

Implementasi ISO 26000 dalam Praktek Aktivitas Corporate Social Responsibility di Indonesia

Oleh : Septiana Ayu Estri Mahani*

Abstrak

CSR adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat tempatan. Secara teoretik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para strategic-stakeholdersnya, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. CSR memandang perusahaan sebagai agen moral. Dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang CSR adalah pengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya. Salah satu prinsip moral yang sering digunakan adalah golden-rules, yang mengajarkan agar seseorang atau suatu pihak memperlakukan orang lain sama seperti apa yang mereka ingin diperlakukan. Dengan begitu, perusahaan yang bekerja dengan mengedepankan prinsip moral dan etis akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat.

Kata Kunci : Implementasi Iso, CSR

I. PENDAHULUAN

1.1. Pemahaman Tentang CSR

Menilik sejarahnya, gerakan CSR modern yang berkembang pesat selama dua puluh tahun terakhir ini lahir akibat desakan organisasi-organisasi masyarakat sipil dan jaringannya di tingkat global. Keprihatinan utama yang disuarakan adalah perilaku korporasi, demi maksimalisasi laba, lazim mempraktekkan cara-cara yang tidak fair dan tidak etis, dan dalam banyak kasus bahkan dapat dikategorikan sebagai kejahatan korporasi. Beberapa raksasa korporasi transnasional sempat merasakan jatuhnya reputasi mereka akibat kampanye dalam skala global tersebut.² Hingga dekade 1980-1990 an, wacana CSR terus berkembang. Munculnya KTT Bumi di Rio pada 1992

* Penulis Adalah Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisba

menegaskan konsep sustainability development (pembangunan berkelanjutan) sebagai hal yang mesti diperhatikan, tak hanya oleh negara, tapi terlebih oleh kalangan korporasi yang kekuatan kapitalnya makin menggorita. Tekanan KTT Rio, terasa bermakna sewaktu James Collins dan Jerry Porras meluncurkan Built To Last; Succesful Habits of Visionary Companies di tahun 1994. Lewat riset yang dilakukan, mereka menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang terus hidup bukanlah perusahaan yang hanya mencetak keuntungan semata. Sebagaimana hasil Konferensi Tingkat Tinggi Bumi (Earth Summit) di Rio de Janeiro Brazilia pertumbuhan ekonomi (economic growth) menjadi pembangunan yang berkelanjutan (sustainable development). Dalam perspektif perusahaan, di mana keberlanjutan dimaksud merupakan suatu program sebagai dampak dari usaha-usaha yang telah dirintis, berdasarkan konsep kemitraan dan rekanan dari masing-masing stakeholder.

Ada lima elemen sehingga konsep keberlanjutan menjadi penting, di antaranya adalah ;

- (1) ketersediaan dana,
- (2) misi lingkungan,
- (3) tanggung jawab sosial,
- (4) terimplementasi dalam kebijakan (masyarakat, korporat, dan pemerintah),
- (5) mempunyai nilai keuntungan/manfaat.

Pertemuan Yohannesburg tahun 2002 yang dihadiri para pemimpin dunia memunculkan konsep social responsibility, yang mengiringi dua konsep sebelumnya yaitu economic dan environment sustainability. Ketiga konsep ini menjadi dasar bagi perusahaan Responsibility). Pertemuan penting UN Global Compact di Jenewa, Swiss, Kamis, 7 Juli 2007 yang dibuka Sekjen PBB mendapat perhatian media dari berbagai penjuru dunia. Pertemuan itu bertujuan meminta perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawab dan perilaku bisnis yang sehat yang dikenal dengan corporate social responsibility. Sesungguhnya substansi keberadaan CSR adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerjasama antar stakeholder yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya. Atau dalam pengertian kemampuan perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan stakeholder yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global. Karenanya pengembangan CSR kedepan seyogianya mengacu pada konsep pembangunan yang berkelanjutan.

