

Corporate Social Responsibility (CSR) : Pertanggungjawaban Publik Sektor Bisnis dan Implikasinya Bagi Studi Administrasi Publik

*Corporate Social Responsibility (CSR) : Public Accountability of Business Sector and
Its Implication On the Study of Public Administration*

Sri Yuliani
Jurusan Ilmu Administrasi
FISIP Universitas Sebelas Maret
julie_fisip@yahoo.com

Abstract

This study aims to describe the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) in Indonesia and its implications to the study of public administration. The research type is a qualitative descriptive study using data from literature sources. Data analysis techniques using the flow of activities: collecting data, interpreting data, and ended with the withdrawal of conclusions. Research results showed that most implementations of CSR in Indonesia is still a charitable activity, not as a long-term corporate strategy. Implementation of CSR has made the locus of public administration studies are no longer specific to the government bureaucracy, but all institutions - the state, business, or non-profit organizations - as long as their activities performed on behalf of and impact on the public interest. In order to support the effectiveness of CSR, public bureaucracy need to maximize their role as providers of "enabling environment" or as a motivator and facilitator of CSR. Governments do not act as the implementing agency of CSR, government should be neutral. This needs to be done to avoid collusion between business and state officials.

Key words : Corporate Social Responsibility (CSR), public bureaucracy, locus of public administration

Pendahuluan

Dunia saat ini sedang menghadapi krisis global. Eksploitasi sumber daya alam dan lingkungan demi akumulasi laba dan kapital sektor bisnis telah memicu terjadinya berbagai bentuk problem publik seperti krisis lingkungan, sosial, pangan dan energi. Problem publik semacam ini tidak lagi efektif ditangani dalam lingkup lokal atau nasional tapi telah menjadi problem publik global (*global public goods*).

Negara yang selama ini dipandang sebagai organisasi pemegang otoritas dan peran dalam menangani problem publik menjadi tidak berdaya mengatasi problem publik, terlebih problem publik global. Globalisasi dan lemahnya kapasitas sektor publik

(Negara) untuk menangani masalah publik telah mendorong meningkatnya peran serta aktor non-negara dalam bidang sosial.

Mencermati penanganan bencana alam yang banyak terjadi di Indonesia beberapa tahun terakhir dapat diamati gejala menarik yakni semakin besarnya peran serta masyarakat dalam tanggap darurat terhadap para korban gempa. Bahkan dapat dikatakan aktor non negara memberi respon tanggap darurat lebih cepat dibanding lembaga atau aparat pemerintah. Begitu tersiar kabar terjadinya bencana, berbondong-bondong organisasi masyarakat dan perusahaan mengupayakan penggalangan bantuan finansial maupun nonfinansial dan disalurkan dengan mekanisme yang lebih cepat dan efektif dibanding penyaluran bantuan lewat lembaga pemerintah.

Saat ini di Indonesia, semakin banyak perusahaan besar yang terlibat dalam kegiatan non bisnis atau social. Perusahaan merasa memiliki tanggungjawab sosial terhadap kesejahteraan stakeholder-nya (customer, pegawai, masyarakat luas) maupun kesehatan lingkungannya. Ada gejala kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan besar tidak lagi sekedar kegiatan karitatif atau filantropis yang bersifat darurat atau temporer tapi sudah dikelola secara lebih serius dan menyatu sebagai bagian dari manajemen bisnis. Kegiatan ini yang akhir-akhir ini dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Di tengah berbagai terpaan krisis global saat ini, penerapan CSR sebagai sebuah standar beroperasinya perusahaan dapat menjadi salah satu jalan atau upaya untuk turut mengurangi dampak krisis. Dari sisi studi administrasi publik, perkembangan CSR menjadi isu yang menarik. Persoalan problem publik seperti masalah bencana alam, kemiskinan, kesenjangan pendidikan, dan sebagainya selama ini dikenal sebagai domain administrasi publik. Namun adanya tanggung jawab social perusahaan (CSR) telah menempatkan organisasi bisnis menjadi salah satu aktor yang berkontribusi dalam pemecahan masalah publik. Keikutsertaan sektor bisnis dalam memecahkan problem sosial menunjukkan bahwa organisasi bisnis tidaklan identik dengan usaha mengejar keuntungan atau akumulasi kapital semata. Kebijakan CSR membuktikan komitmen dunia usaha untuk ikut memikul segala dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas industri terhadap lingkungan maupun komunitas dimana ia beroperasi. CSR merupakan bentuk

pertanggungjawaban perusahaan pada stakeholders atau pemangku kepentingan yang terkait dengan aktivitas bisnisnya.

Lebih jauh penelitian ini hendak mengkaji implementasi CSR sebagai bentuk pertanggungjawaban publik sektor bisnis di Indonesia dan bagaimana implikasinya terhadap studi administrasi publik.

Tinjauan Pustaka

Istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggungjawab Sosial Perusahaan akhir-akhir ini semakin banyak dibicarakan seiring dengan semakin meningkatnya perhatian dan tuntutan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, baik di lingkup local, nasional maupun global. Menurut Wikipedia, Corporate Social Responsibility (CSR) yang juga disebut dengan berbagai istilah seperti *corporate responsibility*, *corporate citizenship*, *responsible business*, *sustainable responsible business (SRB)* and *corporate social performance* pada dasarnya merupakan suatu bentuk regulasi diri perusahaan (*corporate self-regulation*) yang terintegrasi ke dalam suatu model bisnis.

Menurut ISO 26000, tanggungjawab sosial (*social responsibility*) menjadi tanggungjawab semua organisasi : pemerintah, perusahaan dan organisasi sipil. Definisi kerja Social Responsibility menurut ISO 26000 *Working Group on Social Responsibility*, Sydney, February 2007 (Paul Hohnen, 2007) adalah tanggungjawab suatu organisasi atas dampak keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan melalui perilaku yang transparan dan beretika serta konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat ; dengan mempertimbangkan harapan stakeholder; sesuai dengan hukum dan norma perilaku internasional; dan terintegrasi ke seluruh organisasi (*Social responsibility (is the) responsibility of an organisation for the impacts of its decisions and activities on society and the environment through transparent and ethical behaviour that is consistent with sustainable development 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 organisation*).

