

PENYEDIAAN TENAGA KERJA ALIH DAYA DITINJAU DARI HUKUM POSITIF DI INDONESIA

ANAS MUHARRAM
NPM 14.81.0182

**FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN (UNISKA)
MUHAMMAD ARSYAD AL-BANJARI BANJARMASIN**

ABSTRAK

Perusahaan sebagai suatu organisasi memiliki tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingan seperti konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Alih Daya berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan suatu organisasi. Perusahaan mendasarkan keuntungan atau deviden, tetapi juga harus melihat kepada dampak sosial dan lingkungan yang timbul, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui dasar hukum pemberlakuan Alih Daya bagi perusahaan di Indonesia serta untuk mengetahui ada peraturan perundangan lainnya yang mendukung pemberlakuan Alih Daya di Indonesia.

Alih Daya bagi perusahaan di Indonesia didasarkan pada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas jo. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas; Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal; Undang-undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara jo Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor 05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan; Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi; Undang-undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara jo. PP No. 23 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batubara; dan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2014 tentang Panas Bumi.

Kata Kunci: *Penyediaan, Tenaga Kerja, Alih Daya, Hukum Positif*

PENDAHULUAN

Undang-undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 pasal 74 mewajibkan perusahaan untuk melaksanakan Alih Daya. Melalui undang-undang ini, industri atau koprasi-koprasi wajib melaksanakan CSR dengan penuh tanggung jawab, serta tidak dianggap sebagai beban yang memberatkan. Dengan demikian maka pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah, namun juga menjadi tanggung jawab semua pihak termasuk pihak industri.

Di era tahun 1970-an, menurut Milton Friedman Alih Daya merupakan bentuk tunggal tanggungjawab sosial dari kegiatan bisnis. Bahkan Estes¹ menilai bahwa semangatnya telah ada

¹ Jean Marten, hal.10

sejak mula berdirinya perusahaan-perusahaan khususnya di Inggris. Tugas utamanya adalah untuk membantu pemerintah dalam memberikan pelayanan dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Walaupun demikian, pro dan kontra terhadap eksistensi Alih Daya terus bermunculan. Salah satunya, apakah tanggung jawab sosial tersebut sifatnya wajib atau sukarela. Hal ini muncul setelah kegiatan CSR diwajibkan dalam Undang-Undang. Nomer 40 Tahun 2007. Kewajiban undang-undang ini kemudian menimbulkan protes, karena Alih Daya diasumsikan sebagai aktivitas berdasarkan suka rela dan bukan paksaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Munculnya Alih Daya berawal dari semangat *filantropis* perusahaan. Namun, akibat tekanan komunitas yang kuat menyebabkan sebagai lisensi operasional dari masyarakat (*social license to operation*), yang dilakukan oleh komunitas, bukan oleh negara.² Akan tetapi dalam pelaksanaannya Alih Daya masih memiliki kekurangan. Program-program Alih Daya yang dijalankan oleh perusahaan masih bersifat jangka pendek dengan skala terbatas. Program-program Alih Daya kurang menyentuh akar permasalahan komunitas yang sesungguhnya. Hal ini disebabkan oleh otoritas yang sangat kuat dari perusahaan, di samping adanya pemahaman yang keliru mengenai komunitas yakni sebagai kelompok marginal yang menderita sehingga memerlukan bantuan perusahaan. Di samping adanya anggapan bahwa aktivitas Alih ya hanya semata-mata untuk citra perusahaan dan bukan untuk perbaikan kualitas hidup komunitas dalam jangka panjang.³

Kritik lain pelaksanaan Alih Daya karena biaya operasional yang besar, sehingga Alih Daya diidentikan dengan perusahaan besar dan ternama. Ketersediaan sumberdaya dengan kekuatan sumber daya yang besar membentuk opini publik yang menimbulkan kesan seolah-olah perusahaan telah melaksanakan Alih Daya, padahal hanya aktivitas *filantropis*, serta dilakukan hanya untuk menutupi perilaku-perilaku yang tidak etis serta perbuatan melanggar hukum.⁴

Mengidentikan Alih Daya dengan perusahaan besar dan ternama membawa kepada implikasi lain. Bila perusahaan besar dan ternama tersebut melakukan perbuatan yang tidak etis bahkan melanggar hukum, maka akan menimbulkan sorotan tajam. Namun bila dilakukan oleh perusahaan kecil atau menengah, maka publik menjadi kurang peduli. Sebaliknya bila dilakukan oleh perusahaan besar yang ternama publik menjadi sangat peduli. Perilaku-perilaku tidak etis dan melanggar hukum tidak akan diterima.⁵