Prinsip keberlanjutan mengedepankan pertumbuhan, khususnya bagi masyarakat miskin dalam mengelola lingkungannya dan kemampuan institusinya dalam mengelola pembangunan, serta strateginya adalah kemampuan untuk mengintegrasikan dimensi ekonomi, ekologi, dan sosial yang menghargai kemajemukan ekologi dan sosial budaya. Kemudian dalam proses pengembangannya tiga stakeholder inti diharapkan mendukung penuh, di antaranya adalah; perusahaan, pemerintah dan masyarakat. Dalam implementasi program-program CSR, diharapkan ketiga elemen di atas saling berinteraksi dan mendukung, karenanya dibutuhkan partisipasi aktif masing-masing stakeholder komprehensif. Karena dengan partisipasi aktif para stakeholder diharapkan pengambilan keputusan, menjalankan keputusan, dan pertanggungjawaban dari implementasi CSR akan di emban secara bersama. CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan (corporate value) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (financial) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada triple bottom lines. Di sini bottom lines lainnya selain finansial juga adalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (sustainable).

1.2. Awal Mula ISO 26000

Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di dalam melaksanakan tanggung jawab sosialnya (Corporate Social agar dapat bersinergi, untuk mewujudkan dialog secara berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya. Pada bulan September 2004, ISO (International Organization for Standardization) sebagai induk organisasi standarisasi internasional, berinisiatif mengundang berbagai pihak untuk membentuk tim (working group) yang membidani lahirnya panduan dan standarisasi untuk tanggung jawab sosial yang diberi nama ISO 26000: Guidance Standard on Social Responsibility.

Pengaturan untuk kegiatan ISO dalam tanggungjawab sosial terletak pada pemahaman umum bahwa SR adalah sangat penting untuk kelanjutan suatu organisasi.

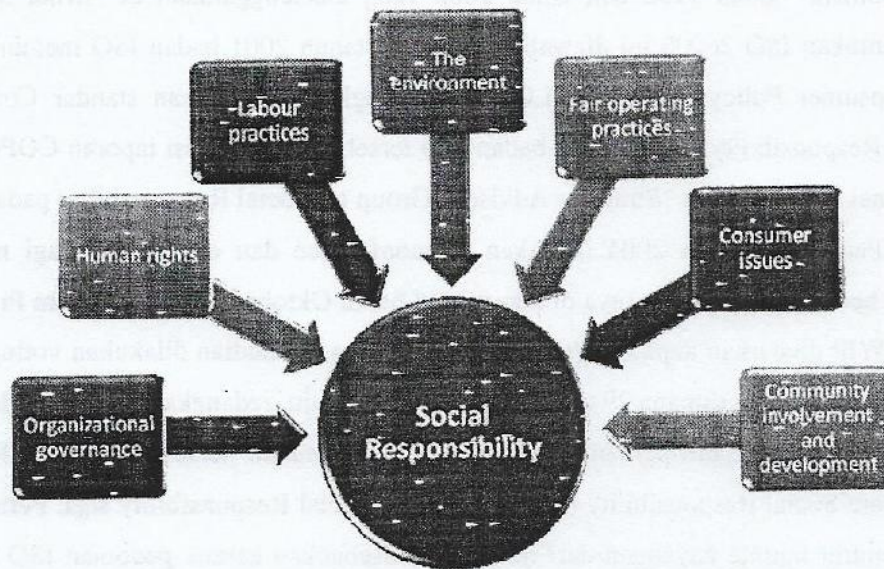
Pemahaman tersebut tercermin pada dua sidang, yaitu "Rio Earth Summit on the Environment" tahun 1992 dan tahun 2002 yang diselenggarakan di Afrika Selatan. Pembentukan ISO 26000 ini diawali ketika pada tahun 2001 badan ISO meminta ISO on Consumer Policy atau COPOLCO merundingkan penyusunan standar Corporate Social Responsibility. Selanjutnya badan ISO tersebut mengadopsi laporan COPOLCO mengenai pembentukan "Strategic Advisory Group on Social Responsibility pada tahun 2002. Pada bulan Juni 2004 diadakan pre-conference dan conference bagi negara-negara berkembang, selanjutnya di tahun 2004 bulan Oktober, New York Item Proposal atau NWIP diedarkan kepada seluruh negara anggota, kemudian dilakukan voting pada bulan Januari 2005, dimana 29 negara menyatakan setuju, sedangkan 4 negara tidak.