Corporate Social Responsibility (CSR) secara spesifik menunjuk pada tanggungjawab sosial perusahaan atau dunia bisnis terhadap dampak aktivitas bisnis terhadap lingkungan, konsumen, pegawai, komunitas, stakeholder dan semua anggota yang berada dalam ranah publik. Lebih lanjut, organisasi bisnis secara proaktif mempromosikan kepentingan publik dengan mendorong pertumbuhan dan pembangunan komunitas, dan secara sukarela meminimalisir praktek-praktek yang mengganggu wilayah publik. Pada prinsipnya, CSR merupakan upaya memasukkan faktor kepentingan publik dalam pengambilan keputusan perusahaan (Wikipedia)

Konsep CSR dikenal sejak tahun 1970an sebagai kumpulan kebijakan yang berhubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen badan usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan. Hardinsyah (dalam Mahmudisiwi , <http://www.dikti.org>), mengutip *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, merumuskan CSR sebagai komitmen untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan; bekerja dengan para karyawan dan keluarganya, masyarakat setempat dan masyarakat secara luas dalam meningkatkan kualitas hidup mereka.

Shauki dan Djakman (<http://www.unisa.edu.au>) merumuskan CSR sebagai bentuk perhatian organisasi (perusahaan) pada kepentingan masyarakat dengan cara mengambil tanggungjawab atas dampak aktivitas perusahaan terhadap customer, supplier, pekerja, pemegang saham, komunitas dan stakeholder lainnya termasuk aktivis lingkungan dan regulator (*Corporate social responsibility (CSR) is where organizations consider the interests of society by taking responsibility for the impact of their operation activities on customers, suppliers, employees, shareholders, communities and other stakeholders, including the environmentalists and the regulators*).

Dalam komunitas bisnis, CSR disebut sebagai “*corporate citizenship*” yang artinya perusahaan harus menjadi tetangga yang baik di lingkungan masyarakat tempatnya bekerja. Tamam Achda (2006) menyatakan CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *strategic-stakeholdersnya*, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar 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 pandangan CSR adalah pengedepanan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, dengan paling sedikit 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.

Dari beberapa definisi tentang CSR dapat disimpulkan intinya CSR merupakan bentuk praktek bisnis yang transparan yang berlandaskan pada nilai etika, ketaatan hukum, dan penghargaan pada manusia, komunitas, dan lingkungan. Dengan kata lain, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan menunjukkan bahwa bentuk akuntabilitas publik sektor bisnis tidak hanya terbatas pada akuntabilitas ekonomis kepada konsumen, karyawan dan pemegang saham saja, tapi juga tanggung jawab sosial perusahaan terhadap komunitas dan lingkungannya.

Rochman Achwan (2006) menyatakan CSR bukanlah sekadar gagasan namun juga institusi sosial yang berhubungan dengan persoalan hubungan bisnis dan masyarakat. Karena itu CSR dapat dipandang sebagai *discourse*; pertempuran antar mazhab pemikiran, *school of thought*, masing-masing ditopang oleh jaringan kekuasaan. Penguatan CSR saat ini tidak terlepas dari gejala gelombang demokratisasi berskala global yang terjadi selepas berakhirnya Perang Dingin. Gelombang demokratisasi telah melahirkan tiga perkembangan penting: runtuhnya pemerintahan otoriter, kemunculan sistem ekonomi pasar dan LSM berskala global. Ketiga perkembangan ini telah mengubah tata hubungan antara negara, dunia bisnis dan masyarakat. Bila di masa lalu, negara cenderung mengabaikan hak masyarakat dalam melindungi beroperasinya perusahaan multinasional, di masa kini, masyarakat lokal dan LSM memiliki peran semakin penting dalam mendorong perilaku perusahaan melindungi lingkungan dan menghormati hak asasi manusia.

Sepanjang dasawarsa 1990-an, rentetan litigasi dilakukan oleh pengacara *public interest* di Amerika Serikat, mewakili korban di berbagai negara berkembang atas tuduhan perusahaan multinasional melakukan pelanggaran hak asasi manusia. Sungguh pun tuduhan ini banyak ditolak pengadilan, namun peristiwa hukum ini membawa

pengaruh besar dalam membawa perubahan besar dalam arah perkembangan CSR. Rentetan peristiwa hukum ini merupakan awal perdebatan mengenai perlu tidaknya negara merumuskan UU yang mewajibkan perusahaan multinasional memraktekkan CSR. Dua ide dasar yang saling bertentangan dalam perdebatan ini adalah pertama, *self-regulation and voluntarism* dan kedua, *obligatory and norm binding*. Ide pertama dicetuskan Uni Eropa dan PBB dan ide kedua oleh LSM Internasional seperti Christian Aid dan Oxfam. Sebagai reaksi atas pertikaian kedua ide tersebut, muncul ide ketiga yang menolak kedua ide terdahulu : *the business of business is business*. Dengan demikian ada tiga ideologi yang mendominasi definisi dan praktek CSR di arena publik yakni : *the business of business is business, corporate voluntarism* dan *corporate involuntarism*.(Ibid)

Asumsi dasar *the business of business is business* adalah bahwa perusahaan pada hakekatnya merupakan institusi pencipta kesejahteraan masyarakat. Setiap perusahaan memiliki tujuan tunggal memaksimalkan keuntungan untuk pemiliknya dan menciptakan lapangan pekerjaan. Para penyokong aliran pemikiran ini berpendapat bahwa kedermawanan , *community development* ataupun donasi bukan saja bertentangan dengan hakekat perusahaan, namun juga tidak etis dilakukan perusahaan. Semua kegiatan filantrop pada dasarnya merupakan pencurian uang milik pemegang saham yang dilakukan direktur perusahaan. Kegiatan semacam itu tidak boleh diambil alih oleh perusahaan mengingat ini merupakan domain negara.

