

Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Alternatif Sumber Dana Penanggulangan Bencana Alam

Tulus Irpan Harsono Sitorus

Pusat Penelitian dan Pengembangan Transportasi Antarmoda,
Badan Penelitian dan Pengembangan Perhubungan
Email: tulus.sitorus1975@gmail.com

Salah satu alternatif skema pendanaan inovatif termasuk transfer risiko untuk penanggulangan bencana alam di Indonesia yang dapat dikaji dan dimanfaatkan pada masa mendatang adalah berasal dari Perseroan. Perseroan ini wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan yang merupakan salah satu tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Tujuan penelitian adalah untuk meningkatkan kesadaran pentingnya CSR bagi Perseroan, dan merumuskan pemanfaatan CSR sebagai alternatif skema pendanaan inovatif termasuk transfer risiko untuk penanggulangan bencana alam di Indonesia. Agar CSR bisa diketahui oleh berbagai pihak dan bisa dimanfaatkan sebagai salah satu alternatif skema pendanaan inovatif termasuk transfer risiko untuk penanggulangan bencana alam di Indonesia, ada beberapa usulan yang dapat disampaikan, di antaranya: 1) Melakukan sosialisasi baik dalam bentuk seminar/workshop/diseminasi/iklan layanan masyarakat (baik above the line/ATL maupun below the line/BTL) mengenai Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2008 tentang Pendanaan dan Pengelolaan Bantuan Bencana, dan peraturan perundang-undangan terkait dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan; 2) melakukan bimbingan teknis kepada Direksi saat menyusun rencana kerja tahunan pengelolaan lingkungan yang disyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku; 3) melakukan pengawasan pelaksanaan usulan-usulan di atas dan memberi dorongan kemajuan dan penghargaan; 4) melakukan serangkaian kegiatan kajian mendalam perumusan Rancangan Undang-Undang (RUU) mengenai CSR; 5) agar Kementerian/Lembaga lainnya membuat penghargaan semacam PROPER bagi lembaga usaha dengan indikator penilaian yang berfokus pada penyediaan dana penanggulangan bencana alam di Indonesia; dan 6) membangun dan mengoptimalkan Information and Communications Technology (ICT) untuk mencatat dan memonitor penerimaan dan pemanfaatan CSR dengan feedback yang disampaikan kepada Presiden.

Kata kunci—*Bencana alam, CSR.*

One of the alternative innovative funding schemes including risk transfer for natural disaster in Indonesia that can be reviewed and utilized in the future is from the Company. The Company is obliged to carry out Social and Environmental Responsibility which is one of the corporate social responsibility (CSR). The purpose of the research was to raise awareness of the importance of CSR for the Company, and to formulate the utilization of CSR as an alternative to innovative funding schemes including risk transfer for natural disaster management in Indonesia. In order for CSR to be known by various parties and can be used as an alternative innovative funding scheme including risk transfer for natural disaster management in Indonesia, there are several proposals that can be submitted, including: 1) Conducting socialization in the form of seminars / workshops / dissemination / advertising of public services (both above the line / ATL and below the line / BTL) on the Law of the Republic of Indonesia Number 24 Year 2007 on Disaster Management, Government Regulation of the Republic of Indonesia Number 22 Year 2008 on Funding and Management of Disaster Assistance, and legislation related to the implementation of social and environmental responsibilities; 2) conduct technical guidance to the Board of Directors when drawing up the required annual environmental management work plan in accordance with applicable laws and regulations; 3) supervise the implementation of the above proposals and encourage progress and appreciation; 4) conduct a series of in-depth study activities on the formulation of the Draft Law on CSR; 5) for other Ministries/Institutions to make proper awards for business institutions with assessment indicators focusing on providing funds for natural disaster management in Indonesia; and 6) build and optimize Information and Communications Technology (ICT) to record and monitor the acceptance and utilization of CSR with feedback submitted to the President.

Index Terms—*Natural disasters, CSR.*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) terletak di garis Khatulistiwa pada posisi silang antara dua benua dan dua samudra dan berada pada 6°10.5'S 106°49.7'E dengan luas wilayah sekitar 1,904,569 km², dan penduduk lebih dari 259.940.857 memiliki kondisi geografis, geologis, hidrologis, dan demografis yang rawan terhadap terjadinya bencana dengan frekuensi yang cukup tinggi, sehingga memerlukan penanganan yang sistematis, terpadu, dan terkoordinasi.

Sekalipun dalam kurun waktu dari tahun 2004 sampai dengan tahun 2014 Indonesia diguncang oleh beraneka macam bencana besar dengan total kerusakan dan kerugian mencapai Rp. 167.741.800.000.000,-; pembangunan nasional harus terus dilanjutkan agar cita-cita berbangsa dapat tercapai.

Sebagaimana telah ditetapkan dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana (UU PB) yang dimaksud dengan bencana adalah peristiwa atau rangkaian peristiwa yang mengancam dan mengganggu kehidupan dan penghidupan masyarakat yang disebabkan, baik oleh faktor alam dan/atau faktor nonalam maupun faktor manusia sehingga mengakibatkan timbulnya korban jiwa manusia, kerusakan lingkungan, kerugian harta benda, dan dampak psikologis. Lebih lanjut di dalam Pasal 1 ayat (2) UU PB tersebut dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan bencana alam adalah bencana yang diakibatkan oleh peristiwa atau serangkaian peristiwa yang disebabkan oleh alam antara lain berupa gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, angin topan, dan tanah longsor.

Akan tetapi, saat ini masih sangat sedikit sekali perusahaan-perusahaan yang ada di NKRI memiliki dan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara konsisten dan berkesinambungan, dimana sesungguhnya CSR ini salah satunya bisa diharapkan bisa dimanfaatkan semaksimal mungkin buat bantuan bagi para korban bencana alam.

Mengingat pentingnya CSR ini, penulis mencoba membuat suatu karya tulis ilmiah yang berjudul: “*Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Alternatif Sumber Dana Penanggulangan Bencana Alam”.

Tulisan ini bertujuan merumuskan rekomendasi pengelolaan bantuan pendanaan penanggulangan bencana alam di Indonesia.

Dalam konteks global, istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. Mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*, yang digagas *the World Commission on Environment and Development* (WCED) dalam Brundtland Report (1987), Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P, singkatan dari *profit*, *planet* dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*) melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). (*Initiative*, 2002).

Dalam perkembangan selanjutnya ketiga konsep ini menjadi patokan bagi perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial yang kita kenal dengan konsep CSR. CSR merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, perusahaan, dan komunitas masyarakat setempat yang bersifat aktif dan dinamis.

