

## ***TRIPLE BOTTOM LINE THEORY DALAM PERSPEKTIF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***

**Laily Ratna<sup>\*</sup>, Uswatun Hasanah<sup>\*\*</sup>**

<sup>\*</sup>Dosen Fakultas Hukum Universitas Prof. Dr. Hazairin, S.H. Bengkulu

<sup>\*\*</sup>Dosen Fakultas Hukum Universitas Prof. Dr. Hazairin, S.H. Bengkulu

---

### ***ABSTRACT***

*Company is every form of business that carries out permanent and continuous activities by earning profits and profits. In fulfilling ethics in doing business, in addition to profit (finance), increasing public budgets and must also be the main objective of the company. Companies must also pay attention to environmental balance and socialize social community. Triple Bottom Line Theory assures companies that if they want to maintain success, then this company must help companies to improve the welfare of society. For this reason, the Corporate Social Responsibility Program pays attention to "3P" (People, Profit, and Planet), which are companies that pursue profits, companies must also pay attention and be involved in fulfilling the welfare of the people (people) and actively participating in supporting environmental sustainability.*

**Keywords:** *Underline Theory Three; Corporate Social and Environmental Responsibility*

### **ABSTRAK**

Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus-menerus dengan memperoleh keuntungan dan atau laba. Dalam pemenuhan etika dalam berbisnis, selain *profit* (keuangan), peningkatan kesejahteraan masyarakat dan karyawan juga harus menjadi tujuan utama suatu perusahaan.. Perusahaan juga harus memperhatikan keseimbangan lingkungan dan dampak sosial kemasyarakatan. *Triple Bottom Line Theory* menegaskan bahwa jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut harus melaksanakan kewajiban perusahaan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Untuk itu Program *Corporate Social Responsibilities* diharapkan memperhatikan "3P" (*People, Profit, and Planet*), bahwa suatu perusahaan selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

**Kata Kunci:** *Triple Bottom Line Theory; Tanggung jawab Sosial dan lingkungan perusahaan*

## Pendahuluan

Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 disebutkan pada ayat (1) Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan. Ayat (2) berbunyi “Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara”. Kemudian dipertegas pada Ayat (3) menyatakan bahwa ”bumi dan air serta kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat”.

Untuk menciptakan masyarakat adil dan makmur atau untuk mewujudkan tujuan kesejahteraan masyarakat atau kepentingan umum bagi seluruh rakyatnya adalah kewenangan negara, yang telah diamanatkan secara konstitusional sebagaimana tercatum dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yang mengamanatkan tanggungjawab pemerintah dalam pembangunan kesejahteraan umum, yaitu mengatur tanggung jawab Negara dalam upaya untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> J.J. Rousseau, mengemukakan bahwa kepentingan umum merupakan kepentingan masyarakat yang setiap individu tidak dapat melaksanakannya sendiri-sendiri, Sementara Van Wijk mengemukakan bahwa kepentingan umum adalah tuntutan hukum masyarakat yang harus dilayani oleh pemerintah,

Masyarakat merupakan salah satu sumber utama dari faktor produksi terpenting bagi kegiatan dan eksistensi perusahaan. Tanpa masyarakat, maka perusahaan tidak akan pernah eksis dan mampu berkembang. Perusahaan sebagai suatu organisasi ekonomi, selalu berada dan ada ditengah masyarakat. Perusahaan tidak mungkin berada diluar masyarakat, karena ia hidup, tumbuh dan berkembang serta dikembangkan oleh masyarakat.<sup>2</sup>

Menurut Sentosa Sembiring, kehadiran perusahaan di tengah-tengah masyarakat memang cukup dilematis. Di satu sisi, kehadiran perusahaan membawa dampak positif, di sisi lain juga membawa dampak negatif yakni relasi sosial akan diukur dengan materi yang dimiliki oleh seseorang, lingkungan akan dieksploitasi secara besar-besaran dalam mengejar keuntungan secara optimal dan akibatnya bisa merusak ekologi.<sup>3</sup>

---

demi terwujudnya kesejahteraan masyarakat. J.J. Rousseau dan Van Wijk dalam Yanto Sufriadi, *Legal GAP antara Pemilik Tanah dan Aparat Menimbulkan Sengketa dalam Pengadaan Tanah Untuk Kepentingan Umum (Studi Kasus di Bengkulu)*. Jurnal Hukum Ius Quia Iustum Nomor 1 Volume 20, Januari 2013, hlm. 122

