

Makalah Pembicara

WORKSHOP Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Yogyakarta, 6 – 8 Mei 2008



Corporate Social Responsibility: Konsep dan Perkembangan Pemikiran

Oleh :

Edi Suharto, PhD

Analisis Kebijakan Sosial dan Konsultan CSR; Redaktur Ahli Majalah Bisnis dan CSR; Pembantu Ketua I Bidang Akademik Sekolah Tinggi Kesejahteraan Sosial (STKS) Bandung.

Corporate Social Responsibility: Konsep dan Perkembangan Pemikiran

Edi Suharto, PhD

Disampaikan pada Workshop Tanggungjawab Sosial Perusahaan, Universitas Islam Indonesia (UII), Yogyakarta, 6-8 Mei 2008.

Penulis adalah Analis Kebijakan Sosial dan Konsultan CSR; Redaktur Ahli Majalah Bisnis dan CSR; Pembantu Ketua I Bidang Akademik Sekolah Tinggi Kesejahteraan Sosial (STKS) Bandung.

Website: www.policy.hu/suharto; Email: suharto@policy.hu

Pengantar

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

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

1. *Good corporate governance*: etika bisnis, manajemen sumberdaya manusia, jaminan sosial bagi pegawai, serta kesehatan dan keselamatan kerja;
2. *Good corporate responsibility*: pelestarian lingkungan, pengembangan masyarakat (*community development*), perlindungan hak azasi manusia, perlindungan konsumen, relasi dengan pemasok, dan penghormatan terhadap hak-hak pemangku kepentingan lainnya.

Dengan demikian, perilaku atau cara perusahaan memerhatikan dan melibatkan *shareholder*, pekerja, pelanggan, pemasok, pemerintah, LSM, lembaga internasional dan *stakeholder* lainnya merupakan konsep utama CSR. Kepatuhan perusahaan terhadap hukum dan peraturan-peraturan yang menyangkut aspek ekonomi, lingkungan dan sosial bisa dijadikan indikator atau perangkat formal dalam mengukur kinerja CSR suatu perusahaan. Namun, CSR seringkali dimaknai sebagai komitmen dan kegiatan-kegiatan sektor swasta yang lebih dari sekadar kepatuhan terhadap hukum.

CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Pengertian CSR yang relatif lebih mudah dipahami dan dioperasionalkan adalah dengan mengembangkan konsep Tripple Bottom Lines (*profit*, *planet* dan *people*) yang digagas Elkington (1998). Saya menambakkannya dengan satu *line* tambahan, yaitu *procedure*. Dengan demikian, CSR adalah “Kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*)

dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional” (Suharto, 2008b).

Jejak

Pandangan bahwa dunia bisnis memiliki tanggungjawab yang lebih dari sekadar meningkatkan kemakmuran ekonomi semata bukanlah sesuatu yang baru. Sepanjang catatan sejarah, peranan organisasi-organisasi yang memproduksi barang dan jasa bagi pasar selalu dikaitkan dengan aspek sosial, politik dan bahkan militer.

Sebagai contoh, pada masa perkembangan awal industrialisasi di Inggris, perusahaan seperti Hudson Bay dan the East India Company menerima mandat yang luas. Kebijakan publik saat itu sudah menekankan bahwa perusahaan harus membantu mewujudkan tujuan-tujuan kemasyarakatan, seperti perluasan wilayah koloni, pembangunan permukiman, penyediaan jasa transportasi, pengembangan bank dan jasa finansial.

Pada awal abad ke-19, perusahaan sebagai sebuah bentuk organisasi bisnis berkembang pesat di Amerika. Pada awalnya, dewan direksi dan manajemen perusahaan dianggap hanya bertanggungjawab terhadap *shareholder* saja. Kemudian, kebijakan publik secara tegas mengatur domain sosial yang mesti direspon perusahaan secara lebih spesifik, seperti kesehatan dan keselamatan kerja, perlindungan konsumen, jaminan sosial pekerja, pelestarian lingkungan dan seterusnya. Selain harus merespon tuntutan-tuntutan pasar secara sukarela, karena merefleksikan tuntutan moral dan sosial konsumen, perusahaan juga memiliki tanggungjawab sosial, karena harus patuh terhadap hukum dan kebijakan publik.