Terdapat dua jenis konsep CSR, yaitu dalam pengertian luas dan dalam pengertian sempit. CSR dalam pengertian luas, berkaitan erat dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economic activity*). Keberlanjutan kegiatan ekonomi bukan hanya terkait soal tanggungjawab sosial tetapi juga menyangkut akuntabilitas (*accountability*) perusahaan terhadap masyarakat dan bangsa serta dunia internasional. CSR dalam pengertian sempit dapat dipahami dari beberapa peraturan dan pendapat ahli berikut:

1. Menurut Gunawan Widjaja & Yeremia Andi Pratama (2008), CSR merupakan bentuk kerjasama antara perusahaan (tidak hanya Perseroan Terbatas) dengan segala hal (*stake-holders*) yang secara langsung maupun tidak langsung berinteraksi dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha (*sus-*

- tainability*) perusahaan tersebut. Pengertian tersebut sama dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yaitu merupakan komitmen Perseoran untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseoran sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Gunawan Widjaja dan Yani Ahmad, 2006).
2. Philip Kotler dan Nancy Lee (2005) mendefinisikannya sebagai komitmen korporasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui kebijakan praktik bisnis dan pemberian kontribusi sumber daya korporasi.
 3. Menurut Yusuf Wibisono (2007: 7), *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya.
 4. Menurut Christine A. Hemingway & Patrick W. Maclagan (2004: 33-44):
 - a. *Corporate Social Responsibility requires companies to acknowledge that they should be publicly accountable not only for their financial performance but also for their social and environmental record. More widely, CSR encompasses the extent to which companies should promote human rights, democracy, community improvement and sustainable development objectives through the world. (The Confederation of British Industry).*
 - b. *Identifies four components that need to be present in order for a business to claim it is socially responsible; economic, legal, ethical, philanthropic responsibilities (Caroll).*
 - c. *Corporate social responsibility refers to managements obligation to set policies, make decisions and follow courses of action beyond the requirements of the law that desirable in terms of the values and objectives of society (Moseley).*
 - d. *Corporate social responsibility may be viewed as a process in which managers take responsibility for identifying and accomodating the interest of those affected by the organizations actions (Maclagan).*
 - e. *Socially responsible actions by a corporation are actions that; when judged by society in the future, are seen to have been of maximum help in providing necessary amounts of desired goods and services at minimum financial and social cost, distributed as equability as possible (Farmer).*
- Dari sekian banyak definisi CSR, salah satu yang menggambarkan CSR di Indonesia adalah definisi dari Suharto (2006) yang menyatakan bahwa CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk membangun sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Dari definisi tersebut, dapat kita lihat bahwa salah satu aspek yang dalam pelaksanaan CSR adalah komitmen berkelanjutan dalam mensejahterakan komunitas lokal masyarakat sekitar.
- Terkait dengan area tanggungjawab sosial perusahaan, *Organization Economic Cooperation and Development (OECD)* dalam Wibisono (2007: 42) menyepakati pedoman yang berisi kebijakan umum bagi perusahaan multinasional dalam melaksanakan CSR, meliputi: Memberikan kontribusi untuk kemajuan ekonomi, sosial, dan lingkungan berdasarkan pandangan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan; menghormati hak-hak asasi manusia yang dipengaruhi kegiatan yang dijalankan perusahaan tersebut sejalan dengan kewajiban dan komitmen pemerintah di negara tempat perusahaan beroperasi; mendorong pembangunan kapasitas lokal melalui kerja sama yang erat dengan komunitas lokal, termasuk kepentingan bisnis, selain mengembangkan kegiatan perusahaan di pasar dalam dan luar negeri sejalan dengan kebutuhan praktik perdagangan; mendorong pembentukan *human capital*, khususnya melalui penciptaan kesempatan kerja dan memfasilitasi pelatihan bagi para karyawan; menahan diri untuk tidak mencari atau menerima pembebasan di luar yang dibenarkan secara hukum yang terkait dengan sosial lingkungan, kesehatan dan keselamatan kerja, perburuhan, perpajakan, insentif finansial, dan isu-isu lain; mendorong dan memegang teguh prinsip-prinsip *Good Corporate Governance (GCG)* serta mengembangkan dan menerapkan praktik-praktik tata kelola perusahaan yang baik; mengembangkan dan menerapkan praktik-praktik sistem manajemen yang mengatur diri sendiri secara efektif

guna menumbuhkembangkan relasi saling percaya diantara perusahaan dan masyarakat tempat perusahaan beroperasi; mendorong kesadaran pekerja yang sejalan dengan kebijakan perusahaan melalui penyebarluasan informasi tentang kebijakan-kebijakan itu pada pekerja termasuk melalui program-program pelatihan; menahan diri untuk tidak melakukan tindakan tebang pilih (diskriminatif) dan indisipliner; mengembangkan mitra bisnis, termasuk para pemasok dan subkontraktor, untuk menerapkan aturan perusahaan yang sejalan dengan pedoman tersebut serta bersikap abstain terhadap semua keterlibatan yang tak sepatutnya dalam kegiatan-kegiatan politik lokal.

Menurut Wibisono (2007: 99) setidaknya ada 4 manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR), yaitu:

1. Bagi Perusahaan. Terdapat empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. Pertama, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*). Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. Keempat, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).
2. Bagi masyarakat, praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktek CSR akan mengharagai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.
3. Bagi lingkungan, praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat memengaruhi lingkungannya.
4. Bagi negara, praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut "*corporate misconduct*" atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu

tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan.

Selain manfaat yang telah diuraikan sebelumnya, Wibisono (2007: 78) menyampaikan beberapa motif dilaksanakannya CSR, di antaranya:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan. Perbuatan destruktif akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitupun sebaliknya, kontribusi positif akan mendongkrak reputasi perusahaan. Inilah yang menjadi modal *non-financial* utama bagi perusahaan dan bagi *stakeholders*-nya yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.
2. Layak mendapatkan *social licence to operate*. Masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan benefit dari keberadaan perusahaan, maka pasti dengan sendirinya mereka ikut merasa memiliki perusahaan. Sebagai imbalan yang diberikan ke perusahaan paling tidak adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan roda bisnisnya di wilayah tersebut. Jadi program CSR diharapkan menjadi bagian dari asuransi sosial (*social insurance*) yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan. Perusahaan mesti menyadari bahwa kegagalan untuk memenuhi ekspektasi *stakeholders* akan menjadi bom waktu yang dapat memicu risiko yang tidak diharapkan. Bila itu terjadi, maka disamping menanggung *opportunity loss*, perusahaan juga harus mengeluarkan biaya yang mungkin berlipat besarnya dibandingkan biaya untuk mengimplementasikan CSR.
4. Melebarkan akses sumber daya. *Track record* yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
5. Membentangkan akses menuju market. Investasi yang ditanamkan untuk program CSR ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Termasuk di dalamnya akan memupuk loyalitas konsumen dan menemukan pangsa pasar baru.

