

CSR: Antara Universalitas dan Partikularitas Keindonesiaan

Jalal dan Fajar Kurniawan
Social Investment Indonesia

Sebagai sebuah konsep yang dianggap lahir di Barat, CSR kerap mendapat prasangka mengandung kepentingan negara-negara maju. Kalau perusahaan-perusahaan asing melakukan CSR—apalagi bila dinilai kinerjanya lebih bagus dibandingkan perusahaan lokal—maka segera saja banyak komentar negatif yang menyergap. Perusahaan-perusahaan itu dianggap hendak membeli pengaruh dari pemangku kepentingan lokal.

Salah satu tuduhan yang paling banyak terdengar adalah bahwa CSR merupakan alat para pendukung Neoliberalisme untuk semakin membuat paham tersebut tersebar secara massif. Mengapa bisa dituduh demikian? Karena dengan menjalankan CSR-nya perusahaan kerap dianggap mengambil alih peran pemerintah, sehingga dalam jangka panjang perusahaan kemudian benar-benar menggantikan pemerintah, atau setidaknya menjadi *quasi-government*. Upaya perusahaan dalam ber-CSR dengan melakukan hal-hal di luar kewajiban regulasi (*beyond regulation*) juga dianggap setali tiga uang. Kalau perusahaan mengambil posisi itu, tujuannya tidak lain adalah membuat regulasi oleh negara menjadi usang.

Tapi benarkah pendirian tersebut punya dasar empiris? Neoliberalisme adalah sebuah paham yang mendewakan pasar sebagai satu-satunya mekanisme yang mungkin efisien dalam mengalokasikan sumberdaya. Karena itu, para pendukung Neoliberalisme sekuat mungkin menyingkirkan pemerintah dari hajat hidup orang banyak. Segala sesuatu—termasuk pelayanan kesehatan dan pendidikan—hendak diswastakan, alias dilakukan oleh perusahaan saja. Neoliberalisme ini didukung secara penuh oleh Aliran Chicago dalam ilmu ekonomi, dengan salah satu pemukanya adalah Milton Friedman.

Siapun yang memelajari CSR dengan giat akan paham bahwa Friedman adalah orang yang menentang CSR. Ia dikenal dengan pernyataan bahwa satu-satunya tanggung jawab perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan untuk pemilik modal. Jelas, pemikiran Friedman dan CSR bukan saja tidak kompatibel, melainkan bertentangan secara diametrikal. Seluruh pakar CSR dengan tegas menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingan, di mana pemilik modal hanyalah salah satu di antaranya.

Ketika perusahaan menjalankan beragam program ekonomi, sosial dan lingkungan untuk para pemangku kepentingannya, tak ada motivasi untuk menggantikan pemerintah di situ. Secara universal kini telah diterima bahwa CSR bertujuan untuk mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan, sehingga memang fungsi sosial dan lingkungan perusahaan menjadi melekat dengan operasinya. Perusahaan bukan lagi sekadar organisasi yang berfokus pada tujuan ekonomi semata.

Ketika perusahaan menjalankan program yang tidak diwajibkan di dalam regulasi, hal itu semata-mata merupakan konsekuensi dari prinsip dalam CSR, yaitu untuk menghormati pemangku kepentingan serta norma perilaku internasional—sebagaimana yang dinyatakan dalam *ISO 26000 Guidance on Social Responsibility*. Kepatuhan terhadap hukum memang salah satu prinsip juga, namun dipandang tidaklah memadai bagi perusahaan yang benar-benar ingin menunjukkan tanggung jawab sosialnya. Apa yang menjadi ekspektasi pemangku kepentingan haruslah diperhatikan, dipuaskan, atau bahkan dilampaui apabila memang masuk akal. Norma perilaku internasional—yang merupakan aspirasi dari pemangku kepentingan global—juga tak kalah pentingnya untuk diperhatikan.

Sekali lagi, hal-hal di atas menunjukkan bahwa CSR adalah anak kandung zaman, yang memiliki ekspektasi universal agar perusahaan-perusahaan bisa menjadi lebih baik dalam beroperasi, bukan menjadi lebih berkuasa tanpa kekang. Perusahaan diharapkan bisa menjadi alat untuk mencapai keberlanjutan dunia, bukan sekadar memikirkan kepentingan maksimisasi keuntungan yang jelas bila dijadikan patokan utama dalam beroperasi maka akan menghancurkan seisi dunia.

