tersebut setiap tahunnya dilaporkan dan dipublikasikan dengan nama *suistainable report*.

Dalam jangka pendek, aktivitas tanggung jawab sosial yang bertujuan memperkuat kerekatan sosial memberi manfaat (*output*) kepada masyarakat dalam beberapa bentuk, tergantung dari bentuk aktivitas tanggung jawab sosial yang memang dirancang untuk secara langsung mengurangi kesenjangan sosial atau meningkatkan kerekatan sosial, dampak langsung tercipta adalah meningkatkan interaksi antar kelompok-kelompok masyarakat yang biasanya mungkin jarang berinteraksi. Ini mungkin terjadi antar kelompok kaya dengan miskin, kelompok dari suku tertentu dengan suku tertentu dengan suku lainnya, kelompok orang tua dengan anak muda dan seterusnya.²⁷

Dalam jangka menengah, manfaat yang tercipta adalah meningkatkan kemampuan atau kapasitas masyarakat untuk bekerja sama. Hal ini dapat terbangun dari aktivitas-aktivitas tanggung jawab sosial yang mengharuskan terjadinya kerja sama antar anggota masyarakat, sedangkan dalam jangka panjang, aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan tertentu dapat memberikan manfaat (*impact*) berupa meningkatnya modal sosial dan kerekatan sosial pada masyarakat.²⁸

Dengan demikian, baik perusahaan maupun masyarakat mendapatkan manfaat dari tanggung jawab sosial perusahaan. Terjadinya hubungan masyarakat dan perusahaan yang harmonis membuat beroperasinya perusahaan menjadi lancar tanpa ada tekanan atau keluhan dari masyarakat, begitu juga dengan masyarakat keberadaan tanggung jawab perusahaan yang dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat dan mempertipis jarak antara yang kaya dan miskin, sehingga tercapainya pemerataan kesejahteraan bagi masyarakat.

Dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan target pencapain. Target merupakan batas dan acuan ketercapaian pekerjaan jangka pendek dari tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Target penting ditetapkan, karena menjadi

²⁶*Ibid*, hlm 60-61

²⁷*Ibid*, hlm 94

²⁸*Ibid*.

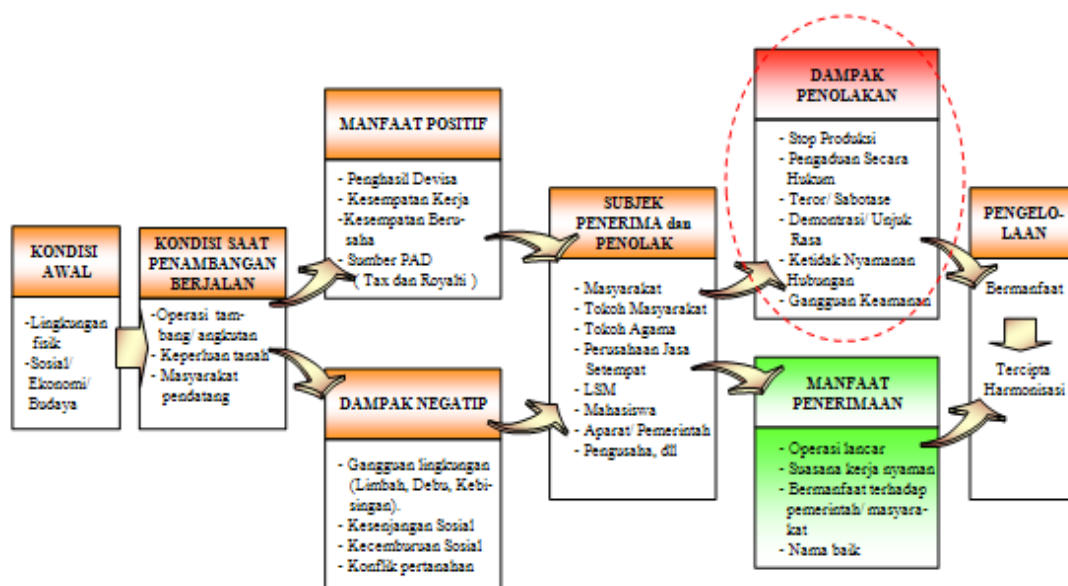
bagian pengawasan pelaksanaan dan evaluasi secara melekat dari serentetan tindakan jangka waktu yang lebih lama. Dengan penetapan target, para pelaksana tanggung jawab sosial perusahaan, memiliki patokan dalam melaksanakan program bersangkutan. Dalam melaksanakan strategi tanggung jawab sosial harus memperhatikan kebijakan. Kebijakan merupakan pedoman umum sebagai acuan pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan. Kebijakan, merupakan arah dasar yang diambil pimpinan dan menjadi warna orientasi suatu program. Kebijakan akan menentukan dalam merumuskan strategi pelaksanaan tanggung jawab sosial dan sekaligus sebagai *guidance* aktivitas yang dimunculkan. Kebijakan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dengan program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat disusun melalui Pembuatan penyusunan program dan rencana pengembangan dan pemberdayaan masyarakat dikonsultasikan kepada pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat. Konsultasi tersebut dimaksudkan untuk menyesuaikan agar program tanggung jawab sosial perusahaan tidak tumpang tindih dengan program pembangunan yang telah disusun oleh pemerintah (pusat) dan pemerintah daerah. Bentuk kebijakan yang digariskan dan ditetapkan perusahaan akan menjadi warna bentuk, tipe, strategi pelaksanaan serta sasaran praktik tanggung jawab sosial perusahaan. Bentuk, tipe, strategi pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan meliputi: merancang struktur organisasi, pemetaan wilayah dan *link stakeholder*, merancang program dan penetapan dana.