6. Mereduksi biaya. Banyak contoh yang dapat menggambarkan keuntungan perusahaan yang didapat dari penghematan biaya yang merupakan buah dari implementasi dari penerapan program tanggung jawab sosialnya. Contohnya adalah upaya untuk mereduksi limbah melalui proses *recycle* atau daur ulang kedalam siklus produksi.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*. Implementasi program CSR tentunya akan menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*. Nuansa seperti itu dapat membentangkan karpet merah bagi terbentuknya *trust* kepada perusahaan.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator. Perusahaan yang menerapkan program CSR pada dasarnya merupakan upaya untuk meringankan beban pemerintah sebagai regulator. Sebab pemerintahlah yang menjadi penanggungjawab utama untuk mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Tanpa bantuan dari perusahaan, umumnya terlalu berat bagi pemerintah untuk menanggung beban tersebut.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan. Kesejahteraan yang diberikan para pelaku CSR umumnya sudah jauh melebihi standar normatif kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan. Oleh karenanya wajar bila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya.
10. Peluang mendapatkan penghargaan. Banyak *reward* ditawarkan bagi penggiat CSR, sehingga kesempatan untuk mendapatkan penghargaan mempunyai kesempatan yang cukup tinggi.

Salah satu motif lain perusahaan dalam melaksanakan CSR dan menjadi bagian penting adalah menjalin hubungan yang baik dengan regulator. Perusahaan berdiri berdasarkan izin yang diberikan pemerintah, dan diharapkan mampu berkontribusi dalam pembangunan melalui pembayaran kewajiban berupa pajak dan lainnya, juga secara sadar turut membangun kepedulian terhadap meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.

Selain itu, menurut Mulyadi (2003: 4) setidaknya ada 3 motif keterlibatan perusahaan, yaitu: Motif menjaga keamanan fasilitas produksi, motif mematuhi kesepakatan kontrak kerja, dan motif moral untuk memberikan pelayanan sosial pada masyarakat lokal. Tabel di bawah ini menggambarkan motif tersebut:

Tabel I
MOTIF PERUSAHAAN DALAM MENJALANKAN
PROGRAM CSR

| Motif Keamanan | Motif Memenuhi Kewajiban Kontraktual | Komitmen Moral |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Program dilakukan setelah ada tuntutan masyarakat yang biasanya diwujudkan melalui demonstrasi | <ul style="list-style-type: none"> • Pertanggungjawaban program CSR kepada pemerintah daerah dan pemerintah pusat. | <ul style="list-style-type: none"> • Wacana CSR |
| <ul style="list-style-type: none"> • Program tidak dilakukan setelah kontrak ditandatangani. Kecenderungannya program dilakukan ketika kebebasan masyarakat sipil semakin besar pasca desentralisasi | <ul style="list-style-type: none"> • Propaganda kegiatan CSR melalui media massa. | <ul style="list-style-type: none"> • Propaganda kegiatan CSR melakukan media massa |

Sumber: Mulyadi (2003, hal 4).

B. Tujuan

Untuk meningkatkan kesadaran pentingnya CSR bagi Perseroan, dan merumuskan pemanfaatan CSR sebagai alternatif skema pendanaan inovatif termasuk transfer risiko untuk penanggulangan bencana alam di Indonesia.

II. METODOLOGI

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan kerangka kesiapan CSR sebagai salah satu alternatif skema pendanaan inovatif termasuk transfer risiko untuk penanggulangan bencana alam di Indonesia.

B. Pengumpulan Data

Pengumpulan data melalui telaah pustaka, telaah dokumen pemerintahan, peraturan perundang-undangan, *benchmarking*, hasil-hasil penelitian terbaru, dan publikasi ilmiah terkait serta berbagai literatur yang berhubungan dengan topik penelitian.

C. Analisis

Analisis dengan menggunakan analisis kebijakan publik untuk merumuskan rekomendasi peningkatan

investasi dan pemanfaatan berbagai skema pendanaan inovatif termasuk transfer risiko untuk penanggulangan bencana alam di Indonesia.

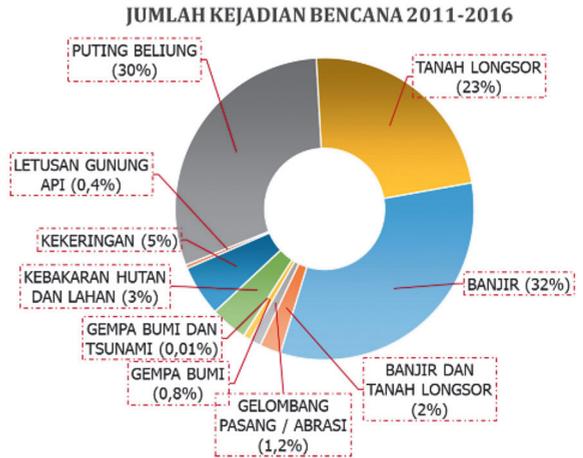
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bencana baik karena faktor alam, faktor non-alam, maupun faktor manusia (Bab 1 Pasal 1 UU PB), selalu mendatangkan kerugian, penderitaan, dan kesengsaraan bagi umat manusia. Akhir-akhir ini semakin meningkat intensitas kejadian bencana di Indonesia yang menimbulkan korban jiwa serta kerugian di bidang sarana prasarana dan ekonomi. Bencana yang umumnya terjadi dalam waktu singkat seringkali menghancurkan hasil pembangunan yang telah dirintis dan diperjuangkan dalam waktu yang lama.

Sebagaimana telah dijelaskan pada Bab I, bahwa yang dimaksud dengan bencana alam di dalam Pasal 1 ayat (2) UU PB adalah bencana yang diakibatkan oleh peristiwa atau serangkaian peristiwa yang disebabkan oleh alam antara lain berupa gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, angin topan, dan tanah longsor.

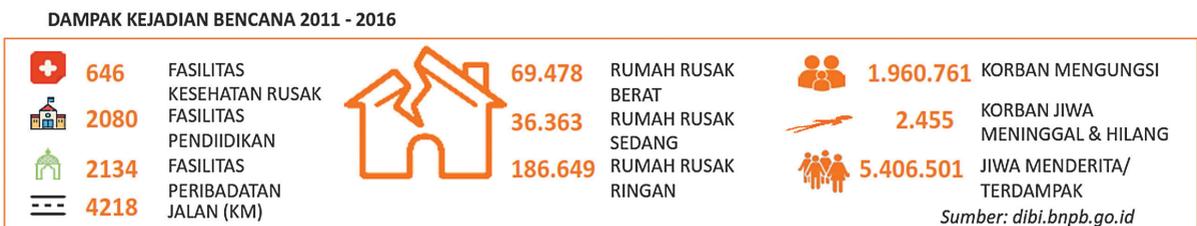
Mulai dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2016 bencana terbesar yang terjadi secara berturut-turut adalah sebagai berikut: Banjir (32%), puting beliung (30%), tanah longsor (23%), kekeringan (5%), kebakaran hutan dan lahan (3%), banjir dan tanah longsor (2%), gelombang pasang/abrasi (1,2%), gempa bumi (0,8%), letusan gunung api (0,4%), dan gempa bumi dan tsunami (0,01%).

Untuk dampak bencana yang terjadi mulai dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2016 adalah sebagai berikut: 646 fasilitas kesehatan rusak, 2.080 fasilitas pendidikan rusak, 2.134 fasilitas peribadatan rusak, 4.218 km jalan rusak, 69.478 rumah rusak berat, 36.363 rumah rusak sedang, 186.649 rumah rusak ringan, 1.960.761 orang korban mengungsi, 2.455 orang korban meninggal dunia dan hilang, dan 5.406.501 orang korban menderita/terdampak.



