



**PELAKSANAAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN
(CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) PADA PT. XL AXIATA TBK
DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 40 TAHUN 2007
TENTANG PERSEROAN TERBATAS**

Nabila Zahra*, Hendro Saptono, Siti Mahmudah
Program Studi S1 Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro
E-mail : bilazahra16@gmail.com

Abstrak

Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu kewajiban yang harus dipenuhi bagi perseroan di Indonesia yang telah diatur melalui Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UUPT) sebagai peraturan yang memayungi pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan/ CSR di Indonesia.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis empiris. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bentuk pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan PT. XL Axiata dan mengetahui mengenai kesesuaian pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan PT. XL Axiata terhadap peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan PT. XL Axiata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, perusahaan PT. XL Axiata telah melaksanakan program-program tanggung jawab sosial yang dapat dibuktikan melalui program-programnya yaitu bidang pendidikan dan pengembangan masyarakat. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh PT. XL Axiata telah sesuai dengan undang-undang maupun peraturan pemerintah yang berkaitan dengan PT. XL Axiata.

Kata kunci: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Perseroan Terbatas

Abstract

Implementation of Corporate Social Responsibility is one of the obligations that must be conducted by the company in Indonesia which regulated in Article 74 paragraph (1) of Law No. 40 of 2007 concerning Limited Liability Company (UUPT) as a regulation governing implementation of Corporate Social Responsibility / CSR in Indonesia.

The method which used in this study is empirical juridical. This research is conducted to determine the form of the implementation of corporate social responsibility in PT. XL Axiata and know about the conformity of the implementation of corporate social responsibility of PT. XL Axiata to the Law and regulations related to the PT. XL Axiata. The research results show that, PT. XL Axiata has implemented CSR programs that can be proven through its programs, such as education and community development. Implementation of corporate social responsibility conducted by PT. XL Axiata is in compliance with laws and regulations related to PT XL Axiata

Keywords : Corporate Social Responsibility, Limited Liability Company



I. PENDAHULUAN

Dalam melakukan kepengurusannya, UUPM mewajibkan suatu Perseroan Terbatas (PT) untuk melakukan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) yang dijalankan oleh Direksi pada suatu perseroan terbatas. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dinyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan.¹ Dari pernyataan ini, terlihat adanya usaha untuk ikut terlibat dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan sehingga dengan demikian kemandirian sebuah masyarakat menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah usaha.

Dalam *Standar on Social Responsibility ISO 2006*, tanggung jawab sosial mencakup 7 (tujuh) isu pokok, yaitu: pengembangan masyarakat, konsumen, praktek kegiatan institusi yang sehat, lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, dan *governance* organisasi. Meskipun belum ada standar baku tanggung jawab sosial, unsur-unsur tanggung jawab sosial perusahaan terus mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan masyarakat, globalisasi, dan pasar bebas.

¹ Bambang Rudito dan Melia Famiola, *CSR (Corporate Social Responsibility)*, Bandung: Rekayasa Sains, 2013. hal. 106.

Seiring dengan berjalannya waktu, muncul kesadaran dan pemikiran bahwa perusahaan sebagai suatu institusi bisnis tidak lagi semata-mata mencari keuntungan, tetapi juga melayani kepentingan sosial. Kondisi ini mempengaruhi cara berpikir kalangan pengusaha dalam memandang strategi bisnis usahanya. Perusahaan tidak lagi dipandang sebagai bagian luar dari masyarakat tetapi ia bagian dari masyarakat itu sendiri.² Sehingga hubungan antara keberhasilan perusahaan dengan faktor lingkungan dan masyarakat sekitarnya merupakan suatu simbiosis yang tidak dapat dipisahkan.

Beberapa konsep tentang *Corporate Social Responsibility* dapat dijelaskan dengan pendapat-pendapat dari para ahli yang didasari oleh beberapa penelitian terhadap kegiatan perusahaan. Salah satu konsep menyebutkan tentang *corporate social responsibility* adalah komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi kebersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.³ Berdasarkan konsep tersebut dapat dikatakan bahwa sasaran usaha adalah karyawan perusahaan, anggota keluarga karyawan serta masyarakat

² Arif Budimanta, *Corporate Social Responsibility: Jawaban Bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini*, Jakarta: Indonesia Center for Sustainable Development (ICSD), 2004, hal. 14.