Dalam hal ini terjadi perkembangan dalam penyusunan tersebut, dari CSR atau Corporate Social Responsibility menjadi SR atau Social Responsibility saja. Perubahan ini, menurut komite bayangan dari Indonesia, disebabkan karena pedoman ISO 26000 diperuntukan bukan hanya bagi korporasi tetapi bagi semua bentuk organisasi, baik swasta maupun publik. ISO 26000 menyediakan standar pedoman yang bersifat sukarela mengenai tanggung jawab sosial suatu institusi yang mencakup semua sektor badan publik ataupun badan privat baik di negara berkembang maupun negara maju. Dengan ISO 26000 ini akan memberikan tambahan nilai terhadap aktivitas tanggung jawab sosial yang berkembang saat ini dengan cara:

- 1) mengembangkan suatu konsensus terhadap pengertian tanggung jawab sosial dan isunya
- 2) menyediakan pedoman tentang penterjemahan prinsip-prinsip menjadi kegiatan-kegiatan yang efektif; dan
- 3) memilah "World Summit on Sustainable Development (WSSD)" praktek-praktek terbaik yang sudah berkembang dan disebarluaskan untuk kebaikan komunitas atau masyarakat internasional.

Apabila hendak menganut pemahaman yang digunakan oleh para ahli yang menggodok ISO 26000 Guidance Standard on Social responsibility yang secara konsisten mengembangkan tanggung jawab sosial maka masalah SR akan mencakup 7 isu pokok yaitu:

Figure 1 — The seven core subjects at a glance



1. Pengembangan Masyarakat
2. Konsumen
3. Praktek Kegiatan Institusi yang Sehat
4. Lingkungan
5. Ketenagakerjaan
6. Hak asasi manusia
7. Organizational Governance (governance organisasi)

ISO 26000 menerjemahkan tanggung jawab sosial sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang:

- Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat;
- Memperhatikan kepentingan dari para stakeholder;
- Sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional;
- Terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.

Berdasarkan konsep ISO 26000, penerapan sosial responsibility hendaknya terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi yang mencakup 7 isu pokok diatas. Dengan

demikian jika suatu perusahaan hanya memperhatikan isu tertentu saja, misalnya suatu perusahaan sangat peduli terhadap isu lingkungan, namun perusahaan tersebut masih mengiklankan penerimaan pegawai dengan menyebutkan secara khusus kebutuhan pegawai sesuai dengan gender tertentu, maka sesuai dengan konsep ISO 26000 perusahaan tersebut sesungguhnya belum melaksanakan tanggung jawab sosialnya secara utuh.

Contoh lain, misalnya suatu perusahaan memberikan kepedulian terhadap pemasok perusahaan yang tergolong industri kecil dengan mengeluarkan kebijakan pembayaran transaksi yang lebih cepat kepada pemasok UKM. Secara logika produk atau jasa tertentu yang dihasilkan UKM pada skala ekonomi tertentu akan lebih efisien jika dilaksanakan oleh UKM. Namun UKM biasanya tidak memiliki arus kas yang kuat dan jaminan yang memadai dalam melakukan pinjaman ke bank, sehingga jika perusahaan membantu pemasok UKM tersebut, maka bisa dikatakan perusahaan tersebut telah melaksanakan bagian dari tanggung jawab sosialnya.

Prinsip-prinsip pelaksanaan yang menjiwai atau menjadi informasi dalam pembuatan keputusan dan kegiatan tanggung jawab sosial menurut ISO 26000 meliputi .

- Kepatuhan kepada hukum
- Menghormati instrumen/badan-badan internasional
- Menghormati stakeholders dan kepentingannya
- Akuntabilitas
- Transparansi
- Perilaku yang beretika
- Melakukan tindakan pencegahan
- Menghormati dasar-dasar hak asasi manusia.

1.3. Praktek-Praktek CSR

Pencerapan CSR di perusahaan akan menciptakan iklim saling percaya di dalamnya, yang akan menaikkan motivasi dan komitmen karyawan. Pihak konsumen, investor, pemasok, dan stakeholders yang lain juga telah terbukti lebih mendukung perusahaan yang dinilai bertanggung jawab sosial, sehingga meningkatkan peluang pasar dan keunggulan kompetitifnya. Dengan segala kelebihan itu, perusahaan yang

menerapkan CSR akan menunjukkan kinerja yang lebih baik serta keuntungan dan pertumbuhan yang meningkat. Memang saat ini belum tersedia formula yang dapat memperlihatkan hubungan praktik CSR terhadap keuntungan perusahaan sehingga banyak kalangan dunia usaha yang bersikap skeptis dan menganggap CSR tidak memberi dampak atas prestasi usaha, karena mereka memandang bahwa CSR hanya merupakan komponen biaya yang mengurangi keuntungan. Praktek CSR akan berdampak positif jika dipandang sebagai investasi "jangka panjang". Karena dengan melakukan praktek CSR yang berkelanjutan, perusahaan akan mendapat "tempat di hati dan ijin operasional" dari masyarakat, bahkan mampu memberikan kontribusi bagi pembangunan berkelanjutan. 3 Januari 2005, dalam Forum Ekonomi Dunia di Davos, melalui Global Governance Initiative, kalangan bisnis diajak memikirkan soal kemiskinan melalui praktik CSR.