Di pertengahan abad ke-20, CSR sudah dibahas di Amerika oleh para pakar bisnis semisal Peter Drucker dan mulai dimasukkan dalam literatur. Pada tahun 1970, ekonom Milton Friedman menjelaskan pandangannya bahwa tanggungjawab sosial perusahaan adalah menghasilkan keuntungan (*profit*) dalam batasan moral masyarakat dan hukum. Ia mengingatkan bahwa inisiatif perusahaan untuk menjalankan CSR dapat membuat arah manajemen menjadi tidak fokus, pemborosan sumberdaya, memperlemah daya saing, serta mempersempit pilihan-pilihan dan kesempatan. Namun demikian, CSR semakin berkembang dan terus menjadi isu kunci dalam konteks manajemen, pemasaran dan akuntansi di Inggris, Amerika, Eropa, Canada dan negara-negara lain.

Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (Corporate Social Activity) atau “aktivitas sosial perusahaan” (Suharto, 2008b). Walaupun tidak menamainya sebagai CSR, secara faktual aksinya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk peran serta dan kepedulian perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Melalui konsep investasi sosial perusahaan “*seat belt*”, sejak tahun 2003 Departemen Sosial tercatat sebagai lembaga pemerintah yang aktif dalam mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi kepada berbagai perusahaan nasional.

Pada awal perkembangannya, bentuk CSR yang paling umum adalah pemberian bantuan terhadap organisasi-organisasi lokal dan masyarakat miskin di seputar perusahaan. Pendekatan CSR yang berdasarkan motivasi karitatif dan kemanusiaan ini pada umumnya dilakukan secara *ad-hoc*, *partial*, dan tidak melembaga. CSR pada

tataran ini hanya sekadar *do good* dan *to look good*, berbuat baik agar terlihat baik. Perusahaan yang melakukannya termasuk dalam kategori "perusahaan impresif", yang lebih mementingkan "tebar pesona" (promosi) ketimbang "tebar karya" (pemberdayaan) (Suharto, 2008a). Perusahaan-perusahaan seperti PT Unilever, Freeport, Rio Tinto, Inco, Riau Pulp, Kaltim Prima Coal, Pertamina serta perusahaan BUMN lainnya telah cukup lama terlibat dalam menjalankan CSR.

Dewasa ini semakin banyak perusahaan yang kurang menyukai pendekatan karitatif semacam itu, karena tidak mampu meningkatkan keberdayaan atau kapasitas masyarakat lokal. Pendekatan *community development* kemudian semakin banyak diterapkan karena lebih mendekati konsep *empowerment* dan *sustainable development*. Prinsip-prinsip *good corporate governance*, seperti *fairness*, *transparency*, *accountability*, dan *responsibility* kemudian menjadi pijakan untuk mengukur keberhasilan program CSR.

Kegiatan CSR yang dilakukan saat ini juga sudah mulai beragam, disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat berdasarkan *needs assessment*. Mulai dari pembangunan fasilitas pendidikan dan kesehatan, pemberian pinjaman modal bagi UKM, *social forestry*, penakaran kupu-kupu, pemberian beasiswa, penyuluhan HIV/AIDS, penguatan kearifan lokal, pengembangan skema perlindungan sosial berbasis masyarakat dan seterusnya. CSR pada tataran ini tidak sekadar *do good* dan *to look good*, melainkan pula *to make good*, menciptakan kebaikan atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Paradoks kejayaan dunia bisnis

Pada aras global, embusan CSR dan konsep-konsep yang terkait, seperti *corporate citizenship* dan *corporate sustainability* semakin meluas, terutama dalam merespon tantangan-tantangan baru akibat menguatnya globalisasi yang melahirkan paradoks antara kejayaan dunia bisnis di satu pihak, dan memburuknya tatanan ekonomi, keadilan sosial dan kehidupan masyarakat di pihak lain.

Dengan baju globalisasi, saat ini kaum neoliberalis telah berhasil melakukan apa yang disebut "*mallng the world*," mengubah dunia menjadi pusat perbelanjaan raksasa dimana kesejahteraan manusia dan kedaulatan negara dipaksa tunduk pada hukum hedonisme dan pasar bebas. Para penguasa dan pengusaha harus bisa menjaga agar Corporate Social Responsibility tidak tergelincir untuk memperkuat hegemoni ini (Suharto, 2008c).