³ Bambang Rudito dan Melia Famiola, *CSR (Corporate Social Responsibility)*, Bandung: Rekayasa Sains, 2013. hal. 106



yang menjadi lingkungan sosial dari perusahaan itu sendiri.

Peranan CSR saat ini tidak hanya sebagai suatu bentuk kedermawanan sosial, akan tetapi sudah merupakan bagian dari suatu strategi bisnis usaha dan juga pemasaran citra bagi perusahaan. Oleh sebab itu pemilihan bentuk CSR yang efektif dan efisien juga sangat diperlukan. Dengan demikian tanggung jawab perusahaan secara sosial tidak hanya terbatas pada konsep pemberian donor saja, namun konsepnya sudah sangat luas dan tidak bersifat statis dan pasif, yang hanya di keluarkan dari perusahaan. Akan tetapi merupakan hak dan kewajiban yang dimiliki bersama antar-*stakeholders*.⁴

Implementasi pengaturan CSR secara yuridis di Indonesia dimulai ketika pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, yang pada Pasal 15 menyebutkan bahwa setiap Penanam Modal (perseorangan atau perusahaan, berbadan hukum atau pun bukan badan hukum) berkewajiban untuk menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik, melaksanakan tanggung jawab sosial, membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal, dan menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal.

Selain Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pengaturan lain yang mengatur mengenai CSR didukung oleh Undang-Undang lain dan Peraturan Pemerintah, seperti Undang-Undang tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPPLH), Undang-Undang Ketenagakerjaan (UUK), Undang-Undang tentang Minyak dan Gas Bumi, Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2007 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. PER-05/MBU/2007 Tahun 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan sebagaimana terakhir diubah dengan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-08/MBU/2013 Tahun 2013 tentang Perubahan Keempat Atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. PER-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan (“Permen BUMN 5/2007”).

Di Indonesia hampir semua perusahaan besar melakukan program ini. Perusahaan pertambangan, perusahaan semen dan bahkan perusahaan jasa telekomunikasi seperti XL pun juga memiliki program CSR tersendiri. Dalam merumuskan suatu kegiatan CSR, PT XL Axiata selalu berpaku kepada empat pilar keberlanjutan yang dimilikinya yaitu pertama,

⁴ Bambang Rudito dan Melia Famiola, *CSR (Corporate Social Responsibility)*, Bandung: Rekayasa Sains, 2013. hal. 106.



adalah pengembangan masyarakat, kedua adalah optimalisasi proses teknologi, ketiga adalah bagaimana PT XL Axiata membantu menyelamatkan lingkungan, dan keempat adalah bagaimana PT XL Axiata dapat menyeimbangkan antara profesionalisme dan profit, dimana PT XL Axiata sebagai organisasi selalu transparan dalam menjalankan bisnis.

Kegiatan yang dilakukan dalam program CSR XL, masih terkait dengan pemberdayaan masyarakat, seperti pendidikan dan pelatihan, perbaikan lingkungan hidup, kegiatan amal dan penanggulangan bencana alam. PT XL Axiata Tbk. dalam memajukan Negeri menetapkan semangat untuk hidup dan membantu masyarakat Indonesia melalui keterlibatan dalam dialog dan interaksi langsung dengan karyawan, pelanggan, rekan bisnis, dan komunitas masyarakat.

Masyarakat sekarang ini menuntut perusahaan, tidak hanya dari segi tanggung jawab terhadap kualitas produk barang atau jasa, tapi juga menuntut tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dengan istilah lain perusahaan harus mempunyai kepedulian sosial.⁵ Dalam implementasi tanggung jawab sosial perusahaannya, PT XL Axiata Tbk melihat pendidikan dan pengembangan masyarakat sebagai dua fokus kegiatan untuk mencapai keberlanjutan visi dan misi dari PT XL Axiata Tbk. Program-program

yang digulirkan oleh PT XL Axiata Tbk meliputi pemberdayaan ekonomi, pendayagunaan sosial kemanusiaan dan pendayagunaan pendidikan.

Penerapan tanggung jawab sosial di perusahaan PT XL Axiata Tbk merupakan bagian tak terpisahkan dari kegiatan perusahaan secara keseluruhan yang memadukan aspek kepedulian sosial, lingkungan, dan keuntungan perusahaan secara berkelanjutan. Dalam hal ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan studi pada PT. XL Axiata Tbk. di Jakarta yang merupakan salah satu perusahaan yang melaksanakan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, penulisan hukum ini mengangkat judul: **“Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) Pada PT XL Axiata Tbk Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas”**

A. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) pada PT XL Axiata Tbk?
2. Apakah pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) pada PT XL Axiata Tbk sudah sesuai dengan peraturan perundang-undangan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia?