Pada tanggal 8 – 9 September 2005 bertempat di Jakarta, Indonesia menjadi tuan rumah AFCSR (Asian Forum for Corporate Social Responsibility) yang memaparkan bagaimana CSR harus dipraktikkan oleh bisnis di Asia. Terakhir, World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) menyatakan dalam sebuah side-event Pertemuan PBB New York (14-16/9), bahwa praktik CSR adalah wujud komitmen dunia bisnis untuk membantu PBB merealisasikan target Millennium Development Goals (MDGs).

1.4. Berbagai Model Implementasi CSR Berbasis ISO 26000 Oleh Perusahaan di Indonesia.

Di Indonesia sekarang ini, sudah banyak perusahaan-perusahaan besar yang melaksanakan program CSR. Bentuknya pun sangat beragam dan manfaatnya bisa diterapkan di semua kalangan. Pada tulisan ini kami akan menampilkan berbagai macam perusahaan yang melaksanakan program CSR sebagai bentuk Social Investment serta bentuk-bentuk nyata disertai contohnya.

1. PT Jababeka Infrastruktur

Program CSR yang dijalankan oleh pihak Jababeka adalah mencakup : Program pemberdayaan ekonomi, Kesehatan, Pendidikan, Pengembangan kebudayaan, dan Kepedulian terhadap lingkungan.

- a. Pemberdayaan ekonomi : Memberikan pelatihan keterampilan seperti usaha jahit dan ternak sapi. Kemudian memberikan dana bantuan juga sebagai modal awal bagi masyarakat di sekitar.
- b. Kesehatan : Memberikan pelayanan pemeriksaan gratis dan pembagian obat-obatan secara Cuma-Cuma. Jababeka juga menyediakan edukasi kesehatan bagi siswa Sekolah Menengah Pertama dan Sekolah Menengah Atas.
- c. Pendidikan : Menyediakan beasiswa bagi anak SD, SMP, dan SMA. Kemudian memberikan bantuan peralatan kepada pihak sekolah. Serta mengadakan perlombaan yang sifatnya edukatif.
- d. Pengembangan kebudayaan : Memberikan bantuan sumbangan untuk pembangunan masjid, perbaikan jalan, serta mengadakan event-event pagelaran budaya bagi masyarakat.
- e. Lingkungan : Mengelola limbah B3 dengan baik, membangun kolam renang yang asri, menanam pohon sebagai penghijauan, dan Membangun Jababeka Botanical Garden yang luasnya mencapai 100 Ha.

2. PT Unilever Indonesia, Tbk

Unilever melaksanakan program CSR yang beragam pula, diantaranya : Green and Clean dengan memanfaatkan bekas kantong produk Unilever menjadi bentuk baru yang bermanfaat; Pemberdayaan petani kedelai hitam; Program kesehatan dengan adanya pemeriksaan kesehatan gratis, periksa gigi gratis, serta membangun kader-kader yang sadar akan pentingnya menjaga kesehatan.

3. PT Bakrie Sumatera Plantations

Program-program CSR yang dijalankannya adalah: Membangun koperasi desa; memberikan bantuan pendidikan bagi siswa SD; mengadakan perkumpulan ibu-ibu pengajian; dan juga Memberikan pelayanan pendidikan bagi masyarakat kurang mampu.

4. PT Adaro Indonesia, Tbk

- a. Bidang ekonomi : Menciptakan program kemitraan untuk membuat usaha kecil menengah yang berkelanjutan
- b. Bidang Pendidikan : Menciptakan Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Integrasi program PAUD dengan Posyandu; Memberikan bantuan sarana dan prasarana untuk PAUD; Memberikan beasiswa kepada siswa berprestasi pada tingkat SD, SMP, dan SMA; Memberikan pelatihan kepada para guru dalam bidang IT.
- c. Bidang Lingkungan : Menyediakan pusat air bersih dan menjualnya kepada masyarakat dengan harga terjangkau. Pengaturannya dijalankan oleh warga masyarakat tersebut sendiri.

