
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR), IDEOLOGI DAN KEBERPIHAKAN DI INDONESIA: TELAAH TEORI KRITIS MADZHAB FRANKFURT

Abdul Kodir

Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Malang
Email: abdul.kodir.fis@um.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah CSR (Corporate Social Responsibility) adalah bentuk kepedulian korporasi atau mempunyai agenda terselubung yang hanya mencari selamat mengenai keberadaannya di lingkungan suatu masyarakat dan juga mengura jejak ideologi. Selain itu penelitian ini hendak menjelaskan bagaimana cara kerja ideologi beroperasi pada CSR. Analisis dalam penelitian ini menggunakan teori kritis dengan menggunakan metode kritik ideologi atau kritik atas metodologi positivisme dengan menggunakan langkah subversif atau keluar dari common sense dan historis. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa terdapat inkonsistensi dalam regulasi di tubuh CSR itu sendiri. Sehingga keberadaan regulasi tersebut menyebabkan multitafsir. Selain itu diperburuk dengan kenyataan program CSR yang hanya bersifat brand image. Disisi lain, CSR membuat masyarakat semakin terbelenggu dan menggantungkan CSR sebagai sebuah alternatif untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. CSR juga menganut ideologi investasi yang mana para pemodal akan terus melaku kepada perusahaan yang melakukan CSR dikarenakan citra positif yang dibangun di masyarakat.

Kata kunci : CSR (*Corporate Social Responsibility*), Ideologi, Kritik Ideologi, Teori Kritis

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, IDEOLOGY AND ALIGMENT IN INDONESIA: STUDY OF FRANKFURT SCHOOL CRITICAL THEORY

Abstract

This study aims to determine whether the CSR (Corporate Social Responsibility) is a concern corporation or have a hidden agenda that seeks only survivors of the presence in the environment of a society and also mengura traces of ideology. In addition this study will explain how the ideology operates on CSR. The analysis in this study using critical theory by using the method of ideological criticism or critique of positivism methodology by using step subversive or out of common sense and historical. The results of this study found that there were inconsistencies in the regulation of the body's own CSR. So that the existence of these regulations lead to multiple interpretations. In addition aggravated by the fact that only a CSR program is brand image. On the other hand, CSR makes people more shackled and hung CSR as an alternative to solve existing problems. CSR also embraces the ideology of investment where investors will continue melaku to companies that do CSR because of the positive image built in the community.

Keywords: CSR, Ideology, Critical Ideology, Critical Theory

PENDAHULUAN

Munculnya tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lazim disebut dengan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu perkembangan dari sistem ekonomi politik global. Dan juga merupakan kewajiban untuk perusahaan multinasional untuk menunjukkan tanggung jawab lebih besar dalam hal transparansi dan akuntabilitas terhadap lingkungan sekitar perusahaannya (Levy & Newell 2006:56; Sell & Prakash, 2004:143, Doh & Guay, 2006: 147). Kelahiran CSR yang merupakan sebuah respon masyarakat global terhadap proses industrialisasi yang dilakukan oleh korporasi MNC/TNC yang secara nyata menyebabkan masalah ekologi, HAM, dan permasalahan sosial lainnya yang perlu untuk segera ditangani. Fakta-fakta kerusakan ekologi pada tingkat planet a.l dapat dilihat dari lahan pertanian, hutan hujan dan berhutan daerah, padang rumput dan sumber air tawar semua berisiko. Pada tingkat global, lautan, sungai dan ekosistem air lainnya mengalami kerusakan. Selain itu dampak tragis tersebut dialami penduduk-penduduk negara berkembang, khususnya buruh buruh dan masyarakat di sekitar lokasi operasi-operasi korporasi transnasional (Setiawan & Gnting (eds) 2008:1). Dalam koneksi ini, keberadaan korporasi menjadi pelaku utama terhadap ketidakadilan sosial dan lingkungan hidup diberbagai tempat (Saleh, 2005:4).