Gambar 1. Jumlah Kejadian Bencana 2011-2016. Sumber: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.

Berdasarkan *Damage and Loss Assessment (DaLA)* yang penulis kumpulkan dari berbagai sumber literatur, perkiraan dampak kerusakan dan kerugian akibat bencana pada periode tahun 2004-2013 senilai Rp. 511.334.390.000.000,- dengan komposisi sebagai berikut: gempabumi dan tsunami di Aceh pada bulan Desember tahun 2004 dengan kerusakan dan kerugian senilai Rp. 41.401.000.000.000,-; gempabumi di D.I. Yogyakarta dan Jawa Tengah pada bulan Mei tahun 2006 dengan kerusakan dan kerugian senilai Rp. 29.100.000.000.000,-; luapan lumpur Sidoarjo pada bulan Mei tahun 2006 dengan kerusakan dan kerugian senilai Rp. 7.300.000.000.000,-; banjir di Jabodetabek pada bulan Februari tahun 2007 dengan kerusakan dan kerugian senilai Rp. 5.184.000.000.000,-; gempabumi di Sumatera Barat pada bulan Maret tahun 2007 dengan kerusakan dan kerugian senilai Rp. 1.100.000.000.000,-; gempabumi di Bengkulu dan Sumatera Barat pada bulan September tahun 2007 dengan kerusakan dan



Gambar 2. Dampak Kejadian Bencana 2011-2016.

kerugian senilai Rp. 1.888.600.000.000,-; banjir dan tanah longsor di Jawa Timur pada bulan Januari tahun 2008 dengan kerusakan dan kerugian senilai Rp. 1.691.500.000.000,-; gempa bumi di Tasikmalaya pada bulan September tahun 2009 dengan kerusakan dan kerugian senilai Rp. 6.900.000.000.000,-; gempa bumi di Sumatera Barat pada bulan September tahun 2009 dengan kerusakan dan kerugian senilai Rp. 21.600.000.000.000,-; banjir Bandang di Wasior pada bulan September tahun 2010 dengan kerusakan dan kerugian senilai Rp. 280.580.000.000,-; gempa bumi dan tsunami di kepulauan Mentawai pada bulan Oktober tahun 2010 dengan kerusakan dan kerugian senilai Rp. 348.920.000.000.000,-; erupsi gunung Merapi pada bulan Oktober tahun 2010 dengan kerusakan dan kerugian senilai Rp. 3.628.710.000.000,-; banjir di Jabodetabek pada bulan Januari 2013 dengan kerusakan dan kerugian senilai Rp. 8.340.000.000.000,-; dan bencana lainnya yang terjadi dari tahun 2004-2010 dengan kerusakan dan kerugian senilai Rp. 34.000.000.000.000,-.

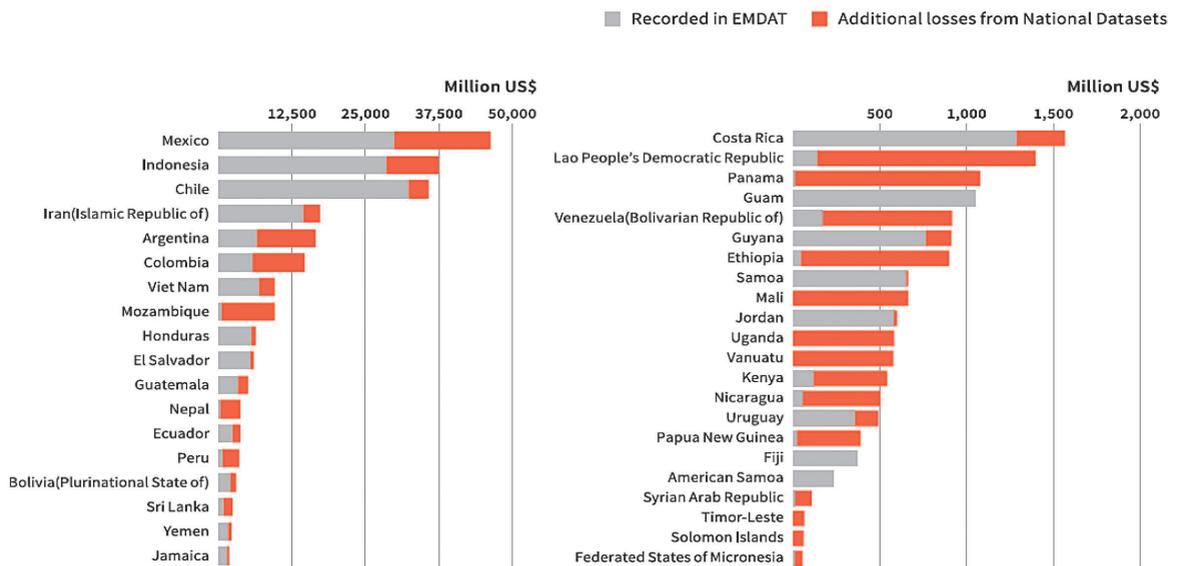
Sedangkan menurut data “*The Global Assessment Report on Disaster Risk Reduction (GAR) 2013*”, *direct economic losses* dari 40 negara di dunia akibat bencana yang terjadi dari tahun 1981-2011 (*in million US\$*) dapat dilihat pada Gambar 3.

Berdasarkan dan informasi yang telah dikemukakan tersebut, *direct economic losses* akibat bencana yang

terjadi di Indonesia dari tahun 1981-2011 hampir mendekati US\$ 37,500 juta (diperkirakan hampir mendekati Rp. 337.500.000.000.000,-). Apabila dirata-ratakan, maka *direct economic losses* akibat bencana yang terjadi di Indonesia dari tahun 1981-2011 (selama 30 tahun) hampir mendekati Rp. 11.250.000.000.000,-/tahun. Hal ini tentunya menjadi beban pemerintah.

Sementara itu untuk Indeks Rawan Bencana Indonesia (IRBI) tahun 2011 diperoleh informasi sebagai berikut:

- Untuk jenis bencana banjir, yaitu limpasan air yang melebihi tinggi muka air normal, sehingga melimpas dari palung sungai menyebabkan adanya genangan pada lahan rendah di sisi sungai; ada 10 provinsi dengan indeks rawan bencana banjir tertinggi dengan skor 61 sampai dengan 70.
- Untuk jenis bencana gempa bumi, yaitu peristiwa pelepasan energi yang diakibatkan oleh pergeseran/pergerakan pada bagian dalam bumi (kerak bumi) secara tiba-tiba; ada 10 provinsi dengan indeks rawan bencana gempa bumi dengan skor 63 sampai dengan 73.
- Untuk jenis bencana gempa bumi, yaitu peristiwa pelepasan energi yang diakibatkan oleh pergeseran/pergerakan pada bagian dalam bumi (kerak bumi) secara tiba-tiba dan tsunami, yaitu rangkaian gelombang laut dengan periode panjang yang ditimbulkan oleh gangguan *impulsive* dari dasar



Gambar 3. *Direct Economic Losses* dari 40 negara di dunia akibat bencana yang terjadi dari tahun 1981-2011 (*In Million US\$*). (Sumber: UNISDR, based on *DesInventar*).