5. PT Indominco Mandiri

- a. Bidang Sosial : Memberdayakan perempuan agar dapat menjadi sosok mandiri; Menyelenggarakan kegiatan budaya untuk mempererat tali silaturahmi di antara warga.
- b. Bidang Ekonomi : Mengembangkan usaha kecil rumput laut serta pendampingan kepada masyarakat; Memberikan pelatihan-pelatihan keterampilan kepada masyarakat, perempuan, dan anak-anak usia produktif.

6. PT Bank Mandiri, Tbk

- a. Bidang Sumber Daya Manusia : Memberikan pelatihan kewirausahaan dan mengadakan berbagai macam event wirausaha muda dengan memberikan dana bantuan bagi pengusung format wirausaha yang fresh dan achievable.
- b. Bidang Pendidikan : Memberikan support dan rangsangan lomba-lomba untuk mengasah kecerdasan dan kreatifitas siswa; Memberikan dana beasiswa bagi yang berprestasi dan kurang mampu.

7. PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

- a. Bidang IT : Mendirikan kampung digital sehingga di sana (Sampali, Sumut) banyak orang yang melek teknologi, utamanya computer dan

internet; pelatihan berbagai macam program komputer perkembangan;
Memberikan pelatihan kepada siswa SMP dan SMA.

- b. Bidang Sosial : Pemberdayaan pendidikan anak kurang mampu; Pembinaan remaja olahraga; Pasar murah penjualan sembako; Cerdas cermat; Gebyar festival seni Islami; dan juga Peringatan HUT RI dengan mengadakan berbagai macam lomba.
- c. Bidang Ekonomi : Program kemitraan untuk usaha kecil menengah; Kelompok usaha pembuatan pupuk organik; dan juga Membuat koperasi simpan pinjam.
- d. Bidang Lingkungan : Perbaikan dan pengembangan drainase; Penanaman pohon pelindung; Pengerasan dan pengaspalan jalan; Pembuatan gapura Kampung Digital Sampali; dan Pembuatan plang nama PKK Kampung Sampali.

8. PT HM Sampoerna, Tbk

Berbagai macam kegiatan CSR nya antara lain : Membentuk Tim Sampoerna Resque untuk melaksanakan tanggap darurat terhadap bencana; Menciptakan air bersih untuk masyarakat; Membangun usaha mikro dan kecil; Memberikan beasiswa bagi SMA dan Sarjana; Melakukan penanaman pohon untuk reboisasi.

9. PT Tambang Batubara Bukit Asam

- a. Bidang Lingkungan : Pembuatan kolam pengendap lumpur; Pemanfaatan tanaman minyak kayu putih; Membangun Taman Hutan Raya
- b. Bidang Ekonomi : Membangun kelompok usaha pupuk Bokashi Organik
- c. Bidang Sosial : Penataan Pasar Tanjung Enim

10. PT Arutmin Indonesia

Programnya antara lain : Kerjasama dengan KUD setempat; Program AHPB(Aku Himung Petani Banua) yang mengajak masyarakat untuk

memanfaatkan sumber daya alam di sekitarnya; Membangun infrastruktur; Memberikan bantuan kesehatan dan sosial lainnya.

11. PT Bakrieland Development, Tbk

Program CSR di Bakrieland antara lain : Membangun Rasuna Epicentrum, yakni sebuah kawasan resapan air; Penggunaan solar energy system dalam setiap project Bakrieland; Goes Green di Bali Nirwana Resort; Mempekerjakan 2 orang anggota keluarga yang tanahnya dibeli Bakrieland.

12. PT Berau Coal

Program yang telah dilaksanakan antara lain :

- a. Pemanfaatan lahan mejadi area tanaman buah-buahan
- b. Pemanfaatan lahan sebagai area peternakan sapi
- c. Pemanfaatan lahan perkebunan
- d. Pemanfaatan tanaman kehutanan
- e. Percobaan penanaman karet
- f. Pembangunan lapangan golf

Adanya ketidakseragaman dalam penerapan CSR diberbagai negara menimbulkan adanya kecenderungan yang berbeda dalam proses pelaksanaan CSR itu sendiri di masyarakat. Oleh karena itu diperlukan suatu pedoman umum dalam penerapan CSR di manca negara. Dengan disusunnya ISO 26000 sebagai panduan (*guideline*) atau dijadikan rujukan utama dalam pembuatan pedoman SR yang berlaku umum, sekaligus menjawab tantangan kebutuhan masyarakat global termasuk Indonesia.

