

## Peluang untuk Perkembangan CSR di Indonesia

**B**aru-baru ini seorang rekan bertanya kepada penulis mengenai apa saja peluang bagi perkembangan CSR yang lebih baik di Indonesia. Hal ini tampaknya cukup mengganggu banyak benak orang, mengingat dalam kurun waktu beberapa lama ini perkembangan CSR di Indonesia tampak menjadi agak muram lantaran campur tangan pemerintah yang tidak tepat. PP TJSI yang belum tampak juntrungannya malah disalip oleh rajinnya DPR membuat kewajiban baru bagi perusahaan untuk menyisihkan dana khusus bagi kelompok rentan melalui RUU Fakir Miskin, Depdagri ingin memastikan seluruh aktivitas CSR dikoordinasikan oleh pemimpin daerah mulai dari gubernur hingga camat lewat Rancangan Permendagri tentang Kemitraan CSR, serta gairah Kementerian IDT yang ingin memanfaatkan “sembilan triliun lebih dana CSR” untuk mendorong pengembangan daerah tertinggal.

Pengetahuan yang cekak di kalangan pemerintah—sebetulnya juga di kalangan lain—soal CSR benar-benar mengkhawatirkan. Kebijakan yang disusun bisa berisikan ketidakbijakan, yang cenderung merusak, bukannya mendorong, perkembangan CSR sebagai alat untuk pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan. Belum lagi, kecenderungan koruptif yang ditunjukkan oleh pemerintah pusat hingga daerah akan membuat kecenderungan pengurusan CSR direduksi sekadar menjadi perebutan dana, dan lagi-lagi dikhawatirkan berujung pada pengayaan segelintir elit dan pemiskinan kelompok rentan. Pendek kata, masalah institusional—terutama kesoktahuan dan kecenderungan koruptif—yang diidap pemerintah membuat banyak pihak khawatir dengan perkembangan CSR.

Tapi bukan itu semua tujuan penulisan artikele pendek ini. Seluruh keburukan bisa saja terus diurai hingga pesimisme menular ke lebih banyak lagi orang. Tapi yang lebih penting apakah ada alasan untuk bersikap lebih optimis lalu menjadi alasan orang untuk bekerja lebih keras secara cerdas dengan cara memperkuat alasan-alasan itu. Tampaknya (ternyata!) ada cukup banyak alasan untuk optimis dengan perkembangan CSR di Indonesia menuju CSR yang *mainstream* atau arus utama. Beberapa kecenderungan di

Ada cukup banyak orang Indonesia yang sering bepergian ke berbagai pertemuan mengenai CSR di kawasan Asia Tenggara maupun Asia.

bawah ini, tidaklah dimaksudkan sebagai urutan dan daftar yang lengkap, melainkan sekadar sebagai senarai hasil pengamatan selintas. Penulis mengundang siapapun untuk memperdebatkannya, menambah panjang daftarnya, namun yang lebih penting lagi: bekerja mewujudkan kecenderungan-kecenderungan positif agar CSR bisa tumbuh sehat di Indonesia.

Pertama, perkembangan minat akademik seputar CSR. Di Indonesia sudah ada beberapa perguruan tinggi yang membuka jurusan (MM CSR Trisakti, Pascasarjana UNS) atau memberikan perkuliahan mengenai CSR, etika bisnis dan sebagainya. Banyak pula skripsi, tesis dan disertasi tentang CSR. Minat akademik bagaimanapun adalah cermin dari realitas, bahwa di luar sana ada kebutuhan yang sudah eksis mengenai pengetahuan mengenai CSR atau ekspektasi bahwa hal itu akan terjadi di masa mendatang yang dekat. Kalau CSR terus diajarkan di perguruan tinggi, maka ini akan membuat generasi mendatang (baik yang akan menjadi birokrat, aktivis, pekerja maupun pengusaha) lebih paham mengenai CSR. Kebijakan CSR dari pemerintah, sifat hubungan antara perusahaan dengan LSM, bagaimana pekerja menjalankan tugasnya, serta bagaimana para pengusaha mencari keuntungan akan sangat dipengaruhi oleh pengetahuannya—selain kepentingannya, tentu saja—sehingga pengetahuan yang lebih baik bisa memberikan peluang bagi perkembangan CSR yang lebih sehat daripada sekarang.