Penting bagi perusahaan tetap menjadi wacana dalam bisnis. Pro dan kontra ini tidak bisa dihindari disebabkan oleh adanya kepentingan antara profit dengan tujuan sosial, di samping masyarakat yang semakin dewasa dan mudah mengakses berbagai informasi, serta kecanggihan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pola seperti ini membentuk cara pikir, gaya hidup, dan tuntutan masyarakat yang besar. Perkembangan ini pula menumbuhkan gerakan konsumen menjadi *vigilante consumerism* yang berkembang menjadi *ethonical consumerism*.⁶

Riset yang dilakukan oleh *Roper Search Worldwide* menunjukan bahwa 75% responden memberi nilai lebih kepada produk dan jasa yang dipasarkan oleh perusahaan, serta memberi kontribusi nyata kepada komunitas melalui program pembangunan. 66% responden berganti merk kepada merek perusahaan yang citra sosialnya positif. Hal ini menyebabkan meningkatnya minat konsumen dari produk menuju korporat. Konsumen lebih memilih perusahaan yang memiliki

² Susanto, *Corporate Social Responsibility*, The Jakarta Consulting Group, 2007, hal. 3

³ Margiono, *Menuju Corporate Social Leadersip*, Suara Pembaruan, 11 Mei 2006

⁴ Ibid

⁵ Ibid

⁶ Ibid, hal.3

tanggung jawab sosial tinggi, serta beretika bisnis yang baik. Ini bermakna bahwa kepedulian konsumen telah melebar tidak saja kepada korporat.⁷

Meningkatnya tingkat kepedulian terhadap kualitas kehidupan, harmonisasi sosial dan lingkungan mempengaruhi aktivitas dunia bisnis, sehingga menuntut perusahaan memiliki tanggungjawab sosial yang tinggi. Karena itu Alih Daya menjadi wajib bagi perusahaan, selain menjadi kewajiban berdasarkan undang-undang.⁸

Perusahaan memiliki tanggungjawab terhadap aktivitas-aktivitas perusahaan guna meminimalkan dampak negatif dari sisa produk yang dihasilkan, penanganan limbah maupun "sampah" dari produk yang sudah terpakai, seperti kemasan. Namun kesemuanya hanya dapat terlaksana secara efektif dan efisien bila didukung sistem manajemen yang baik, serta dilandasi oleh budaya perusahaan yang peduli terhadap lingkungan. Karena itu salah satu cara untuk menyebarkan ide ini ialah dengan mendorong perusahaan-perusahaan besar agar memaksa para pemasoknya atau sub-kontraknya untuk lebih ramah terhadap lingkungan.

Keinginan masyarakat agar perusahaan lebih peduli kepada lingkungan memperkuat hubungan antara perusahaan dengan konsumen, yang dapat dijadikan keunggulan kompetitif. Konsumen yang sadar terhadap isu lingkungan akan mencari produk yang ramah lingkungan. Implikasinya perusahaan akan mencari pemasok yang dapat memecahkan persoalan-persoalan lingkungan.

KESIMPULAN

1. Pemberlakuan kewajiban Alih Daya bagi perusahaan di Indonesia didasarkan pada Undang-undang serta peraturan-peraturan lainnya di bawah undang-undang, sehingga pemberlakuan Alih Daya tersebut memiliki landasan hukum yang sangat kuat.
2. Peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai kegiatan Alih daya di Indonesia, seperti: Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas jo. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas; Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal; Undang-undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara jo Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor 05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan; Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi; Undang-undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Batubara jo. PP No. 23 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batubara; dan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2014 tentang Panas Bumi.

DAFTAR PUSTAKA

Ari Margono, *Menuju Corporate social Leadership*, Suara Pembaharuan, terbitan 11 Mei 2006. (14 Juli 2018)

Bambang dan Mella Famiola, 2013, *CSR (Corporate Social Responsibility)*, Bandung: Rekayasa Sains.

Chairil N. Siregar, *Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi CSR Pada Masyarakat Indonesia*.

⁷ A.B. Susanto, Op.Cit., hal.6

⁸ Ibid,hal.7

Kaelan, 2013, Negara Kebangsaan Pancasila: Kultural, Historis, Filosofis, Yuridis dan Aktualisasinya, Yogyakarta: Paradigma.

Margiono, *Menuju Corporate Social Leadersip*, Suara Pembaruan, 11 Mei 2006

Nikmatullah, Dewangga, *Pemberdayaan Masyarakat Miskin Melalui Program Corporate Social Responsibility*, <http://eprints.uns.ac.id/12590/1/343931701201408338.pdf> (Akses 14 Agustus 2018)

Soerjono Soekanto, 2006, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: Penerbit UI Press.

Sri Urip, 2013, *Strategi CSR Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, Tangerang: Penerbit Literati.

Susanto, 2007, *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: The Jakarta Consulting Group.

Tamam Achda, *Konteks Sosiologis Perkembangan CSR dan Implementasinya*.