1. Pengenalan ISO 26000, prinsip-prinsip dan pemangku kepentingan
2. CS 1. Tata kelola organisasi
3. CS 2. HAM
4. CS 3. Ketenagakerjaan
5. CS 4. Lingkungan
6. CS 5. Praktik operasi yang adil
7. CS 6. Isu konsumen
8. CS 7. Pelibatan dan pengembangan masyarakat
9. Mengintegrasikan ISO 26000 ke dalam operasi perusahaan

III. KESIMPULAN

Dokumen ISO 26000:2010 *Guidance on Social Responsibility* itu utamanya berisikan definisi, prinsip, subjek inti dan petunjuk bagaimana prinsip dan subjek inti tersebut ditegakkan di dalam organisasi. Memang, ISO 26000 tidak menyatakan dirinya sebagai petunjuk mengenai CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan. Alih-alih, dokumen tersebut meyakini bahwa seluruh jenis organisasi—organisasi masyarakat sipil, perusahaan dan pemerintah dalam berbagai ukuran, memiliki tanggung jawab sosial yang pada dasarnya sama. Dokumen itu menyebutkan bahwa tanggung jawab sosial sesungguhnya adalah tanggung jawab organisasi atas dampak dari keputusan dan tindakannya, sementara tujuannya sendiri adalah mencapai pembangunan berkelanjutan.

Secara lengkap, definisi tanggung jawab sosial adalah: *“Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behaviour that contributes to sustainable development, health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behaviour; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationships.”*

Dengan tercapainya kesepakatan tersebut, maka sudah seharusnya tidak ada lagi perdebatan substansial mengenai definisi CSR di kalangan perusahaan. Hapus sudah keraguan mengenai “ketiadaan definisi tunggal”. ISO 26000, walaupun tidak berpretensi menyediakan definisi tunggal, namun memiliki definisi yang sudah disepakati oleh seluruh negara anggota ISO. Dukungan terhadap dokumen tersebut sedemikian kuat, dibuktikan dengan 93% suara yang sah menyatakan bahwa mereka memilihnya.

Yang juga disepakati adalah adanya prinsip-prinsip akuntabilitas, transparensi, perilaku etis, penghormatan kepada pemangku kepentingan, kepatuhan pada hukum, penghormatan kepada norma-norma internasional serta penghormatan terhadap HAM. Sebagai prinsip, artinya tidak ada perusahaan yang bisa dianggap ber-CSR kalau tidak memenuhi semuanya. Ketujuhnya tak bisa ditawar, dan pemenuhannya harus setiap waktu dan pada level optimum.

Kalau sebagian besar perusahaan di Indonesia masih kerap menganggap bahwa CSR itu identik dengan donasi belaka atau pengembangan masyarakat, pembacaan atas ISO 26000 akan menyangkal itu. Di situ akan diketahui bahwa subjek inti tanggung jawab sosial itu sangat luas. Ia merentang mulai dari tata kelola (perusahaan), HAM, ketenagakerjaan, lingkungan, praktik operasi yang adil, konsumen serta pelibatan dan pengembangan masyarakat. Seluruh subjek inti juga harus dipenuhi harapan-harapan yang ada di dalamnya. Hanya saja, pada tingkat isu--persis satu tingkat di bawah subjek inti— perusahaan dapat memilih mana yang relevan baginya.

Sebagai misal, dalam subjek inti lingkungan ada isu mengenai perubahan iklim, di mana di dalamnya terdapat berbagai hal terkait dengan mitigasi dan adaptasi. Mungkin mitigasi perubahan iklim—berupa penghematan energi, peningkatan efisiensi energi dan lainnya— bisa dilaksanakan oleh seluruh organisasi. Namun demikian, tindakan-tindakan terkait adaptasi dampak perubahan iklim tentu pertama-tama akan dilakukan oleh organisasi yang berada di wilayah yang rentan terhadap dampaknya. Tak perlu seluruh organisasi secara serempak melakukan tindakan adaptasi.