Seiring dengan perkembangannya, CSR ini dianggap sebagai bentuk *invisible hand* dari korporasi untuk tetap mempertahankan eksistensinya di tengah masyarakat global, sehingga bisa melakukan proses produksi secara berkelanjutan (Bierman, 2001:45). CSR dinilai sebagai produk internasional, yang da-

lam tujuan awalnya merupakan kerangka besar agenda pembangunan dunia yang ingin mengentaskan permasalahan yang ada di dunia khususnya di negara-negara berkembang terutama bertujuan mengentaskan kemiskinan. Oleh karena itu diambil kebijakan oleh PBB bahwasanya pihak korporasi/nonstate harus membantu dalam permasalahan pembangunan yakni melalui program CSR (Vogel, 2005: 13, Utting, 2000:27, Levy, 1997:126, Keck & Sicking, 1998: 57, Jepperson, 1991: 143). Namun seharusnya peran negara dalam menyejahterahkan rakyat tentunya tidak bisa digantikan dan pastinya tidak akan pernah bisa tergantikan oleh korporasi (Setiawan & Gnting (eds) 2008: xiii).

Keberadaan CSR itu sendiri tidak dapat dipisahkan dari keberadaan industri korporasi, yang nantinya CSR inilah yang menjadi tema pokok penelitian ini. CSR dalam pandangan *common sense* adalah sebuah bentuk tanggung jawab sebuah perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya. Keberadaan CSR sendiri sering diartikan sebagai representasi dari peran serta pembangunan yang dilakukan oleh pihak swasta. Pada tataran masyarakat, kehadiran CSR dianggap mewakili masyarakat guna membantu peran serta pemerintah dalam melakukan upaya pembangunan. Dalam pandangan *common sense*, posisi atau kedudukan CSR tersebut bersifat netral dan normatif.

Namun dalam perspektif kritis, CSR itu sendiri tak lepas dari pada ideologi yang berperan, ideologi tersebut dimaksud ialah sistem kerangka berpikir yang tidak berorientasi pada kebenaran, melainkan pada kepentingan pihak yang mempropagandakan-

nya. Ideologi juga dilihat sebagai sarana kelas atau kelompok sosial tertentu yang berkuasa untuk melegitimasi kekuasaannya (Adams, 2004:22, Thompson, 2003:14). Teori kritis memandang bahwa posisi CSR bersifat ideologis atau menyatakan keberpihakan dan pandangan teori kritis bersifat historis. Munculnya MDGs (Millenium Development Goals) sebagai peletak dasar kemunculan CSR tak lepas dari ideologi yang mendominasi disana.

MDGs dinilai sangat penting karena menjadi sebuah strategi keberadaan korporasi untuk tetap melakukan proses produksi dengan menekankan agenda-agenda terselubung yang di praktekkan melalui program CSR sebagai timbal balik dari perusahaan tersebut terhadap masyarakat sekitar.

Hal tersebut yang menjadi alasan mengapa penulis menggunakan alat analisis teori kritis, dikarenakan teori kritis lah yang mendekati kesamaan konsentrasi dengan tema yang diangkat oleh penulis dan dianggap oleh penulis relevan untuk digunakan membahas tema ini. Pertama, keyakinan penulis bahwa fakta-fakta yang ada bukanlah sesuatu hal yang bersifat natural, alami, atau terjadi begitu saja. Tapi semua itu merupakan suatu rancangan atau by design, dalam artian terdapat faktor-faktor yang mendorong dan mendukung terjadinya fakta tersebut atau terdapat keberpihakan. Hal tersebut sesuai dengan kritik teori kritis terhadap paradigma positivisme yang menyatakan bahwa fakta-fakta yang terjadi merupakan suatu hal yang alami, bersifat given dan bebas nilai. Kedua, penulis ingin membedah isu-isu atau kepentingan yang diu-sung oleh CSR di Indonesia dan menyingkap selubung ideologi.

METODE

Penelitian ini merupakan Analisis Wacana. Analisis Wacana sebagai pendekatan metodologis tertentu yang menjadi dasar Teori Kritis, Psikologi Sosial, dan Cultural Studies (Morrow, 1994: 259). Wacana bukan hanya koleksi dari kata atau kalimat: Sebuah wacana dalam integrasi dari kalimat yang menghasilkan makna global yang lebih dari itu terkandung dalam kalimat yang dilihat secara independen (Titscher, Meyer, Wodak & Vetter, 2000:3). Penelitian ini menjelaskan mengenai CSR baik berupa teks maupun pemikiran secara historis dari diskursus CSR yang timbul sebagai jargon MNC/TNC yang berkampanye tentang penyelamatan bumi akibat kerusakan yang dilakukan oleh proses produksi.

Penulis bermaksud untuk membedakan pokok masalah yang dibahas nantinya. Penulis membedakan definisi konseptual ideologi, industri dan CSR dengan menggunakan alat baca positivisme dan teori kritis. Konsep yang dimaksud dengan menggunakan alat baca positivisme sengaja dihadirkan oleh penulis, hal tersebut dikarenakan penulis menggunakan alat baca teori kritis yang kehadirannya bermaksud merefleksi dan sebagai kritik atas kehadiran positivisme.