Kedua, masih terkait dengan minat akademik, adalah terbukanya pertukaran informasi mengenai CSR, terutama di kawasan Asia. Ada cukup banyak orang Indonesia yang sering bepergian ke berbagai pertemuan mengenai CSR di kawasan Asia Tenggara maupun Asia. Pusat pengetahuan seperti CSR Asia (Hong Kong) dan Lee Kuan Yew School of Public Policy (Singapura) cukup banyak memberikan pemahaman CSR arus utama, sehingga kesulitan memperoleh literatur (buku terbaru dan artikel jurnal—yang kebanyakan diproduksi di AS dan Eropa) agak sedikit tergantikan oleh cukup banyaknya diskusi dan makalah seminar yang diproduksi di kawasan ini. Kalau kemudian setiap kepulauan orang Indonesia dari belajar CSR di negara-negara tetangga kemudian ‘ditangkap’ dan disebarluaskan secara sistematis, maka perkembangan pengetahuan akan lebih pesat lagi. Bahkan, kemungkinan pengetahuan jenis ini menjadi lebih penting daripada ‘hanya’ artikel dan buku dari AS serta Eropa. Mengapa? Karena konteks Asia dan negara berkembang lebih lekat pada pengetahuan-pengetahuan itu, sehingga upaya peng-Indonesia-annya akan lebih mudah.

Munculnya ISO 26000 Guidance on Social Responsibility adalah peluang ketiga. Perdebatan mengenai apa itu (definisi dan cakupan) CSR telah membuat banyak pihak kebingungan, dan sebagian besar perusahaan dan pemangku kepentingannya masih berpikir bahwa CSR itu sama dengan filantropi. Ini membuat CSR menjadi sangat terbatas perkembangannya di Indonesia. Namun itu tampaknya akan segera terhenti. Pada November 2010 ini ISO 26000 yang mendefinisikan CSR sebagai manajemen—atau tanggung jawab atas—dampak yang ditimbulkan perusahaan akan diluncurkan. Diharapkan, peluncurannya akan mengakhiri perdebatan mengenai definisi dan cakupan CSR. Peluncuran itu akan membawa pesan semacam “berhentilah berdebat dan mulailah bekerja!” Kita di Indonesia, yang selama ini belum begitu paham apa itu ISO 26000 akan bergegas melakukan sosialisasi dan berbagai aktivitas terkait. Dipastikan seminar, lokakarya, pelatihan mengenai ISO 26000 akan segera menjamur. Perusahaan mungkin

juga akan segera sibuk dengan *gap analysis* antara praktik perusahaan sekarang dengan yang dikehendaki oleh ISO 26000 dan mulai membuat *road map* untuk memenuhinya (terutama perusahaan yang berorientasi ekspor). Itu semua akan mendorong perusahaan dan pemangku kepentingannya lebih sadar pada pengertian dan praktik CSR yang benar dan tidak tambal sulam.

Keempat, mulai adanya perusahaan-perusahaan ‘model’. Setelah ada berbagai ‘kejuaraan’ mengenai CSR, tampaknya telah ada beberapa perusahaan yang bisa dianggap sebagai *champion* CSR di Indonesia, terlepas dari masih jauhnya jarak antara praktik mereka dari CSR yang ideal. Namun, kemenangan terus-menerus perusahaan-perusahaan itu telah membuat adanya sebuah model dari CSR yang dianggap baik. Banyak perusahaan kemudian mulai belajar mengenai praktik-praktik yang dianggap baik itu, lalu membuat banyak perubahan di dalam praktiknya sendiri. Penulis telah menyaksikan ada beberapa perusahaan yang selama ini tak terdengar ber-CSR, karena menolak gembar-gembor sebelum bisa unjuk kinerja, sesungguhnya telah membuat CSRnya sangat menarik. Banyak di antara mereka yang sudah berhasil menggabungkan manajemen risiko dan peluang bisnis melalui inisiatif CSR mereka. Kalau suatu saat nanti perusahaan-perusahaan itu mulai mengkomunikasikan dengan lebih gencar—atau lebih baik lagi: para pemangku kepentingan merekalah yang akan melakukannya—maka bahan pembelajaran CSR akan lebih banyak lagi.