- laut; ada 10 provinsi dengan indeks rawan bencana gempabumi dan tsunami tertinggi dengan skor 36 sampai dengan 68.
- d. Untuk jenis bencana kebakaran permukiman; ada 10 provinsi dengan indeks rawan bencana kebakaran permukiman tertinggi dengan skor 44 sampai dengan 61.
 - e. Untuk jenis bencana angin topan, yaitu pusat angin kencang dengan kecepatan angin 120 km/jam atau lebih yang sering terjadi di wilayah tropis di antara garis balik utara dan selatan, kecuali di daerah-daerah yang sangat dekat dengan khatulistiwa; ada 10 provinsi dengan indeks rawan bencana angin topan dengan skor 52 sampai dengan 61.
 - f. Untuk jenis bencana banjir, yaitu limpasan air yang melebihi tinggi muka air normal, sehingga melimpas dari palung sungai menyebabkan adanya genangan pada lahan rendah di sisi sungai dan tanah longsor, yaitu salah satu jenis gerakan massa tanah atau batuan, maupun percampuran keduanya, menuruni atau keluar lereng akibat terganggunya kestabilan tanah atau batuan penyusun lereng; ada 10 provinsi dengan indeks rawan bencana banjir dan tanah longsor tertinggi dengan skor 53 sampai dengan 67.
 - g. Untuk jenis bencana tanah longsor, yaitu salah satu jenis gerakan massa tanah atau batuan, maupun percampuran keduanya, menuruni atau keluar lereng akibat terganggunya kestabilan tanah atau batuan penyusun lereng; ada 10 provinsi dengan indeks rawan bencana tanah longsor tertinggi dengan skor 58 sampai dengan 74.
 - h. Untuk jenis bencana gunung meletus, yaitu bagian dari aktivitas vulkanik yang dikenal dengan istilah ‘erupsi’; ada 10 provinsi dengan indeks rawan bencana gunung meletus tertinggi dengan skor 30 sampai dengan 51.
 - i. Untuk jenis bencana kekeringan; ada 10 provinsi dengan indeks rawan bencana kekeringan tertinggi dengan skor 24.

Oleh karena Pemerintah yang menjadi penanggungjawab utama dalam mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan, maka Pemerintah telah menetapkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2012 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara Tahun Anggaran 2013 (UU APBN), dimana dijelaskan dalam Pasal 1 ayat (2) yang dimaksud dengan pendapatan negara adalah: “Hak Pemerintah

Pusat yang diakui sebagai penambah kekayaan bersih yang terdiri atas Penerimaan Perpajakan, PNBPN, dan Penerimaan Hibah”.

Untuk penerimaan perpajakan, penerimaan pendapatan ini merupakan penerimaan negara yang berasal dari pendapatan pajak dalam negeri (pendapatan pajak penghasilan, pendapatan pajak pertambahan nilai barang dan jasa, pendapatan pajak penjualan atas barang mewah, pendapatan pajak bumi dan bangunan, pendapatan cukai, dan pendapatan pajak lainnya), dan pendapatan pajak perdagangan internasional (pendapatan bea masuk, dan pendapatan bea keluar) (Pasal 1 ayat (3), (4), dan (5) UU APBN). Untuk penerimaan negara bukan pajak (PNBP), penerimaan pendapatan ini merupakan penerimaan Pemerintah Pusat berasal dari penerimaan dari sumber daya alam, bagian Pemerintah atas laba badan usaha milik negara (BUMN), PNBPN lainnya serta pendapatan badan layanan umum (BLU) (Pasal 1 ayat (6) UU APBN). Sementara untuk penerimaan hibah, penerimaan pendapatan ini merupakan penerimaan negara baik dalam bentuk devisa dan/atau devisa yang dirupiahkan, rupiah, maupun dalam bentuk barang, jasa, dan surat berharga yang diperoleh dari pemberi hibah yang tidak perlu dibayar kembali dan yang tidak mengikat, baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri (Pasal 1 ayat (7) UU APBN).

Selain Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2012 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara Tahun Anggaran 2013, Pemerintah juga telah menetapkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2008 tentang Pendanaan dan Pengelolaan Bantuan Bencana, dimana di dalam Pasal 1 ayat (1) yang dimaksudkan dengan dana penanggulangan bencana adalah: “Dana yang digunakan bagi penanggulangan bencana untuk tahap pra bencana, saat tanggap darurat, dan/atau pascabencana”. Pendanaan dan pengelolaan bantuan bencana ini ditujukan untuk mendukung upaya penanggulangan bencana secara berdayaguna, berhasilguna, dan dapat dipertanggungjawabkan (Pasal 2). Pada Pasal 4 ayat (1) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2008 tentang Pendanaan dan Pengelolaan Bantuan Bencana dijelaskan bahwa dana penanggulangan bencana menjadi tanggung jawab bersama antara Pemerintah dan pemerintah daerah. Lebih lanjut di dalam Pasal 4 ayat (2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2008 tentang Pendanaan dan Pengelolaan Bantuan Bencana dijelaskan bahwa

dana penanggulangan bencana berasal dari: APBN, Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD), dan/atau Masyarakat.

Bahkan lebih daripada itu, sesungguhnya saat ini telah ada 4 (empat) peraturan hukum yang mewajibkan perusahaan tertentu untuk menjalankan program tanggungjawab sosial perusahaan atau CSR dan satu acuan (*Guidance*) ISO 26000 sebagai referensi dalam menjalankan CSR, yaitu:

- a. Pasal 1 butir 7, dan Pasal 11 ayat (2) huruf e Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.
- b. Pasal 74 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- c. Pasal 15 butir b, dan Pasal 34 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
- d. Pasal 11 ayat (1), dan Pasal 11 ayat (3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi.
- e. *Guidance ISO 26000*

ISO 26000 adalah *Guidance Standard on Social Responsibility* yang tidak hanya diperuntukkan bagi *Corporate* (perusahaan) melainkan juga untuk semua sektor publik dan *private*. Tanggung jawab sosial dapat dilakukan oleh institusi pemerintah, *Non governmental Organization* (NGO) dan tentunya sektor bisnis, hal itu dikarenakan setiap organisasi dapat memberikan akibat bagi lingkungan sosial maupun alam. Sehingga adanya ISO 26000 ini membantu organisasi dalam pelaksanaan *Social Responsibility*, dengan cara memberikan pedoman praktis, serta memperluas pemahaman publik terhadap *Social Responsibility*.

ISO 26000 mencakup beberapa aspek berikut:

1. ISO 26000 menyediakan panduan mengenai tanggung jawab sosial kepada semua bentuk organisasi tanpa memperhatikan ukuran dan lokasi untuk: a. Mengidentifikasi prinsip dan isu; b. Menyatukan, melaksanakan dan memajukan praktek tanggung jawab sosial; c. Mengidentifikasi dan pendekatan/pelibatan dengan para pemangku kepentingan; d. Mengkomunikasikan komitmen dan performa serta kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan.