Dari yang penulis kodifikasikan pada tabel diatas, terdapat perbedaan antara paradigma positivisme dengan paradigma kritis dalam memandang ideologi, dan Industri. Pandangan positivisme yang melihat fakta itu bersifat natural dan netral, memberikan pandangan bahwa ideologi menjadi pilihan hidup yang diterima begitu saja. Industri yang merupakan manifestasi dari

Tabel 1.1 Paradigma Positivisme dan Kritis

Pokok Masalah	Paradigma Positivisme	Paradigma Kritis
Industri Ideologi CSR	Pembangunan Pilihan hidup Pemberdayaan Masyarakat	Eksplorasi Metodologi Berpihak kepada korporasi

pengambilan keputusannya agar dengan tahapan masyarakat positivis yang paling maju bertindak sebagai infrastruktur yang bertugas untuk memenuhi kebutuhan publik (produksi massal).

Paradigma kritis memberikan pandangan yang berbeda dengan pandangan positivisme terhadap ideologi (Hardiman, 2003:9, Adorno & Horkheimer, 1973:3). Ideologi yang dimaksud dalam pandangan teori kritis adalah metodologi, yang artinya ideologi dimaknai sebagai yaitu sebagai kesadaran palsu biasanya dipergunakan oleh kalangan filosof dan ilmuwan sosial. Ideologi adalah teori-teori yang tidak berorientasi pada kebenaran, melainkan pada kepentingan pihak yang mempropagandakannya. Ideologi juga dilihat sebagai sarana kelas atau kelompok sosial tertentu yang berkuasa untuk melegitimasi kekuasaannya. Ideologi dipandang sebagai keberpihakan, yang nantinya dalam penelitian ini mencoba mencari ideologi yang berperan dalam pelaksanaan CSR di Indonesia.

PEMBAHASAN

Proses Pelaksanaan dan Hasil

Salah satu bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan yang sering diterapkan di Indonesia adalah community development (Susanto, 2007). Perusahaan yang mengedepankan konsep ini akan lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangu-

nan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial-ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat. Rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat.

Kepedulian kepada masyarakat sekitar komunitas dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dimengerti sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. CSR adalah bukan hanya sekedar kegiatan amal, di mana CSR mengharuskan suatu perusahaan dalam sungguh-sungguh memperhitungkan akibatnya terhadap seluruh pemangku kepentingan (stakeholder) perusahaan, termasuk lingkungan hidup. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk membuat keseimbangan antara kepentingan beragam pemangku kepentingan eksternal dengan kepentingan pemegang saham, yang merupakan salah satu pemangku kepentingan internal.

Setidaknya ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. *Pertama*, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. *Kedua*, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. *Ketiga*, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredakan atau bahkan menghindari konflik sosial.

Program yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial di Indonesia dapat digolongkan dalam tiga bentuk, yaitu:

- a) *Public Relations*: Usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.
 - b) *Strategi defensive*: Usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negative komunitas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan, dan biasanya untuk melawan serangan negatif dari anggapan komunitas. Usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan yang berkembang sebelumnya dengan menggantinya dengan yang baru yang bersifat positif.
 - c) Kegiatan yang berasal dari visi perusahaan: Melakukan program untuk kebutuhan komunitas sekitar perusahaan atau kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil dari perusahaan itu sendiri. Program pengembangan masyarakat di Indonesia dapat dibagi dalam tiga kategori yaitu (Wijanarko, 2005):
 1. *Community Relation*: Yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Dalam kategori ini, program lebih cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (charity) perusahaan.
 2. *Community Services*: Merupakan pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau kepentingan umum. Inti dari kategori ini adalah memberikan kebutuhan yang ada di masyarakat dan pemecahan masalah dilakukan oleh masyarakat sendiri sedangkan perusahaan hanyalah sebagai fasilitator dari pemecahan masalah tersebut.
 3. *Community Empowering*: Adalah program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya, seperti pembentukan usaha industri kecil lainnya yang secara alami anggota masyarakat sudah mempunyai pranata pendukungnya dan perusahaan memberikan akses kepada pranata sosial yang ada tersebut agar dapat berlanjut. Dalam kategori ini, sasaran utama adalah kemandirian komunitas.
- Dari sisi masyarakat, praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Sesungguhnya substansi keberadaan CSR adalah da-

lam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerja sama antar stakeholder yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya.

Pada saat ini di Indonesia, praktek CSR belum menjadi perilaku yang umum, namun dalam abad informasi dan teknologi serta adanya desakan globalisasi, maka tuntutan terhadap perusahaan untuk menjalankan CSR semakin besar. Tidak menutup kemungkinan bahwa CSR menjadi kewajiban baru standar bisnis yang harus dipenuhi seperti layaknya standar ISO. Dan diperkirakan pada akhir tahun 2009 mendatang akan diluncurkan ISO 26000 on Social Responsibility, sehingga tuntutan dunia usaha menjadi semakin jelas akan pentingnya program CSR dijalankan oleh perusahaan apabila menginginkan keberlanjutan dari perusahaan tersebut. CSR akan menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan kesetiaan merek produk (loyalitas) atau citra perusahaan. Kedua hal tersebut akan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang sulit untuk ditiru oleh para pesaing.

Di lain pihak, adanya pertumbuhan keinginan dari konsumen untuk membeli produk berdasarkan kriteria-kriteria berbasis nilai-nilai dan etika akan merubah perilaku konsumen di masa mendatang. Implementasi kebijakan CSR adalah suatu proses yang terus menerus dan berkelanjutan. Dengan demikian akan tercipta satu ekosistem yang menguntungkan semua pihak (true win win situation) – konsumen mendapatkan produk unggul yang ramah lingkungan, produsen pun mendapatkan profit yang sesuai yang pada ak-

hirnya akan dikembalikan ke tangan masyarakat secara tidak langsung.

Pelaksanaan CSR di Indonesia sangat tergantung pada pimpinan puncak korporasi. Artinya, kebijakan CSR tidak selalu dijamin selaras dengan visi dan misi korporasi. Jika pimpinan perusahaan memiliki kesadaran moral yang tinggi, besar kemungkinan korporasi tersebut menerapkan kebijakan CSR yang benar. Sebaliknya, jika orientasi pemimpinannya hanya berkiblat pada kepentingan kepuasan pemegang saham (produktivitas tinggi, profit besar, nilai saham tinggi) serta pencapaian prestasi pribadi, boleh jadi kebijakan CSR hanya sekedar kosmetik.

Sifat CSR yang sukarela, absennya produk hukum yang menunjang dan lemahnya penegakan hukum telah menjadikan Indonesia sebagai Negara ideal bagi korporasi yang memang memperlakukan CSR sebagai kosmetik. Yang penting, Laporan Sosial Tahunannya tampil mengkilap, lengkap dengan tampilan foto aktivitas sosial serta dana program pembangunan komunitas yang telah direalisasi. Sekali lagi untuk mencapai keberhasilan dalam melakukan program CSR, diperlukan komitmen yang kuat, partisipasi aktif, serta ketulusan dari semua pihak yang peduli terhadap program-program CSR.

Keraguan akan kesungguhan implementasi CSR harus diakui juga diperburuk oleh kinerja CSR yang dilakukan oleh berbagai korporasi sejauh ini. Di tataran praktik, implementasi CSR masih kerap menunjukkan kecenderungan sebagai kegiatan kosmetik. Ia menjadi sekedar fungsi kepentingan public relations, citra korporasi atau reputasi dan kepentingan perusahaan untuk mendongkrak nilai di bursa saham.

CSR hanya dilakukan sebagai pemenuhan kecenderungan global tanpa substansi distribusi kesejahteraan sosial dan pelestarian lingkungan.

Praktek CSR di Indonesia menjatuhkan CSR pada praktek pembangunan brand image belaka sehingga terkesan imagesentris dan mendahulukan program-program yang bisa dilihat oleh publik (sebagai strategi komunikasi) dibandingkan melihat kedalam perusahaan yang pada dasarnya memiliki posisi yang sama didalam stakeholder CSR, yaitu buruh. Di satu sisi mengklaim telah meningkatkan standar sosial dan lingkungan pada proses operasi atau di perusahaan intinya, akan tetapi secara bersamaan menutup mata pada pelanggaran standar perburuhan atau lingkungan.

Fakta Lemahnya Implementasi CSR di Indonesia

Tanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan, pertumbuhan ekonomi, dan kesejahteraan sosial masyarakat bukan hanya menjadi tanggung jawab perusahaan besar saja, meskipun pada dasarnya mayoritas perusahaan yang melakukan CSR adalah perusahaan besar. Dengan perkataan lain, perusahaan kecil pun harus bertanggung jawab melakukan CSR. Di Indonesia, pelaksanaan CSR sangat dipengaruhi oleh kebijakan dan Chief Executive Officer (CEO) sehingga kebijakan CSR tidak secara otomatis akan se-suai dengan visi dan misi perusahaan. Hal ini memberikan makna bahwa jika CEO memiliki kesadaran akan tanggung jawab sosial yang tinggi, maka kemungkinan besar CSR akan dapat dilaksanakan dengan baik, sebaliknya jika CEO tidak memiliki kesadaran tentang hal tersebut pelaksanaan CSR hanya sekedar simbolis

untuk menjaga dan mendongkrak citra perusahaan di mata karyawan dan di mata masyarakat.

Lemahnya Undang-Undang (UU) yang mengatur kegiatan CSR di Indonesia mengakibatkan tidak sedikit pelanggaran-pelanggaran terjadi dan mengakibatkan kerusakan lingkungan hidup yang ada. Sebagai contoh UU Nomor 23 tahun 1997 Pasal 41 ayat 1 tentang pengelolaan lingkungan hidup menyatakan “Barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah.”

Pengaturan pencemaran lingkungan hidup tidak langsung mengikat sebagai tanggung jawab pidana mutlak, dan tidak menimbulkan jera bagi para pelaku tindakan ilegal yang merugikan masyarakat dan menimbulkan kerusakan lingkungan. Kasus kerusakan di lingkungan lokasi penambangan timah konvensional di Pulau Bangka-Belitung dan tidak dapat ditentukan siapakah pihak yang bertanggung jawab atas kerusakan yang terjadi atas kegiatan penambangan dilakukan oleh penambangan rakyat yang tak berijin yang mengejar setoran pada PT. Timah. Tbk. Sebagai akibat penambangan konvensional tersebut terjadi pencemaran air laut dan perairan umum. Lahan menjadi tandus, terjadi abrasi dan kerusakan laut.

Contoh lain adalah konflik antara PT Freeport Indonesia dengan rakyat Papua. Penggunaan lahan tanah adat, perusakan dan penghancuran lingkungan hidup, penghancuran perekonomian, dan pengikisan eksistensi

penduduk Amungme merupakan kenya-taan pahit yang harus diterima rakyat Papua akibat keberadaan operasi penambangan PT. Freeport Indonesia. Bencana kerusakan lingkungan hidup dan komunitas lain yang ditimbulkan adalah jebolnya Danau Wanagon hingga tiga kali (20 Juni 1998; 20-21 Maret 2000; 4 Mei 2000) akibat pembuangan limbah yang sangat besar kapasitasnya dan tidak sesuai dengan daya dukung lingkungan.

Kedua contoh tersebut hanya merupakan sebagian kecil gambaran fenomena kegagalan CSR yang muncul di Indonesia, dan masih banyak lagi contoh kasus seperti kasus PT Newmont Minahasa Raya, kasus Lumpur panas Sidoarjo yang diakibatkan kelalaian PT Lapindo Brantas, kasus perusahaan tambang minyak dan gas bumi, Unicoal (perusahaan Amerika Serikat), kasus PT Kelian Equatorial Mining pada komunitas Dayak, kasus suku Dayak dengan perusahaan tambang emas milik Australia (Aurora Gold), dan kasus pencemaran air raksa yang mengancam kehidupan 1,8 juta jiwa penduduk Kalimantan Tengah yang merupakan kasus suku Dayak vs “Minamata”.

Hal terpenting yang harus dilakukan adalah membangkitkan kesadaran perusahaan dan rasa memiliki terhadap lingkungan dan komunitas sekitar. Hal ini menuntut perlunya perhatian stakeholder, pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha dalam membuat regulasi atau ketentuan yang disepakati bersama antara pihak-pihak yang terlibat untuk mencapai keefektifan program CSR. Tidak dapat dipungkiri peran UU sebagai bentuk legalitas untuk mengatur pelaksanaan CSR sangat diperlukan.

Disamping itu, untuk meningkatkan keseriusan perhatian dan tingkat kepedulian

perusahaan terhadap kelestarian lingkungan dan kehidupan sosial ekonomi masyarakat, diperlukan adanya suatu alat evaluasi untuk menilai tingkat keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan program CSR. Hasil dari penilaian yang dilakukan oleh lembaga penilai independen dapat dijadikan sebagai dasar untuk pemberian penghargaan dalam bentuk award atas peran serta perusahaan terhadap komunitas sekitar. Pada bagian selanjutnya akan dibahas beberapa kisah sukses implementasi CSR yang dilakukan oleh beberapa perusahaan domestik dan bentuk-bentuk partisipasi perusahaan tersebut dalam pengembangan masyarakat, ekonomi, dan pelestarian lingkungan hidup.