Bagaimanapun, apa yang disepakati secara universal itu kemudian perlu kontekstualisasinya. Karenanya banyak pertanyaan seputar bagaimana CSR yang partikular untuk Indonesia? Adakah ciri-ciri yang membedakan CSR Indonesia versus konsep asalnya? Tampaknya tidak demikian secara konseptual, walau ada hal-hal khusus yang bisa disebutkan terkait dengan praktik CSR di Indonesia. Mungkin penjelasannya seperti kutipan dari mahafisikawan Albert Einstein: *“In theory, theory and practice are the same. In practice, they are not.”*

Praktik CSR di negara berkembang seperti Indonesia bagaimanapun memang berbeda dengan di negara maju. Beragam persoalan sosial dan lingkungan yang menjadi sangat menonjol di sini kerap bukanlah menjadi sesuatu yang material. Ambil misal saja soal kemiskinan. Walaupun kita tahu bahwa kemiskinan ada di negara-negara yang paling kaya sekalipun, namun sebaran dan derajat kemiskinan di negara-negara berkembang jauh lebih massif dan dalam. Tak mengherankan kalau di Indonesia salah satu manifestasi CSR yang paling menonjol adalah pengembangan masyarakat, di mana perusahaan melakukan pemberdayaan kelompok rentan.

Indonesia juga merupakan negara di mana beragam permasalahan tata kelola sedemikian kuat menghambat pencapaian tertinggi perusahaan. Oleh karena itu, mau tidak mau, perusahaan bukan saja perlu untuk memastikan tata kelolanya sendiri beres melalui *good corporate governance* (GCG), melainkan juga harus berinvestasi dalam meningkatkan kinerja tata kelola pemangku kepentingannya, terutama pemerintah daerah. Hal ini tentu tak harus dilakukan perusahaan ketika isu tata kelola telah baik kinerjanya, seperti yang banyak kita saksikan di negara-negara maju.

Yang juga membuat CSR di Indonesia menjadi partikular dalam praktiknya adalah kondisi sosial dan lingkungan yang demikian beragam. Indonesia memiliki ratusan masyarakat adat serta beragam ekologi, yang seluruhnya harus ditimbang masak-masak oleh perusahaan manapun yang hendak beroperasi di sini. Ragam sosial yang tinggi berarti perlunya penyesuaian yang ekstra-hati-hati manakala perusahaan hendak masuk ke suatu masyarakat. Ragam ekologi yang tinggi berarti perlunya mengetahui secara persis status setiap kawasan yang hendak dimasuki perusahaan, terutama kaitannya dengan nilai konservasi kawasan itu. Di negeri-negeri dengan ragam sosial dan lingkungan yang kecil, kerumitan seperti yang kita hadapi tak pernah muncul.

Terakhir, Indonesia adalah negeri yang penduduknya memandang agama sebagai sumber nilai yang penting. Tak mengherankan bila perkembangan CSR juga kerap dilekatkan dengan interpretasi agama atas bagaimana menjalankan bisnis yang diridhai oleh Tuhan YME. Terkadang interpretasi itu hanya terbatas pada jumlah atau proporsi donasi yang diberikan kepada kaum yang membutuhkan, namun banyak pula yang memikirkan hingga bagaimana setiap keputusan bisnis bisa benar-benar sesuai dengan petunjuk Tuhan dalam kitab-kitab suci. Hal ini berpotensi menjadi kekuatan yang sangat dahsyat, terutama bila Tuhan kemudian dianggap sebagai pemangku kepentingan yang selalu diperhitungkan dalam menjalankan bisnis di Indonesia. Sila pertama—dan sila kelima—dari Pancasila sangat boleh jadi adalah petunjuk terpenting dalam praktik CSR di Indonesia.

Jalal adalah ketua dewan penasihat (chairperson of advisory board) pada Social Investment Indonesia. Ia juga merupakan fellow dalam ekonomi hijau pada program IDEAS di Massachusetts Institute of Technology.

Fajar Kurniawan adalah pendiri dan managing partner Social Investment Indonesia dan alumni program social enterprise pada Mosaic Summer School, Cambridge University.