Dalam menyusun program tanggung jawab sosial perusahaan memerlukan kajian yang sangat mendalam, sehingga perlu membentuk struktur organisasi masyarakat agar masyarakat bisa berpartisipasi dalam memperjuangkan hak-haknya. Bentuk pengakuan perusahaan terhadap masyarakat adalah masyarakat diberi kesempatan untuk berpartisipasi dalam menyusun program tanggung jawab sosial perusahaan dan difasilitasi untuk membentuk organisasi agar posisi tawar masyarakat dengan perusahaan menjadi seimbang. Partisipasi adalah kemampuan masyarakat untuk mempengaruhi kegiatan-kegiatan (tanggung jawab sosial perusahaan) sehingga dapat meningkatkan kesejahteraannya. Dalam mengakomodir partisipasi masyarakat, maka perusahaan pemenang tender seharusnya mengadakan pendalaman atau penelitian mengenai perencanaan program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Masyarakat diberikan informasi oleh perusahaan tentang pelaksanaan pertambangan, sehingga masyarakat mempunyai pandangan untuk menyatakan layak atau tidak kegiatan pertambangan itu beroperasi di daerahnya. Jadi, masyarakat harus diberikan kewenangan untuk menyatakan bahwa kegiatan pertambangan itu diperbolehkan, jangan hanya dilibatkan dalam perancangan program pemberdayaan masyarakatnya saja.²⁹

Cara pelaksanaan partisipasi bisa dilakukan dengan *Free, Prior and Informed Consent* (FPIC). FPIC sebuah konsep mencoba mensinergiskan kebutuhan dan keberlangsungan investasi dengan proses memakmurkan masyarakat setempat. FPIC adalah perundingan-perundingan tanpa paksaan antara investor dan perusahaan atau antara pemerintah dan masyarakat sebelum perusahaan melakukan pertambangan di wilayah mereka. FPIC secara sederhana merupakan sebuah hak untuk memutuskan jenis kegiatan pembangunan apa yang diperbolehkan untuk berlangsung dalam wilayah

²⁹ Izin masyarakat seharusnya dijadikan persyaratan untuk penerbitan izin usaha pertambangan disamping analisis mengenai dampak lingkungan dan rancangan program pemberdayaan masyarakat. Jadi, perencanaan program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat harus berasal dari aspirasi masyarakat.

mereka. Prinsip tersebut juga mengandung makna kebebasan masyarakat YA atau TIDAK kepada proyek pembangunan yang direncanakan akan dilaksanakan dalam wilayah mereka.³⁰ Dalam Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang pertambangan mineral dan batubara dalam Pasal 162 menyebutkan bahwa setiap orang yang merintangi atau mengganggu kegiatan usaha pertambangan dari pemegang izin usaha pertambangan dan izin usaha pertambangan khusus dikenakan sanksi denda atau hukuman penjara. Pasal ini memperlihatkan bahwa partisipasi masyarakat dalam menyatakan pendapat atau bentuk pengawasan terhadap perusahaan dihambat, seharusnya peraturan tersebut lebih mengakomodir hak-hak masyarakat untuk memperjuangkan hidupnya. Terkait pembahasan partisipasi, berikut ini disajikan bagan yang menerangkan tentang proses informasi dampak kegiatan pertambangan.