<sup>2</sup> Hartono dan Sri Rezeki, *Kapita Selektta Hukum Perusahaan*, Bandung: Mandar Maju, 2000, hlm. 103

<sup>3</sup> Sentosa Sembiring, *Hukum Perusahaan Tentang Perseroan Terbatas*, Bandung: CV. Nuansa Aulia, 2012, hlm 187

Eksistensi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya tidak hanya mempunyai kewajiban secara ekonomis saja, juga tidak diperkenankan untuk melakukan eksploitasi sumberdaya alam dengan tidak melihat keseimbangan lingkungan dan dampak sosial kemasyarakatan. Dalam pemenuhan etika dalam berbisnis, selain *profit* (keuangan), peningkatan kesejahteraan masyarakat dan karyawan juga harus menjadi tujuan utama suatu perusahaan. Sangat penting bagi perusahaan dan berbagai pihak yang memiliki komitmen untuk mewujudkan sebagai *way of life*.

Banyak kasus ketidakpuasan publik yang bermunculan, yang berkaitan dengan pencemaran lingkungan, maupun eksploitasi besar-besaran terhadap energi dan sumber daya alam yang menyebabkan kerusakan alam.<sup>4</sup> Seiring meningkatnya kesadaran dan

munculnya berbagai tuntutan terhadap perusahaan yang mengelola sumber daya alam dan lingkungan, maka konsep *Corporate Social Responsibilities* (selanjutnya disebut CSR) menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang, juga menjadi kewajiban perusahaan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Oleh sebab itu, perusahaan memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan terhadap keberadaan masyarakat di lingkungan perusahaannya. Perusahaan juga harus memiliki kepedulian terhadap publik, khususnya masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan. Alasannya masyarakat adalah sumber dari segala sumber daya yang dimiliki dan direproduksi oleh perusahaan.

Untuk itu dalam salah satu teori CSR yaitu *Triple Bottom Line Theory*, yang menegaskan bahwa jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut harus melaksanakan kewajiban perusahaan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perusahaan dalam melaksanakan program CSR diharapkan memperhatikan “3P” (*People, Profit, and Planet*), bahwa suatu perusahaan selain

---

<sup>4</sup> Berbagai jenis kasus ketidakpuasan publik yang berkaitan dengan pencemaran sumber daya alam antara lain adalah sebagai berikut : Praktik perusahaan pertambangan PT Freeport Indonesia yang menimbulkan konflik masyarakat Papua dengan perusahaan PT Freeport Indonesia. Pencemaran Teluk Buyat yang diderita sejumlah warga di Desa Buyat, Minahasa, Sulawesi Utara. Teluk Buyat adalah lokasi pembuangan limbah *tailing* atau lumpur sisa tambang PT Newmont Minahasa Raya (NMR).Tragedi terjadinya semburan lumpur lapindo yang terdapat di Porong Sidoarjo Jawa Timur.Konflik masyarakat Aceh dengan PT. Exxon Mobile yang mengelola gas bumi di Arun. Wiwik Pratiwi, *Implikasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, Jurnal Ilmiah Inkoma, Volume 22 Number 2, Juni 2011, hlm. 126

mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka yang menjadi permasalahan pada tulisan ini adalah bagaimana *Triple Bottom Line Theory* dalam perspektif *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## Analisis dan Pembahasan

### A. Pengertian Perusahaan

Perusahaan sebagai suatu organisasi ekonomi, selalu berada dan ada ditengah masyarakat. Perusahaan tidak mungkin berada diluar masyarakat, karena ia hidup, tumbuh dan berkembang serta dikembangkan oleh masyarakat.<sup>5</sup>