⁵ Habib Adjie, 2008, *Status Badan Hukum, Prinsip-Prinsip dan Tanggung Jawab Sosial Perseroan Terbatas*, Bandung: CV. Mandar Maju. Hal. 61



B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengkaji dan menganalisis tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) pada PT XL Axiata Tbk.
2. Untuk mengkaji dan menganalisis kesesuaian tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) pada PT XL Axiata Tbk dengan peraturan perundang-undangan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia.

II. METODE

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis empiris. Yang dimaksud yuridis empiris yaitu pendekatan yang bertujuan untuk memperoleh pengetahuan tentang bagaimana hubungan hukum dengan masyarakat dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan hukum dalam masyarakat. Pendekatan ini dilakukan dengan mengadakan penelitian langsung dilapangan dengan tujuan untuk mengumpulkan data yang objektif yang disebut sebagai data primer⁶, dan menurut Abdulkadir Muhammad menyebut pendekatan yuridis empiris sebagai pendekatan normatif empiris karena dalam penelitian mengenai pemberlakuan/implementasi ketentuan hukum normatif (kodifikasi, undang-undang, kontrak) secara *in*

action pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat⁷.

Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha menentukan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, jadi juga menyajikan data, menganalisis, dan menginterpretasi. Penelitian deskriptif analitis menggambarkan peraturan perundang-undangan yang dikaitkan dengan teori-teori hukum dan praktik pelaksanaan hukum positif yang menyangkut permasalahan yang dihadapi.⁸ Dalam arti lain prosedur atau cara memecahkan permasalahan penelitian adalah dengan memaparkan keadaan obyek yang diselediki sebagaimana adanya, berdasarkan faktor-faktor aktual pada saat sekarang.

Berhubung penelitian ini berkaitan dengan praktik pelaksanaan CSR di suatu perusahaan yang telah di atur di dalam peraturan perundang-undangan Indonesia, maka untuk memperoleh data dan keterangan yang berhubungan dengan pelaksanaannya, penulis melakukan *survey* ke lapangan terlebih dahulu untuk menentukan wilayah penelitian, populasi, dan sampel yang akan diteliti.

Setelah bahan diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis bahan. Tujuan dari analisis bahan adalah untuk memperoleh atau menemukan jawaban dari permasalahan yang

⁶ Abdulkadir muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004, hal. 53.

⁷ Abdulkadir muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2004, hal. 134.

⁸ Ronny Hanitjo Soemitro, 1982, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Ghalia Indonesia, hal. 98.



diketengahkan. Dalam menganalisis bahan, penulis mempergunakan metode analisis data empiris-kualitatif. Metode empiris-kualitatif memberikan arit penting pada langkah-langkah observasi dan analisis. Sehingga langkah-langkah dan desain-desain teknis penelitian hukum yang sosiologis mengikuti pola penelitian ilmu-ilmu sosial.⁹

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) Pada PT XL Axiata

1. Perencanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di PT XL Axiata

Sebagai awal pengendalian dan pengawasan, melakukan perencanaan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan hal yang di pandang penting. Perencanaan, menjadi suatu dimensi keseriusan perusahaan dalam ikut berpartisipasi dan *empathy* terhadap berbagai masalah lingkungan dan sosial.¹⁰

PT XL dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaannya, selalu merujuk kepada strategi bisnis, visi perusahaan, dan kepada permasalahan di masyarakat. Sebelum menentukan kegiatan apa yang akan dilakukan, PT XL Axiata akan merancang suatu perencanaan untuk menjalankan program-program

tanggung jawab sosial perusahaannya.

Perencanaan, menjadi satu dimensi keseriusan perusahaan dalam ikut berpartisipasi dan empati terhadap berbagai masalah lingkungan dan sosial. *Corporate Social Responsibility* butuh perumusan yang jelas, baik materi, strategi, sasaran, penelitian pemangku kepentingan, maupun anggaran yang dibutuhkan.¹¹

2. Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Kegiatan CSR oleh PT XL Axiata memang hanya tefokus pada dua bidang, yaitu bidang pendidikan dan bidang pengembangan masyarakat. Bapak Achmad Pradipta dalam wawancara menjelaskan bahwa memang PT XL Axiata hanya terfokus pada pendidikan dan pengembangan masyarakat, tapi bukan berarti XL sendiri tidak menyentuh aspek lingkungan, kemudian aspek lain seperti mengembangkan masyarakat-masyarakat kecil seperti Usaha kecil menengah, kegiatan tersebut tetap dilakukan oleh PT XL Axiata meskipun bukan menjadi fokus utamanya.