Proses informasi dampak kegiatan pertambangan (sumber: PT Kalimantan Prima Persada)

Seperti digambarkan diatas, perusahaan harus mengidentifikasi kondisi-kondisi lingkungan yang akan dijadikan area pertambangan yaitu lingkungan fisik, sosial ekonomi dan budaya. Selanjutnya, perusahaan harus memberikan pengetahuan atau informasi kepada masyarakat tentang kondisi-kondisi pada saat pertambangan berjalan baik kondisi yang bermanfaat atau kondisi-kondisi yang bisa membahayakan mereka. Setelah perusahaan memberikan informasi tentang kondisi-kondisi pada saat kegiatan pertambangan, masyarakat bisa menentukan apakah kegiatan pertambangan tersebut akan di terima atau ditolak. Dengan dilakukan pendekatan dengan memberikan informasi terlebih dahulu maka perusahaan akan lebih aman mengelola kegiatan pertambangan demi tercapainya peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dalam usaha untuk mensejahterakan masyarakat, maka perusahaan pertambangan batu bara harus menyelenggarakan kegiatan tanggungjawab sosial. Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk merespon tindakan atau aspirasi dari masyarakat. Upaya perusahaan merespon aspirasi masyarakat dalam

³⁰LokakaryatentangFree, Prior and Informed Consent' membuat FPIC bekerjasama masyarakatdanperusahaan, Pekanbaru 26-28 November 2007

pelaksanaan tanggung jawab sosial, maka perusahaan harus menyediakan sumber daya manusia yang mampu membantu masyarakat dalam pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan. Sumberdaya manusia yang dimaksud disini adalah pihak karyawan yang diberi kewenangan melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial. Penyiapan sumberdaya manusia yang menangani aktivitas tanggung jawab sosial yang dianggap penting, karena terkait dengan efektivitas, evaluasi serta pengendalian pelaksanaan berikut keuangan yang menyertainya. Menurut Yusuf Wibisono dan Nor Hadi bahwa penyiapan sumberdaya manusia yang handal merupakan tahapan penting yang menentukan tingkat keberhasilan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.³¹ Untuk itu, hendaknya memperhatikan pokok-pokok kualifikasi yang ditentukan, dan alangkah lebih baik lagi kalau kualifikasi tersebut dijadikan suatu aturan atau pedoman perusahaan seperti dalam dunia perbankan dikenal dengan *charter*. *Charter* adalah pedoman kerja dari divisi yang mengawasi kinerja dari bank tersebut.

Pembentukan pedoman kerja perusahaan bagi divisi tanggung jawab sosial perusahaan berfungsi sebagai pedoman bagi anggota divisi tanggung jawab sosial perusahaan untuk melakukan *lingkage* dengan *stakeholder*, maksudnya membangun jejaring dan kedekatan dengan *stakeholder*. Hal itu penting, untuk membangun kedekatan dan pemahaman berbagai persoalan yang dihadapi masyarakat secara konseptual. *Lingkage* juga bermanfaat untuk mendeteksi berbagai dampak negatif yang dirasakan *stakeholder* berikut penanganannya sesuai dengan keadaan dan kebutuhan masyarakat. Upaya pendekatan terhadap masyarakat perlu dilakukan dalam rangka mengurangi kekurang efektivitas program yang diberikan kepada masyarakat, serta biaya dapat ditekan (efisien). Membangun *lingkage* terhadap *stakeholder* juga sekaligus dilakukan pemetaan. Maksudnya, *lingkage* juga dapat dikatakan media fasilitasi untuk pemetaan skala prioritas pelaksanaan *social responsibility* daerah sasaran, sehingga program dapat dilakukan secara tepat sasaran. Gambaran pemetaan wilayah pelaksanaan tanggung jawab sosial, sebagai berikut:³²

Ring	Lokasi	Dampak Operasi	Keterangan
I	0-500 m dari tambang	Terkena dampak langsung	Desa yang berhimpitan dengan tambang
II	501-1000 m dari tambang	Potensi terkena dampak langsung	Desa disekitar tambangan di luar ring I
III	1001-1500 dari tambang	Tidak terkena dampak langsung	Kecamatan di sekitar tambang
IV	Lebih dari 1500 dari tambang	Tidak terkena dampak langsung	Seluruh wilayah diluar Ring I dan Ring II

3. SIMPULAN

Pelaksanaan Tanggung Jawab sosial Perusahaan Pada Perusahaan Batubara dalam menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat adalah dengan cara menyusun dan melaksanakan program-program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat.