Kelahiran dan keberadaan perusahaan tidak terlepas dari motif ekonomi, yakni untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dengan biaya yang sekecil-kecilnya. Dalam pelaksanaan motif ekonomi tersebut terkadang perusahaan lalai memperhatikan aspek tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat, terutama masyarakat dilingkungan sekitar perusahaan

itu berada. Seharusnya sebagai suatu institusi yang juga sebagai subjek hukum, perusahaan mutlak berhubungan dengan masyarakat atau subjek hukum lainnya, sehingga perusahaan tidak dapat begitu saja melepaskan diri dari masyarakat. Mengingat eratnya hubungan antara perusahaan dan masyarakat, maka idealnya harus selalu tercipta hubungan yang serasi dan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat, terutama dengan masyarakat sekitarnya.<sup>6</sup>

Mengenai pengertian perusahaan itu sendiri, sebenarnya adalah merupakan suatu pengertian ekonomi yang termuat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD), namun apabila ditelusuri lebih dalam di KUHD tidak terdapat rumusan atau penafsiran atau penjelasan resmi secara yuridis mengenai arti perusahaan.<sup>7</sup>

Polak memandang perusahaan dari sudut komersial, artinya baru dikatakan perusahaan apabila diperlukan perhitungan laba rugi yang dapat diperkirakan dan dicatat dalam pembukuan. Di sini Polak menambahkan unsur pembukuan laba rugi pada unsur-unsur lain seperti yang telah dikemukakan oleh Molengraaff. Polak

---

<sup>5</sup> Hartono dan Sri Rezeki, *Kapita Selektta Hukum Perusahaan*, Bandung: Mandar Maju, 2000, hlm. 103

---

<sup>6</sup> Yoserwan, *Hukum Ekonomi Indonesia Dalam Era Reformasi dan Globalisasi*, Padang: Andalas University Press, 2006, hlm. 215

<sup>7</sup> Soedjono Dirdjosisworo, *Hukum Perusahaan Mengenai Bentuk-Bentuk Perusahaan (Badan Usaha) di Indonesia*, Bandung: Mandar Maju, 1997, hlm. 7.

mengakui ada unsur-unsur lain itu terbukti dari penjelasannya bahwa apakah suatu perusahaan dijalankan menurut cara-cara yang lazim atau tidak, dapat diketahui dari keteraturan menjalankan perusahaan itu dan bukan dijalankan secara gelap. Jika unsur-unsur ini tidak ada, hilanglah sifat perusahaan dari aspek hukum perusahaan.

Dengan adanya unsur pembukuan laba rugi, maka rumusan pengertian perusahaan lebih dipertegas lagi, sebab pembukuan laba rugi merupakan unsur mutlak yang harus ada pada perusahaan menurut ketentuan Pasal 6 KUHD. Laba adalah tujuan utama setiap perusahaan, jika tidak demikian, itu bukan perusahaan. Namun, dalam rumusan perusahaan menurut Polak tetap tidak disinggung soal perusahaan sebagai badan usaha.<sup>8</sup>

Definisi perusahaan di Indonesia secara resmi dirumuskan dalam Pasal 1 huruf ( b) Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan, Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus-menerus dan didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah Negara Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba.

---

<sup>8</sup> Abdulkadir Muhammad, *Pengantar Hukum Perusahaan Indonesia*, Cetakan ke-2, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993, hlm. 7-8

Berdasarkan ketentuan tersebut, maka dalam definisi perusahaan terdapat dua unsur pokok, yaitu :

1. Bentuk perusahaan yang berupa organisasi atau badan usaha, yang didirikan, bekerja dan berkedudukan dalam wilayah Negara Indonesia..
2. Jenis usaha yang berupa kegiatan dalam bidang perekonomian (perindustria, perdagangan, jasa) yang dijalankan oleh badan usaha secara terus-menerus

Selanjutnya mengenai rumusan tentang pengertian perusahaan lainnya dapat dilihat dalam Pasal 1 angka (1) ) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan, bahwa perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus-menerus dengan memperoleh keuntungan dan atau laba, baik yang diselenggarakan oleh orang – perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia.

Apabila dilihat rumusan dari kedua undang-undang tersebut diatas, maka kalau dibandingkan satu dengan lainnya, terdapat perbedaan sebagai berikut :

1. Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 menggunakan rumusan “menjalankan setiap jenis usaha”. Sedangkan Undang-

Undang Nomor 8 tahun 1997 menggunakan rumusan “ melakukan kegiatan” tanpa pembatasan ” dalam bidang perekonomian”.

2. Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1983 menggunakan kata “usaha” sebagai kegiatan dalam bidang perekonomian, pelakunya adalah pengusaha, yaitu orang-peroerang atau persekutuan atau badan hukum. Sedangkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 menggunakan kata “kegiatan” tanpa pembatasan dalam bidang perekonomian. Namun karena undang-undang ini berkenaan dengan perusahaan, maka dapat diartikan bahwa kata “ kegiatan” juga dalam bidang perekonomian, pelakunya adalah orang-perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum.

Dengan demikian, apabila kedua rumusan undang-undang tersebut dari segi makna secara substansial adalah sama, tetapi yang berbeda yaitu hanyalah rumusan kata-katanya saja.

## **B. Pengertian *Corporate Social Responsibility / CSR***

Konsep dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* mengandung arti

bahwa organisasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri (*selfish*). Sehingga teralienasi dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan sebuah sentitas usaha yang wajib melakukan adaptasi cultural dengan lingkungan sosialnya. Konsep ini menyediakan jalan bagi setiap perusahaan untuk melibatkan dirinya dengan dimensi sosial dan memberikan perhatian terhadap dampak-dampak sosial yang ada.

*CSR* lebih lanjut dimaknai sebagai komitmen perusahaan atau organisasi untuk terus meneruskan bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersama dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunikasi lokal dan masyarakat secara lebih luas.<sup>9</sup>

Sampai saat sekarang ini belum adanya kesatuan bahasa terhadap *CSR*, namun secara empiris *CSR* ini telah diterapkan oleh perusahaan dalam berbagai bentuk kegiatan yang didasarkan atas kesukarelaan (*voluntary*).Belum ada definisi *CSR* yang secara universal diterima oleh berbagai lembaga. Masing-masing pihak memiliki perspektif yang berbeda mengenai

<sup>9</sup> Ujang Rusdianto, *CSR Communications A Framework For PR Practitioners*, 2013, Yogyakarta: Graha Ilmu, hlm. 7

CSR itu sendiri, seperti perspektif dari investor, direksi di lingkungan perusahaan dan juga para praktisi hukum.

CSR adalah komitmen berkelanjutan perusahaan untuk berperilaku secara etis dan berkontribusi kepada pengembangan ekonomi dengan tetap meningkatkan kualitas hidup dari para pekerja dan keluarganya, begitu juga halnya dengan masyarakat sekitar perusahaan dan masyarakat secara keseluruhan.<sup>10</sup>

Konsep CSR merupakan konsep yang sulit diartikan. Disadari masih terdapat perbedaan perspektif dalam memandang CSR dan mengakibatkan munculnya berbagai rumusan CSR dan berbagai elemen atau program yang terkandung di dalam aktivitas CSR.

Beberapa definisi CSR di bawah ini menunjukkan keragaman pengertian CSR menurut berbagai organisasi:<sup>11</sup>

1) *World Business Council for Sustainable Development*, CSR merupakan komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan member kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya

meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas local dan masyarakat luas pada umumnya.

2) *Internasional Finance Corporation*, CSR adalah komitmen dunia bisnis untuk member kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas local dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan.

3) *CSR Asia*, CSR merupakan komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial, dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para stakeholders.

4) *The Global Reporting Initiative (GRI)*. Dalam *Global Reporting Initiative (GRI)*, CSR merupakan dimensi sosial dari konsep berkelanjutan yang mencakup dampak aktivitas organisasi terhadap masyarakat, termasuk karyawan, pelanggan, mitra bisnis dan pemasok. Kegiatan CSR yakni dalam tempat Kerja (gaji, tunjangan karyawan, pelatihan, kesehatan & keselamatan

<sup>10</sup> Amin Widjaja, *Business Ethics & Corporate Social Responsibility (CSR)*, Jakarta: Harvarindo, 2008, hlm. 22

<sup>11</sup> Suharto E, *CSR & Comdev Investasi Kreatif Perusahaan Di Era Globalisasi*. Bandung: Alfabeta, 20120, hlm. 34

kerja), Hak Azasi Manusia, Pemasok, serta dalam produk dan jasa.

- 5) *ISO 26000 CSR* didefinisikan sebagai: Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang: konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; memperhatikan kepentingan dari para *stakeholder*; sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional; terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.