Berbeda dengan aliran pertama, *corporate voluntarism* lebih menekankan aspek kabajikan, *virtue*, dalam mengejar keuntungan perusahaan. Asumsi dasar dari aliran pemikiran ini , pertama, adalah bahwa setiap perusahaan dengan suka rela dapat mengembangkan dan menjalankan CSR. Penyokong aliran ini menolak campur tangan negara dalam mengatur CSR di perusahaan. Kedua, kepedulian terhadap masyarakat atau konsumen dapat mendorong keuntungan ekonomi suatu perusahaan. Ketiga, keberadaan perusahaan tidak dapat dilepaskan dari masyarakat tempat perusahaan tersebut beroperasi. *Enlightment Self Interest* atau kepentingan perusahaan yang tercerahkan , berarti memasukkan dimensi masyarakat tanpai mengabaikan tujuan utama yaitu mengejar keuntungan yang maksimal.

Berbeda dengan *corporate voluntarism*, dasar pemikiran aliran *corporate involuntarism* adalah setiap perusahaan memiliki kewajiban menjalankan tanggung jawab sosial. Kewajiban ini harus dituangkan dalam bentuk UU. Para penyokong aliran ini berpendapat bahwa dalam kondisi ketika perusahaan multinasional jauh lebih berpengaruh dibanding dengan negara bangsa, *self regulation* dan *voluntarism* tidaklah mencukupi.

Perdebatan antar paradigma CSR diawali dengan perdebatan politik dan moral mengenai dua isu yang saling bertentangan :” *voluntary and self regulation*” dengan “*obligatory and norm binding*” atau perdebatan antara penyokong *corporate voluntarism* dan *corporate involuntarism*. Dengan dukungan berbagai kalangan profesional dan organisasi internasional seperti Uni Eropa dan PBB, paradigma voluntarism berhasil melakukan transformasi CSR dari gagasan politik menjadi kenyataan akademik. Standarisasi dan pengukuran lewat seperangkat indikator berbagai aspek CSR telah muncul di pasar akademik internasional. Karena itu *corporate voluntarism* bukan hanya berhasil berkembang menjadi *mainstream paradigm*, tapi juga menjadi lahan “industri” baru bagi perusahaan keuangan, universitas dan LSM.

Para penyokong *the business of business is business* mengecam praktik CSR dewasa ini. Kedermawanan bukan saja menyalahi esensi dari rasionalitas lembaga ekonomi namun juga tidak etis dilakukan oleh pimpinan perusahaan. Kedermawanan hanyalah “kosmetik” untuk menutupi kelemahan manajemen perusahaan.

Metode Penelitian

Tipe penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan dan menganalisis gejala atau obyek yang diteliti. Penelitian menggunakan studi kepustakaan. Penelitian kepustakaan dilaksanakan dengan tujuan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam material yang ada dalam perpustakaan. Sumber data bersumber dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan-karangan ilmiah, peraturan-peraturan, ketetapan-ketetapan, buku tahunan, ensiklopedia, dan sumber-sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik yang berkenaan dengan pelaksanaan CSR di Indonesia. Pengumpulan data dilakukan dengan tehnik dokumen yaitu melalui telaah

mendalam terhadap naskah peraturan, teks, arsip, dokumen , buku-buku, majalah atau surat kabar yang terkait dengan tema penelitian.

Untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh tentang subyek penelitian, maka digunakan tehnik analisis interaktif. Data-data yang diperoleh di lapangan dianalisis dengan tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan (Miles dan Huberman, 1992) yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi.

Reduksi dimulai dengan melakukan pilihan-pilihan analitis tentang bagian data mana yang dikode, mana yang dibuang, pola-pola mana yang meringkas sejumlah bagian yang tersebar, cerita-cerita apa yang sedang berkembang. Reduksi data juga merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian-penyajian tersebut dapat dipahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan, lebih jauh menganalisis atau mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian tersebut. Penyajian data dilakukan dengan cara menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan bentuk (Gestalt) dengan konfigurasi yang mudah dipahami.

Tahap verifikasi dilakukan sejak dari pengumpulan data, dengan mencari arti dari benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposisi. Peneliti menangani kesimpulan-kesimpulan itu dengan longgar, tetap terbuka dan skeptis, tetapi kesimpulan sudah disediakan sebelumnya, mula-mula belum jelas, kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh (Glaser & Strauss seperti dikutip Miles & Huberman,1992:19),sebagai kesimpulan akhir.

Hasil dan Pembahasan

A. Penerapan CSR : Implementasi dan Paradigma

Saat ini konsep Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung jawab Sosial Perusahaan di Indonesia bukan merupakan wacana yang baru lagi tapi telah dilaksanakan oleh sebagian besar perusahaan besar dan menengah, swasta maupun BUMN, domestik, nasional maupun internasional. Kalau dulu implementasi CSR kebanyakan masih sebatas pada pemberian beasiswa suatu perusahaan kepada siswa sekolah mulai dari Sekolah Dasar hingga Sarjana. Tapi kini, bentuk implementasi CSR bisa bermacam-macam, dari memberi bantuan kepada para korban bencana alam hingga penghijauan. Standard Charter Bank (SCB) Indonesia misalnya, tidak hanya menanam pohon bakau, tetapi juga melakukan kampanye penyadaran bahaya virus HIV/AIDS dan juga melakukan operasi katarak bagi masyarakat tidak mampu. Sebagai bentuk komitmen perusahaan untuk melaksanakan CSR, SCB mengalokasikan dana US\$ 22,4 juta atau 0,86% dari keuntungannya pada 2005 untuk program CSR bagi kantornya yang tersebar di 50 negara.