Di antara permasalahan yang harus ditegaskan adalah perusahaan apa saja yang wajib melaksanakan tanggung jawab sosial, sanksi apa saja yang mungkin dapat dikenakan apabila tidak melaksanakan kewajiban tersebut, sistem pelaporan dan standar kegiatan yang termasuk dalam kategori kegiatan tanggung jawab sosial. Pewajiban tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada perusahaan tidaklah tepat. Hal ini karena:

- Pemerintah telah mengatur tentang LH, Perlindungan Konsumen, Hak Asasi Manusia, Perburuhan dan sebagainya pada masing-masing UU tersebut, tetapi bukan mengatur CSR pada UUPH.
- Kegiatan CSR sangat beragam, bergantung pada interaksi 3 pilar (Dunia Usaha, Pemerintah dan Masyarakat), berkaitan dengan 7 masalah pokok, melebihi kewajiban dari peraturan perundang-undangan, dan bersifat sukarela didasarkan pada dorongan moral dan etika.
- Kegiatan usaha pengelolaan sumber daya

alam hampir mayoritas dilakukan oleh perusahaan bukan berbadan hukum Indonesia.

- Pemerintah & masyarakat sebaiknya bermitra di dalam menangani masalah sosial, dengan memanfaatkan program CSR yang dilakukan oleh Dunia Usaha.

Persoalan berikutnya, seberapa jauh CSR berdampak positif bagi masyarakat, amat tergantung dari orientasi dan kapasitas lembaga lain, terutama Pemerintah. Berbagai studi menunjukkan, keberhasilan program CSR selama ini justru terkait dengan sinergitas kerja sama perusahaan, masyarakat, dan pemerintah. Segitiga peran itu memungkinkan integrasi kepentingan atau program semua stakeholders pembangunan.

Bahkan tidak jarang CSR menjadi semacam titik temu antara wilayah isu yang menjadi perhatian perusahaan, kepentingan riil masyarakat setempat, dan program pemda dalam kerangka pembangunan regional. Untuk Indonesia, pelaksanaan CSR membutuhkan dukungan pemerintah daerah, kepastian hukum, dan jaminan ketertiban sosial.

Pemerintah dapat mengambil peran penting tanpa harus melakukan regulasi di tengah situasi hukum dan politik saat ini. Di tengah persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang dialami Indonesia, pemerintah harus berperan sebagai koordinator penanganan krisis melalui CSR. Pemerintah bisa menetapkan bidang-bidang penanganan yang menjadi fokus, dengan masukan pihak yang kompeten. Setelah itu, pemerintah memfasilitasi, mendukung, dan memberi penghargaan pada kalangan bisnis yang mau terlibat dalam upaya besar ini. Pemerintah juga dapat mengawasi proses interaksi antara pelaku bis-

nis dan kelompok-kelompok lain agar terjadi proses interaksi yang lebih adil dan menghindarkan proses manipulasi satu pihak terhadap yang lain. Peran terakhir ini amat diperlukan, terutama di daerah.

Motif dasar dari semua konsep itu hanyalah strategi kaum neoliberal untuk tetap bisa melanggengkan hegemoni kapitalisme. CSR hanyalah alat penaklukan dalam kerangka sosial dan lingkungan dengan motif dasar yang tidak berubah, yaitu motif utama perusahaan keuntungan sebesar mungkin dan akumulasi kapital. Hal ini mendapat dukungan fakta empiris dari terus berlanjutnya proses pemiskinan dan marginalisasi kelompok-kelompok masyarakat rentan (a.l.: masyarakat adat, kaum buruh, kaum miskin kota; anak-anak dan perempuan) serta degradasi lingkungan termasuk punahnya berbagai spesies hingga kehancuran lapisan ozon yang disebabkan oleh eksploitasi yang dilakukan oleh perusahaan raksasa.