Majalah Bisnis dan CSR edisi Oktober 2007 menurunkan laporan utama mengenai paradoks kejayaan dunia bisnis dan fenomena kemiskinan di kancah global (lihat Bisnis dan CSR, 2007: 84-91). Merujuk berbagai sumber, seperti bukunya David C. Korten, *When Corporations Rule the World* (1995), dan Anderson Cavanagh dalam *The Top 200: The Rise of Corporate Global Power* disimpulkan bahwa dunia bisnis kini telah menjelma menjadi institusi paling berkuasa di muka bumi selama setengah abad terakhir ini.

Dari 100 besar penguasa ekonomi dunia, 51 di antaranya adalah korporasi dan 49 nya adalah negara. Mengutip laporan The United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), *The World Investment* (2002), ditemukan bahwa sekitar 65 ribu korporasi transnasional bersama 850 ribu afiliasi asingnya menguasai 10% total

Gros Domestic Product (GDP) dan 33% ekspor dunia. Sejumlah korporasi multinasional memiliki pendapatan sebanding dengan GDP negara maju dan melebihi puluhan negara miskin dan berkembang. Misalnya, penjualan tahunan General Motor sebanding dengan GDP Denmark dan omset Exxon Mobil melebihi gabungan GDP 180 negara miskin dan berkembang.

Namun demikian, kemajuan perusahaan transnasional tersebut ternyata tidak sejalan dengan perbaikan kesejahteraan masyarakat dunia. Hingga awal millenium ini, diantara 5,4 miliar populasi dunia terdapat sekitar 1,3 miliar manusia yang hidup di bawah 1 dollar AS per hari. Ini belum termasuk ratusan juta keluarga yang tidak memiliki rumah layak, kekurangan air bersih, anak-anak usia sekolah yang tidak sekolah, ibu-ibu yang meninggal ketika melahirkan, dan bayi-bayi yang tidak sempat menatap dunia saat dilahirkan. Ini juga belum termasuk kerusakan lingkungan yang diakibatkan (baik langsung maupun tidak langsung) oleh beroperasinya perusahaan dan pada gilirannya mengakibatkan bencana kemanusiaan berkepanjangan.

Buramnya wajah kemanusiaan global ini tidak jauh berbeda dengan potret di Indonesia. Hingga saat ini, jumlah orang miskin di Indonesia masih sangat mencemaskan (Suharto, 2007b). Pada tahun 2007, jumlah penduduk miskin adalah 37,17 juta orang atau 16,58% dari total penduduk Indonesia. Angka kemiskinan ini menggunakan *poverty line* dari BPS sekitar Rp.5.500 per kapita per hari. Jika menggunakan *poverty line* dari Bank Dunia sebesar US\$2 per kapita per hari, diperkirakan jumlah orang miskin di Indonesia berkisar antara 40-60% dari total penduduk.

Potret kesejahteraan ini akan lebih buram lagi jika dimasukkan para Pemerlu Pelayanan Kesejahteraan Sosial (PPKS) yang oleh Departemen Sosial diberi label Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS). Di dalam kelompok ini berbaris jutaan gelandangan; pengemis; Wanita Tuna Susila; Orang Dengan Kecacatan; Orang Dengan HIV/AIDS (ODHA); Komunitas Adat Terpencil (KAT); Anak yang Membutuhkan Perlindungan Khusus atau *Children in Need of Special Protection* (CNSP) (anak jalanan, buruh anak, anak yang dilacurkan, anak yang berkonflik dengan hukum, anak yang terlibat konflik bersenjata); jompo telantar dan seterusnya. Mereka bukan saja menghadapi kesulitan ekonomi, melainkan pula mengalami *social exclusion* – pengucilan sosial akibat diskriminasi, stigma, dan eksploitasi. Berbeda dengan kelompok miskin lainnya, mereka jarang tersentuh oleh program CSR.

Perspektif global

Dipandang dari perspektif pembangunan yang lebih luas, CSR menunjuk pada kontribusi perusahaan terhadap konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), yakni “pembangunan yang sesuai dengan kebutuhan generasi saat ini tanpa mengabaikan kebutuhan generasi masa depan.” Dengan pemahaman bahwa dunia bisnis memainkan peran kunci dalam penciptaan kerja dan kesejahteraan masyarakat, CSR secara umum dimaknai sebagai sebuah cara dengan mana perusahaan berupaya mencapai sebuah keseimbangan antara tujuan-tujuan ekonomi, lingkungan dan sosial masyarakat, seraya tetap merespon harapan-harapan para pemegang saham (*shareholders*) dan pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Paradigma ini terutama semakin populer setelah John Elkington pada tahun 1998 mempublikasikan bukunya, *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st*

Century Business (Suharto, 2008a). 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*) (Suharto, 2008a).