Sementara itu, Sampoerna Foundation (SF) mengalokasikan dana sebesar Rp 50 miliar untuk program perluasan akses dan peningkatan kualitas pendidikan di Indonesia. Sejak tahun 2001 SF telah memberikan lebih dari 32,000 beasiswa dari tingkat SD hingga S2, baik di dalam maupun luar negeri, kepada siswa yang memiliki kemampuan terbaik namun mengalami kesulitan keuangan. Sejak tahun 2005, SF juga mengolah program pengembangan sekolah dengan mengadopsi 17 sekolah dan 5 madrasah di Sumatra, Jawa, Kalimantan, Sulawesi dan Bali. Program ini memiliki tujuan positif yang tidak hanya ditujukan untuk siswa, tetapi ditujukan juga untuk guru, kepala sekolah dan sistem pendidikan.

Sampoerna Foundation didirikan sebagai lembaga nirlaba yang mandiri, terpisah dari PT HM Sampoerna, dan didedikasikan untuk memperbaiki sektor pendidikan di Indonesia dan memberikan kesempatan bersekolah bagi generasi muda Indonesia yang memiliki prestasi akademis baik. Untuk itu, manajemen Sampoerna memutuskan memberikan dua persen dari laba bersih perusahaan setiap tahunnya kepada Sampoerna Foundation. Sebagai gambaran, laba bersih HM Sampoerna tahun 2005 sebesar Rp 2,38

triliun. Bisa dihitung sendiri, dua persen dari jumlah itu diserahkan kepada Sampoerna Foundation.

Selain menghibahkan dua persen laba bersih setiap tahun kepada Sampoerna Foundation, PT HM Sampoerna juga mempunyai berbagai kegiatan CSR, seperti kemitraan tembakau, kemitraan produksi sigaret, program bina warga, yaitu program aktivitas sosial ekonomi pendidikan di sekitar pabrik, program bimbingan anak, penyediaan perpustakaan, penghijauan, dan tim Sampoerna Rescue.

Program kemitraan tembakau melibatkan 2.035 petani dengan luas lahan 4.820 hektar dan menghasilkan 10.650 ton tembakau setiap tahun. Perusahaan menyediakan kebutuhan bibit, pupuk, pestisida, serta memberi pelatihan penanaman dan pemeliharaan tembakau sesuai standar kualitas perusahaan. Hasil panen dibeli perusahaan dengan memperhitungkan harga bibit, pupuk, dan obat-obatan.

Program kemitraan produksi sigaret saat ini mencakup 32 unit produksi di Jawa Timur, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, dan Jawa Barat. Terdiri dari sembilan koperasi, tiga pondok pesantren, dan 20 perusahaan kecil menengah, program ini merekrut lebih dari 51.000 pelinting rokok. Bisa dibayangkan pergerakan ekonomi yang dihasilkan di sekitar unit tersebut.

Adapun mengenai model atau pola CSR, Zaim Saidi (<http://www.ibl.or.id>) menyatakan secara umum pelaksanaan CSR di Indonesia masih sangat konvensional, berjangka pendek, dan didasari motivasi untuk menolong anggota masyarakat yang dalam kesulitan; dengan kata lain menyelesaikan masalah sesaat. Pendeknya perusahaan di Indonesia, pada umumnya, baru pada batas menjalankan “kewajiban” bersedekah. Hasil dari survey yang dilakukan Saidi terhadap 266 perusahaan (domestik dan multinasional) di 10 (sepuluh) kota di Indonesia tahun 2002 menguatkan pendapat tersebut. Sebagian besar (86%) menganggap bahwa memberi sumbangan adalah wujud nyata dari CSR. Tindakan lain yang dianggap implementasi CSR adalah mensejahterakan pegawainya (77%), membayar pajak (70%).

Saat ini masih banyak perusahaan di Indonesia yang mengartikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) hanya sebagai kegiatan filantropis yang bersifat sesaat atau jangka pendek. Sesungguhnya Kegiatan CSR tak sekadar memberi sumbangan kepada

masyarakat di sekitar perusahaan. Mereka juga melibatkan masyarakat dalam kegiatan bisnis di perusahaan.

Misalnya, ada suatu perusahaan yang membina petani di suatu daerah. Ia bukan cuma mendidik petani berbudidaya tanaman secara tepat, tetapi juga membantu penanganan pascapanennya. CSR memang bukan kegiatan yang semata-mata donasi (*charity*). CSR harus dipandang sebagai investasi. Lewat CSR, perusahaan seyogyanya mampu menjadi pemberi kail, bukan ikan. Ia membantu masyarakat menjaga kesinambungan hidupnya. Sebaliknya, perusahaan pun perlu mendapat manfaat yang berkesinambungan dari program CSR-nya. Inilah jalan baru dalam dunia bisnis.(
<http://www.latofienterprise.com>)

Adapun motivasi yang mendorong perusahaan untuk melakukan CSR ada bermacam-macam. Menurut Saidi, kegiatan kedermawanan sosial perusahaan dapat dikategorisasikan ke dalam tiga tahap atau paradigma yang berbeda. Tahap pertama adalah *corporate charity*, tahap kedua *corporate philanthropy*, dan tahap ketiga adalah *corporate citizenship*. Motivasi dasar ketiga paradigma ini dapat dibedakan dari motivasi agamis dan tradisi (*charity*) , norma dan etika universal (pemerataan social), dan kontribusi atau keterlibatan social.