2. ISO 26000 mendorong organisasi untuk melaksanakan aktivitas lebih sekedar dari apa yang diwajibkan.
3. ISO 26000 menyempurnakan/melengkapi Instrumen dan inisiatif lain yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial.
4. Mempromosikan terminologi umum dalam lingkup tanggung jawab sosial dan semakin memperluas pengetahuan mengenai tanggung jawab sosial.
5. Konsisten dan tidak berkonflik dengan traktat internasional dan standarisasi ISO lainnya serta tidak bermaksud mengurangi otoritas pemerintah dalam menjalankan tanggung jawab sosial oleh suatu organisasi.

Untuk mengurangi *direct economic losses* akibat bencana yang terjadi di wilayah NKRI dan tren bencana (dalam hal ini bencana alam) yang terus mengalami peningkatan, maka untuk meringankan beban Pemerintah, sesungguhnya saat ini sudah harus ditumbuhkembangkan partisipasi dari perusahaan, agar akselerasi pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat bisa tercapai; khususnya Pemerintah saat ini sudah selayaknya meningkatkan penerimaan negara bukan pajak (PNBP), khususnya bagian Pemerintah atas laba badan usaha milik negara (BUMN).

Berbagai macam peraturan perundang-undangan lainnya terkait dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1967 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pertambangan, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 1999 tentang Kehutanan, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2004 tentang Sumber Daya Air, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara.

Berbagai aturan itulah yang menghidupkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sedang-

kan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas hanya sekedar mengingatkan kembali akan kewajiban-kewajiban tersebut dengan memasukkan dan menganggarkannya ke dalam rencana kerja tahunan dan laporan tahunan.

Akan tetapi sangat disayangkan sekali bahwa sampai saat ini keempat peraturan hukum dan ISO 26000 tersebut belum sepenuhnya diketahui dan dilaksanakan oleh para pelaku usaha (perusahaan) dan masyarakat.

GINANJAR RAHMAT (2009) memberikan beberapa contoh perusahaan yang melaksanakan CSR, yaitu: PT Freeport Indonesia, Pertamina, PT HM Sampoerna, PT Coca Cola Bottling Indonesia, PT Bank Central Asia, Tbk Nokia Mobile Phone Indonesia, PT Timah, Astra Group, dan Unilever. Hal ini bisa mengubah cara pandang masyarakat ke arah positif.

Sekalipun perusahaan sudah memiliki CSR, akan tetapi pada umumnya perusahaan hanya menjalankan CSR atas dasar memenuhi kewajiban kontraktual, dalam hal ini mematuhi peraturan baik yang dibuat oleh pemerintah pusat maupun daerah. Secara normatif, idealnya tanpa adanya protes dan kewajiban kontraktual, perusahaan seharusnya berusaha memberdayakan masyarakat lokal dan meningkatkan kesejahteraan. Ide mengenai konsep CSR juga dilandasi pemikiran demikian (*UN Global Compact*, hal. 20). Secara filantropis perusahaan seharusnya mendistribusikan keuntungan setelah mereka memanfaatkan *resources* di lokasi dimana masyarakat berada. Hal ini adalah kewajiban moral, namun motif yang didasarkan pada komitmen moral tersebut masih sebatas wacana dan belum terlihat nyata.

Mulyadi dalam tulisan yang berjudul *Pengelolaan Program Corporate Social Responsibility: Pendekatan, Keberpikahan, dan Keberlanjutannya* (2003:5) membagi *stakeholders* berdasarkan kepentingannya:

Tabel II
KEPENTINGAN *STAKEHOLDERS* DALAM PELAKSANAAN PROGRAM CSR

| Perusahaan | Pemerintah Daerah | LSM | Masyarakat |
|-------------------------------|------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|
| • Keamanan fasilitas produksi | Mendukung pembangunan daerah | • Mengontrol | Penerima program yang diberdayakan |
| • Kewajiban kontrak | | • Menjadi mitra kerja perusahaan | |

Sumber: Mulyadi (2003, hal 5).

Dalam konteks hubungan kemitraan antara pemerintah dengan perusahaan, pemerintah daerah diharapkan agar program-program CSR bisa membantu menyelesaikan permasalahan sosial, seperti masalah pengangguran, kemiskinan, masalah pendidikan, kesehatan, perumahan. Selain itu menyelesaikan masalah lingkungan yang dihadapi pemerintah daerah. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan swasta dituntut untuk membantu pemerintah daerah untuk mendukung program pembangunan regional yang diimplementasikannya.

Beberapa faktor yang memengaruhi implementasi CSR di perusahaan adalah sebagaimana diungkapkan oleh Wibisono (2007), yaitu: Pertama, terkait dengan komitmen pemimpinnya. Perusahaan yang pimpinannya tidak tanggap dengan masalah sosial, jangan harap memedulikan masalah sosial. Kedua, menyangkut ukuran dan kematangan perusahaan. Ketiga, regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah. Semakin kondusif regulasi atau semakin besar insentif pajak yang diberikan, akan lebih berpotensi memberi semangat kepada perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat. Ditambahkan bahwa setidaknya terdapat 3 kategori paradigma perusahaan dalam menerapkan program CSR, di antaranya: Pertama, sekedar basa basi dan keterpaksaan, artinya CSR dipraktekkan lebih karena faktor eksternal, baik karena mengendalikan aspek sosial (*social driven*) maupun mengendalikan aspek lingkungan (*environmental driven*). Artinya pemenuhan tanggungjawab sosial lebih karena keterpaksaan akibat tuntutan daripada kesukarelaan. Berikutnya adalah mengendalikan reputasi (*reputation driven*), yaitu motivasi pelaksanaan CSR untuk mendongkrak citra perusahaan. Banyak korporasi yang sengaja berupaya mendongkrak citra dengan memanfaatkan peristiwa bencana alam seperti memberi bantuan uang, sembako, medis dan sebagainya, yang kemudian perusahaan berlomba menginformasikan kontribusinya melalui media massa. Tujuannya adalah untuk mengangkat reputasi. Kedua, sebagai upaya untuk memenuhi kewajiban (*compliance*). CSR diimplementasikan karena memang ada regulasi, hukum dan aturan yang memaksanya. Misalnya karena ada kendali dalam aspek pasar (*market driven*). Kesadaran tentang pentingnya mengimplementasikan CSR ini menjadi tren seiring dengan maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah

sosial. Selain *market driven*, *driven* lain yang yang sanggup memaksa perusahaan untuk mempraktekkan CSR adalah adanya penghargaan-penghargaan (*reward*) yang diberikan oleh segenap institusi atau lembaga. Misalnya *CSR Award* baik yang regional maupun global, Padma (Pandu Daya Masyarakat) yang digelar oleh Kementerian Sosial, dan Proper (Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup) yang dihelat oleh Kementerian Lingkungan Hidup. Ketiga, bukan sekedar kewajiban (*compliance*), tapi lebih dari sekedar kewajiban (*beyond compliance*) atau (*compliance plus*), diimplementasikan karena memang ada dorongan yang tulus dari dalam (*internal driven*). Perusahaan agar terus diarahkan supaya menyadari bahwa tanggungjawabnya bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan profit demi kelangsungan bisnisnya, melainkan juga tanggungjawab sosial dan lingkungan, karena kalau hanya menggantungkan semata-mata pada kesehatan finansial, tidak akan menjamin perusahaan bisa tumbuh secara berkelanjutan.