Alasan pemilihan bidang pendidikan dan pengembangan masyarakat sebagai fokus dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut dijelaskan oleh Bapak Achmad Pradipta bahwa, PT XL Axiata ingin menjadi perusahaan yang memberikan kontribusi balik kepada masyarakat Indonesias meskipun sebagian sahamnya

⁹ Vivien Andriani, *Pelaksanaan Penyelesaian Klaim Asuransi Jiwa di Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Cabang Semarang*, Semarang, hal. 10.

¹⁰ Noor Hadi, 2014, *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Graha Ilmu, hal.123.

¹¹ *Ibid.*



dimiliki oleh perusahaan Axiata, Malaysia.

Kewenangan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan sudah dijelaskan dalam Pasal 5 ayat (1) UUPT bahwa, Direksi adalah Organ Perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan Perseroan untuk kepentingan Perseroan, sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan serta mewakili Perseroan, baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar. Oleh karena itu Direksi berkewajiban dan bertanggung jawab penuh atas pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

3. Evaluasi Kegiatan CSR di PT XL Axiata

Sebagai satu program, *social responsibility* membutuhkan pemantauan dan evaluasi dalam rangka perbaikan di masa depan, dan sekaligus menentukan tingkat capaian kinerja aktivitas sosial yang telah dilakukan. Evaluasi dan pemantauan juga ditunjukkan untuk mengetahui sejauhmana pencapaian tujuan program serta apakah terdapat penyimpangan yang membutuhkan tindakan koreksi.¹²

4. Pengawasan Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) PT XL Axiata

Di Indonesia, masih banyak perusahaan yang belum menjalankan program-program CSR karena melihat hal tersebut hanya sebagai pengeluaran biaya (*cost center*). CSR memang tidak memberikan hasil secara keuangan dalam jangka pendek. Namun CSR akan

memberikan hasil baik langsung maupun tidak langsung pada keuangan perusahaan di masa yang akan datang. Dengan demikian, perusahaan yang sudah melaksanakan CSR diharapkan agar konsisten dalam menjalankan program-program CSR-nya.

Dalam praktiknya, di Indonesia tidak semua perusahaan sudah menerapkan CSR, bagi kebanyakan perusahaan CSR merupakan kegiatan yang hanya dapat membebani biaya pengeluaran untuk perusahaan. Kalaupun ada yang melakukan CSR ditakutkan hanya untuk *branding* saja. Oleh karena itu, CSR bukan saja dapat dilihat dari pelaksanaannya, melainkan juga sangat diperlukannya pengawasan agar CSR ini tidak hanya jadi wacana belaka. Meskipun bagi pemerintah, khususnya pemerintah daerah dalam melakukan pengawasan sangat sulit sebab tidak ada aturan hukum yang jelas bagaimana pemerintah daerah harus mengawasi dan bagaimana teknisnya.

B. Kesesuaian Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) PT XL Axiata dalam Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia

1. Konsep CSR di Indonesia

Pada prinsipnya CSR merupakan kegiatan yang berawal dari kesadaran perusahaan dan bersifat sukarela. Cikal bakal CSR 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 yaitu tuntutan

¹² *Ibid.*, hal. 147



masyarakat dan dorongan internal perusahaan agar perusahaan lebih peduli terhadap lingkungannya, maka kegiatan *philantropy* tersebut mulai berkembang dan mengarah pada kepedulian perusahaan terhadap lingkungannya.¹³ 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.¹⁴

PT XL Axiata selaku perusahaan juga dalam menjalankan kegiatan usahanya jangan hanya terpaku terhadap mencari keuntungan saja, namun harus memperhatikan aspek sosial juga, terlebih lagi PT XL Axiata merupakan perusahaan telekomunikasi yang dalam hal ini masyarakat lah yang menjadi konsumen dari PT XL Axiata, oleh karena itu PT XL Axiata sudah seharusnya memberikan kontribusi balik terhadap masyarakat.