Beberapa perspektif mengenai CSR yang dikemukakan oleh beberapa lembaga di berbagai negara menunjukkan keragaman konsep ini, baik pada tataran teoritis maupun praktis. Tantangan ini memberi pesan kepada kalangan akademis, bisnis maupun praktisi bahwa CSR memiliki kriteria yang berbeda manakala diterapkan pada konteks yang berbeda. Tantangan ini juga menekankan pentingnya pengembangan relasi yang tepat antara *shareholder* dan *stakeholder*, serta penerapan kebijakan yang terintegrasi antara instrumen regulasi dan kesukarelaan (lihat Suharto, 2006; Suharto, 2007; Suharto, 2008a; 2008b).

1. ISO 26000

ISO 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility* merumuskan definisi dan pedoman CSR yang akan menjadi standard internasional. Meskipun baru akan ditetapkan tahun 2010, draft pedoman ini sering dijadikan rujukan. CSR adalah tanggungjawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (draft 3, 2007) (lihat Sukada dan Jalal, 2008).

Berdasarkan pedoman ini, CSR tidaklah sesederhana sebagaimana dipahami dan dipraktikkan oleh kebanyakan perusahaan. CSR mencakup tujuh komponen utama:

- *The environment*
- *Social development*
- *Human rights*
- *Organizational governance*
- *Labor practices*
- *Fair operating practices*, dan
- *Consumer issues*.

2. The Global Reporting Initiative (GRI)

GRI telah mengembangkan sebuah *framework* yang membedakan antara kinerja ekonomi dan sosial suatu organisasi. Bagi GRI, CSR merupakan dimensi sosial dari konsep keberlanjutan yang mencakup dampak aktivitas organisasi terhadap masyarakat, termasuk karyawan, pelanggan, mitra bisnis dan pemasok. Kegiatan CSR terdiri dari empat aspek:

- Tempat kerja (kesehatan dan keselamatan kerja, gaji dan tunjangan karyawan, non-diskriminasi, pelatihan, tidak melibatkan pekerja anak)

- Hak azasi manusia
- Pemasok
- Produk dan jasa.

3. Business Actions for Sustainable Development (BASD)

BASD yang sebelumnya bernama World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mengintegrasikan dan menempatkan CSR dalam konteks pembangunan berkelanjutan. CSR dipandang sebagai satu dari tiga tanggungjawab utama perusahaan yang mencakup tanggungjawab ekonomi dan lingkungan. CSR didefinisikan sebagai komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Elemen utama CSR mencakup:

- Hak azasi manusia
- Hak-hak pekerja
- Perlindungan lingkungan
- Relasi dengan pemasok
- Keterlibatan masyarakat
- Hak-hak stakeholder
- Monitoring dan assessment kinerja CSR

4. Kanada

The Conference Board of Canada (CBC) memandang CSR sebagai sarana untuk membantu organisasi mencapai keseimbangan antara kepentingan ekonomi, lingkungan dan sosial, seraya memadukan harapan stakeholder dengan tuntutan nilai *shareholder*. Sementara itu, Canadian Business for Social Responsibility (CBSR) mendefinisikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk beroperasi yang secara ekonomi dan lingkungan berkelanjutan, seraya mengakui kepentingan para *stakeholder*. Jika digabungkan, kedua lembaga ini memandang bahwa CSR meliputi:

- Tatakelola perusahaan dan praktik manajemen
- Keterlibatan masyarakat
- Manajemen sumberdaya manusia
- Lingkungan, kesehatan dan keamanan kerja
- Hak azasi manusia
- Relasi pegawai
- Pengembangan masyarakat
- Pelestarian lingkungan
- Praktik pemasaran
- Tanggungjawab dan akuntabilitas fiskal.