CSR merupakan sebagai tujuan dari kerangka besar kapitalisme, dimana CSR itu sendiri sebagai alat untuk mempermudah keberadaan korporasi itu di tengah masyarakat, sehingga pada akhirnya masyarakat pun mengakui keberadaan korporasi dengan agenda CSR yang dijalankan

Ideologi CSR di Indonesia

Teori kritis menyatakan bahwa sejak lahir subyek (manusia/masyarakat) telah berhadapan dengan entitas-entitas di sekelilingnya. Entitas-entitas tersebut adalah negara, agama, pengetahuan, dan investasi. Dapat diprediksi bahwa kesibukan dari subyek adalah melakukan kompromi atau resisten. Kompromi berarti subyek mengafirmasi seluruh entitas-entitas tersebut dan resisten

berarti subyek berposisi terhadap satu entitas dan di sisi lain berkompromi dengan entitas lainnya pada saat yang sama

Berdasarkan pada karakterisasi yang penulis temukan, dapat disebutkan bahwa CSR Indonesia menganut ideologi atau berpihak pada investasi. Ideologi, nalar kerja, serta logika yang dianut oleh CSR di Indonesia juga dianut oleh CSR dibelahan dunia. Investasi dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan nilai tambah atau keuntungan di kemudian hari. Investasi merupakan salah satu pilihan langkah untuk memperoleh penghasilan yang lebih besar di kemudian hari. Yang harus diperhatikan dalam melakukan investasi adalah: kita harus memiliki ketersediaan dana maupun aset, serta komitmen mengikat aset tersebut pada saat sekarang.

CSR merupakan sebuah langkah investasi guna dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Hal tersebut dapat kita lihat pertumbuhan atau perkembangan CSR yang menjadi respon internasional dan selalu berkembang hingga lahirnya ISO 26000 sebagai standarisasi pelaksanaan CSR.

Keberadaan CSR itu sendiri di tengah masyarakat Indonesia sudahlah tampak jelas, bahwasanya keberadaan CSR merupakan win-win solution agar nantinya masyarakatlah mengakui keberadaan korporasi. Dimana nantinya masyarakat akan dipertemukan dengan permasalahan akibat proses produksi yang dilakukan oleh korporasi, tentang kerusakan lingkungan, pencemaran udara dll, dan menjadikan CSR ini sebagai suatu alternatif penyelesaian dari permasalahan yang dihadapi, sehingga tanpa disadari masyarakat akan menggantungkan kehidupannya terhadap CSR dari perusahaan tersebut.

Meskipun pada akhirnya, sebagian besar korporasi memberikan kebebasan kepada masyarakat dalam menentukan aktifitas CSR itu sendiri dengan mengedepankan bentuk *community development* namun yang terjadi ialah kebebasan itu sendiri bukan lahir atas inisiatif masyarakat di sekitar korporasi akan tetapi merupakan sebuah kebebasan yang terberi dari korporasi, sehingga yang terjadi keberadaan korporasi itu harus mereka terima walaupun pada proses jalanya produksi korporasi akan mengeksploitasi habis sumber daya alam di lingkungan mereka dan menyebabkan proses perusakan lingkungan akibat proses produksi.

Dengan Ideologi investasi yang dianut oleh CSR di Indonesia, dapat ditarik sebuah benang merah bahwasanya sistem ekonomi yang di Indonesia ialah memihak dengan pasar atau TNC/MNC dengan melihat keberadaan CSR yang semakin kuat yang ditandai dengan penetapan regulasi oleh pemerintah atau negara.

KESIMPULAN

Berangkat dari analisis dan temuan dalam uraian bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa CSR Indonesia terdapat inkonsistensi, hal ini ditunjukkan dengan carut marutnya regulasi yang mengatur pelaksanaan CSR itu sendiri dikarenakan setelah dipu-tuskannya pasal 74 dalam UU PT tidak ada pengawalan lebih lanjut mengenai PP yang harusnya ada untuk mengatur apa yang disebut CSR itu sendiri dan bagaimana proses pelaksanaannya. CSR merupakan sebuah tawaran kepada masyarakat dengan tujuan menolong keberadaan korporasi untuk tetap melakukan proses produksi dengan menekan-nakan melalui program CSR sebagai timbal balik

dari perusahaan tersebut terhadap masyarakat sekitar. Meskipun korporasi memberikan kebebasan kepada masyarakat untuk melakukan program terhadap aktifitas CSRNya, namun kebebasan yang diberikan hanyalah bersifat semu, karena apapun kebebasan yang telah dipilih oleh masyarakat itu sendiri merupakan kebebasan yang terberi oleh pihak korporasi.