Paradigma *corporate citizenship* dapat diketemukan dari pernyataan visi dan misi yayasan Unilever Indonesia Perduli yang didirikan pada tahun 2000 (<http://www.unilever.co.id>). Tujuan pendirian yayasan tersebut dinyatakan untuk tumbuh berkembang bersama masyarakat dan lingkungan dengan cara yang *sustainable* (memperhatikan keberlangsungan sumber daya alam). Visinya adalah berbagi sumber daya demi kehidupan yang lebih baik. Adapun misinya berbunyi sebagai berikut :” *Our mission is to unlock society’s potential, add value to society, synergise the strengths of our partners and become the inspiring catalyst for building partnerships*”

Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut yayasan Unilever Indonesia Perduli berkonsentrasi pada empat program :

- Program-program Pengembangan Usaha Kecil Menengah
- Program Pemeliharaan Sumber Daya Air
- Program Daur Ulang, dan
- Program Pendidikan Kesehatan Masyarakat

Tentang pentingnya CSR yayasan tersebut menyatakan demikian : Menurut kami CSR tidak terbatas pada sumbangan sukarela tapi melekat pada tujuan perusahaan. Perspektif kami tentang CSR dibangun di seputar keseluruhan operasi bisnis. Bisnis yang bertanggungjawab selayaknya memberi kontribusi pada kesejahteraan masyarakat, ekonomi bangsa, dan pengetahuan dasar masyarakat dan lingkungan. Untuk menjangkau tujuan yang tidak sekedar *corporate philanthropy*, kami berbagi teknologi dan ketrampilan, bahkan jaringan rekanan, dalam bentuk kontribusi sukarela. Pada saat yang sama, kami memperluas pemikiran sampai menjangkau pada pasar sosial. Dengan cara ini kami coba mempengaruhi para stakeholder untuk melihat segala sesuatu tidak hanya dari perspektif bisnis, tapi juga dari sudut pandang sosial.

Menurut Yanti T. Koestoer (<http://www.aseanfoundation.org>) tidak semua perusahaan mempunyai komitmen kuat untuk melaksanakan CSR yang baik. Banyak perusahaan yang melihat CSR sekedar sebagai “kosmetik” untuk mendapatkan legitimasi yang dapat mempengaruhi opini publik terhadap perusahaan. Untuk perusahaan yang berorientasi mencari keuntungan , hakekat CSR yang sukarela ditambah dengan lemahnya penegakan hukum di Indonesia membuat mereka mudah untuk menghindari keharusan melaksanakan CSR. Sebaliknya, bagi perusahaan yang sungguh-sungguh mempunyai komitmen untuk menjalankan tanggung jawab sosial, lemahnya hukum membuat mereka frustrasi. Berapa pun besarnya CSR yang mereka salurkan untuk menyokong pembangunan komunitas, tetap saja ada protes, boikot, atau pun ancaman fisik yang menempatkan perusahaan pada situasi dilematis.

B. Implikasi Penerapan CSR terhadap Studi Administrasi Publik

Ilmu administrasi Negara dikenal sebagai studi yang mempelajari bagaimana organisasi publik mengelola dan memecahkan urusan dan masalah publik. Selama ini locus atau “*where of the field*” ilmu administrasi publik identik dengan organisasi pemerintah atau birokrasi sebagai institusi pengemban pelayanan publik.

Satu hal mendasar yang mendorong keberadaan administrasi negara adalah menjalankan urusan publik yakni segala urusan bersama yang tidak dapat diselesaikan atau dilaksanakan secara individual (Shafritz dan Russell, 1997). Masalah publik atau

kepentingan publik menjadi landasan dari setiap tindakan dan kebijakan administrasi publik.

Keberadaan organisasi negara sebagai pengemban amanat kepentingan publik menjadi goyah pada masa krisis. Ketidakberdayaan negara dalam menangani krisis global tahun 1980an yang memuncak pada tahun 1990an menimbulkan gelombang tuntutan agar birokrasi mengurangi ukurannya yang besar (*big government*), sehingga era ini dikenal sebagai era anti government, anti birokrasi, „*governing without Government*“ (Frederickson,1997).

Untuk mengatasi krisis, sektor publik mengundang sektor bisnis untuk ikut terlibat dalam menangani problem-problem publik. Inilah yang menjadi akses pembuka keterlibatan dunia bisnis dalam aktivitas sosial atau yang kemudian dikenal sebagai *corporate philanthropy* dan terakhir bergeser menjadi paradigma *corporate social responsibility* atau CSR. Pertanyaannya kemudian adalah bagaimana implikasi diterapkannya CSR terhadap studi administrasi negara? Apakah adanya CSR merubah peran institusi publik (birokrasi) secara mendasar ? Bagaimana peran negara dalam penerapan CSR? Apakah locus ilmu administrasi negara menjadi berubah dengan adanya CSR?

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan diatas terlebih dahulu perlu diketahui pemikiran yang berkembang tentang hubungan negara dan CSR. Posisi dan peran Negara dalam pelaksanaan CSR ,menurut Moon dan Vogel (2008), bisa dijelaskan melalui dua model. Pertama , model dikotomi yang melihat CSR dan pemerintah sebagai dua bidang yang eksklusif. Menurut pandangan ini ruang lingkup CSR bebas dari regulasi atau kebijakan publik. Model kedua memandang CSR sebagai bentuk relasi antara aktor pasar dengan pemerintah.

Friedman (dalam Moon dan Vogel,2008) membedakan tanggungjawab manajer bisnis dari manajer pemerintah, “Tanggungjawab bisnis adalah meningkatkan laba”. Pandangan Friedman berlandaskan pada pemikiran bahwa politisi dan birokrat bertanggungjawab atau isu-isu publik sedangkan manajer bisnis terlatih dalam manajemen organisasi bisnis. Akuntabilitas manajer bisnis pada pemegang saham yang tentunya selalu mengharapkan perusahaan mendapatkan laba. Dikotomi tidak menggambarkan realitas kebijakan publik dan praktek bisnis. Pemerintah mempengaruhi

pelaku bisnis agar mendukung perwujudan tujuan publik melalui regulasi dan insentif. Sebaliknya, kebijakan publik juga dipengaruhi oleh kepentingan bisnis dan aktivitas lobi pelaku bisnis. Pemerintah juga bekerja sama dengan organisasi bisnis dan kelompok kepentingan lainnya dalam formulasi dan implementasi kebijakan.

Model kedua berpandangan meskipun dunia bisnis terdiri dari individu dan perusahaan-perusahaan, namun mereka tidak terlepas dari konteks sosial dan lingkungan kebijakan. Seperti kata Polanyi, pasar melekat sebagai bagian dari masyarakat manusia dan diciptakan dan dipertahankan oleh tindakan Negara, melalui rumusan kebijakan atau aturan hukum yang melindungi hak property dan jaminan terhadap integritas transaksi pasar. Menurut Granovetter, tindakan ekonomi melekat pada struktur relasi sosial dan juga hirarki yang membentuk insentif pasar dan pilihan ekonomi. (Moon dan Vogel,2008).

Model yang membedakan sektor publik dan sektor bisnis sebagai dua ranah yang eksklusif satu sama lain menggambarkan realitas ekonomi politik pra-globalisasi yang sejalan dengan pemikiran paradigma administrasi Negara lama (*Old Public Administration*) yang melihat peran Negara sebagai penyedia layanan publik secara langsung. Paradigma ‘negara kuat’ atau ‘statisme’ ini menguat sampai tahun 1970an dan mengalami delegitimasi seiring dengan hancurnya ideology sosialis-komunis.

Krisis ekonomi global , menguatnya demokrasi dan liberalisasi ekonomi, ditambah dengan kemajuan teknologi komunikasi informasi merubah secara frontal tatanan sosial, ekonomi dan politik dunia. Abad 21 menghadirkan pola interaksi antar individu dan organisasi yang bersifat lintas bangsa, multijaringan atau networking dan menuntut kemitraan multi stakeholder. Negara bukan aktor dominan dalam manajemen urusan dan problem publik. Problem publik saat ini tidak terbatas pada lingkup satu Negara, tapi lingkup global . Problem pemanasan global, wabah penyakit seperti AIDS, virus flu burung, virus flu babi, ancaman terorisme adalah beberapa contoh problem public berskala global. Permasalahan ini hanya dapat dipecahkan melalui kerjasama banyak stakeholders : individu maupun institusi; sektor publik, privat dan masyarakat sipil; lingkup nasional,regional maupun internasional.

Tantangan masalah publik di era global inilah yang menjadikan posisi dan peran sector bisnis menjadi semakin penting. Terlebih dalam isu pemanasan global, korporasi

multinasional menjadi pihak yang dituding mempunyai andil atas kerusakan lingkungan di negara sedang berkembang . Tidak heran bila sasaran kegiatan CSR banyak yang diarahkan pada kegiatan pelestarian dan pemeliharaan lingkungan alam. Hal ini sesuai dengan *Commission of the European Communities* (2001) yang merumuskan CSR sebagai konsep dimana perusahaan mengintegrasikan pertimbangan sosial dan lingkungan dalam operasi bisnisnya dan dalam interaksinya dengan stakeholders atas dasar prinsip kesukarelaan.

Adanya CSR menjadikan paradigma dikotomi sektor publik dan sektor privat menjadi kabur. Manajemen problem dan kepentingan publik tidak lagi hanya menjadi kewajibannya administrasi negara, tapi dalam kasus tertentu juga melibatkan sektor non-government yakni sektor bisnis dan sektor ketiga (LSM dan organisasi non-profit).

Agar perusahaan dapat menjalankan tanggung jawab sosialnya dengan baik, maka pemerintah atau organisasi public harus dapat berfungsi menyediakan ‘*enabling environment*’ bagi CSR. World Bank (2002) mengklasifikasikan empat peran sector public dalam CSR : *mandating* , *facilitating* , *partnering* , *endorsing*.

Dalam menjalankan peran “*mandating*”, badan pemerintah merumuskan standar minimal kinerja bisnis yang tertuang dalam kerangka hukum. Misal menetapkan aturan nilai batas emisi untuk instalasi industri tertentu, atau menetapkan persyaratan agar faktor-faktor tertentu menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang diambil oleh direktur perusahaan.

Dalam menjalankan peran „*facilitating*“, badan pemerintah menumbuhkan kondisi, memfasilitasi, atau memberi insentif agar perusahaan mau melaksanakan agendan CSR atau ikut terlibat dalam program perbaikan sosial dan lingkungan. Peran pemerintah disini adalah sebagai catalytic atau pemberi dukungan (*supporting role*), misalnya dengan menyediakan dana bagi riset ,penyebaran informasi, pelatihan ataupun kampanye penyadaran.

Peran sebagai „*partnership*“ merupakan peran penting dalam agenda CSR. Kemitraan strategis menjadi sarana berbagi skills dan input dari sektor publik, privat dan masyarakat sipil dalam mengatasi problem sosial dan lingkungan yang kompleks. Dalam hal ini, pemerintah dapat menjalankan peran sebagai partisipan, penyelenggara konferensi (*convenor*), atau fasilitator.

Peran keempat adalah peran memberi dukungan politik dan pengesahan (*endorsement*) atau legitimasi terhadap CSR. Peran pengesahan dapat mengambil berbagai bentuk, dapat melalui dokumen kebijakan, praktek manajemen sektor publik, penghargaan terhadap perusahaan yang menjalankan CSR, misalnya menyelenggarakan acara CSR Award.