¹³A.B.Susanto, *Corporate Social Responsibility: A Strategic Management Approach*, The Jakarta Consulting Group, Jakarta: 2007, hal. viii

¹⁴ Yusuf Wibisono, 2007, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, Gresik: Fascho Publishing, Hal. xxiv.

2. Dasar Hukum Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* pada PT XL Axiata

Menyikapi hal tersebut, pembuat undang-undang (legislatif dan eksekutif) mengakomodir tuntutan itu dengan mengambil sikap yang tidak populis di kalangan dunia usaha, yaitu dengan kebijakan menormakan CSR yang semula didasari atas etika bisnis yang sarat dengan nilai-nilai moral, dijadikan sebagai norma hukum yang dituangkan ke dalam produk peraturan perundang-undangan.¹⁵ Dengan dinormatifikannya prinsip-prinsip CSR ini, maka sifat tanggung jawabnya dari *voluntary* berubah menjadi *mandatory*, sebagaimana ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2005 Tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 Tentang Telekomunikasi, serta Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 Tentang Mineral dan Batubara.

Dalam hal ini, objek penelitian dari penulisan ini adalah PT XL Axiata dimana PT XL Axiata merupakan salah satu perusahaan Telekomunikasi di Indonesia yang juga berkewajiban untuk melaksanakan CSR sesuai dengan undang-undang yang telah ada. Salah satu undang-undang yang mengatur mengenai CSR adalah Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas beserta Peraturan

¹⁵ Busyra Azheri, 2011, *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, hal. 137



Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas dimana PT XL Axiata merupakan suatu badan hukum yang berbentuk Perseroan Terbatas yang sudah terbuka (*go public*).

IV. KESIMPULAN

Bentuk pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan di PT XL Axiata yang sudah dilaksanakan berdasarkan ketentuan yang berlaku yakni ketentuan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas sebagai peraturan yang memayungi pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan/CSR di Indonesia dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas sebagai peraturan pelaksanaannya, adalah: Bidang Pendidikan, berupa pemanfaatan teknologi telekomunikasi dengan mendukung program-program CSR untuk pendidikan dan pelatihan anak-anak muda di Indonesia, seperti XL *Future Leaders*, XL *BOD Challenge*, dan Komputer Untuk Sekolah Interaktif. Bidang Pengembangan Masyarakat, berupa pemberian bantuan kepada masyarakat seperti penanggulangan bencana, layanan kesehatan, kegiatan terkait hari besar keagamaan, dan bantuan untuk transportasi mudik.

Perubahan atas sifat tanggung jawab sebuah perusahaan untuk melaksanakan CSR dari *voluntary* menjadi *mandatory* telah ditetapkan di dalam sistem hukum positif Indonesia melalui peraturan perundang-undangan, yaitu Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, Undang-

Undang Nomor 25 Tahun 2005 tentang Penanaman Modal, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, Undang-Undang tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPPLH), Undang-Undang Ketenagakerjaan (UUK), Undang-Undang tentang Minyak dan Gas Bumi, Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2007 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. PER-05/MBU/2007 Tahun 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan sebagaimana terakhir diubah dengan Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-08/MBU/2013 Tahun 2013 tentang Perubahan Keempat Atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara No. PER-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan (“Permen BUMN 5/2007”). Maka dalam hal ini, PT XL Axiata telah melaksanakan kewajiban Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sesuai dengan Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah yang berkaitan dengan PT XL Axiata.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Adjie, Habib, 2008, *Status Badan Hukum, Prinsip-Prinsip dan Tanggung Jawab Sosial Perseroan Terbatas*, Bandung: CV. Mandar Maju.
- Andriani, Vivien, *Pelaksanaan Penyelesaian Klaim Asuransi Jiwa di Asuransi Jiwa Bersama*



- Bumiputera 1912 Cabang Semarang*, Semarang.
- Azheri, Busyra, 2011, *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Budimanta, Arif, 2014, *Corporate Social Responsibility: Jawaban Bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini*, Jakarta: Indonesia Center for Sustainable Development (ICSD).
- Hadi, Noor, 2014, *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Muhammad, Abdulkadir, 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Rudito, Bambang dan Melia Famiola, 2013, *CSR (Corporate Social Responsibility)*, Bandung: Rekayasa Sains;
- Soemitro, Ronny Hanitjo, 1982, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Susanto, A.B., : 2007, *Corporate Social Responsibility: A Strategic Management Approach*, The Jakarta Consulting Group, Jakarta.
- Wibisono, Yusuf, 2007, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, Gresik: Fascho Publishing.