Ideologi CSR di Indonesia adalah ideologi investasi, karena CSR itu sendiri merupakan investasi jangka panjang selain modal yang bersifat sosial dalam kedudukannya di masyarakat. Dengan program CSR yang diberikan, diharapkan masyarakat akan menerima CSR sebagai solusi mengenai permasalahan yang ada di tengah masyarakat dan CSR itu sebagai jalan keluar.

Selain itu, karena desakan Internasional. Negara pun akhirnya memberikan jalan terbuka lebar kepada pihak korporasi menginvestasikan modalnya dalam rangka mengeksploitasi sumber daya alam melalui regulasi untuk menetapkan CSR sebagai suatu hal yang diwajibkan meskipun sampai sekarang masih menjadi kontroversi. Dengan ideologi investasi yang dianut oleh CSR di Indonesia, dapat kita tarik suatu benang merah bahwa perilaku sistem ekonomi yang ada pada CSR di Indonesia adalah sistem ekonomi kapitalistik yang jelas karena keberpihakkannya dengan korporasi. Hal tersebut semakin mengukuhkan kekuasaan dari pengusaha industri dalam mengelola sumber daya yang ada di Indonesia hanya demi kepentingan pribadi bukan demi kesejahteraan dan kemakmuran rakyat Indonesia, hal ini jelas bertentangan dengan UUD 1945 pasal 33, karena pada hakekatnya Negara lah yang harus mengelola aset-aset strategis yang

berhubungan dengan kelangsungan hajat hidup orang banyak.

DAFTAR RUJUKAN

- Adams, I. (2004). *Ideologi Politik Mutakhir*. Yogyakarta: Penerbit Qalam
- Bierman, F. *The emerging debate on the need for a World Environment Organization*. *Global Environmental Politics*, 2001, 1(1).
- Doh, P. J & T. R Guay, *Corporate social responsibility, public policy, and NGO activism in Europe and the United States: An institutional-stakeholder perspective*. *Journal of Management Studies*, 2006, 43(1).
- Hardiman, B.F. (2003). *Kritik Ideologi-Pertautan Pengetahuan dan Kepentingan*. Yogyakarta: Kanisius
- Horkheimer, Max dan Theodore W. Adorno. (1973). *Dialectic of Enlightenment, translated by John Cumming*. London: Allen Lane.
- Jepperson, L.R. (1991). *Institutions, institutional effects, and institutionalism*. In W. W. Powell, & P. J. DiMaggio (Eds.), *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago: University of Chicago Press
- Keck, M.E & K. Sikkink. (1998). *Transnational advocacy networks in international politics: introduction* In M. E. Keck, & K. Sikkink (Eds.), *Activists beyond borders: Advocacy networks in international politics*. Ithaca: Cornell University Press.
- Levy, L. D. *Environmental management as political sustainability*. *Organization and Environment*, 1997, 10(2)
- Levy, D. L., & Newell, P. (2006). *Multinationals in global governance*. In S. .

- Vachani (Ed.), *Transformations in global governance: Implications for multinationals and other stakeholders*. London: Edward Elgar.
- Morrow, A. Raymond. (1994). *Critical Theory and Methodology*. Vol 3. California: Sage Publications.
- Morrow, A. Raymond. (1994). *Critical Theory and Methodology*. Vol 3. California: Sage Publications.
- Sell, S. K., & Prakash, A. *Using ideas strategically: The contest between business and NGO networks in intellectual property rights*. *International Studies Quarterly*, 2004, 48(1).
- Saleh, M. Ridha (2005). *Ecocide: Politik Kejahatan Lingkungan Dan Pelanggaran Hak Asasi Manusia*. Jakarta: Walhi
- Setiawan, Dani & Pius Ginting. (2008). *Mempertanyakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Jakarta Selatan: Walhi
- Susanto, A.B. *Membumikan Gerakan Hijau*, Majalah Ozon, Edisi No.5 Februari 2003
- Thompson, B. John. (2000). *Analisis Ideologi: Kritik Wacana Ideologi-Ideologi Dunia*. Yogyakarta: IRCiSoD
- Titscher, Stefan, Mayer, Michel, Wodak Ruth & Eva Vetter. (2000). *Methods of Text and Discourse Analysis*. London: Sage Publication
- Utting, P. (2000). *Business responsibility for sustainable development*. Geneva: United Nations Research Institute for Social Development.
- Vogel, D. J. (2005). *The market for virtue: the potential and limits of corporate social responsibility*, Brookings Institution Press: Washington DC.
- Wijanarko, Himawan. *Reputasi*, Majalah Trust, 4-10 Juli 2005