Dalam Wikipedia Indonesia disebutkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan atau *CRS* adalah merupakan suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (bukan hanya) perusahaan memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Lebih lanjut disebutkan bahwa tanggung jawab sosial berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan, dimana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan

aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata hanya berdasarkan faktor keuangan belaka seperti halnya keuntungan atau deviden melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang.<sup>12</sup>

Karena keragamannya CSR kemudian tidak dapat secara ketat didefinisikan, namun lebih baik jika diberikan kerangka kerja yang lebih fleksibel. CSR idealnya adalah sebuah win-win solution dalam arti bahwa pelaksanaan CSR tidak hanya menguntungkan perusahaan, tapi juga dapat mensejahterakan masyarakat dan lingkungan di mana perusahaan beroperasi.

Rumusan atau definisi atau pengertian yang diberikan di atas menunjukkan kepada masyarakat bahwa setidaknya ada tiga hal pokok yang membentuk pemahaman atau konsep mengenai CSR. Ketiga hal tersebut adalah:<sup>13</sup>

- 1) Bahwa sebagai suatu *artificial person*, perusahaan atau korporasi tidaklah berdiri sendiri dan terisolasi, perusahaan atau perseroan tidak dapat menyatakan bahwa mereka tidak memiliki tanggung jawab terhadap keadaan ekonomi, lingkungan maupun sosialnya;

<sup>12</sup> <http://www.wikipedia.org>.

<sup>13</sup> Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, *Op.cit.*, hlm. 9-10.

- 2) Keberadaan (eksistensi) dan keberlangsungan (*sustainability*) perusahaan atau korporasi sangatlah ditentukan oleh seluruh *stakeholders*-nya dan bukan hanya *shareholders*-nya. Para *stakeholders* ini, terdiri dari *shareholders*, konsumen, pemasok, klien, *costumer*, karyawan dan keluarganya, masyarakat sekitar dan mereka yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan (*the local community and society at large*);
- 3) Melaksanakan CSR berarti juga melaksanakan tugas dan kegiatan sehari-hari perusahaan atau korporasi, sebagai wadah untuk memperoleh keuntungan melalui usaha yang dijalankan dan/atau dikelola olehnya. Jadi ini berarti CSR adalah bagian terintegrasi dari kegiatan usaha (*business*), sehingga CSR berarti juga menjalankan perusahaan atau korporasi untuk memperoleh keuntungan.

Dengan demikian CSR tidak hanya terbatas pada konsep pemberian donor saja, tapi konsepnya sangat luas dan tidak bersifat statis dan pasif, hanya dikeluarkan dari perusahaan, akan tetapi hak dan kewajiban yang dimiliki bersama antara *stakeholders* (pihak-pihak lain yang berkepentingan).

Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumberdaya komunitas, juga komunitas setempat (lokal). Kemitraan ini, tidaklah bersifat pasif dan statis. Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antara *stakeholders* (pihak-pihak lain yang berkepentingan). Konsep kedermawanan perusahaan (*corporate philanthropy*) dalam tanggung jawab sosial tidak lagi memadai, karena konsep tersebut tidak melibatkan kemitraan tanggung jawab perusahaan secara sosial dengan *stakeholders* (pihak-pihak lain yang berkepentingan) lainnya.<sup>14</sup>

Dari berbagai rumusan diatas, terlihat bahwa sampai saat ini belum ada kesamaan bahasa dalam merumuskan dan memaknai CSR. Begitu pula halnya dalam konteks ketentuan peraturan perundang-undangan, ternyata belum mempunyai bahasa yang sama dalam merumuskan pengertian CSR, namun CSR ini adalah sebuah wujud kepedulian perusahaan kepada masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan.

Pengaturan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan perusahaan di Indonesia, telah diatur dalam beberapa regulasi yang sifatnya mengikat agar perusahaan tertentu

---

<sup>14</sup> Bambang Rudito, Melia Famiola, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Bandung, Rekayasa Sains, 2013, hlm. 103

wajib melaksanakan tanggungjawab sosialnya. Terdapat proses panjang berkaitan dengan sejarah munculnya peraturan terkait CSR atau program yang pada mulanya identik dengan istilah *Community Development* (CD), Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan / CSR, diatur juga secara tegas, dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.. Dalam Pasal 15 huruf b Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal juga terdapat di dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan.

