CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR):
Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia

Oleh:
Lina Anatan, S.E., M.Si.
Staff Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha

Abstract: The issue of Corporate Social Responsibility (CSR) becomes more and more crucial as the declining participation of public sector to serve community in today's globalization era. It has triggered the growth of corporate sectors' roles to preserving civil society. The implementation of CSR must emphasis on sustainability, embracing internal as well as external oriented policies (inside out policy). The implementation of CSR is a voluntary principle, but government is tempted to impose regulation that would force businesses to comply with CSR principles to discourage companies to pay attention on social issues. Companies which can create good shareholder values, as well as affect positively on their stakeholders (their customers, suppliers, employees, and the community at large) are regarded as companies that concern in social responsibility through value creation on triple bottom line (profit, people, and planet) which become the fundamental to the concept of CSR.

Keywords: corporate social responsibility, civil society, triple bottom line

Pendahuluan

Konsep *social sustainability* muncul sebagai kelanjutan konsep *economic sustainability* dan *environmental sustainability* yang telah dicetuskan sebelumnya. Konsep ini muncul dalam pertemuan di Yohannesberg pada tahun 2002 yang dilatarbelakangi oleh alasan-alasan: 1) konsep *economic sustainability* dan *environmental sustainability* yang dikembangkan sebelumnya belum dapat mengangkat kesejahteraan komunitas di negara-negara di dunia; 2) perlunya suatu tatanan aturan untuk menyeimbangkan kesejahteraan pembangunan baik di negara-negara selatan maupun negara-negara utara.

Dengan latar belakang tersebut dirumuskan suatu visi yang sama dalam dunia usaha yang makin mengglobal dan mengarah pada liberalisasi untuk mewujudkan kebersamaan aturan bagi tingkat kesejahteraan umat manusia yaitu konsep *social sustainability*. Dalam perkembangan selanjutnya ketiga konsep ini menjadi patokan bagi perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial yang kita kenal dengan konsep *corporate social responsibility (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.

Tulisan ini merupakan telaah literatur tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia. Pada bagian pertama membahas pengertian dan

alasan pentingnya tanggung jawab sosial dalam mewujudkan kelangsungan hidup dan pengembangan masyarakat. Bagian kedua membahas masalah motivasi dunia usaha melakukan CSR. Bagian ketiga membahas beberapa fakta kurangnya kepedulian perusahaan di Indonesia dalam mengimplementasikan CSR. Bagian keempat membahas kisah sukses implementasi CSR di Indonesia. Bagian kelima membahas peran pengaturan yang baik *(good governance)* dalam meningkatkan kesadaran perusahaan akan tanggung jawabnya terhadap keberlanjutan ekonomi, lingkungan, dan sosial. Bagian keenam membahas kesimpulan.

Corporate Social Responsibility (CSR): Konsep dan Mekanisme Kerja

Dunia usaha merupakan bagian dari komunitas masyarakat dan memiliki tanggung jawab sosial yang sama dengan masyarakat. Pada kenyataannya, tidak dapat dipungkiri bahwa peran dunia usaha selama ini hanya sebatas pemberian dukungan dana secara sukarela *(voluntary)* dan kedermawanan *(philanthropy)* sehingga kegiatan yang dilaksanakan kurang memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Hal ini memunculkan rasa kekecewaan masyarakat dan pemerintah akan minimnya peran dunia usaha dalam kehidupan sosial dan adanya kecenderungan bahwa pelaksanaan CSR hanya sekedar untuk di mata masyarakat atau bahkan hanya di mata konsumen mereka.

Untuk mengatasi masalah tersebut diperlukan dukungan pemerintah selaku pihak yang bertanggung jawab untuk menjaga kelangsungan hidup masyarakat. Peran pemerintah dalam hubungan dengan perusahaan diperlukan bukan sebagai pihak pengatur atau pengendali tetapi lebih merupakan pihak yang berperan sebagai mitra. Peran pemerintah diperlukan bukan hanya sebagai pembuat kebijakan, melainkan juga sebagai fasilitator dan dinamisator bagi dunia usaha dalam melaksanakan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Peran pemerintah sebagai pembuat kebijakan akan dibahas lebih detail pada pembahasan selanjutnya.

