



PUBLIC AFFAIRS CORNER

Pertalian Public Affairs - CSR

Seperti pada umumnya hal-hal di luar ilmu eksakta, *corporate social responsibility* (CSR) dapat dimaknai bermacam-macam. CSR sendiri sebenarnya memiliki definisi baku yang dikeluarkan oleh Badan Standardisasi Nasional (BSN). Semestinya, standar baku ini menjadi acuan semua pihak yang menjalankan kegiatan CSR. Akan tetapi pada praktiknya, hanya kalangan tertentu saja menjalankan acuan tersebut.

Definisi baku CSR yang dikeluarkan BSN hanya menjadi acuan akademisi, pegiat CSR, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Indonesia, Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO), Bursa Efek Indonesia (BEI), dan perusahaan-perusahaan emiten. Definisi baku ini tercantum dalam SNI ISO 26000:2013. Standar ini mengadopsi dari SNI 26000 yang dikeluarkan oleh Organisasi Standar Internasional. Menjadi bagian dari standar nasional oleh sebagian besar negara modern, termasuk Indonesia.

Ada enam bidang yang tercakup dalam SNI ISO 26000:2013, yaitu hak-hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, kegiatan operasional yang adil dan jujur,

isu-isu konsumen, pelestarian lingkungan, serta pengembangan dan pelibatan masyarakat. Keseluruhan bidang tersebut harus dilandasi oleh kaidah tata kelola (*governance*) yang baik.

Yang isinya agak mirip dengan SNI ISO 26000:2013 adalah United Nations Global Compact (UNGC). Diprakarsai tahun 1999 oleh Sekjen PBB ketika itu, Kofi Annan. Satu-satunya pengusaha Indonesia yang menjadi bagian dari sekitar 60 pengusaha dunia yang turut menandatangani Global Compact di Markas Besar PBB adalah Ibu Martha Tilaar.

Global Compact berisi 10 komitmen yang merupakan rincian dari empat hal pokok, yaitu hak-hak asasi manusia dan hak-hak pekerja untuk berserikat. Kemudian dukungan anti diskriminasi, upaya pelestarian lingkungan, termasuk penerapan teknologi ramah lingkungan, serta dukungan terhadap pemberantasan korupsi.

Di banyak negara, termasuk di Indonesia, telah dibentuk jejaring perusahaan-perusahaan yang mendukung Global Compact. Kiroyan Partners telah memberikan pernyataan dukungan kepada UNGC pada 2008. Perusahaan/organisasi yang menjadi pendukung UNGC wajib membuat laporan tahunan. Laporan ini sebagai pertanggungjawaban atas pelaksanaan empat pokok yang disebutkan di atas, yang disebut Communication on Progress (COP). Laporan dimuat dalam laman khusus UNGC. Perusahaan-perusahaan yang sudah memberikan komitmen kepesertaan akan tetapi tidak membuat laporan pertanggungjawaban akan terkena *delisting*. Dimuat di dalam daftar perusahaan yang tidak melaksanakan kewajibannya.

Khas Indonesia

Definisi yang tidak masuk dalam arus utama dan boleh dikatakan unik serta khas Indonesia adalah CSR yang semata-mata hanya terkait dengan uang. Hal ini kemudian memunculkan istilah “Dana CSR” yang tidak ada di negara lain. Bahkan tidak menjadi bagian dari standar nasional yang resmi berlaku di negara ini. “Dana CSR” ini masuk ke dalam berbagai peraturan daerah. Besarannya biasanya berkisar di angka 2,5% dari laba perusahaan, walaupun ada yang jauh lebih besar dari itu.

Dana CSR ini menimbulkan keresahan di dunia usaha karena dianggap sebagai pajak tambahan dan memperburuk peringkat Indonesia di dalam indeks Ease of Doing Business (Kemudahan Menjalankan Bisnis), sebuah pemeringkatan internasional yang dilakukan oleh Bank Dunia. Posisi Indonesia di 2019 tidak berubah dari tahun sebelumnya, yaitu peringkat ke-73.

Dalam bentuknya yang “unik”, dana CSR menjadi perhatian *public affairs* karena menjadi bagian dari proses sosial politik yang berdampak terhadap perusahaan. Sebagai topik yang berada di pusat perdebatan publik dan karena substansinya menyangkut *stakeholder engagement*, maka dengan sendirinya CSR menjadi salah satu bidang yang ditekuni oleh *public affairs*. Konsentrasi *public affairs* kepada sisi *nonmarket* dari kegiatan korporasi juga mengarahkannya kepada CSR sebagai kegiatan *nonmarket* yang dijalankan perusahaan. Hal ini membedakannya dari kegiatan-kegiatan komunikasi korporat lainnya yang terkait *market* perusahaan, seperti promosi produk (*marketing*) dan identitas korporat (*public relations*). ●



Noke Kiroyan
Chairman & Chief Consultant
Kiroyan Partners