Secara terperinci berikut ini ruang lingkup aktivitas atau fungsi sektor publik dalam CSR menurut World Bank (2002):

- Menetapkan standar minimal bagi aktivitas bisnis.
- Mendorong dan menjamin kepatuhan
- Menetapkan kerangka kerja bagi partisipasi sektor bisnis dalam kebijakan publik.
- Mendukung aksi warganegara dalam melawan perusahaan yang berkinerja buruk.
- Menciptakan insentif fiskal bagi aktivitas pro- CSR
- Terlibat dalam inisiatif, konvensi, dan (penyusunan) petunjuk antar instansi pemerintah maupun internasional
- Menetapkan tujuan kebijakan dan keseluruhan kerangka strategis bagi tindakan sektor privat.
- Sebagai katalisator inisiatif CSR sukarela.
- Merumuskan prioritas sosial ekonomi sebagai dasar pengembangan bisnis perusahaan.
- Mempromosikan CSR melalui koordinasi antar departemen.
- Mengkoordinir kegiatan industri dan masyarakat sipil.
- Memimpin dengan keteladanan (melalui penetapan kebijakan dan manajemen publik)
- Mempromosikan pilihan konsumen yang pro-CSR.
- Promosi ekspor yang pro-CSR
- Mengembangkan, mendukung, dan melaksanakan aturan CSR.
- Melakukan stimulasi pasar yang pro-CSR
- Mempromosikan kepentingan stakeholders tertentu (yang pro-CSR)
- Merumuskan batas-batas agenda CSR d-untuk konteks local maupun nasional.
- Menjalin kemitraan : antarpemerintah dan/atau dengan bisnis dan masyarakat sipil.
- Mengkaitkan aktivitas CSR dengan pembiayaan sektor publik
- Mendorong investasi dan pinjaman yang bertanggungjawab.

- Melakukan penilaian tentang hal-hal yang mendukung praktek (CSR) terbaik secara formal maupun informal.
- Diseminasi informasi tentang praktek CSR yang baik
- Menjelaskan tentang CSR pada perusahaan dan stakeholders lainnya.
- Mengembangkan tehnik yang berbasis ilmu pengetahuan kepada bisnis-bisnis yang pro-CSR
- Pengembangan kapasitas untuk membantu perusahaan agar dapat memenuhi persyaratan CSR eksternal
- Mendukung masyarakat sipil untuk menggerakkan CSR
- Memberi informasi dan mendidik pelaku bisnis, consumer, pegawai, investor, dan regulator.
- Memfasilitasi dialog di kalangan stakeholders
- Memberi dukungan politik bagi inisiatif CSR
- Memberi penghargaan pada perusahaan yang menerapkan CSR terbaik

Deskripsi peran pemerintah dalam CSR sebagaimana dilansir oleh World Bank menggambarkan bahwa pada tataran praktek tidak bisa dipisahkan secara tegas antara peran sektor bisnis di aktivitas ekonomi yang berorientasi profit dan sektor publik di aktivitas sosial politik yang berorientasi pada kepentingan publik. Pemerintah berperan penting dalam menciptakan kondisi yang kondusif bagi kegiatan bisnis yang sehat maupun dalam memfasilitasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Peran negara idealnya adalah menyediakan “*enabling environment*” bagi terselenggaranya CSR bukan sebagai pihak yang memberi komando atau kontrol melalui regulasi yang bersifat memaksa.

CSR di Indonesia saat ini menjadi isu yang hangat dengan diaturnya kegiatan CSR dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) khususnya pasal 74 yang menyebutkan :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam **wajib** melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya

Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajiban.

3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Peraturan yang mewajibkan CSR diatas mengundang polemik di kalangan praktisi bisnis dan para pakar. Mereka yang setuju menyebutkan bahwa sudah seharusnya perusahaan mengalokasikan anggaran khusus untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Yang tidak setuju berdalih kesejahteraan masyarakat adalah tanggung jawab negara, bukan perusahaan.

Notaris senior Partomuan Pohan ,salah satu konseptor UU PT, mendukung pengaturan CSR dalam undang-undang dengan pertimbangan masih banyak perusahaan kakap yang setengah hati menjalankan CSR (<http://www.hukumonline.com>). Partomuan , menyitir data yang disodorkan oleh Griffiths dalam buku yang berjudul *Human and Environmental Rights: The Need for Corporate Accountability*, menyatakan di Inggris dari 350 perusahaan besar yang tergabung dalam The Financial Times Stock Exchanges (FTSE), hanya 79 perusahaan yang membikin laporan tentang dampak sosial dan lingkungan dari praktek bisnisnya. Di tingkat global, ada 61 ribu perusahaan transnasional serta 900 ribu perusahaan afliasinya. Namun hanya dua ribu alias 3,2% yang melaporkan dampak sosial lingkungan.

Wakil Ketua Kamar Dagang dan Industri Hariyadi B Sukamdani (Kompas.com, 19 Februari 2009) berpendapat bahwa bentuk CSR tidak bisa diatur dengan suatu UU yang membakukan bentuk dari CSR. " CSR itu kan sifatnya sukarela, jadi bentuknya juga beda-beda di tiap perusahaan sesuai dengan kebijakan perusahaan dan kebutuhan masyarakat sekitar ".

Senada dengan Hariyadi, pengamat ekonomi Faisal Basri mengatakan bahwa CSR ini tidak bisa diregulasi sebagai kewajiban hukum (*legal obligation*). "CSR itu kalau sudah diwajibkan *is not CSR anymore*, " ujar Faisal (Kompas.com,19 Februari 2009). Faisal Basri mengharapkan agar Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang

Perseroan Terbatas jangan dijadikan alat untuk pengalihan tanggung jawab pemerintah untuk mengentaskan kemiskinan kepada perusahaan-perusahaan swasta. "Ingat, tugas mengentaskan orang miskin *tuh* tugasnya pemerintah. Silakan swasta melakukan tindakan-tindakan komplemen. Jadi, CSR ini bukan substitusi dari tugas-tugas pemerintah," ujar Faisal.