The World Business Council for Sustainable Development mendefinisikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, komunitas lokal, dan komunitas secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Sankat dan Clement (2002) dalam Rudito dan Famiola (2007) mendefinisikan CSR sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas. Secara umum, CSR dapat didefinisikan sebagai bentuk kegiatan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat melalui peningkatan kemampuan manusia sebagai individu untuk beradaptasi dengan keadaan sosial yang ada, menikmati, memanfaatkan, dan memelihara lingkungan hidup yang ada.

CSR merupakan salah satu wujud partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan antara mencetak keuntungan, fungsi-fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan hidup. Dengan perkataan lain, CSR dikembangkan dengan koridor *Tri Bottom Line* yang mencakup sosial, ekonomi, dan lingkungan. Contoh sederhana pelaksanaan CSR adalah dengan menghasilkan produk yang aman, tidak berbahaya bagi kesehatan, dan ramah lingkungan; membuat sumur resapan; penyaluran limbah dengan baik; dan pembatasan penggunaan AC dan listrik.

Ernst and Young mengemukakan bahwa perusahaan memiliki empat tanggung jawab utama yaitu terhadap karyawan, konsumen, masyarakat, dan lingkungan. Keempat hal tersebut bisa menjadi dasar pertimbangan bagi perusahaan untuk menetapkan program inti dalam melaksanakan CSR secara spesifik. Terdapat sembilan program kerja yang dapat dilakukan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan CSR yaitu:

1. *Employee Programs*
   Karyawan merupakan aset berharga bagi perusahaan, sehingga tidak mengejutkan jika perusahaan sangat memperhatikan pengembangan kompetensi dan kesejahteraan karyawan. Perhatian terhadap kesejahteraan karyawan perlu diperluas bukan hanya dari sisi jaminan kesehatan dan keselamatan tetapi perlu adanya perluasan program seperti *work life balance program* dan *decision making empowerment program.*
2. *Community and Broader Society*
   Mayoritas perusahaan memiliki aktivitas dalam area ini, salah satunya adalah melalui pemberdayaan masyarakat yang intinya adalah bagaimana individu, kelompok atau komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk masa depan sesuai dengan keinginan mereka (Shardlow, 1998 dalam Ambadar, 2008). Implementasi pemberdayaan masyarakat melalui:
   a. proyek-proyek pembangunan yang memungkinkan anggota masyarakat memperoleh dukungan dalam memenuhi kebutuhan.
   b. kampanye dan aksi sosial yang memungkinkan kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat dipenuhi oleh pihak-pihak lain yang bertanggung jawab.
3. *Environtment Programs*
   Program yang berkaitan dengan pemeliharaan lingkungan misalnya dengan menghasilkan produk yang aman, tidak berbahaya bagi kesehatan, dan ramah lingkungan; membuat sumur resapan; dan penyaluran limbah dengan baik.
4. *Reporting and Communications Programs*
   Perusahaan mengeluarkan atau melaporkan hasil kegiatan CSRnya melalui *annual CSR report* sehingga terdapat bukti riil partisipasi perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya.
5. *Governance or Code of Conduct Programs*
   Perusahaan menitikberatkan kegiatan sosial yang dilakukan berdasarkan sistem yang diatur oleh pemerintah. Hal utama yang harus diperhatikan adalah bagaimana *stakeholder*, pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha dapat membuat regulasi atau ketentuan yang disepakati bersama untuk mengefektifkan program CSR. Hal ini berarti diperlukan UU untuk mengatur CSR pada level makro seperti sasaran program CSR, standar penilaian keberhasilan program, dan koordinasi dengan pihak terkait.
6. *Stakeholder Engagement Programs*
   Upaya menciptakan “effective engagement program” sebagai kunci utama untuk mencapai kesuksesan strategi CSR dan *sustainability strategy*.
7. *Supplier Programs*
   Pembinaan hubungan yang baik atas dasar kepercayaan, komitmen, pembagian informasi antara perusahaan dengan mitra bisnisnya, misalnya melalui pengelolaan rantai pasokan atau jejaring bisnis.

8. *Customer/Product Stewardship Programs*
   Perlunya perhatian perusahaan terhadap keluhan konsumen dan jaminan kualitas produk yang dihasilkan perusahaan.
9. *Shareholder Programs*
   Program peningkatan "share value" bagi *shareholder*, karena *shareholder* merupakan prioritas bagi perusahaan.

Penerapan CSR harus berada dalam koridor strategi perusahaan untuk mencapai tujuan dasar bisnis perusahaan. Pengembangan CSR memerlukan tahapan yang sistematis dan kompleks. Tahap pertama, dimulai dengan upaya melihat dan menilai kebutuhan masyarakat dengan cara mengidentifikasi masalah yang terjadi dan mencari solusi yang tepat. Tahap kedua, perlu dibuat rencana aksi beserta anggaran, jadwal, indikator evaluasi, dan sumber daya yang diperlukan bagi perusahaan. Tahap ketiga, melakukan monitoring kegiatan melalui kunjungan langsung atau melalui survey. Tahap keempat, melakukan evaluasi secara regular dan melakukan pelaporan untuk dijadikan panduan strategi dan pengembangan program selanjutnya. Evaluasi dilakukan pula dengan membandingkan hasil evaluasi dari internal perusahaan dan eksternal perusahaan.

Motivasi Dunia Bisnis Melakukan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Makin meningkatnya perhatian akan implementasi CSR menandai era kebangkitan masyarakat sehingga sudah seharusnya CSR tidak hanya menekankan pada aspek *philantropy* (dorongan kemanusiaan yang bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan sosial) maupun level strategi, melainkan harus makin diperluas pada tingkat kebijakan yang lebih makro dan riil (Korhenen, 2006). Untuk menjamin keberhasilan CSR, pengalaman dan pengetahuan khusus sangat diperlukan, sehingga perusahaan harus dapat belajar dari pengalaman perusahaan-perusahaan yang telah melaksanakan program CSR sebagai salah satu kebijakan manajemen perusahaan.

Zaidi (2003) dalam Ambadar (2008) mengemukakan bahwa dalam perkembangannya telah terjadi pergeseran paradigma pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang meliputi *corporate charity, corporate philantrophy,* dan *corporate citizenship.* Tahap pertama, *corporate charity* merupakan dorongan amal berdasarkan motivasi keagamaan. Tahap kedua adalah *corporate philantrophy*, yakni dorongan kemanusiaan yang biasanya bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan sosial. Tahap ketiga adalah *corporate citizenship*, yaitu motivasi kewargaan demi mewujudkan keadilan sosial berdasarkan prinsip keterlibatan sosial. Tabel 1 berikut menjelaskan perbedaan karakteristik pada masing-masing tahapan dalam tanggung jawab sosial perusahaan.

CSR menjadi isu penting dalam menjamin kelangsungan hidup dunia usaha saat ini. Dunia usaha tidak akan bisa berkembang tanpa memperhatikan situasi dan kondisi lingkungan sosial dimana perusahaan sehingga pelaksanaan CSR menjadi suatu keharusan bagi perusahaan dalam mendukung aktivitas bisnisnya, bukan hanya sekedar pelaksanaan tanggung jawab tetapi menjadi suatu kewajiban bagi dunia usaha. Implementasi CSR harus menjadi suatu bagian dalam peran bisnis dan termasuk dalam kebijakan bisnis perusahaan, sehingga dunia bisnis bukan hanya merupakan suatu organisasi yang berorientasi pada pencapaian laba maksimal tetapi

juga menjadi suatu organisasi pembelajaran, dimana setiap individu yang terlibat didalamnya memiliki kesadaran sosial dan rasa memiliki tidak hanya pada lingkungan organisasi saja melainkan juga pada lingkungan sosial dimana perusahaan berada.

CSR merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan yang didasari tiga prinsip dasar yang meliputi *profit*, *people* dan *planet* (3P). *Profit*, sebagai lembaga usaha dengan *profit oriented*, perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan sehingga perusahaan dapat terus beroperasi dan berkembang. *People*, untuk menjamin kelangsungan hidup dan meningkatkan daya saing perusahaan, perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan karyawan dan manusia yang merupakan aset berharga dalam organisasi maupun negara. Wujud program CSR yang berorientasi sosial atau *people* adalah pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan. *Planet*, kepedulian terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati bisa dilakukan melalui pelaksanaan program penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan permukiman, pengembangan pariwisata.

Tabel 1.
Karakteristik Tahap-Tahap Kedermawanan Sosial

Paradigma	Charity	Philanthropy	Corporate Citizenship
Motivasi	Agama, tradisi, adaptasi	Norma, etika, dan hukum universal	Pencerahan diri dan rekonsiliasi dengan ketertiban sosial
Misi	Mengatasi masalah setempat	Mencari dan mengatasi akar masalah	Memberikan kontribusi kepada masyarakat
Pengelolaan	Jangka pendek, mengatasi masalah sesaat	Terencana, teorganisir, dan terprogram	Terinternalisasi dalam kebijakan perusahaan
Pengorganisasian	Kepanitiaan	Yayasan/ dana abadi/ profesionalitas	Keterlibatan baik dana maupun sumber daya lain
Penerima Manfaat	Orang miskin	Masyarakat luas	Masyarakat luas dan perusahaan
Kontribusi	Hibah sosial	Hibah pembangunan	Hibah (pembangunan serta keterlibatan sosial)
Inspirasi	Kewajiban	Kepentingan Bersama	

Sumber: Zaidi (2003) dalam Ambadar (2008)

Hamann dan Acutt (2003) mengemukakan dua motivasi utama dunia bisnis memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yaitu terkait dengan masalah akomodasi dan legitimasi. Alasan akomodasi terkait dengan kebijakan bisnis yang

hanya bersifat superfisial dan parsial. CSR dilakukan untuk memberi citra sebagai korporasi yang tanggap terhadap kepentingan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa realisasi CSR cenderung bersifat akomodatif dan tidak melibatkan perubahan mendasar dalam kebijakan bisnis korporasi sesungguhnya. Alasan kedua masalah legitimisasi, yaitu upaya untuk mempengaruhi wacana yang terkait dengan pertanyaan-pertanyaan absah apakah yang dapat diajukan terhadap perilaku korporasi, serta jawaban-jawaban apa yang mungkin diberikan dan terbuka untuk diskusi. Hal ini melahirkan argumentasi bahwa CSR dapat memenuhi fungsi utama yang memberikan keabsahan pada sistem kapitalis dimana tanpa kita sadari bangsa Indonesia mulai mengarah pada sistem kapitalis.

Ambadar (2008) mengemukakan beberapa motivasi dan manfaat yang diharapkan perusahaan dengan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan meliputi: 1) perusahaan terhindar dari reputasi negatif perusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek tanpa memperdulikan akibat dari perilaku buruk perusahaan, 2) kerangka kerja etis yang kokoh dapat membantu para manajer dan karyawan menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja di lingkungan dimana perusahaan bekerja, 3) perusahaan mendapat rasa hormat dari kelompok inti masyarakat yang membutuhkan keberadaan perusahaan khususnya dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan, 4) perilaku etis perusahaan aman dari gangguan lingkungan sekitar sehingga dapat beroperasi secara lancar.

Fakta Kurangnya Kepedulian Implementasi CSR di Indonesia

Tanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan, pertumbuhan ekonomi, dan kesejahteraan sosial masyarakat bukan hanya menjadi tanggung jawab perusahaan besar saja, meskipun pada dasarnya mayoritas perusahaan yang melakukan CSR adalah perusahaan besar. Dengan perkataan lain, perusahaan kecil pun harus bertanggung jawab melakukan CSR. Di Indonesia, pelaksanaan CSR sangat dipengaruhi oleh kebijakan dan *Chief Executive Officer* (CEO) sehingga kebijakan CSR tidak secara otomatis akan sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Hal ini memberikan makna bahwa jika CEO memiliki kesadaran akan tanggung jawab sosial yang tinggi, maka kemungkinan besar CSR akan dapat dilaksanakan dengan baik, sebaliknya jika CEO tidak memiliki kesadaran tentang hal tersebut pelaksanaan CSR hanya sekedar simbolis untuk menjaga dan mendongkrak citra perusahaan di mata karyawan dan di mata masyarakat.

Lemahnya Undang-Undang (UU) yang mengatur kegiatan CSR di Indonesia mengakibatkan tidak sedikit pelanggaran-pelanggaran terjadi dan mengakibatkan kerusakan lingkungan hidup yang ada. Sebagai contoh UU Nomor 23 tahun 1997 Pasal 41 ayat 1 tentang pengelolaan lingkungan hidup menyatakan “Barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah.” Pengaturan pencemaran lingkungan hidup tidak langsung mengikat sebagai tanggung jawab pidana mutlak, dan tidak menimbulkan jera bagi para pelaku tindakan ilegal yang merugikan masyarakat dan menimbulkan kerusakan lingkungan.

Kasus kerusakan lingkungan di lokasi penambangan timah inkonvensional di pantai Pulau Bangka-Belitung dan tidak dapat ditentukan siapakah pihak yang bertanggung jawab atas kerusakan yang terjadi karena kegiatan penambangan

dilakukan oleh penambangan rakyat tak berizin yang mengejar setoran pada PT. Timah. Tbk. Sebagai akibat penambangan inkonvensional tersebut terjadi pencemaran air permukaan laut dan perairan umum, lahan menjadi tandus, terjadi abrasi pantai, dan kerusakan laut (Ambadar, 2008).

Contoh lain adalah konflik antara PT Freeport Indonesia dengan rakyat Papua. Penggunaan lahan tanah adapt, perusakan dan penghancuran lingkungan hidup, penghancuran perekonomian, dan pengikaran eksistensi penduduk Amungme merupakan kenyataan pahit yang harus diteima rakyat Papua akibat keberadaan operasi penambangan PT. Freeport Indonesia. Bencana kerusakan lingkungan hidup dan komunitas lain yang ditimbulkan adalah jebolnya Danau Wanagon hingga tiga kali (20 Juni 1998; 20-21 Maret 2000; 4 Mei 2000) akibat pembuangan limbah yang sangat besar kapasitasnya dan tidak sesuai dengan daya dukung lingkungan (Rudito dan Famiola, 2007).

Kedua contoh tersebut hanya merupakan sebagian kecil gambaran fenomena kegagalan CSR yang muncul di Indonesia, dan masih banyak lagi contoh kasus seperti kasus PT Newmont Minahasa Raya, kasus Lumpur panas Sidoarjo yang diakibatkan kelalaian PT Lapindo Brantas, kasus perusahaan tambang minyak dan gas bumi, Unicoal (perusahaan Amerika Serikat), kasus PT Kelian Equatorial Mining pada komunitas Dayak, kasus suku Dayak dengan perusahaan tambang emas milik Australia (Aurora Gold), dan kasus pencemaran air raksa yang mengancam kehidupan 1,8juta jiwa penduduk Kalimantan Tengah yang merupakan kasus suku Dayak vs "Minamata."

Hal terpenting yang harus dilakukan adalah membangkitkan kesadaran perusahaan dan rasa memiliki terhadap lingkungan dan komunitas sekitar. Hal ini menuntut perlunya perhatian *stakeholder*, pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha dalam membuat regulasi atau ketentuan yang disepakati bersama antara pihak-pihak yang terlibat untuk mencapai keefektifan program CSR. Tidak dapat dipungkiri peran UU sebagai bentuk legalitas untuk mengatur pelaksanaan CSR sangat diperlukan. Disamping itu, untuk meningkatkan keseriusan perhatian dan tingkat kepedulian perusahaan terhadap kelestarian lingkungan dan kehidupan sosial ekonomi masyarakat, diperlukan adanya suatu alat evaluasi untuk menilai tingkat keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan program CSR. Hasil dari penilaian yang dilakukan oleh lembaga penilai independen dapat dijadikan sebagai dasar untuk pemberian penghargaan dalam bentuk a*ward* atas peran serta perusahaan terhadap komunitas sekitar. Pada bagian selanjutnya akan dibahas beberapa kisah sukses implementasi CSR yang dilakukan oleh beberapa perusahaan domestik dan bentuk-bentuk partisipasi perusahaan tersebut dalam pengembangan masyarakat, ekonomi, dan pelestarian lingkungan hidup.