Lalu, apa yang kemudian menentukan apakah suatu isu itu bisa dikatakan relevan maupun tidak? Selain bisnis inti perusahaan—karena CSR adalah manajemen dampak positif maupun negatif, maka seluruh isu yang terkait dampak operasional harus diperhatikan— maka yang penting diperhatikan adalah ekspektasi pemangku kepentingan terhadap perusahaan. Untuk mengetahui apa saja ekspektasi tersebut, tentu perusahaan pertama harus mengetahui siapa saja yang masuk sebagai pemangku kepentingannya. Oleh karena itu, ISO 26000 menekankan pentingnya identifikasi pemangku kepentingan. Tanpanya, mustahil perusahaan bisa mengetahui isu-isu apa saja yang mereka perhatikan dan relevan untuk perusahaan.

Di Indonesia, pemetaan pemangku kepentingan tampaknya merupakan batu sandungan yang cukup serius. Kebanyakan perusahaan berasumsi mengetahui secara persis siapa saja pemangku kepentingannya. Padahal, sebagaimana yang ditunjukkan oleh banyak penelitian, sebagian besar perusahaan itu mengidap penyakit “separuh buta” dalam mengidentifikasi pemangku kepentingannya. Definisi yang klasik dan juga yang dipakai oleh ISO 26000 menyatakan bahwa pemangku kepentingan adalah pihak yang

bisa mempengaruhi dan atau terpengaruh oleh pencapaian tujuan organisasi. Sementara, kebanyakan perusahaan biasanya hanya mengenal pihak-pihak yang bisa berpengaruh terhadap bisnisnya. Padahal, sebagai dokumen yang mendefinisikan tanggung jawab sosial sebagai tanggung jawab atas dampak, sangatlah jelas ISO 26000 memberikan penekanan kepada mereka yang terkena dampak

DAFTAR PUSTAKA

- Carroll, A. and Buchholtz, A. (2003) *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*. Thomson. Ohio
- Carroll, A. (1998) The Four Faces of Corporate Citizenship. *Business and Society Review*, September, vol. 100, no. 1, pp. 1-7
- Clarkson, M. (1995) A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*. Vol.20, pp.92 -117.
- Davis, K. and Blomstrom, R. (1975) *Business and Society: Environment and Responsibility*, McGraw - Hill, New York.
- Fombrun, C. (2000) The value to be found in corporate reputation The public's view of a company not only acts as a reservoir of goodwill, but also boosts the bottom line. *Financial Times* December 4 2000
- Griffin, J. and Mahon, J. (1997) The Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance Debate: Twenty five years of incompatible research. *Business and Society*. Vol. 36. pp.5 -31
- Maignan, I., Ferrell, O. and Tomas, G.(1999) Corporate Citizenship: Cultural Antecedents and Business Benefits. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Volume 27, No. 4, pages 455-469.
- Maignan, I., and Ferrell, O. (2001) Corporate citizenship as a marketing instrument - Concepts, evidence and research directions. *European Journal of Marketing*. Vol.35 No.3/4 pp.457-484
- Matten, D, Crane, A. and Chapple, W. (2003) Behind the mask: Revealing the true face of corporate citizenship. *Journal Business Ethics* Vol. 45, Issue1 pp109
- Menon, A. and Menon, A. (1997) Enviropreneurial marketing strategy: the emergence of corporate environmentalism as marketing strategy. *Journal of Marketing*. Vol. 61, pp.51 - 67
- Millennium Poll on Corporate Responsibility 'Enviro-nics International Ltd' in cooperation with The Prince of Wales Trust September 1999.

- Waddell, S. (2000) New institutions for the practice of corporate citizenship; Historical Intersectoral, and Developmental Perspectives'. *Business and Society Review*, Vol. 105, pp.323 - 345.
- Wartick, S. and Cochran, P. (1985) The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *Academy of Management Review*, Vol.10, pp.767.
- WBCSD (6 Desember 2001). *The Business Case for Sustainable Development*. World Business Council for Sustainable Development. ISBN 2-94-024019-1.
- WBCSD (6 Desember 2000). *Corporate Social Responsibility: Making good business sense*. World Business Council for Sustainable Development. ISBN 2-94-024007-8.
- WBCSD (6 Desember 1999). *Corporate Social Responsibility: Meeting changing expectation*. World Business Council for Sustainable Development. ISBN 2-94-024007-8.
- Wood, D. (1991) Corporate Social Performance Revisited. *Academy of Management Review*, Vol.4, pp.691 - 718.