5. The Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)

OECD menilai bahwa CSR memiliki arti yang berbeda bagi kelompok, sektor dan *stakeholder* yang berbeda. Lembaga ini meyakini bahwa terdapat kesepakatan umum bahwasanya dalam ekonomi global, dunia bisnis memainkan peranan penting lebih dari sekadar menciptakan kerja dan meningkatkan kemakmuran. CSR adalah wujud kontribusi nyata perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan. Perilaku perusahaan jangan hanya mampu menjamin keuntungan bagi *shareholder*, gaji bagi karyawan, dan produk serta jasa bagi pelanggan, melainkan pula harus mampu

merespon nilai-nilai kemasyarakatan dan lingkungan. Pada tahun 2000, OECD merevisi Guidelines for Multinational Enterprises dan menetapkan “*voluntary policies*” yang mempromosikan transparansi dan akuntabilitas perusahaan yang mencakup:

- Etika bisnis
- Investasi kemasyarakatan
- Lingkungan
- *Governance* dan akuntabilitas
- Hak azasi manusia
- Pasar
- Visi, misi dan nilai-nilai
- Tempat kerja

6. The Commission for European Communities (CEC)

Dalam Green Paper-nya yang terbaru, CEC melihat CSR sebagai konsep dengan mana perusahaan memutuskan secara sukarela untuk berkontribusi terhadap kehidupan masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih. Green Paper mencatat bahwa organisasi dikatakan bertanggungjawab secara sosial tidak hanya karena ia telah memenuhi harapan-harapan legal. Melainkan pula, lebih dari sekadar ketaatan terhadap hukum, perusahaan itu telah mampu berinvestasi dalam *human capital*, lingkungan dan relasi *stakeholder*. Paper tersebut menjelaskan CSR dalam dua kategori: (a) dimensi internal yang terdiri dari manajemen sumberdaya manusia, kesehatan dan keselamatan kerja, adaptasi terhadap perubahan, dan pengelolaan dampak lingkungan dan sumberdaya alam; dan (b) dimensi eksternal yang mencakup komunitas lokal, mitra bisnis dengan konsumen dan pemasok, hak azasi manusia, dan perhatian terhadap lingkungan global. Pendekatan holistik CSR mencakup:

- Tanggungjawab sosial dalam manajemen yang terintegrasi
- Tanggungjawab sosial dalam pelaporan dan audit
- Kualitas dalam pekerjaan
- *Social and eco labels*
- Investasi yang bertanggungjawab secara sosial

7. GlobeScan

Berdasarkan survey periodik terhadap konsumen dan warga negara di berbagai negara, GlobeScan cenderung mendefinisikan CSR kedalam dua kategori: (a) tanggungjawab operasional yang menunjuk pada standard-standard yang harus dicapai perusahaan dalam urusan bisnis secara normal; dan (b) tanggungjawab kewargaan (*citizenship responsibility*), yakni perhatian perusahaan kepada urusan-urusan yang bersifat publik.

Tanggungjawab operasional terdiri dari:

- Perlindungan kesehatan dan keselamatan karyawan
- Tidak terlibat dalam penyogokan dan korupsi
- Tidak mempekerjakan buruh anak
- Pelestarian lingkungan
- Mencari untung dan membayar pajak
- Memperlakukan karyawan secara adil
- Menyediakan produk yang berkualitas dengan harga murah
- Menciptakan lapangan kerja yang aman
- Menerapkan standard universal

Tanggungjawab kewargaan meliputi:

- Merespon terhadap perhatian dan pandangan-pandangan publik
- Mengurangi pelanggaran hak azasi manusia
- Meningkatkan stabilitas ekonomi
- Mengurangi kesenjangan antara orang kaya dan miskin
- Mendukung kegiatan amal dan kemasyarakatan
- Mendukung kebijakan-kebijakan pemerintah yang progresif

Debut dan Debat CSR di Indonesia

Di Tanah Air, debut CSR semakin menguat terutama setelah dinyatakan dengan tegas dalam UU PT No.40 Tahun 2007 yang belum lama ini disahkan DPR. Disebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1).

UU PT tidak menyebutkan secara rinci berapa besaran biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk CSR serta sanksi bagi yang melanggar. Pada ayat 2, 3 dan 4 hanya disebutkan bahwa CSR "dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran". PT yang tidak melakukan CSR dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan. Ketentuan lebih lanjut mengenai CSR ini baru akan diatur oleh Peraturan Pemerintah, yang hingga kini – sepengetahuan penulis, belum dikeluarkan.

Peraturan lain yang menyentuh CSR adalah UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) menyatakan bahwa "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan." Meskipun UU ini telah mengatur sanksi-sanksi secara terperinci terhadap badan usaha atau usaha perseorangan yang mengabaikan CSR (Pasal 34), UU ini baru mampu menjangkau investor asing dan belum mengatur secara tegas perihal CSR bagi perusahaan nasional.

Jika dicermati, peraturan tentang CSR yang relatif lebih terperinci adalah UU No.19 Tahun 2003 tentang BUMN. UU ini kemudian dijabarkan lebih jauh oleh Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 yang mengatur mulai dari besaran dana hingga tatacara pelaksanaan CSR. Seperti kita ketahui, CSR milik BUMN adalah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Dalam UU BUMN dinyatakan bahwa selain mencari keuntungan, peran BUMN adalah juga memberikan bimbingan bantuan secara aktif kepada pengusaha golongan lemah, koperasi dan masyarakat. Selanjutnya, Permen Negara BUMN menjelaskan bahwa sumber dana PKBL berasal dari penyisihan laba bersih perusahaan sebesar 2 persen yang dapat digunakan untuk Program Kemitraan ataupun Bina Lingkungan. Peraturan ini juga menegaskan bahwa pihak-pihak yang berhak mendapat pinjaman adalah pengusaha beraset bersih maksimal Rp 200 juta atau beromset paling banyak Rp 1 miliar per tahun (lihat Majalah Bisnis dan CSR, 2007)

Namun, UU ini pun masih menyisakan pertanyaan. Selain hanya mengatur BUMN, program kemitraan perlu dikritisi sebelum disebut sebagai kegiatan CSR. Menurut Sribugo Suratmo (2008), kegiatan kemitraan mirip dengan sebuah aktivitas sosial dari

perusahaan, namun di sini masih ada bau bisnisnya. Masing-masing pihak harus memperoleh keuntungan.

Pertanyaannya: apakah kerjasama antara pengusaha besar dan pengusaha kecil yang menguntungkan secara ekonomi kedua belah pihak, dan apalagi hanya menguntungkan pihak pengusaha kuat (cenderung eksploitatif) bisa dikategorikan sebagai CSR?

Meskipun CSR telah diatur oleh UU, debat mengenai "kewajiban" CSR masih bergaung. Bagi kelompok yang tidak setuju, UU CSR dipandang dapat mengganggu iklim investasi. Program CSR adalah biaya perusahaan. Di tengah situasi negara yang masih diselimuti budaya KKN, CSR akan menjadi beban perusahaan tambahan disamping biaya-biaya siluman yang selama ini sudah memberatkan operasi bisnis.

Ada pula yang menyoal definisi dan singkatan CSR, terutama terkait hurup "R" (*Responsibility*). Dalam Bahasa Inggris, "responsibility" berasal dari kata "response" (tindakan untuk merespon suatu masalah atau isu) dan "ability" (kemampuan). Maknanya, *responsibility* merupakan tindakan yang bersifat sukarela, karena respon yang dilakukan disesuaikan dengan *ability* yang bersangkutan. Menurut pandangan ini, kalau CSR bersifat wajib, maka singkatannya harus diubah menjadi CSO (Corporate Social Obligation).

Selain itu, kalangan yang kontra UU CSR berpendapat bahwa *core business* perusahaan adalah mencari keuntungan. Oleh karena itu, ketika perusahaan diwajibkan memerhatikan urusan lingkungan dan sosial, ini sama artinya dengan mendesak Greenpeace dan Save The Children untuk berubah menjadi korporasi yang mencari keuntungan ekonomi.

Kelompok yang setuju dengan UU CSR umumnya berargumen bahwa CSR memberi manfaat positif terhadap perusahaan, terutama dalam jangka panjang. Selain menegaskan *brand differentiation* perusahaan, CSR juga berfungsi sebagai sarana untuk memperoleh *license to operate*, baik dari pemerintah maupun masyarakat. CSR juga bisa berfungsi sebagai strategi *risk management* perusahaan (Suharto, 2008).

Meskipun telah membayar pajak kepada pemerintah, perusahaan tidak boleh lepas tangan terhadap permasalahan lingkungan dan sosial di sekitar perusahaan. Di Indonesia yang masih menerapkan *residual welfare state*, manfaat pajak seringkali tidak dirasakan secara langsung oleh masyarakat kelas bawah, orang miskin dan komunitas adat terpencil.

Oleh karena itu, bagi kalangan yang setuju UU CSR, CSR merupakan instrumen *cash transfer* dan suplemen sistem "negara kesejahteraan residual" yang cenderung gagal mensejahterakan masyarakat karena kebijakan dan program sosial negara bersifat *fragmented* dan tidak melembaga.

Manfaat

Tiga lembaga internasional independen, Environics International (Kanada), Conference Board (AS), dan Prince of Wales Business Leader Forum (Inggris) melakukan survey tentang hubungan antara CSR dan citra perusahaan. Survey

dilakukan terhadap 25 ribu konsumen di 23 negara yang dituangkan dalam *The Millenium Poll on CSR* pada tahun 1999 (Suharto, 2008b).

Hasil survey menunjukkan bahwa mayoritas responden (60%) menyatakan bahwa elemen CSR seperti etika bisnis, praktik sehat terhadap karyawan, dampak terhadap lingkungan, merupakan unsur utama mereka dalam menilai baik atau tidaknya suatu perusahaan. Sedangkan faktor fundamental bisnis, seperti kinerja keuangan, ukuran perusahaan, strategi perusahaan atau manajemen, hanya dipilih oleh 30% responden. Sebanyak 70% responden setuju bahwa mereka akan lebih loyal terhadap perusahaan yang mendukung masyarakat lokal, dan sebaliknya sekitar 40% responden mengancam akan "menghukum" perusahaan yang tidak melakukan CSR. Separo responden berjanji tidak akan mau membeli produk perusahaan yang mengabaikan CSR. Lebih jauh, mereka akan merekomendasikan hal ini kepada konsumen lain.

Dewasa ini, *stakeholder* semakin menyadari akan pentingnya dampak dari keputusan-keputusan perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Perusahaan dituntut untuk lebih melibatkan beragam *stakeholder* dalam proses pembuatan keputusan dan memerhatikan tantangan-tantangan serta kebutuhan masyarakat, khususnya di sekitar perusahaan beroperasi. Para pemangku kepentingan ini dapat memberi *reward* atau *punishment* terhadap perusahaan. Perusahaan semakin dituntut untuk mengubah perilaku ekonominya agar lebih sesuai dengan etika bisnis. Dalam konteks ini, maka CSR dapat:

- Memperkuat kinerja dan keuntungan ekonomi yang lebih efisien dan berkelanjutan;
- Meningkatkan komitmen para pekerja;
- Memantapkan akuntabilitas perusahaan terkait investasi sosial dan kemasyarakatan;
- Mengurangi kerentanan dan instabilitas operasi perusahaan terkait menguatnya hubungan dengan masyarakat; dan
- Mempertegas reputasi dan citra perusahaan.

Dipandang dari perspektif bisnis progresif, CSR memfokuskan pada perluasan kesempatan-kesempatan baru sebagai sebuah cara untuk merespon tuntutan-tuntutan ekonomi, lingkungan dan sosial yang terkait satu sama lain dalam pasar. Fokus ini bukan saja mampu memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan, melainkan pula dapat mendorong inovasi perusahaan untuk terus-menerus melakukan perbaikan di segala bidang.

Visi dan misi perusahaan saja tidak akan mampu membuat perusahaan besar. Harus ada dorongan untuk berubah, menyempurnakan, dan memperbaharainya. Seperti kata Will Rogers "*even if you are on the right track, you will get run over if you just sit there.*" Semakin banyak pihak meyakini bahwa CSR memuat "*relentless drive for progress*".

Senarai literatur

- Elkington, John (1998), *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*, Gabriola Island, BC: New Society Publishers
- Majalah Bisnis dan CSR (2007), *Regulasi Setengah Hati*, Edisi Oktober
- Suharto, Edi (2006), *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*, Bandung: Refika Aditama (cetakan kedua)
- Suharto, Edi (2007), *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*, Bandung: Refika Aditama
- Suharto, Edi (2008a), "Corporate Social Responsibility: What is and Benefits for Corporate" makalah yang disajikan pada Seminar Dua Hari, *Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership*, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta 13-14 Februari
- Suharto, Edi (2008b), "Audit CSR", *Majalah Bisnis dan CSR*, Vol.1, No.5, hal.188-215
- Suharto, Edi (2008c), "Corporate Social Responsibility: Perspektif Ilmu Sosial, makalah yang disampaikan pada *Seminar Sehari Corporate Social Responsibility*, Dinas Sosial Kota Surabaya di Hotel J.W. Marriot Surabaya, 24 April 2008
- Sukada, Sonny dan Jalal (2008) "Pelaporan Keberlanjutan: Alat Akuntabilitas dan Manajemen" makalah yang disajikan pada Seminar Dua Hari, *Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership*, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta 13-14 Februari
- Suratmo, Sribugo (2008), "Implementasi CSR di Perusahaan" makalah yang disajikan pada Seminar Dua Hari, *Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership*, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta 13-14 Februari



CURRICULUM VITAE RINGKAS

Edi Suharto, PhD

Penulis adalah Analis Kebijakan Sosial dan Konsultan CSR. Saat ini menjabat sebagai Pembantu Ketua I Bidang Akademik STKS Bandung, setelah selama 2 tahun (2005-2007) menjadi Ketua Program Pascasarjana Spesialis Pekerjaan Sosial di STKS Bandung. Selain menjadi dosen di STKS, Universitas Pasundan Bandung, Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Institut Pertanian Bogor hingga kini, Dr Suharto juga sering menjadi konsultan di lembaga-lembaga Internasional. Diantaranya konsultan ILO (2003-2004) dalam International Program for the Elimination of Child Labour; International Policy Analyst (2004-2005) di Centre for Policy Studies, Budapest-Hongaria; Social Policy Expert (2005-2006) di Galway Development Services International, Irlandia; dan konsultan di Plan International Indonesia (2007). Pada kurun waktu 2006-2007, Redaktur Ahli Majalah Bisnis dan CSR ini juga menjadi Tim Ahli pada Program Keluarga Harapan (PKH), sebuah skema *conditional cash transfer* yang dikembangkan Bappenas dan World Bank di Indonesia.

Selain rajin menulis opini di berbagai media massa, penggemar gado-gado, sayur asem, tempe, soto, *lassagne*, *sphagetti* dan *steak* ini juga aktif menulis buku dan artikel di jurnal nasional maupun internasional. Beberapa karyanya antara lain:

1. Kebijakan Sosial Sebagai Kebijakan Publik, Bandung: Alfabeta (2007)
2. Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan, Bandung: Refika Aditama (2007)
3. Analisis Kebijakan Publik: Panduan Praktis Mengkaji Masalah dan Kebijakan Sosial, Bandung: Alfabeta (2006 edisi ke-tiga);
4. Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial, Bandung: Refika Aditama (2006 edisi kedua).
5. Pembangunan, Kebijakan Sosial dan Pekerjaan Sosial, Bandung: Lembaga Studi Pembangunan (1997)
6. *Social Protection Systems in ASEAN: Social Policy in A Comparative Analysis*, International Journal of Social Development Issues (2008 forthcoming)
7. "How Informal Enterprises Coped with the Asian Economic Crisis: The Case of Pedagang Kakilima in Bandung" in Edwina Palmer (ed), *Asian Futures, Asian Traditions*, London: Global Oriental (2005).
8. "Human Development and the Urban Informal Sector in Bandung, Indonesia: the Poverty Issue," International Journal, *New Zealand Journal of Asian Studies* (NJJAS), Vol. 4, No. 2., 2002, pp.115-133.

Lahir di Majalengka pada tanggal 6 Nopember 1965. Setelah menamatkan SD, SMP dan SMA di "Kota Genteng" Jatiwangi, ayah tiga anak (Febry Hizba Ahshaina Suharto, Fabiola Hazimah Zealandia Suharto dan Fadlih Syari'ati Augusta Suharto) ini menyelesaikan pendidikan S1 di STKS Bandung, S2 di Asian Institute of Technology, Bangkok dan S3 di Massey University, New Zealand. Beberapa tulisannya bisa diakses di website: www.policy.hu/suharto. Kontak dan korespondensi bisa dilakukan melalui telepon 022-7534913 atau 081324156999; lewat e-mail: suharto@policy.hu atau berkirim surat ke alamat: STKS di Jl. Ir. H. Juanda 367 Bandung 40135, Fax 022-2501330.