Hal terpenting dari cara pandang perusahaan sehingga melaksanakan CSR adalah upaya untuk memenuhi kewajiban (*compliance*) yang bisa bersumber dari aturan pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan, baik yang ditetapkan melalui Undang-undang, Peraturan Pemerintah, Peraturan Menteri, hingga Peraturan Daerah, ataupun peraturan yang dibuat berdasarkan kesepakatan antar perusahaan maupun lembaga yang melakukan standardisasi produk. Kepatuhan terhadap hukum menjadi penting, karena dimensi dibuatnya aturan bertujuan agar perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan bisnis semata, melainkan mampu memberikan kontribusi positif bagi pembangunan.

Usulan

Agar CSR bisa diketahui oleh berbagai pihak dan bisa dimanfaatkan sebagai alternatif sumber dana penanggulangan bencana alam, ada beberapa usulan yang dapat disampaikan, di antaranya:

1. Melakukan sosialisasi dalam bentuk iklan layanan masyarakat (*above the line/ATL* maupun *below the line/BTL*) mengenai Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2008 tentang Pendanaan dan Pengelolaan Bantuan Bencana.

Kegiatan sosialisasi ini sebaiknya dilakukan melalui mekanisme *public service announcement* (PSA) atau *public service ad*, yaitu suatu mekanisme penyampaian pesan-pesan sosial yang berkaitan dengan kepentingan publik tanpa biaya, dengan tujuan meningkatkan kesadaran, mengubah sikap dan perilaku publik terhadap masalah sosial.

Dari 8 kriteria yang digunakan oleh dewan periklanan di Amerika Serikat yang mensponsori Iklan Layanan Masyarakat/ILM, ada 7 kriteria yang memungkinkan kegiatan ini dilakukan, yaitu: Tidak komersil (contoh: iklan pemakaian helm dalam berkendara), tidak bersifat keagamaan, tidak bersifat politis, berwawasan nasional, diperuntukkan untuk semua lapisan masyarakat, dapat diiklankan, dan mempunyai dampak dan kepentingan tinggi sehingga patut memperoleh dukungan media lokal maupun nasional (*sumber: www.wikipedia.org/wiki/Iklan_layanan_masyarakat*).

Kegiatan ini setidaknya dilakukan minimal sebagai berikut:

- a. 780 kali penayangan dalam 1 tahun di stasiun televisi nasional (ANTV, Global TV, Indosiar, MetroTV, MNCTV, RCTI, SCTV, Trans TV, Trans7, TVOne, TVRI, JakTV, dan NET.) (*sumber: http://ikyustones.wordpress.com/2012/12/06/daftar-nama-dan-alamat-stasiun-televisi-radio-nasional-dan-swasta-di-jakarta*).
- b. 960 kali penayangan dalam 1 tahun di stasiun radio nasional yang ada di Indonesia (Hard Rock FM Jakarta, Mustang FM Jakarta, Global Radio FM Jakarta, Green Radio FM Jakarta, I-Radio FM Jakarta, Trax Radio FM Jakarta, Cosmopolitan Radio FM Jakarta, Elshinta Radio FM Jakarta, Oz Radio FM Jakarta, Indika Radio FM Jakarta, Sonora Radio FM Jakarta, Female Radio FM Jakarta, Kiss Radio FM Jakarta, Gen Radio FM Jakarta, Ramako Radio FM Jakarta, dan Bens Radio FM Jakarta) (*sumber: http://ikyustones.wordpress.com/2012/12/06/daftar-nama-dan-alamat-stasiun-televisi-radio-nasional-dan-swasta-di-jakarta*).
- c. 420 kali penayangan dalam 1 tahun di surat kabar harian nasional terbaik 2013 (Koran Kompas, Tempo, Republika, Media Indonesia, Seputar Indonesia, Bali Post, Jurnal Nasional) (*sumber: www.spsindonesia.org/*

news/1k7f1ebzgkxyc/siapa-saja-pemenang-ipma-2013).

- d. 1.080 kali penayangan dalam 1 tahun di majalah dan tabloid nasional terbaik 2013 (Tempo, SWA, Gatra, Warta Ekonomi, Intisari, Femina, Gadis, Ayahbunda, Parenting Indonesia, Reader's Digest Indonesia, Bobo Junior, tabloid Kontan, tabloid Bola, tabloid Soccer, tabloid Gaya Hidup Sehat, tabloid Nyata, tabloid Nova, dan tabloid Rumah) (*sumber: www.sp-sindonesia.org/news/1k7f1ebzgkxyc/siapa-saja-pemenang-ipma-2013*).
2. Melakukan sosialisasi dalam bentuk iklan layanan masyarakat mengenai 4 peraturan hukum terkait CSR yaitu: Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan; Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas; Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal; Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi serta *Guidance ISO 26000*.

Kegiatan sosialisasi ini sebaiknya dilakukan melalui mekanisme *public service announcement* (PSA) atau *public service ad*, setidaknya dilakukan minimal sebagai berikut:

- a. 780 kali penayangan dalam 1 tahun di stasiun televisi nasional (ANTV, Global TV, Indosiar, MetroTV, MNCTV, RCTI, SCTV, Trans TV, Trans7, TVOne, TVRI, JakTV, dan NET.).
- b. 960 kali penayangan dalam 1 tahun di stasiun radio nasional yang ada di Indonesia (Hard Rock FM Jakarta, Mustang FM Jakarta, Global Radio FM Jakarta, Green Radio FM Jakarta, I-Radio FM Jakarta, Trax Radio FM Jakarta, Cosmopolitan Radio FM Jakarta, Elshinta Radio FM Jakarta, Oz Radio FM Jakarta, Indika Radio FM Jakarta, Sonora Radio FM Jakarta, Female Radio FM Jakarta, Kiss Radio FM Jakarta, Gen Radio FM Jakarta, Ramako Radio FM Jakarta, dan Bens Radio FM Jakarta).
- c. 420 kali penayangan dalam 1 tahun di surat kabar harian nasional terbaik 2013 (Koran Kompas, Tempo, Republika, Media Indonesia, Seputar Indonesia, Bali Post, Jurnal

Nasional) (*sumber: www.sp-sindonesia.org/news/1k7f1ebzgkxyc/siapa-saja-pemenang-ipma-2013*).