Kisah Sukses Implementasi Program CSR di Indonesia

Bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dapat dijelaskan melalui berbagai bentuk aktivitas perusahaan seperti program pembangunan/pengembangan komunitas, pelayanan komunitas, dan pemberdayaan komunitas. Meskipun kegiatan tampak sederhana dan cakupan masalah sempit tetapi dampak positif yang dirasakan masyarakat binaan sangat besar. Program pembinaan tukang roti dan pedagang martabak gerobak yang dilakukan oleh PT. Bogasari merupakan program pemberdayaan masyarakat yang didasarkan pada strategi jitu dan sebagai media promosi yang efektif bagi para produsen bahan baku. Program ini merupakan wujud

nyata kepedulian dan peran perusahaan-perusahaan dalam mengembangkan kemampuan sosial dan meningkatkan perekonomian masyarakat melalui pembinaan yang dilakukan oleh perusahaan.

PT. Indocement Tunggal Prakasa, Tbk. adalah salah satu contoh perusahaan yang sangat peduli pada kelestarian lingkungan hidup. Dalam rangka pelaksanaan CSR perusahaan melakukan kegiatan Program Clean Development Mechanism (CDM). Program ini merupakan program kerjasama antara Negara maju dan Negara berkembang dalam penandatanganan Protokol Kyoto untuk menurunkan emisi gas rumah kaca untuk mendukung pembangunan berkelanjutan. PT. Indocement Tunggal Prakasa, Tbk. menerapkan Program CDM dengan melakukan Proyek Pemanfaatan Bahan Bakar dan Material Alternatif (BBMA). Proyek ini melibatkan beberapa pihak seperti kementrian lingkungan hidup yang bertanggung jawab dalam pengadaan aturan untuk pemanfaatan BBMA, pihak akademisi dari Teknik Lingkungan Institut Teknologi Bandung sebagai pihak yang bertanggung jawab memantau efek proses dengan pemanfaatan BBMA secara berkelanjutan, pihak industri semen lain sebagai penghasil limbah yang dapat dimanfaatkan sebagai BBMA, dan komunitas sekitar perusahaan sebagai masyarakat binaan untuk mensosialisasikan proyek pemanfaatan BBMA sehingga tidak menimbulkan efek negatif.

Contoh kisah sukses implementasi CSR lain adalah Program Mitra Produksi Sampoerna (MPS) adalah PT. HM Sampoerna. Program kemitraan ini dilakukan dengan perusahaan kecil dan menengah, koperasi, dan pondok pesantren untuk menjadi mitra produksi perusahaan sejak 1994 dan telah melahirkan sebanyak 25 MPS. MPS dirancang dengan pendekatan saling menguntungkan (*win-win approach*). Melalui kegiatan kemitraan ini perusahaan memperoleh beberapa manfaat seperti: 1) peningkatan kapasitas produksi secara signifikan tanpa investasi untuk perluasan lahan dan pembangunan pabrik, 2) masalah tenaga kerja menjadi urusan mitra produksi Sampoerna, demikian halnya dengan masalah dana pensiun dan hak-hak tenaga kerja lain, 3) ongkos pengangkutan lebih murah dibandingkan jika perusahaan harus mengangkut barang jadi ke sentra produksi, 4) dengan model kerjasama kemitraan nama Djie Sam Soe dan HM Sampoerna akan tersosialisasi dengan sendirinya di lingkungan kemitraan, 5) tenaga kerja di MPS dapat menjadi panutan sehingga konsumen lain menikmati rokok-rokok produksi PT. HM Sampoerna. Manfaat utama yang dirasakan komunitas adalah penyerapan tenaga kerja, transfer teknologi, dan menghidupkan ekonomi pedesaan (de-urbanisasi).

PT Kaltim Prima Coal menunjukkan citranya sebagai perusahaan yang peduli terhadap komunitas sekitarnya melalui kesuksesannya dalam menjalankan program baik di bidang lingkungan, ekonomi, maupun sosial sehingga menerima penghargaan sebagai The Most Outstanding Recognition Awards dalam CSR Awards 2005 yang diselenggarakan oleh Surindo bekerjasama dengan CFD (Corporate Forum For Community Development, majalah SWA dan Mark Plus). Salah satu prinsip utama dalam menjamin keberhasilan pelaksanaan CSR adalah adanya komunikasi yang benar. Hal ini memberikan makna bahwa setiap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai wujud pelaksanaan tanggung jawab sosial harus disosialisasikan kepada masyarakat sekitar untuk mendapatkan umpan balik dan memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar.

Peran Sistem Pengaturan Dalam Implementasi CSR

Untuk mendukung dan menjamin tercapainya tujuan pelaksanaan CSR dan mencapai keseimbangan yang efektif antara lingkungan dan pembangunan diperlukan pengaturan yang baik *(good governance)* yang melibatkan pemerintah sebagai salah satu pelaku dalam sistem pengaturan (Rees, 2006). Pelaku-pelaku lain melibatkan individu dalam setiap tingkatan pemerintah yang merupakan bagian dari *civil society. Good governance* didefinisikan sebagai sebuah acuan untuk proses dan struktur hubungan politik dan sosial ekonomi yang baik. Dalam pelaksanaannya, *good governance* memiliki tiga bidang fokus yang saling terkait satu sama lain yaitu bidang ekonomi, politik, dan administrasi (Lindgren, 2006).

Bidang ekonomi mencakup semua proses pengambilan keputusan yang mempengaruhi kegiatan ekonomi dan faktor-faktor terkait lainnya seperti isu keadilan, kemiskinan, dan kualitas hidup. Bidang politik mencakup semua proses pengambilan keputusan dalam bentuk penyusunan kebijakan, sedangkan bidang administratif mencakup sistem implementasi kebijakan di tingkat nasional dan regional. Untuk menyatukan ketiga konsep tersebut diperlukan sistem pemerintahan *bottom up*, yaitu proses pengambilan keputusan diambil pada tingkat serendah mungkin yang diikuti dengan pengambilan tindakan yang efektif. Sistem pengaturan dapat dikatakan baik dan efektif jika terdapat sinergi diantara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas masyarakat dalam pengelolaan sumber daya alam, sosial, lingkungan, dan ekonomi (Kuncoro, 2006).

Pengaturan yang baik memiliki karakteristik utama yang meliputi partisipasi, pandangan konsensus, dapat dipertanggungjawabkan, transparan, responsif, efektif dan efisien, adil dan menyeluruh, serta mengikuti aturan dan hukum. Partisipasi menitikberatkan pada keterlibatan aktif setiap masyarakat dalam proses pembangunan, bukan hanya keterlibatan komunitas tertentu. Partisipasi ini dapat ditingkatkan melalui peningkatan hubungan antara sektor swasta dan masyarakat khususnya melalui hubungan sosial ekonomi yang dapat menguntungkan semua pihak, memberdayakan pemerintah lokal dalam pelaksanaan proyek daerah, dan memberdayakan lembaga swadaya komunitas sebagai sarana untuk memobilisasi dan meraih kemanfaatan suatu proyek.

Orientasi konsensus memiliki makna bahwa pada dasarnya pengaturan yang baik merupakan mediator dalam beberapa kepentingan yang ada dalam komunitas untuk mendapatkan sebuah kepentingan yang paling baik sebagai gambaran kepentingan komunitas secara keseluruhan dan berbagai upaya yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan atau kepentingan tersebut. Pertanggungjawaban merupakan karakteristik penting dalam sistem pengaturan yang baik, hal ini memiliki makna bahwa sektor swasta dan organisasi kemasyarakatan, serta pemerintah harus bertanggung jawab terhadap komunitas dan institusi mereka sebagai *stakeholder*. Transparansi memiliki makna bahwa keputusan diambil dan dilakukan sesuai aturan yang diikuti secara benar dan terbuka pada hal-hal yang memang harus bersifat terbuka, dengan kata lain informasi cukup disediakan oleh yang berwenang dan mudah diperoleh serta dimengerti oleh semua anggota komunitas.