### C. *Triple Bottom Line Theory*

Teori CSR lahir dari kebebasan positif yang menekankan tanggung Jawab dalam makna *Responsibility*. Filosofis utama dari teori tanggung jawab social membatasi kebebasan dalam makna positif. Tapi dalam praktiknya teori ini sangat familiar, karena *responsibility* sendiri berarti keadaan yang dapat dipertanggungjawabkan, dimana keadaan yang dapat dipertanggungjawabkan itu membutuhkan camour tangan Negara,

sebagaimana yang ditunjukkan dalam sejarah kaum libertarian.<sup>15</sup>

Beberapa teori yang yang melandasi Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan digunakan untuk menjelaskan kecenderungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, yaitu: <sup>16</sup>

1. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*).
2. Teori Legimitasi (*Legitimacy Theory*).
3. Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)
4. Teori *Triple Bottom Line*

**Pada penulisan ini**, penulis hanya membahas salah satu teori saja yaitu tentang teori *triple bottom line* dalam perspektif CSR. Karena untuk menerapkann konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) program CSR harus memperhatikan *profit, planet, and people*.

Pada tahun 1998, Istilah *triple bottom line* diperkenalkan oleh John Elkington's dalam bukunya yang berjudul *Cannibals With Forks.: The Triple Bottom Line in 21<sup>st</sup> Century Business*. John Elkington's menyatakan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan "3P". Selain mengejar profit, perusahaan juga

<sup>15</sup> Eka Wenast, *Teori Tanggung Jawab Sosial*, dalam <http://filsafat-eka.com>, diakses 20 Maret 2014.

<sup>16</sup> Nor Hadi., *Op.Cit*, hlm. 93

mesti memperhatikan dan terikat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (people) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet).<sup>17</sup>

Hal tersebut lebih dikenal dengan istilah “*Triple Bottom Line*” yang meliputi kesejahteraan atau kemakmuran ekonomi (*economic prosperity*), peningkatan kualitas lingkungan (*environmental quality*), dan keadilan sosial (*social justice*). Lebih lanjut ia juga menegaskan bahwa suatu perusahaan yang ingin menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) harus memperhatikan “*Triple P*” yaitu profit, planet, and people. Billa dikaitkan antara “*triple bottom line*” dengan “*triple P*” dapat disimpulkan bahwa “*profit*” sebagai wujud aspek ekonomi, aspek sosial.<sup>18</sup>

Kemudian pada tahun 2002 *Global Compact Initiative* mempertegas kembali tentang *triple P* ini dengan menyatakan bahwa sementara tujuan bisnis adalah untuk mencari laba (*profit*) ia seharusnya juga menyejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan kehidupan (*planet*),

ini. Bila dirinci lebih lanjut dari ketiga aspek *triple bottom line*. Elkingston’s<sup>19</sup> memberi pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah memperhatikan “3P”. yaitu *profit, people dan planet*. Ketiga hal ini akan diuraikan sebagai berikut:

- a) *Profit*. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan (*profit*) untuk terus beroperasi dan berkembang. *Profit* ini merupakan unsur terpenting dalam kegiatan ekonomi, karena tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk mencari keuntungan dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya.
- b) *People*. Perusahaan dalam hal ini harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Untuk itu dalam melaksanakan program CSR antara lain memberikan beasiswa bidang pendidikan, pelayanan kesehatan yang mencakup hal-hal tentang hubungan masyarakat (*Community Relation*), pemberdayaan masyarakat (*Community Empowering*) dan pelayanan masyarakat (*Community Services*) yang dibahas bersama pemerintah daerah dan masyarakat sekitar perusahaan.

---

<sup>17</sup>A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis: Tuntunan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Karnisius, 1998, hlm. 15. Lihat juga L.Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis, Pendekatan Filsafat Moral Terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*, Yayasan Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2010, hlm. 127

<sup>18</sup> Wbisono, Yusuf, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing, 2007, hlm. 22-36

---

<sup>19</sup> Teguh Sri Pembudi, *CSR suatu keharusan, dalam Investasi Sosial*, Jakarta: Puspinsos, 1997, hlm.19

c) *Planet*. Pentingnya perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keanekaragaman hayati. Program CSR antara lain dengan melaksanakan penghijauan lingkungan hidup, penyediaan air bersih untuk masyarakat dan perbaikan pemukiman dll.

Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi *financial*-nya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya.<sup>20</sup>

Agenda *Triple Bottom Line* memfokuskan perusahaan-perusahaan bukan hanya kepada nilai ekonomi yang mereka tambahkan melainkan juga kepada lingkungan dan manfaat sosial. John Elkingston's lebih menekankan pada sejauh mana konsep suatu perusahaan untuk mengindahkan kewajiban terhadap konsimen, karyawan, pemegang saham, masyarakat, dan ekologis dalam semua aspek aktivitasnya. Kemudian ia juga menegaskan bahwa kewajiban dimaksud jauh lebih luas dari kewajiban menurut undang-undang untuk mematuhi peraturan perundangan-undangan yang ada. Dengan kata

lain ,kewajiban tersebut tidak hanya mencakup kewajiban dalam arti moral, tetapi meliputi kewajiban dalam arti yuridis formal.

Teori *Triple Bottom Line* ini menegaskan bahwa jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan "3P" (*People, Profit, and Planet*). Maksudnya disini adalah, bahwa selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).<sup>21</sup> Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada 3 (tiga) hal yaitu : *profit*, lingkungan dan masyarakat.

Dalam CSR, perusahaan tidak diharapkan pada tanggung jawab yang hanya berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja, tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*, selain aspek financial juga sosial lingkungan. Kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh

<sup>20</sup> Wibisono, Yusuf, *Op. Cit*, hlm: 32-33

<sup>21</sup> Gunawan Widjaja, 2008, *Op.cit.*, hlm. 33. Lihat juga A.B.Susanto, *Corporate Social Responsibility*, Jakarta : The Jakarta Consulting Group, 2007, hlm.134

secara berkelanjutan, tetapi juga harus memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Melalui penerapan prinsip ini diharapkan perusahaan dapat menyadari bahwa dalam kegiatan operasionalnya seringkali ia menghasilkan dampak eksternal yang harus ditanggung oleh stakeholdernya. Karena itu wajar bila perusahaan juga memperhatikan kepentingan dan nilai tambah bagi stakeholdernya.

Selain mengejar profit, perusahaan juga mesti memperhatikan dan terikat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*Profit, and Planet*).

### Kesimpulan

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa teori *triple bottom line* dalam perspektif CSR, yaitu suatu perusahaan jangan hanya berpijak pada *single bottom line*, dimana nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja, tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*, selain aspek financial juga sosial dan lingkungan., untuk itu program CSR harus memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Selain mengejar profit, perusahaan juga mesti memperhatikan dan

terikat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*Profit, and Planet*).

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku-buku

- Amin Widjaya Tunggal, *Pengantar Business Ethics dan Corporate Social Responsibility, (CSR)*, Harvarindo, 2013
- Bambang Rudito, Melia Famiola, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Bandung, Rekayasa Sains, 2013
- L.Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis, Pendekatan Filsafat Moral Terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta, 2010
- Noor Hadi, *Corporate Sosial Responsibility*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2011
- Sentosa Sembiring, *Hukum Perusahaan Tentang Perseroan Terbatas*, CV. Nuansa Aulia, Bandung, 2012
- Soedjono Dirdjosisworo, *Hukum Perusahaan Mengenai Bentuk-Bentuk Perusahaan (Badan Usaha) di Indonesia*, Bandung, Mandar Maju, 1997
- Sonny Keraf, *Etika Bisnis: Tuntunan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Karnisius, 1998
- Sri Rezeki Hartono, *Kapita Selekta Hukum Perusahaan*, Mandar Maju, Bandung, 2000

Suharto, *ECSR & Comdev Investasi Kreatif Perusahaan Di Era Globalisasi*. Bandung. Alfabeta, 2010.

Ujang Rusdianto, *CSR Communications A Framework For PR Practitioners*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2013

Yoserwan, *Hukum Ekonomi Indonesia Dalam Era Reformasi dan Globalisasi*, Andalas University Press, Padang, 2006

### **Peraturan Perundang-undangan**

Undang-Undang Dasar Negara Kesatuan Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan.