

Optimizing PKBL Implementation for Supporting CSV Initiatives

Narasumber:

Jumat, 23 April 2021
15.30 - 17.00 WIB

Moderator:



Fajar Kurniawan
Managing Partner
Social Investment Indonesia



Agus Suharyono
Asisten Deputi Bidang TJSL
Kementerian BUMN



Arya Dwi Paramita
CSR & SMEPP
PT Pertamina (Persero)



Jalal
Chairperson of Advisory Board
Social Investment Indonesia



Tema yang dibahas dalam seri-17 ini tentang “Optimizing PKBL Implementation for Supporting CSV Initiatives”. Sesi ini mendiskusikan mengenai bagaimana memaksimalkan program PKBL untuk mendukung inisiatif CSV dalam strategi perusahaan BUMN. Seiring dengan dinamisnya perkembangan saat ini, bentuk tanggung jawab sosial perusahaan semakin berkembang dan bergeser ke arah **Creating Shared Values (CSV).**

Narasumber yang hadir yakni:

1. Agus Suharyono – Kementerian BUMN
2. Arya Dwi Paramita – PT Pertamina (Persero)
3. Jalal – Social Investment Indonesia

OPTIMALISASI PROGRAM TJSL BUMN DALAM MENDUKUNG CREATING SHARE VALUE



Agus Suharyono
Asisten Deputi Bidang
TJSL Kementerian BUMN



KEMENTERIAN
BADAN USAHA
MILIK NEGARA
REPUBLIK
INDONESIA



BUMN

KEMENTERIAN
BADAN USAHA
MILIK NEGARA
REPUBLIK
INDONESIA

OPTIMALISASI PROGRAM TJSL BUMN dalam mendukung CREATING SHARE VALUE

BUMN

PKBL

PELAKSANAAN PKBL BUMN SELAMA INI

PROGRAM KEMITRAAN (PK)

Program untuk meningkatkan kapasitas
UMKM agar menjadi tangguh dan mandiri

PROGRAM BINA LINGKUNGAN (BL)

Pemberdayaan sosial masyarakat dan
lingkungan masyarakat di sekitar wilayah
BUMN

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Pelaksanaan sepenuhnya merupakan kewenangan
Direksi

SEJARAH PKBL

Pembinaan Golongan
Ekonomi Lemah dan Koperasi
Pembinaan Usaha Kecil
dan Koperasi
Program Kemitraan dan
Bina Lingkungan

1983

Pegelkop

Sumber dana dapat berasal dari Penyisihan laba bersih setelah pajak yang ditetapkan dalam RUPS/Menteri pengesahan Laporan Tahunan BUMN

1994

PUKK

1999

PKBL

2015

Maks pinjaman Rp75jt, jasa administrasi 6% per tahun

PER-09/MBU/07/2015

Sumber dana dapat berasal dari Penyisihan laba bersih setelah pajak maksimum sebesar 4% untuk PKBL

2016

PER-03/MBU/06/2016
Sumber dana dapat berasal dari Penyisihan sebagian laba bersih BUMN maks 4% dan/ atau **anggaran yang diperhitungkan sebagai biaya** pada BUMN

2017

Maks pinjaman Rp200jt, jasa administrasi 3% per tahun

PER-02/MBU/07/2017

Menetapkan penyaluran PK melalui BUMN Khusus dg mekanisme hibah atau pinjaman tanpa jasa administrasi.

2020

PER-02/MBU/04/2020
Mengatur tentang penggunaan dana BL untuk bencana alam dan non alam (Termasuk wabah), dan penyaluran BL dapat dilakukan untuk internal BUMN sendiri.

ISO 26000

SOCIAL RESPONSIBILITY

CSR (TJSL) menurut ISO 26000 adalah
Tanggung jawab perusahaan atas *dampak dari keputusan dan aktivitasnya* terhadap masyarakat dan lingkungan



Bagi pelaku usaha semangat dari TJSL adalah *keberlanjutan usaha (business sustainability)*

7 Ruang Lingkup



TUJUAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN (TPB / SDGs)

- ❖ Sidang Umum PBB Ke-70 tahun 2015 sekitar 193 Kepala Negara sepakat melaksanakan TPB / SDGs.
- ❖ SDGs merupakan tindak lanjut dari *Millenium Development Goals* (MDGs)

TPB/SDGs terdiri dari **17 Tujuan dan 169 Target**, merupakan rencana aksi dan kesepakatan global

TUJUAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN



TINDAK LANJUT





PRESIDEN
REPUBLIK INDONESIA

PERATURAN PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 59 TAHUN 2017

TENTANG

PELAKSANAAN PENCAPAIAN TUJUAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN

Koordinator Pelaksana : Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional/Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.

Anggota : 1. Menteri Luar Negeri;
2. Menteri Dalam Negeri;
3. Menteri Keuangan;
4. Menteri Badan Usaha Milik Negara;
5. Sekretaris Kabinet;
6. Kepala Staf Kepresidenan.

4 Pilar TPB / SDG's

Sosial

Ekonomi

Lingkungan

Hukum dan
Tata Kelola

4 platform kelembagaan yang inklusif

01

Pemerintah &
Perlemen

02

Philanthropy &
Pelaku Usaha

03

Ormas &
Media

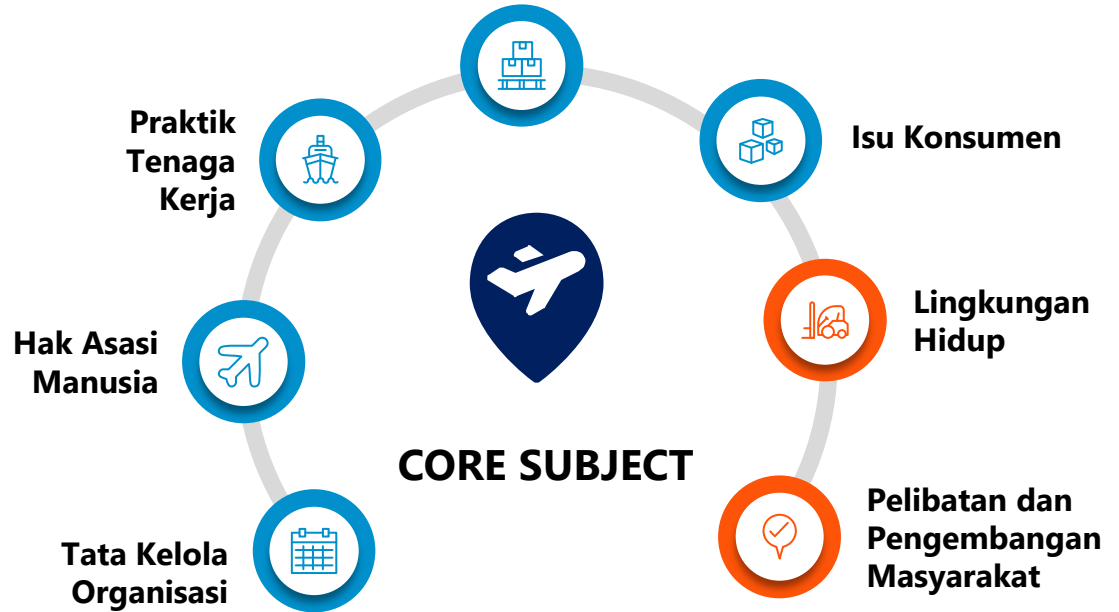
04

Akademisi &
Pakar



IMPLEMENTASI ISO 26000 pada PROGRAM TJSL BUMN

Praktik Bisnis yang Adil



“ PKBL baru melaksanakan 2 core subject dalam ISO 26000 dan belum sepenuhnya berorientasi pada penanganan dampak dan risiko atas operasional perusahaan ”

PROGRAM KEMITRAAN

- Tidak semua BUMN memiliki kapabilitas menyalurkan pinjaman.
- Terbatasnya jumlah SDM dan tingkat *turnover* yang tinggi (mutasi pegawai)
- Status **Off Balance** menyebabkan management kurang peduli dalam pengelolaan, namun dituntut transparansi dan akuntabel (diaudit KAP).
- Tingginya nilai piutang macet dan bermasalah yang juga menjadi temuan BPK karena berpotensi merugikan Negara,
- Belum ada mekanisme penyelesaian Piutang Macet dan Piutang Bermasalah.
- Kolektibilitas piutang yang rendah akan mengakibatkan **dana yang tersedia makin menurun**. Perlu penyempurnaan formula penilaian kinerja (Kepmen no. 100/2002)

PROGRAM PENDANAAN UMK (PUMK)

BAGIAN dari Program TJSJ BUMN yang fokus pada pembinaan dan pengembangan UMK

Pencapaian TPB / SDGs



Bentuk Pelaksanaan

- Pemberian modal kerja
- Pinjaman tambahan

Undang-Undang No 20 / 2008 tentang UMKM

Usaha Mikro

- Kekayaan bersih paling banyak Rp50 Juta
- penjualan tahunan paling banyak Rp300 Juta

Usaha Kecil

- Kekayaan bersih > Rp50 Juta – Rp500 Juta
- penjualan tahunan > Rp300 Juta – Rp2,5 Miliar

ALTERNATIF PENGELOLAAN

| Alternatif 1 | Alternatif 2 |
|--|--|
| Pengelolaan dana PK termasuk piutang produktif diserahkan ke BUMN/ anak perusahaan/ afiliasi sector pembiayaan (BRI, BAV, PPA Finance, dll.) | Dana PK termasuk piutang produktif dikembalikan kepada BUMN masing-masing. |

Terhadap Piutang Macet dan Bermasalah akan dilakukan kajian penyelesaiannya dengan melibatkan BPKP.



HARAPAN PROGRAM TJSL BUMN



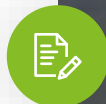
Fokuskan pada *core business* dan bagian dari penciptaan nilai perusahaan / CSV



Berkontribusi pada Pencapaian TPB / SDGs melalui Matrik RAN



Prioritas program berdasarkan pemetaan atas dampak dan risiko bisnis



Mendorong kolaborasi / pola kemitraan dalam mencapai tujuan



*Terintegrasi
Terarah
Terukur Dampaknya*



KEMENTERIAN
BADAN USAHA
MILIK NEGARA
REPUBLIK
INDONESIA



Terima Kasih



CREATING SHARED VALUE:

“MENGINTEGRASIKAN ISU DAN TANTANGAN
SOSIAL KE DALAM PENCIPTAAN NILAI
EKONOMI”



Arya Dwi Paramita
CSR & SMEPP
PT Pertamina (Persero)



PERTAMINA

Webinar Social Investment Roundtable Discussion

Optimizing PKBL Implementation for Supporting CSV Initiatives

Jakarta, 23 April 2021



Creating Shared Value

“Mengintegrasikan isu dan tantangan sosial ke dalam penciptaan nilai ekonomi”



Philanthropy

- Donations to worthy social causes
- Volunteering



CSR

- Compliance with community standards
- Good corporate citizenship
- “Sustainability”



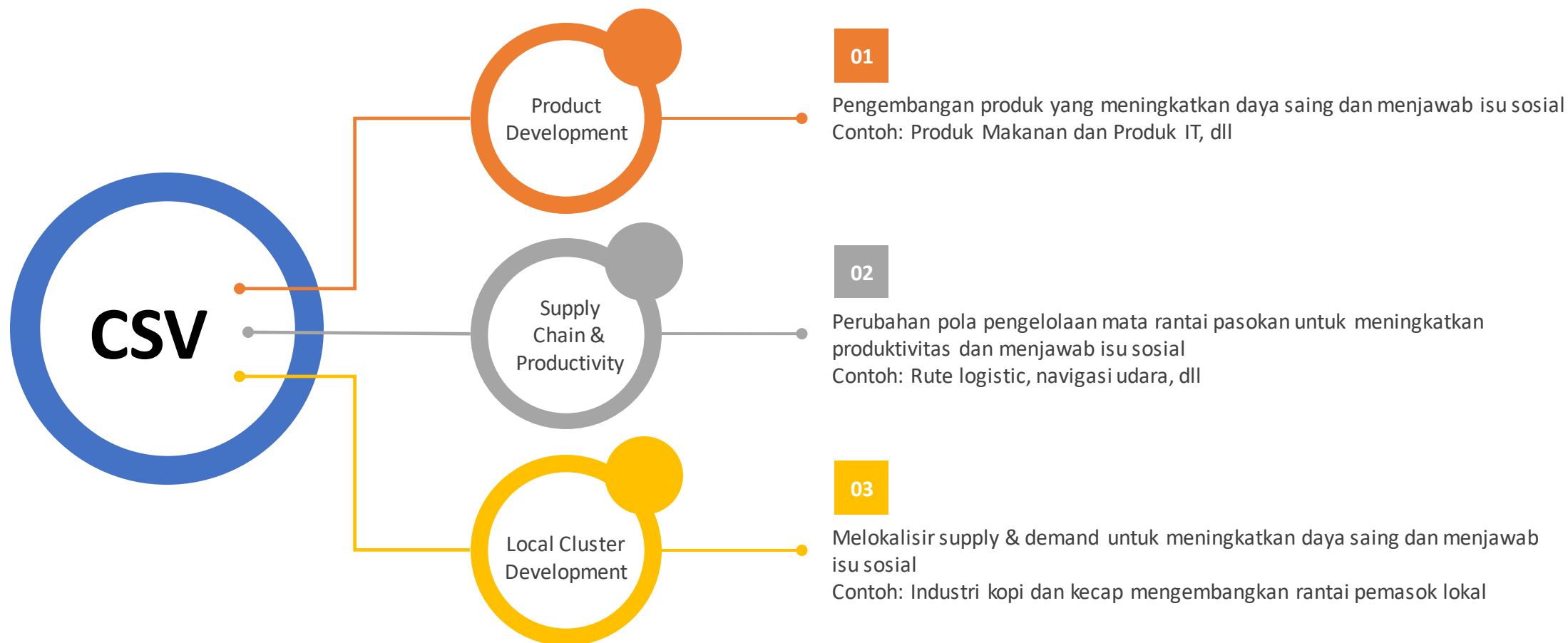
CSV

Integrating societal issues and challenges into **economic value creation**

Porter, Michael E, Creating Shared Value, *Shared Value Leadership Summit*, 2013

Creating Shared Value

“Mengintegrasikan isu dan tantangan sosial ke dalam penciptaan nilai ekonomi”



Porter, Michael E. and Kramer, Mark R., 2011, Creating Shared Value, Harvard Business Review

OUTPUT

PINKY MOVEMENT

- **Penyaluran**

Pinky Movement merupakan program yang menysasar Usaha Kecil Mikro (UMK) untuk dapat naik kelas melalui pembiayaan modal usaha dan pembinaan.

- **Pembinaan**

UMK Pinky Movement mendapatkan pembinaan meliputi kegiatan sebagai berikut :

- Pelatihan kewirausahaan UMK
- Akses Perijinan atau Sertifikasi
- Fasilitasi *E-Commerce* untuk pasar UMK
- *Coaching* UMK dan *Awarding* UMK



Sasaran Pinky Movement

Outlet LPG Subsidi

Pembiayaan sebagai modal usaha untuk menjual LPG Non subsidi.

UMKM yang masih menggunakan LPG subsidi

Pembiayaan usaha berupa dana murah sebagai benefit kepada UMKM pengguna LPG subsidi yang mau beralih ke LPG Non subsidi



OUTCOME

- Peningkatan Omzet UMK.
- Peningkatan kompetensi kewirausahaan UMK
- Perluasan pasar UMK



PEMBERITAAN PROGRAM

- <https://investor.id/business/program-pinky-movement-pertamina-telah-salurkanan-rp-444-miliar-untuk-umkm>
- <https://news.detik.com/berita/d-5123344/pinky-movement-pertamina-sabet-penghargaan-icsb-indonesia-2020>
- <https://www.wartaekonomi.co.id/read320231/pinky-movement-pertamina-bidik-2000-outlet-lpg-100-usaha-kecil-pakai-lpg-nonsubsidi>

PENGHARGAAN



- **Best of The Best Kategori Sustainability** : Pertamina untuk Program Pinky Movement
- **Juara utama predikat Gold** - Kategori Sustainability, Subkategori CSV untuk Program Pinky Movement
- Pinky Movement - Empowering SME and Optimizing Subsidy **10 Besar Millennial Innovation Summit di Kementerian BUMN**
- Program kemitraan Pinky Movement Pertamina - **Penghargaan oleh International Council for Small Business (ICSB) Indonesia Presidential Award 2020**

ENDURO STUDENT PROGRAM

Program TJSL (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan) Pertamina yang dikelola oleh PT Pertamina Lubricants dalam mengembangkan usaha kepada pemuda lulusan SMK agar mampu menjadi wirausaha muda yang mandiri dan bersaing dalam dunia perbengkelan. Program ini merupakan bagian dari implementasi ESG (Environment, Social, Governance) yang mendukung upaya Pertamina sesuai dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG's)

SUSTAINABILITY KOMPAS

EKONOMI

- Penjualan pelumas di Bengkel
- Pendapatan Bengkel dari Jasa service dan Sparepart
- > 14 ribu Botol Pelumas Pertamina Terjual keseluruhan

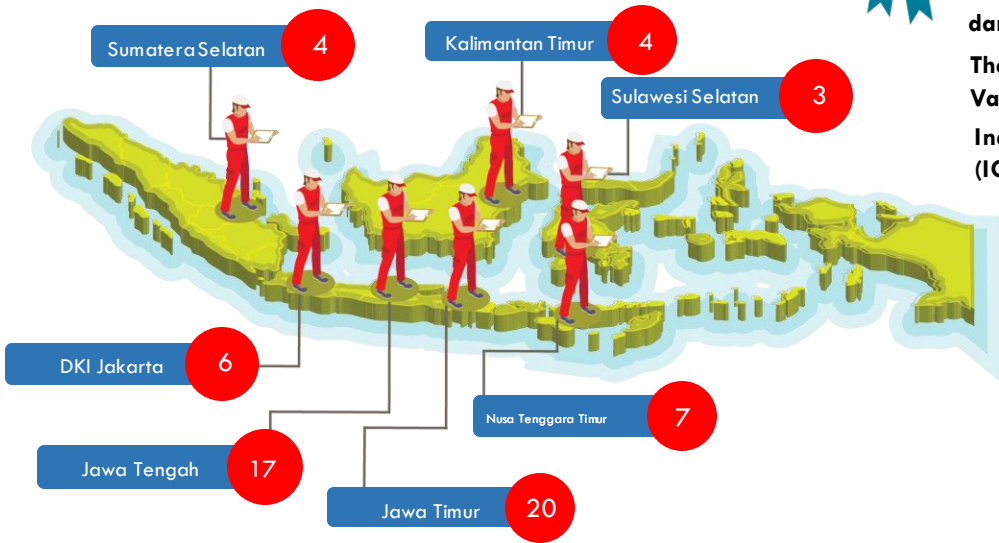
WELLBEING

- Memiliki bengkel dan menjadi wirausaha di perbengkelan
- Lebih dari Rp 18 juta Omset Rata-Rata Bengkel / tahun (Dari Penjualan oli, service, dan sparepart)
- Menjadi Bengkel/Outlet Own Channel PTPL

SOSIAL

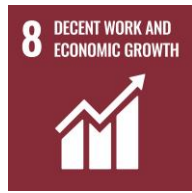
- 113 penerima manfaat
- 64 Outlet Bengkel aktif