Kelima, beberapa LSM telah melakukan *constructive engagement* dengan perusahaan. Penolakan untuk berhubungan dengan perusahaan adalah reaksi pertama dari kebanyakan LSM di Indonesia. Mereka yang melakukan hubungan dengan perusahaan akan dicap sebagai ‘pengkhianat’, ‘sudah terbeli’ dan berbagai atribut tak mengenakan lainnya. Beberapa bulan lalu ketika WWF melakukan malam penggalangan dana dari perusahaan untuk membiayai aktivitas mereka, milis Lingkungan memuat tanggapan-tanggapan sinis, semacam: “kalau malam nanti mereka mau menggalang dana dari perusahaan, mungkin minggu depan mereka akan menggalang dana dari setan.” Demonisasi atas perusahaan memang gejala parah, namun bukan tidak ada kecenderungan sebaliknya. Hubungan yang konstruktif juga mulai terbina. Ada banyak LSM yang tidak hanya bisa teriak, namun juga sudah bisa menjadi mitra kerja. Menjadi mitra kerja juga bukan berarti terbeli, karena mereka tetap bisa bersuara manakala ada ketidakberesan dalam operasi perusahaan. Yang penting adalah kesadaran bahwa kerjasama itu dilandasi oleh kesamaan tujuan yang dinyatakan—pembangunan berkelanjutan sebagai *common denominator*—sehingga apabila ada gejala bahwa tujuan itu diingkari atau diselewengkan, maka fungsi kontrol bisa dijalankan. Dan itulah yang tampak dalam hubungan yang kini dijalin antara beberapa perusahaan dan LSM. Pertumbuhan CSR yang sehat memerlukan kemitraan sekaligus kontrol, dan itu bisa dicapai oleh LSM yang memahami betul bahwa hubungan yang konstruktif itu mungkin.

Keenam, regulasi mengenai lingkungan yang lebih komprehensif. Munculnya UU Nomor 32 Tahun 2009 tampaknya membuat kutub yang semakin tegas. Di satu sisi banyak LSM lingkungan yang berpikir bahwa regulasi tersebut kurang tegas, namun di sisi lain perusahaan berpikir bahwa UU tersebut terlampau keras. Perbedaan pendapat itu biasa, namun yang jelas, ada banyak sekali perbaikan dari UU sebelumnya yang secara substansial sangatlah lembek. Dengan adanya UU ini seharusnya perhatian terhadap

Kalau saja penegakannya bisa menarik minat yang sama, maka ada banyak sekali perbaikan yang bisa terjadi di Indonesia.

kinerja lingkungan perusahaan akan menguat, dan makin banyak perusahaan yang mendisiplinkan dirinya agar mencapai kinerja lingkungan yang lebih baik. Ini masih membutuhkan banyak dorongan (dan paksaan). Di dalam perdebatan mengenai kebijakan publik sering terdengar pernyataan “satu-satunya yang lebih penting daripada regulasi yang bagus adalah penegakannya.” UU tersebut telah menarik perhatian banyak pihak ketika disusun dan diluncurkan. Kalau saja penegakannya bisa menarik minat yang sama, maka ada banyak sekali perbaikan yang bisa terjadi di Indonesia. Kalau LSM berhasil menghimpun dana yang besar untuk memantau dan mengawal penegakannya, signifikansinya akan sangat membesar.

Ketujuh, perkembangan seputar pelaporan keberlanjutan. Indonesia tampaknya kehilangan kesempatan besar ketika menganggap remeh pelaporan aspek sosial dan lingkungan, yang sebetulnya telah dibuka lebar peluangnya dengan adanya Pasal 66 UUPT. Tapi biarkanlah begitu saja, karena yang lebih penting adalah mendorong pelaporan keberlanjutan yang lebih substansial, seperti yang dibuat standarnya oleh Global Reporting Initiative (GRI). Indonesian Sustainability Reporting Awards (ISRA) yang diselenggarakan setiap tahun telah menjalankan tugasnya mempromosikan dengan baik. National Center for Sustainability Reporting (NCSR) juga telah bekerja keras menyiapkan keterampilan person yang terlibat dalam pembuatan laporan keberlanjutan. Tentu saja, jumlahnya masihlah terbatas, namun itu bukan alasan untuk pesimis. Minat untuk mempelajari bidang ini terus membesar, hingga telah ada perusahaan yang memiliki kapasitas internal yang tinggi untuk memenuhinya. Ke depan, tak pelak lagi perusahaan-perusahaan akan semakin ditekan oleh dunia internasional untuk mengarah pada pelaporan ini. Apalagi, tahun 2015 telah ditetapkan sebagai batas waktu untuk pemberlakuan pendekatan “melaporkan dengan standar GRI atau menjelaskan mengapa tidak melaporkan.”