Responsif memiliki makna cepat tanggap dalam menyediakan dan memberikan suatu kesempatan yang luas kepada komunitas untuk dapat memanfaatkan struktur pengaturan sebagai sarana dalam mengemukakan masalah-masalah yang ada di dalam komunitas intern yang ada. Responsif menjadi tolok ukur

apakah kepentingan dan masalah-masalah yang dialami oleh komunitas sudah terakomodasi dengan baik atau belum. Efektif dan efisien memiliki makna bahwa suatu proses dan kelembagaan yang mempertemukan kebutuhan antar komunitas dapat mengolah sesuatu yang tidak berguna bagi sebuah elemen menjadi berguna bagi elemen yang lain.

Adil dan umum memiliki makna moralitas yang seimbang dan hanya dapat dicapai jika terdapat sistem pengaturan yang baik dalam hubungan sosial antara satu kelompok sosial dengan kelompok sosial lain yang berlandaskan pada etika yang dianut secara bersama sebagai suatu komunitas yang besar dan bukan berdasarkan pada satu kelompok sosial tertentu. Sedangkan aturan hukum mengacu pada keberadaan hukum, regulasi, dan kebijakan untuk mengatur komunitas, dan keadilan penerapan yang konsisten. Melalui sistem pengaturan yang baik diharapkan proses pengambilan keputusan dan proses implementasi kebijakan dapat dilaksanakan dengan baik sehingga keseimbangan antara pembangunan dengan pengelolaan dan pemberdayaan lingkungan, sosial, dan ekonomi dapat tercapai.

Penutup

Isu pelaksanaan CSR makin mendapat perhatian, khususnya di Indonesia akibat munculnya berbagai permasalahan yang diakibatkan oleh keteledoran komunitas bisnis dalam menjaga tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan komunitas sekitar. Kesuksesan implementasi CSR sangat ditentukan oleh kesediaan dan kesadaran perusahaan bahwa permasalahan yang timbul dalam masyarakat ada permasalahan dan tanggung jawab perusahaan juga. Hal ini dikarenakan hanya perusahaan yang bertanggung jawab sosial-lah yang akan memenangkan pertarungan memperebutkan SDM paling berkualitas dimasa yang akan datang dengan memahami konsekuensi dari cara berbisnis yang bertanggung jawab sosial terhadap cara mereka merekrut dan mempertahankan para pekerja. Mengabaikan isu kompetensi pekerja menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukannya tidaklah memahami CSR dengan benar karena CSR haruslah bersifat “inside out” dimulai dari dalam perusahaan sendiri baru kemudian tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan. Sangat tidak mungkin jika perusahaan yang mengabaikan kepentingan dan permasalahan internal bisa menghasilkan kinerja tanggung jawab eksternal yang baik.

Referensi

Ambadar, J., 2008. *Corporate Social Responsibility dalam Praktik di Indonesia.* Edisi 1, Penerbit Elex Media Computindo.

Korhonen, J., 2003. On the Ethics of Social Responsibility – Considering the Paradigm of Industrial Metabolism, *Journal of Business Ethics*. 48: 301–315.

Kuncoro, A., 2006. Corruption and Business Uncertainty in Indonesia. *Asean Economic Bulletin* (April 2006).

Lindgren, D.,2006. CSR Conference Survey. IBL Conference on CSR 2006 in Jakarta. *TNS-IBL Survey Report.* (2006).

Rees, C, 2006. Conflict Resolution and Prevention through CSR”. Presentation Material. Pricewaterhouse Coopers. *IBL Conference on CSR*. Jakarta.

Rudito, B., Famiola, M., 2007. *Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia.* Edisi 1. Penerbit Rekayasa Bisnis.