³¹Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility, Op.Cit, hlm137*

³²Nor Hadi, *Op.Cit, hlm 140*

Program pelaksanaan pengembangan dan pemberdayaan masyarakat diawali merancang struktur organisasi, pemetaan wilayah dan *link stakeholder*, merancang program dan penetapan dana. Pembuatan penyusunan program dan rencana pengembangan dan pemberdayaan masyarakat dikonsultasikan kepada pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat. Konsultasi tersebut dimaksudkan untuk menyesuaikan agar program tanggung jawab sosial perusahaan tidak tumpang tindih dengan program pembangunan yang telah disusun oleh pemerintah (pusat) dan pemerintah daerah. Bentuk konsultasi (partisipasi) masyarakat tersebut diawali dengan menentukan daerah mana saja yang masyarakatnya terkena dampak, baik langsung maupun tidak langsung. Penentuan daerah tersebut sebagai sarana pemetaan skala prioritas dalam melaksanakan pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Pemetaan daerah tersebut dibuat dengan cara membentuk zona-zona yang menggambarkan skala prioritas.

Daftar Pustaka

- Berg, R. A. (2009). Social Constructions of Creativity in a Middle School Math Classroom. [Online]. Tersedia: http://www.jrrb.com/examples/SocialConst_Creativity.pdf. [9 Mei 2008]
- Briggs, M dan Davis, S. (2008). Creative Teaching Mathematics in the Early Years and Primary Classrooms. New York: Madison Ave.
- Depdiknas (2004). Kurikulum 2004. Standar Kompetensi Mata Pelajaran Matematika Sekolah Menengah Pertama dan Madrasah Tsanawiyah. [Online]. Tersedia: <http://sunardi.blog.unej.ac.id/files/2009/03/kbkmatematikasmp2.pdf>. [5 Januari 2010]
- Innabi, H. (2003) Aspect of Critical Thinking in Classroom Instruction of Secondary School Mathematics teacher in Jordan. Proceeding of the International Conference Mathematics Education.
- Mann, E. L. (2005). Mathematical Creativity and School Mathematics: Indicators of Mathematical Creativity in Middle School Students. Disertasi pada University of Connecticut. [Online]. Tersedia: <http://www.gifted.uconn.edu/Siegle/Dissertations/Eric%20Mann.pdf>. [15 November 2007]
- Matlin, M. W. (2003). Cognition (Fifth Edition). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- McGregor, D. (2007). Developing Thinking Developing Learning. Poland: Open University Press
- Nakin, J. B. N. (2003). Creativity and Divergent Thinking in Geometry Education. Disertasi Pada University of South Africa. [Online]. Tersedia: <http://etd.unisa.ac.za/ETD-db/theses/available/etd-04292005-151805/unrestricted/00thesis.pdf>. [7 Januari 2008]
- Pehnoken, E. (1997). The State-of-Art in Mathematical Creativity. Dalam Zentralblatt für Didaktik der Mathematik (ZDM)–The International Journal on Mathematics Education. [Online]. Vol 97(3), 63 – 67. Tersedia: <http://www.emis.de/journals/ZDM/zdm973a1.pdf>. [13 Desember 2008]
- Ruseffendi, H. E. T. (2005). Dasar-Dasar Penelitian Pendidikan & Bidang Non-Eksakta Lainnya. Bandung: Tarsito
- Sabandar, J. (2006). Pendekatan Kontekstual dalam Pembelajaran Matematika. Makalah: tidak diterbitkan.
- Silver, E. A. (1997). Fostering Creativity through Instruction Rich in Mathematical Problem Solving and Problem Posing. Dalam Zentralblatt für Didaktik der Mathematik (ZDM)–The International Journal on Mathematics Education.

[Online]. Vol 97(3), 75 – 80. Tersedia: <http://www.emis.de/journals/ZDM/zdm973a3.pdf>. [15 Januari 2008]

Suryadi. D (2005). Penggunaan Pendekatan Pembelajaran Tidak Langsung Serta Pendekatan Gabungan Langsung dan Tidak Langsung dalam Rangka Meningkatkan Kemampuan Berfikir Matematik Tingkat Tinggi Siswa SLTP. Disertasi pada PPS UPI: tidak diterbitkan.

Yani Ramdani (2013), Pembelajaran dengan Scientific Debate untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kreatif Mahasiswa, Laporan Hasil Penelitian.