Kedelapan dan terakhir, perkembangan *social business* di Indonesia. Grameen Bank yang memopularkan pemikiran Muhammad Yunus tentang bisnis sosial memang telah muncul sejak sekitar 2 dekade lampau, namun kebanyakan bisnis sosial di Indonesia baru berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Kebanyakan orang berpendapat bahwa bisnis sosial ini tak ada kaitannya dengan CSR, namun pendapat itu muncul hanya dikarenakan tidak dipahaminya tingkatan CSR. CSR bisa saja muncul sebagai aktivitas *outlet* sebagian kecil keuntungan, sebagai *token* bahwa perusahaan itu ‘peduli’ kepada kelompok tertentu; bisa muncul sebagai aktivitas manajemen risiko; menjadi aktivitas yang menangkap peluang dalam hubungan yang baik dengan masyarakat (manajemen pemangku kepentingan). Namun, CSR pada tingkatan tertinggi adalah upaya perusahaan untuk memecahkan berbagai masalah sosial dan lingkungan melalui mekanisme pasar, yang mewujudkan menjadi bisnis sosial. Dengan banyaknya bisnis sosial, pemangku kepentingan akan terbuka matanya bahwa perusahaan-perusahaan seharusnya bukan saja ‘tidak berbuat jahat’ kepada masyarakat luas, melainkan juga menjadi institusi yang ‘berbuat baik’ dengan memecahkan persoalan yang mereka hadapi. Ekspektasi yang meningkat ini akan menekan bisnis (non-sosial) untuk mempertimbangkan peningkatan kinerja sosialnya. Di tingkat internasional model bisnis hibrida (menggabungkan *profit* dan *not-for-profit*) banyak bermunculan. Di tataran ide, perusahaan kini banyak yang mengadopsi cara pikir manajemen pemangku kepentingan yang menaruh keuntungan bukan sebagai tujuan, melainkan sebagai *by product* saja. Di Indonesia, kini mulai bermunculan ide bisnis sosial, model bisnis hibrida, dan model manajemen pemangku

kepentingan. Ini merupakan perkembangan positif, bukan saja untuk masyarakat dan bisnis sosial, melainkan juga untuk *intellectual exercise* seputar CSR, juga untuk berbagi sumberdaya di tingkat aktivitas.

Kesimpulannya, tak benar kalau perkembangan CSR di Indonesia hanya disesaki oleh kabar buruk semata. Setidaknya ada delapan kecenderungan yang bisa mendorong CSR ke arah positif—sekali lagi, pembaca diundang untuk memodifikasinya. Kalau kita bisa mencari seluruh kecenderungan positif lalu menjadikannya *leverage* untuk perkembangan CSR, mungkin kita tak perlu terlampau khawatir dengan kecenderungan negatif yang diakui memang masih banyak. Adlai Stevenson pernah menyatakan pujian bagi Eleanor Roosevelt karena sifatnya yang “...*would rather light a candle than curse the darkness.*” Pepatah Cina kuno itu mungkin bermanfaat untuk mereka yang bergiat mempromosikan CSR di Indonesia. Kalau satu per satu lilin dinyalakan, siapa tahu kita bisa menemukan lebih banyak lagi lilin yang tinggal menunggu tangan-tangan untuk menyalakannya.

*Bogor, 28 Juli 2010*

Jalal, Lingkar Studi CSR



**Lingkar Studi CSR**

**Jln. Danau Sentani Blok C VII No.9 Kompleks Duta Pakuan  
Bogor 16144 Indonesia**

**Telp. (0251) 336349, Fax. (0251) 336349**

**[www.csrindonesia.com](http://www.csrindonesia.com), e-mail:[office@csrindonesia.co](mailto:office@csrindonesia.co)**

Tulisan ini dibuat dengan tujuan utama menyebarluaskan pengetahuan mengenai CSR kepada seluruh pemangku kepentingan. Silakan mengutip dan menyebarluaskan tulisan ini apabila Anda mempunyai tujuan yang sama. Kami berharap agar sumber tulisan bisa diberitahukan se jelas mungkin kepada pihak lain yang menerima kutipan sebagian atau seluruh isi tulisan. Terima kasih.