SEBARAN BENGKEL ESP



PENGHARGAAN

Nusantara CSR Award 2020 dari The La Tofi School of CSR
The Best Creating Shared Value Program 2019
Indonesian CSR Awards (ICA) 2017



TERIMA KASIH



MEMBINCANGKAN PKBL, INVESTASI SOSIAL, DAN CSV



Jalal

Chairperson of Advisory Board
Social Investment Indonesia



Social
Investment
Indonesia

Pada tanggal 23 April 2021, saya diminta untuk bicara pada forum *Social Investment Roundtable Discussion #17*. Temanya adalah *Optimizing PKBL Implementation for Supporting CSV Initiatives*. Tema ini agaknya sangat penting untuk rekan-rekan yang mengelola Program Kemitraan dan Bina Lingkungan di berbagai BUMN, karena sekarang PKBL diminta untuk menggunakan pendekatan *Creating Shared Value (CSV)*, selain juga secara formal mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals, SDGs*). Tetapi, tentu saja perbincangannya tidak hanya akan bermanfaat untuk mereka yang bekerja di BUMN atau anak perusahaan BUMN, melainkan juga perusahaan swasta serta pemangku kepentingannya.

Companies in all industry sectors can respond to these drivers—thereby achieving both business benefits and development impact—in three different ways.⁶

1. Core business

2. Social investment

3. Public advocacy and policy dialogue

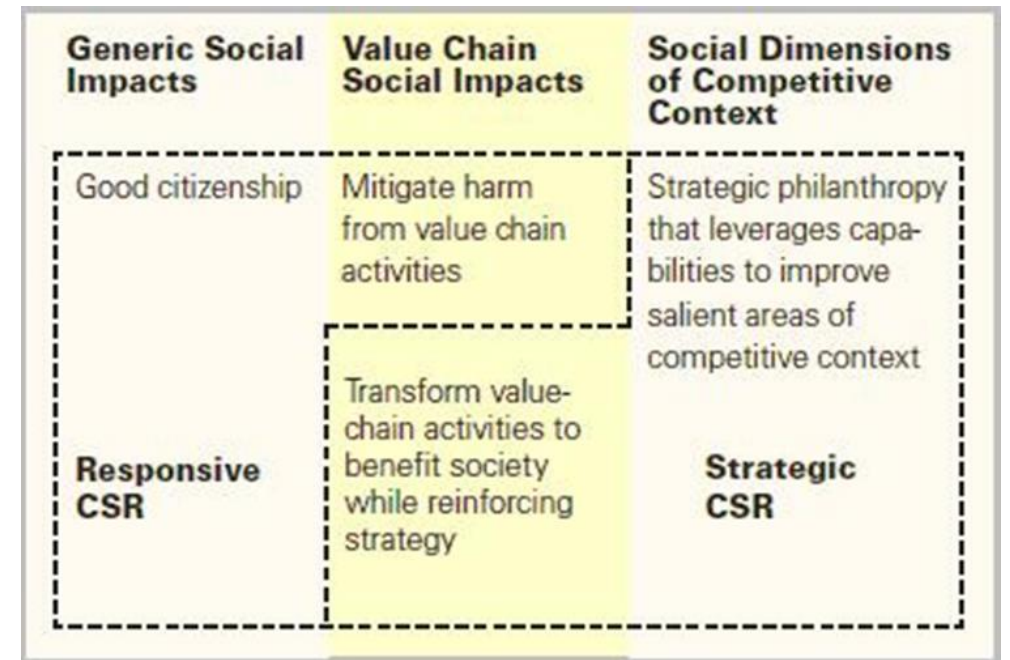


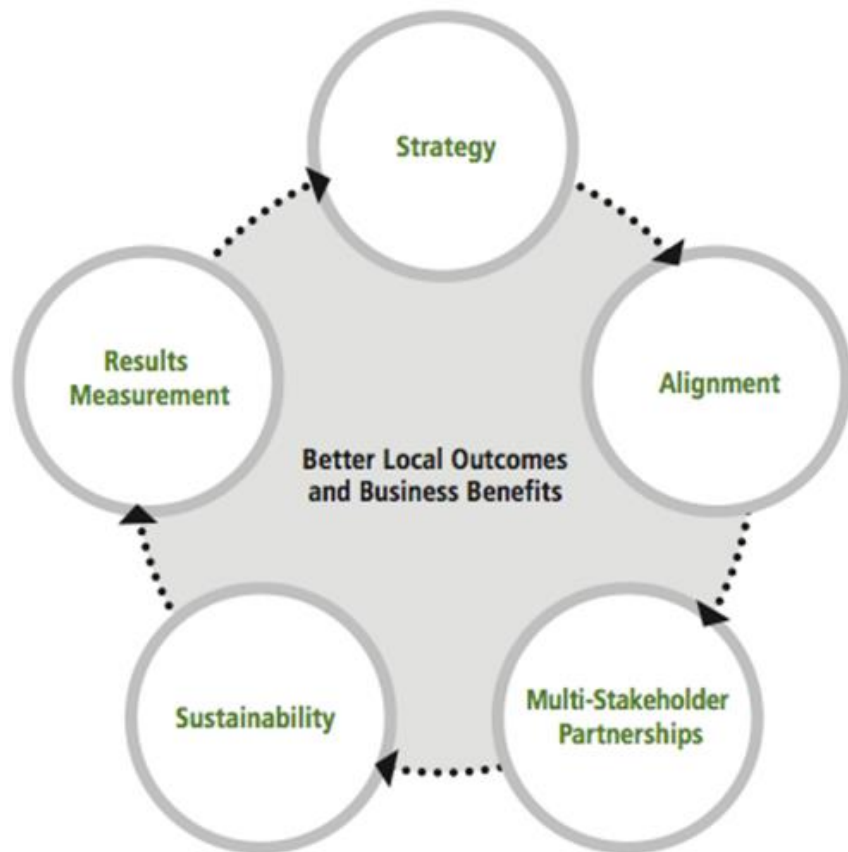
Dalam diskusi ini saya mau memulainya dengan meletakkan di mana posisi PKBL dan CSV terlebih dahulu. Gambar di samping ini adalah ringkasan penjelasan tentang bagaimana perusahaan dapat berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, menurut Nelson, Jenkins, dan Gilbert (2015). Kontribusi utama datang dari bisnis inti, yang terdiri dari *workplace*, *marketplace*, dan *supply chains*. Kontribusi kedua datang dari investasi sosial di masyarakat. Dan, yang ketiga dari advokasi publik dan dialog kebijakan di tingkat lokal, nasional dan internasional.

PKBL BUMN sejak awal diletakkan di-dan ditujukan bagi kemaslahatan-masyarakat sebagai penerima manfaat utamanya, sehingga dia masuk ke dalam ranah investasi sosial. Tetapi, sesungguhnya tidak semua yang dilakukan di masyarakat itu bisa dinyatakan sebagai investasi sosial, karena investasi sosial wajib bersifat strategis. Karena yang dibincangkan adalah investasi sosial oleh perusahaan, maka sifat strategis itu turun dari paradigma CSR Strategis, yang menurut Porter dan Kramer (2006) dibedakan dari CSR Responsif.

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility, CSR*) pada intinya berarti tanggung jawab perusahaan atas dampak yang ditimbulkan dari keputusan dan tindakannya terhadap masyarakat dan lingkungan, sebagaimana yang diimplikasikan oleh definisi tanggung jawab sosial dari ISO (2010). Ia bisa terwujud menjadi CSR Responsif manakala perusahaan hanya menysar dampak sosial yang umum, dengan tujuan menjadi warga yang baik, serta sekadar memitigasi dampak negatif dari rantai nilainya. Manakala perusahaan melihat peluang untuk mentransformasikan aktivitasnya sepanjang rantai nilai untuk keuntungan masyarakat dan strategi bersaing perusahaan, juga melakukan filantropi terkait dengan isu-isu yang nyata terkait dengan keunggulan bersaing perusahaan, maka perusahaan tersebut melakukan CSR Strategis.

CSR Strategis, dengan demikian, ditandai dengan manfaat yang didesain sedari awal bagi pemangku kepentingan maupun perusahaan. Mengikuti kembali ISO (2010), tanggung jawab sosial itu adalah atas tujuh subjek inti, yaitu Tata Kelola, HAM, Ketenagakerjaan, Lingkungan, Praktik Operasi yang Adil, Isu Konsumen, serta Pelibatan dan Pengembangan Masyarakat. Ketika paradigma CSR Strategis diterapkan pada subjek inti yang ketujuh itulah maka ia menjadi investasi sosial. Salah satu definisi investasi sosial yang paling terkenal adalah *“Voluntary contributions or actions by companies to help communities in their areas of operation address their development priorities, and take advantage of opportunities created by private investment—in ways that are sustainable and support business objectives,”* sebagaimana yang diajukan oleh IFC (2010).





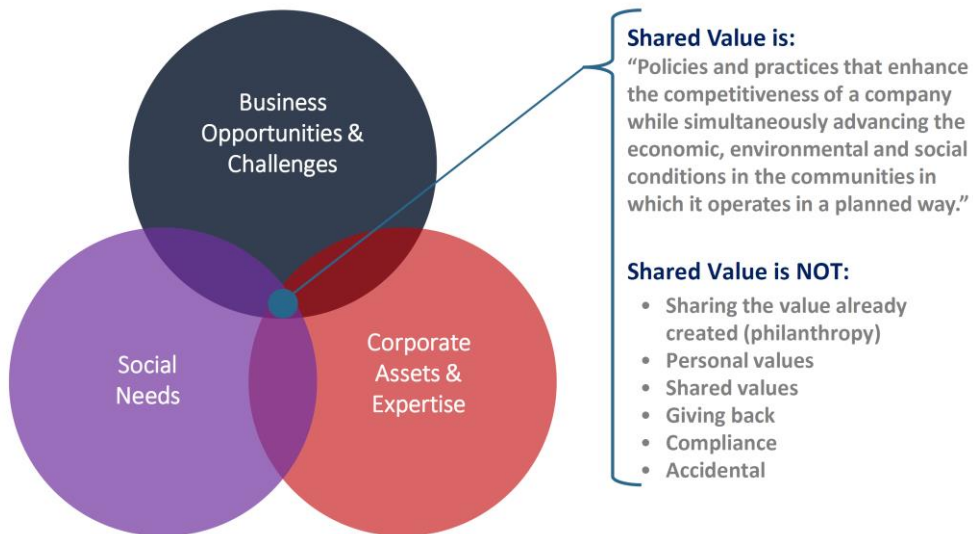
Oleh karena itu, menurut hemat saya, apabila sebuah projek di bawah PKBL hendak menjadi investasi sosial, maka ia perlu memastikan bahwa ada manfaat yang diterima oleh masyarakat, maupun oleh perusahaan. Kalau tidak, ia tidak bisa dinyatakan sebagai investasi sosial. Manfaat yang diterima oleh masyarakat dari investasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan kini bisa diringkas sebagai kesejahteraan, ketahanan dan keberlanjutan atau *wellbeing, resilience and sustainability*, sebagaimana yang disarankan oleh Joseph dan McGregor (2020). Sementara, keuntungan untuk perusahaan bisa berbentuk keuntungan operasional, reputasional, serta finansial.

Agar manfaat untuk masyarakat dan perusahaan benar-benar terwujud, sebuah investasi sosial harus menegakkan kelima prinsip berikut: strategi, penyelarasan, kemitraan multi-pemangku kepentingan, keberlanjutan, dan pengukuran hasil (IFC, 2010). Strategi berarti ada perencanaan yang jelas dalam sumberdaya yang dipergunakan, proses, serta tujuan yang hendak dicapai. Penyelarasan dibutuhkan di antara tujuan perusahaan, masyarakat, maupun pemangku kepentingan lainnya, termasuk pemerintah, selain juga di antara bagian-bagian di dalam perusahaan. Baik perencanaan, pelaksanaan, maupun pemantauan dan evaluasinya perlu dilaksanakan dalam wujud kemitraan di antara pihak-pihak yang memang memiliki tujuan selaras. Keberlanjutan dalam hal ini berarti kelangsungan manfaat yang diterima baik oleh masyarakat maupun perusahaan, walaupun dukungan sumberdaya perusahaan telah berhenti. Dan, sebagai bukti bahwa memang menguntungkan masyarakat maupun perusahaan, sebuah pengukuran hasil harus dilakukan dengan metodologi yang memang kokoh untuk keperluan itu.

Perusahaan yang melakukan investasi sosial (*investor*) dan masyarakat (*investee*) perlu dipastikan manfaat bagi masing-masing. Seperti juga investasi finansial, dalam investasi sosial manfaat pertama-tama tentu datang kepada kelompok sasarannya, dan investor akan mendapatkan manfaat belakangan. Mungkin ada manfaat yang datang di depan juga bagi perusahaan, seperti citra, tetapi sesungguhnya investasi sosial itu cenderung memberikan manfaat bagi perusahaan belakangan, namun akan berjangka panjang.

Manfaat operasional, misalnya, bisa dilihat dari ukuran *Social License to Operate* (Boutilier, 2017; Boutilier dan Thomson, 2019). Ada banyak ukuran reputasional yang baik dan bisa dimanfaatkan oleh perusahaan. Namun, menghubungkan antara investasi yang dilakukan di masyarakat terhadap kinerja finansial—baik akuntansi maupun pasar—membutuhkan kecermatan dan disiplin yang jauh lebih tinggi dibandingkan mengukur manfaat operasional dan reputasional.

Bagaimana membuat CSR yang membawa keuntungan bagi perusahaan, menurut para pakar, adalah pertanyaan *Holy Grail* sepanjang sejarah CSR. Ada banyak yang mencoba menjawabnya dengan beragam tingkat kesuksesan. Di antara upaya yang populer misalnya adalah *Triple Bottom Line* yang diajukan oleh Elkington (1997, direvisi 2018) dan *First Mover Advantage* oleh Sirsly dan Lamertz (2008). Tetapi, kebanyakan teori yang dibuat tidaklah setegas apa yang disebut sebagai CSV oleh Porter dan Kramer (2011). Ketegasan CSV, yang membuatnya banyak disukai oleh manajemen puncak perusahaan, adalah bahwa ia akan mendatangkan keuntungan finansial.



“Policies and practices that enhance the competitiveness of a company while simultaneously advancing the economic, environmental and social conditions in the communities in which it operates in a planned way” adalah definisi CSV yang disebutkan oleh Porter dan Kramer (2011). Definisi ini sesungguhnya tak jauh berbeda dengan apa yang dijelaskan sebagai CSR Strategis pada tulisan mereka 5 tahun sebelumnya. Namun, pada artikel *Harvard Business Review* mereka di tahun 2011 itu, mereka menyatakan bahwa CSV tidaklah sama dengan CSR, melainkan kelanjutannya. Kebanyakan pakar CSR tidak setuju dengan pendirian Porter dan Kramer itu. Salah satu yang paling keras kritiknya adalah Crane, dkk., (2014).

Kalau kritik Crane, dkk diterima, CSV perlu diletakkan kembali sebagai salah satu model atau teori CSR Strategis. Ini juga yang merupakan sikap saya atas CSV. Tetapi, walaupun tidak, maka kesepakatan tentang letak CSV di dalam bagan Nelson, Jenkins dan Gilbert (2015) juga jelas. CSV itu strategi kompetisi yang terletak di bisnis inti perusahaan, bukan pada ranah investasi sosial maupun advokasi dan dialog. Dengan demikian, PKBL BUMN, yang hingga sekarang dipisahkan dari bisnis inti belum bisa memanfaatkan

pendekatan CSV secara langsung. PKBL bisa diupayakan menjadi investasi sosial yang kemudian bisa menopang strategi CSV. Untuk dapat mewujudkannya, maka level CSV perlu dipahami dengan benar.

Reconceiving Products and Markets

- Design products and services to **address societal needs**
- **Open new markets** by serving unmet needs in underserved communities
- **Market solutions** to social problems
- Consider new ways to **deliver** products and services

Redefining Productivity in Value Chains

- **Societal problems can create economic costs** in the firm's value chain
- Synergy increases when firms approach societal issues from a shared value perspective and **invent new ways of operating** to address them
- Create more value along value chains and increase **inclusivity**

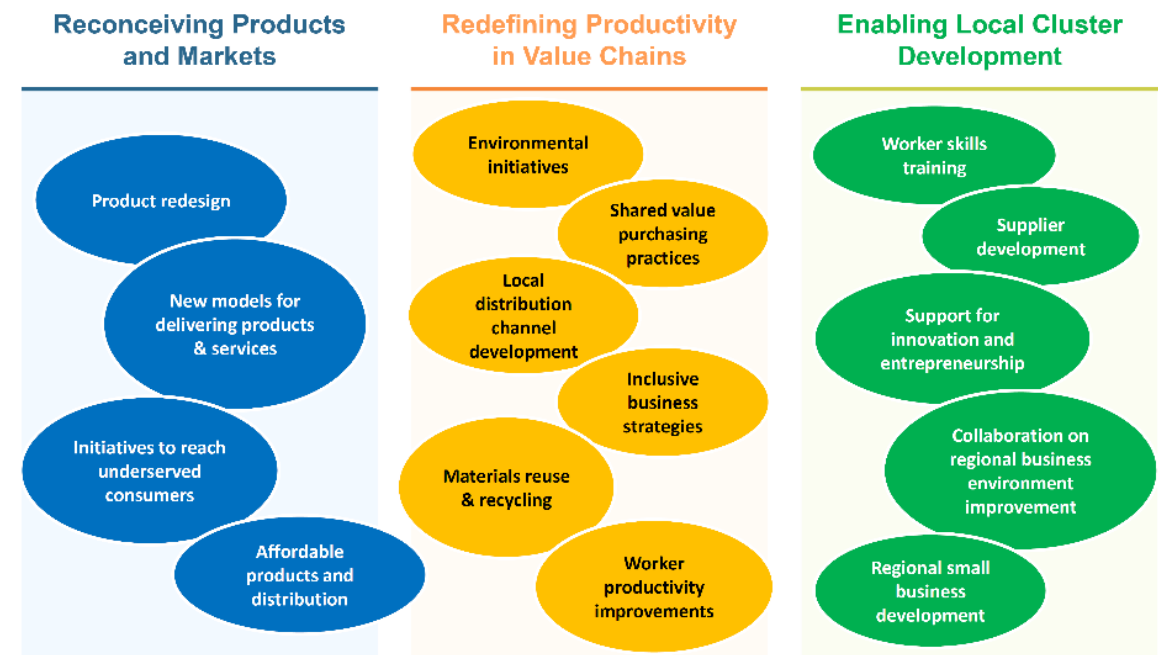
Enabling Local Cluster Development

- A strong local cluster with capable local suppliers and institutions **improves company productivity**
- Companies, working collaboratively, can **catalyze major improvements** in the local cluster and business environment
- **Strengthens the link** between a company's and community's success

Porter dan Kramer (2011) menyatakan bahwa terdapat tiga tingkatan CSV, yaitu meninjau kembali produk dan pasar (*reconceiving products and markets*), merumuskan kembali produktivitas sepanjang rantai nilai (*redefining productivity in value chains*), serta menyokong pengembangan klaster bisnis lokal (*enabling local cluster development*). Level pertama terkait dengan upaya untuk meninjau kembali produk-produk yang dimiliki perusahaan dan mengaitkannya dengan kebutuhan masyarakat, terutama kelompok masyarakat yang belum terlayani. Perusahaan juga bisa memikirkan bagaimana produk-produknya bisa menjawab persoalan-persoalan yang dihadapi oleh masyarakat, serta mencari cara yang lebih baik dalam menyampaikan produk dan jasanya. Pada level kedua, perusahaan melihat apa saja hal yang bisa membuat rantai nilainya dapat meningkatkan produktivitasnya bagi seluruh pihak yang terlibat. Sinergi dengan mereka yang ada di sepanjang rantai nilai, menemukan cara operasi baru, serta meningkatkan inklusivitas adalah cara-cara yang perlu ditempuh. Pada level ketiga, perusahaan memfokuskan diri untuk membangun klaster lokal yang bisa menopang bisnisnya sehingga bisa semakin diandalkan. Ini dilakukan dengan cara melibatkan pemasok yang memang sudah handal untuk bekerjasama meningkatkan kapabilitas pemasok lokal, serta dengan memastikan bahwa bisnis di tingkat lokal itu sama-sama menguntungkan. (Porter dan Kramer, 2011; Welford, 2013).

Welford (2013) telah memetakan apa saja bentuk-bentuk inisiatif CSV yang paling menonjol di setiap levelnya. Level pertama sangat jelas bentuknya, yaitu redesign produk, model baru untuk penyampaian produk dan jasa, produk dan jasa baru untuk kelompok yang selama ini belum terlayani, serta penciptaan produk dan sistem distribusi dengan harga yang terjangkau. Pada level kedua, banyak inisiatif lingkungan bisa dilakukan, terutama terkait dengan efisiensi materi dan energi,

praktik pembelian yang lebih baik, pengembangan saluran distribusi di tingkat lokal, strategi inklusif dalam pemilihan mitra bisnis dan pekerja, pemanfaatan dan daur ulang (atau bahkan sepenuhnya mengadopsi ekonomi sirkular), serta peningkatan produktivitas pekerja. Pada level ketiga, pelatihan untuk tenaga kerja lokal, program pengembangan pemasok lokal, dukungan terhadap inovasi dan kewirausahaan, kolaborasi untuk memperbaiki ekosistem bisnis lokal, serta upaya untuk mendukung pengembangan UMK di tingkat lokal.



Ketika semua bentuk inisiatif di setiap level CSV ini dipahami, PKBL kemudian bisa memainkan peran yang penting. Walaupun PKBL tidak masuk ke dalam ranah bisnis inti perusahaan, dengan perspektif CSR Strategis, khususnya investasi sosial, PKBL bisa diarahkan untuk mendukung beragam inisiatif CSV yang merupakan strategi bisnis perusahaan. Sebagai misal, BL bidang pendidikan bisa diarahkan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan penduduk lokal, yang kemudian bisa menjadi tenaga kerja perusahaan. BL bidang ekonomi sangat mungkin ditujukan untuk meningkatkan

kapasitas beragam bisnis lokal, yang kemudian menjadi mampu untuk masuk menjadi pemasok perusahaan. Untuk contoh yang terakhir ini, bisa pula PK masuk untuk mendukung modal UMK lokal. Contoh lainnya, bila BL bisa diarahkan untuk kelompok perempuan, penyandang disabilitas, atau kelompok usaha yang dimiliki oleh masyarakat miskin, maka inisiatif CSV untuk menjadi bisnis inklusif bisa diwujudkan.

Namun demikian, sangat penting untuk saya garis bawahi bahwa hanya apabila perusahaan telah memasukkan masyarakat sebagai pekerja dan perusahaan lokal sebagai bagian rantai nilai saja, maka itu bisa dinyatakan sebagai CSV. PKBL bisa diarahkan untuk menjadi investasi sosial kalau secara sengaja mendatangkan manfaat untuk masyarakat dan perusahaan, tetapi itu tidak bisa dikatakan sebagai CSV. Masih dibutuhkan langkah berikutnya, yaitu memasukkan penerima manfaat PKBL ke dalam rantai nilai bisnis inti perusahaan, agar PKBL bisa dinyatakan benar-benar mendukung strategi CSV—dan tentu saja perlu dibuktikan secara meyakinkan bahwa keuntungan perusahaan memang meningkat setelahnya.

Terima kasih

PROFILE

PT SAHABAT INVESTASI INDOTAMA

(Social Investment Indonesia)



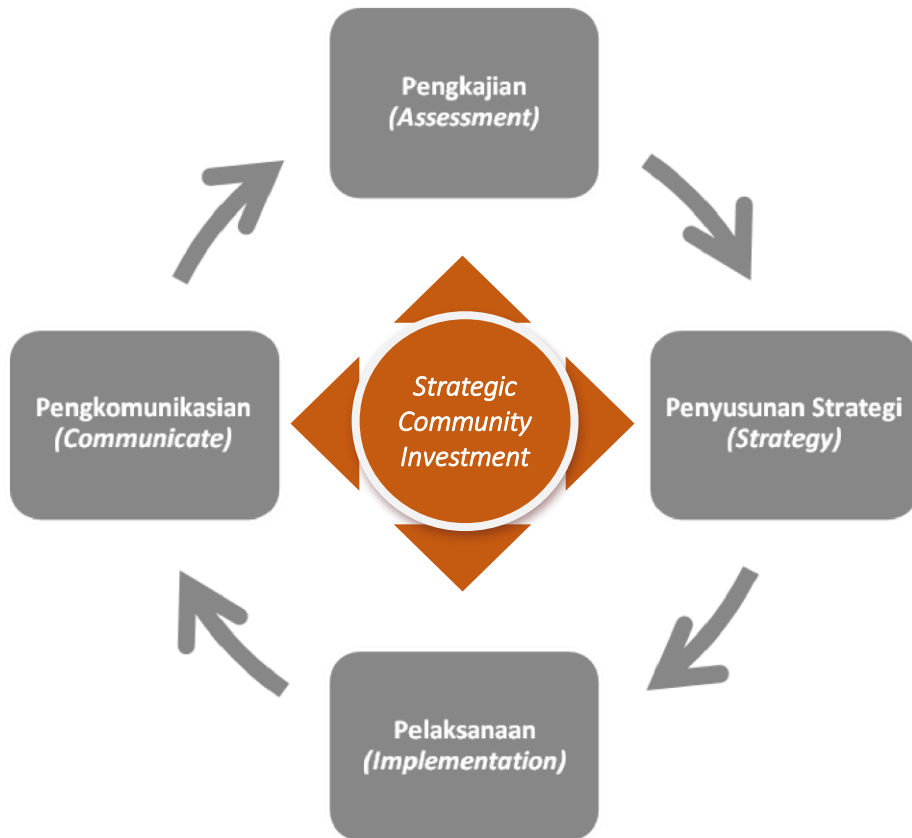
<https://socialinvestment.id>

SIAPA KAMI ?



- Konsultan yang mempunyai kompetensi inti dalam menyediakan dukungan untuk pengembangan masyarakat melalui pendekatan investasi sosial yang strategis (*strategic community investment*).
- Dukungan tersebut kami wujudkan dalam penyediaan layanan konsultasi kami secara terpadu dari:
 - Proses Perencanaan: Penilaian (*assessment*) dan Penyusunan Strategi;
 - Proses Pelaksanaan dan Pendampingan Teknis;
 - Proses Pemantauan, Evaluasi & Penilaian Dampak; dan
 - Proses Komunikasi & Pelibatan Pemangku Kepentingan
- Kami mendorong pelaksanaan investasi sosial sebagai bagian dari pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sesuai dengan SNI ISO 26000:2013 tentang Panduan Tanggung Jawab Sosial.
- Kami bermitra dengan perusahaan dari seluruh sektor, khususnya pertambangan, minyak & gas, manufaktur, perkebunan & kehutanan.

LINGKUP & JENIS LAYANAN KAMI



- Untuk memaksimalkan dampak investasi sosial perusahaan, maka Kami menyediakan **layanan konsultasi** yang terintegrasi mengikuti daur program, mulai penilaian, penyusunan strategi, pelaksanaan & pengkomunikasian.
- Jenis layanan yang Kami berikan meliputi:
 - Pemberian Pendampingan Teknis (*Technical Assistance*)
 - Pelaksanaan Pengembangan Kapasitas (*Capacity Building*)
 - Pelaksanaan Riset dan Pengembangan Program
 - Alihdaya dan *Retainer Consultant*

PRODUK & JENIS LAYANAN KAMI

OUR PRODUCTS & SERVICES BASED ON OUR 4 CORE COMPETENCIES

TECHNICAL ASSISTANCE

Kami memberikan bantuan teknis untuk manajemen tingkat menengah & atas dalam menyusun program strategis investasi sosial. Beberapa layanan konsultasi yang kami berikan meliputi:

Strategic Plan Development

- Program Design & Manual Development
- Stakeholders Engagement Strategy
- Conflict Management & Resolution
- Employee Engagement/Volunteering
- Reporting & Communication
- Tri-sector Partnership
- Performance Indicator for Social Investment Program Development
- Program Monitoring & Evaluation

OUTSOURCING & RETAINER

- Banyak perusahaan yang mempunyai **keterbatasan SDM untuk pelaksanaan program investasi sosialnya**. Melalui layanan alih daya ini, maka **SDM pelaksanaan program dapat Kami dipasok sesuai dengan kebutuhan**.
- Melalui **penyediaan tenaga-tenaga profesional pelaksana program**, maka akan terjadi akselerasi pelaksanaan program.
- Kami **menawarkan SDM yang handal**, khususnya untuk level pelaksana (*officer, executive, supervisor, superintendent hingga senior manager*).
- Bentuk dukungan lainnya yang dapat dimanfaatkan **berupa retainer consultant untuk membantu pelaksanaan program perusahaan**.

RESEARCH

Untuk menunjang efektifitas dan efisiensi pelaksanaan program investasi sosial, maka diperlukan beberapa pengkajian dan penelitian. Kami telah berpengalaman melakukan berbagai pengkajian dan penelitian, diantaranya adalah:

- Social Impact Assessment
- Economic Impact Assessment
- Stakeholders Mapping
- Social Mapping
- Baseline Studi & Community Need Assessment
- Perception Study
- Community Satisfaction Survey
- Impact Evaluation, khususnya menggunakan Metode **Social Return on Investment/SROI & Sustainable Livelihood Impact Assessment/SLIA**

TRAINING & CAPACITY BUILDING

Pengembangan kapasitas merupakan hal yang esensial bagi perusahaan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaksana program. Kami secara reguler mengadakan sesi pembelajaran (*learning series*), seperti:

- Program design based-on Risk & Opportunity Assessment
- Social Assessment
- Measuring Program's Impact
- Project Management
- Conflict Management

Kami juga menyediakan layanan **Inhouse & Tailor Made Training**, dengan materi, waktu dan lokasi pelaksanaan yang lebih fleksibel.

Kami juga memberikan layanan **pengembangan kapasitas untuk mitra kerja, kelompok/kelembagaan pemangku kepentingan dan komunitas**.

KLIEN KAMI



<https://socialinvestment.id/>

Informasi lengkap dapat diakses di:
<https://socialinvestment.id>

AGENDA SII LEARNING SERIES TERDEKAT



AGENDA TRAINING 2021

- Social Investment Indonesia Learning Series (SIILS) -

Juni

2-3 | Social Assessment and Stakeholders Management For Strategic Social Investment

15-17 | Project Management for Sosial Investment Program

29 Juni-1 Juli | Social Return On Investment (SROI)

Juli

6 | Logical Framework Approach (LFA)

7-8 | Social Livelihood Impact Assessment (SLIA)

13-15 | Creating Shared Value (CSV); Maximizing Your Business Impact for Stakeholder

27-29 | Social Investment for SDGs; Aligning Process for Maximum Contribution

Agustus

3-5 | Conflict Management In Natural Resources-Based Industries

11 | Logical Framework Approach (LFA)

12-13 | Social Livelihood Impact Assessment (SLIA)

24-26 | Social Return On Investment (SROI)

September

1-2 | ISO 26000 SR

8-9 | Designing Social Investment Program Based-On Corporate Risk & Opportunity Assessment

28-30 | Measuring the Impact of Social Investment Program

Oktober

5-7 | Social Return On Investment (SROI)

12-14 | Sustainability Reporting based-on GRI Reporting Standard

26 | Logical Framework Approach (LFA)

27-28 | Social Livelihood Impact Assessment (SLIA)

November

9-11 | Social Return On Investment (SROI)

23-25 | Project Management for Sosial Investment Program

Desember

14-16 | Measuring the Impact of Social Investment Program

21-23 | Creating Shared Value (CSV); Maximizing Your Business Impact for Stakeholder

Question & Answer

Please ask

For more information, visit our website:

<https://socialinvestment.id/virtual-class/>

SOCIAL INVESTMENT INDONESIA

Jl. Bendul Merisi Selatan Airdas No.18A, Surabaya – Jawa Timur 60239

Phone : +6231-8432810 | +62251 8315579

Mobile : +62813 -1724-5657

Fax : +6231- 8433036

Email : info@socialinvestment.id