- d. 1.080 kali penayangan dalam 1 tahun di majalah dan tabloid nasional terbaik 2013 (Tempo, SWA, Gatra, Warta Ekonomi, Intisari, Femina, Gadis, Ayahbunda, Parenting Indonesia, Reader's Digest Indonesia, Bobo Junior, tabloid Kontan, tabloid Bola, tabloid Soccer, tabloid Gaya Hidup Sehat, tabloid Nyata, tabloid Nova, dan tabloid Rumah) (*sumber: www.sp-sindonesia.org/news/1k7f1ebzgkxyc/siapa-saja-pemenang-ipma-2013*).
3. Melakukan bimbingan teknis dan pendampingan terhadap penyusunan dan pembuatan CSR bagi perusahaan yang belum mampu menyusun CSR.
4. Melakukan serangkaian kegiatan tinjau ulang atas peraturan perundang-undangan dan ISO 26000 yang mengatur CSR.
5. Melakukan serangkaian kegiatan perumusan Rancangan Undang-Undang (RUU) mengenai Tanggungjawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*).

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan beberapa hal:

1. Indonesia terletak di garis Khatulistiwa pada posisi silang antara dua benua dan dua samudra dengan kondisi alam yang memiliki berbagai keunggulan, namun di pihak lain posisinya berada dalam wilayah yang memiliki kondisi geografis, geologis, hidrologis, dan demografis yang rawan terhadap terjadinya bencana dengan frekuensi yang cukup tinggi, sehingga memerlukan penanganan yang sistematis, terpadu, dan terkoordinasi.
2. Bencana alam yang diakibatkan oleh serangkaian peristiwa alam antara lain berupa gempa bumi, tsunami, gunung meletus, banjir, kekeringan, angin topan, dan tanah longsor yang terjadi di NKRI dalam kurun waktu sepuluh tahun (2004-2013) terakhir telah mengakibatkan kerugian yang ditaksir mencapai Rp 126,7 triliun menjadi beban pemerintah.
3. CSR merupakan penerimaan negara bukan pajak (PNBP), khususnya bagian Pemerintah atas laba

- badan usaha milik negara (BUMN) yang dapat dimanfaatkan bagi bantuan korban bencana alam, akan tetapi sampai saat ini keempat peraturan hukum dan ISO 26000 tersebut belum sepenuhnya diketahui dan dilaksanakan oleh para pelaku usaha (perusahaan) dan masyarakat serta belum dimanfaatkan secara optimal. Sekalipun perusahaan sudah memiliki CSR, akan tetapi pada umumnya perusahaan hanya menjalankan CSR atas dasar memenuhi kewajiban kontraktual, dalam hal ini mematuhi peraturan baik yang dibuat oleh pemerintah pusat maupun daerah.
4. Beberapa faktor yang memengaruhi implementasi CSR di perusahaan adalah hal-hal terkait dengan komitmen pemimpinnya yakni bila tidak tanggap dengan masalah sosial, ukuran dan kematangan perusahaan, regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah yaitu semakin kondusif regulasi atau semakin besar insentif pajak yang diberikan, akan lebih berpotensi memberi semangat kepada perusahaan untuk berkontribusi kepada masyarakat.
 4. Melakukan serangkaian kegiatan kajian mendalam perumusan Rancangan Undang-Undang (RUU) mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).
 5. Agar Kementerian/Lembaga lainnya membuat penghargaan semacam PROPER bagi lembaga usaha dengan indikator penilaian yang berfokus pada penyediaan dana penanggulangan bencana alam di Indonesia.
 6. Membangun dan mengoptimalkan *Information and Communications Technology* (ICT) untuk mencatat dan memonitor penerimaan dan pemanfaatan CSR dengan *feedback* yang disampaikan kepada Presiden.

DAFTAR PUSTAKA

B. Saran

Peraturan perundang-undangan terkait Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan telah ada, agar CSR bisa diketahui oleh berbagai pihak dan bisa dimanfaatkan sebagai salah satu alternatif skema pendanaan inovatif termasuk transfer risiko untuk penanggulangan bencana alam di Indonesia, ada beberapa usulan yang dapat disampaikan, di antaranya:

1. Melakukan sosialisasi baik dalam bentuk seminar/ *workshop*/diseminasi/iklan layanan masyarakat (baik *above the line*/ATL maupun *below the line*/BTL) mengenai Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2008 tentang Pendanaan dan Pengelolaan Bantuan Bencana, dan peraturan perundang-undangan terkait dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Melakukan bimbingan teknis kepada Direksi saat menyusun rencana kerja tahunan pengelolaan lingkungan yang disyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Melakukan pengawasan pelaksanaan usulan-usulan di atas dan memberi dorongan kemajuan dan penghargaan (*reward*).
- Hemingway, Christine A. and Patrick W. Maclagan (2004). *'Managers' personal values as drivers of corporate social responsibility*, *Journal of Business Ethics*, Vol. 50.
- Hurairah, Abu. (2008). *Pengorganisasian dan Pengembangan Masyarakat*. Bandung: Humaniora.
- <http://ikyustones.wordpress.com/2012/12/06/daftar-nama-dan-alamat-stasiun-televisi-radio-nasional-dan-swasta-di-jakarta>
- <http://www.spsindonesia.org/news/1k7f1ebzgkxyc/siapa-saja-pemenang-ipma-2013>
- http://www.wikipedia.org/wiki/Iklan_layanan_masyarakat
- Keputusan Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor M-02. HT.01.01. Tahun 2001 Tentang Tata Cara Penyampaian Laporan Akta Perubahan Anggaran Dasar Perseroan Terbatas.
- Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor 104 Tahun 2002 Tentang Penilaian Calon Anggota Direksi Badan Usaha Milik Negara.
- Keputusan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor 117 Tahun 2002 Tentang Penerapan Praktik Good Corporate Governance Pada Badan Usaha Milik Negara.
- Kitab Undang Undang Hukum Perdata.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons.

- Mulyadi (2003): *Pengelolaan Program Corporate Social Responsibility: Pendekatan, Keberpihakan dan Keberlanjutannya*. Center for Populaton Studies, UGM, Yogyakarta.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 1998 Tentang Pemakaian Nama Perseroan Terbatas.
- Rahmat, G. (2009). *Corporate Social Responsibility*. Retrieved from www.ginooo.wordpress.com.
- Rahmatullah dan Kurniati, Trianita. (2011). *Panduan Praktis Pengelolaan CSR (Corporate Social Responsibility)*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Rudito, Bambang dan Budimanta, Arif & Prasetijo, Adi (2004). *Corporate Social Responsibility: Jawaban Bagi Modal Pembangunan Indonesia Masa Kini*. Jakarta: ICSD.
- Tim Redaksi Kamus Bahasa Indonesia. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia*. Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. Jakarta.
- Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia 1945, 2002, Sekretariat Jenderal MPR RI, Jakarta.
- Undang Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- Undang Undang Nomor 1 Tahun 1995 Tentang Perseroan Terbatas.
- Undang Undang Nomor 3 Tahun 1982 Tentang Wajib Daftar Perusahaan.
- Undang Undang Nomor 8 Tahun 1997 Tentang Dokumen Perusahaan.
- Utama, Sidharta (2010). *Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia*.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho Publishing.
- Widjaja, G., dan Yani, A. (2006). *Perseroan Terbatas*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Widjaja, G., dan Yeremia, A. P. (2008). *Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*. Jakarta: Forum Sahabat.