Lebih lanjut Faisal Basri menjelaskan bahwa tugas pengentasan kemiskinan bukanlah tugas utama perusahaan-perusahaan swasta, tetapi tugasnya pemerintah. "Jadi kalau perusahaan ingin mengentaskan kemiskinan di daerah sekitarnya, silakan tapi itu bukan kewajiban, karena itu lebih bersifat tanggung jawab sosial," ujar Faisal.

Polemik tentang apakah CSR itu bersifat wajib atau sukarela menggambarkan perdebatan klasik antara paradigma *corporate voluntarism* dan *corporate involuntarism*. Memang pada substansinya CSR merupakan tanggungjawab sosial yang bersifat sukarela. Namun "sukarela" disini tidak berarti perusahaan boleh untuk menghindari dari kewajiban sosial (CSR) tersebut. Dampak yang ditimbulkan oleh praktek bisnis perusahaan besar, terutama yang bergerak dalam industri ekstraktif sumber daya alam, terhadap kelestarian alam dan lingkungan sekitar sangatlah luar biasa sehingga setiap bentuk dampak negatif yang ditimbulkannya tidak bisa dipertanggungjawabkan hanya secara "sukarela". Dampak eksternalitas semacam ini, merupakan salah satu problem publik yang harus ditangani administrasi negara. Menurut Caiden (1982) tanggungjawab penanganan masalah eksternalitas menjadi salah satu tugas dalam fungsi manajemen ekonomi yang dijalankan administrasi negara. Jadi adanya CSR sesungguhnya tidak merubah secara substansial fungsi administrasi negara.

Terkait dengan polemik UU PT pasal 74 perlu ditekankan bahwa yang diwajibkan melaksanakan CSR adalah perusahaan yang bergerak dalam industri alam. Menurut UUD 45 industri pengolahan sumber daya alam merupakan industri strategis karena kekayaan alam yang menguasai hajat hidup orang banyak seharusnya dikelola negara. Eksternalitas atau dampak eksternal aktivitas bisnis yang tidak diperhitungkan dalam perhitungan *cost-benefit* perusahaan harus menjadi tanggungjawab bersama negara dan pelaku bisnis. Kasus lumpur Lapindo di Sidoarjo menjadi alasan kuat perlunya kebijakan publik yang mengatur tentang CSR. Pelaku bisnis tidak bisa berteriak protes saat negara dianggap mengatur usaha bisnis mereka, namun saat ada kasus seperti bencana lumpur Sidoarjo

mereka lari ke pemerintah untuk ikut bertanggungjawab dengan dalih bahwa bencana itu sebagai bencana alam.

Menurut Lily Afiah (<http://www.fe.elcom.ums.ac.id>) adanya undang-undang yang mewajibkan CSR dapat dipahami sebagai tuntutan agar perusahaan benar-benar menerapkan prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Prinsip transparansi menuntut perusahaan untuk memaparkan dan mengkomunikasikan kebijakan dan praktik-praktik yang dijalankannya, terutama yang berdampak pada karyawan, masyarakat dan lingkungan. Sedangkan dalam akuntabilitas, pemangku kepentingan mengharapkan perusahaan memiliki kinerja yang baik dalam bidang non-finansial seperti dalam hak asasi manusia, peningkatan kapasitas, kebijakan lingkungan dan lain-lain. Targetnya yakni membuat seluruh praktik bisnis tidak hanya bertanggung jawab secara sosial, tapi juga akuntabel dan transparan dengan membuat standar audit sosial atas praktik bisnis.

Untuk mendukung implementasi CSR sebagai bagian dari praktek bisnis yang akuntabel, negara harus membuat aturan pelaksanaan yang jelas dan transparan bagaimana mekanisme pemungutan dan pertanggungjawaban CSR. Jangan sampai negara berperan seperti preman yang memungut sekian persen dari para pedagang tanpa ada transparansi tujuan dan pemanfaatannya.

CSR juga tidak boleh menjadi bentuk privatisasi kewajiban sektor publik. Jalal, Pamadi Wibowo dan Sonny Sukada (Lingkar Studi CSR, A+ CSR Indonesia) menyatakan CSR tidak boleh menjadi sarana untuk memindahkan apa yang menjadi beban pemerintah ke pundak swasta. Ketika pemerintah gagal memenuhi kewajibannya, swasta dipilih untuk menanggung beban itu. Contoh sangat gamblangnya adalah permintaan SBY baru-baru ini agar perusahaan menyisihkan dana untuk pendidikan, padahal pemerintahannya sendiri belum lagi memenuhi kewajiban konstitusi untuk menyediakan 20% APBN untuk pendidikan

Dalam implementasi CSR negara tidak boleh lepas tangan, keempat peran administrasi negara (*mandating, facilitating, partnership, dan endorsing*) harus dijalankan secara maksimal. Dampak eksternalitas dunia usaha merupakan problem yang berdampak pada orang banyak sehingga tidak bisa dirumuskan sebagai problemnya

sektor bisnis semata. Efektivitas pelaksanaan CSR menuntut peran serta seluruh sektor khususnya pendampingan dan kontrol lembaga negara.

Konsep CSR menunjukkan masalah publik saat ini berkembang semakin kompleks. Problem publik tidak lagi bisa dibedakan secara tegas dengan problem privat atau bisnis. Apa yang menjadi problem di ranah privat atau bisnis bisa berdampak secara publik. Apa yang dirumuskan sebagai masalah publik bisa berdampak besar pada aktivitas privat atau bisnis.. Karena itu paradigma dikotomi sektor bisnis dan sektor publik tidak bisa diterapkan dalam memahami fenomena CSR.

Di era globalisasi sektor bisnis tidak lagi hanya sebagai organisasi yang mengejar pertumbuhan kekayaan material semata. Seperti dinyatakan oleh Peter Sutherland (dalam Asmin Fransiska), “*Business is the motor for the creation of prosperity. Business creates revenues, jobs, salaries, dividends, and trade for their suppliers. They develop skills. They innovate to produce new products and services. Business can do all of these things in places and in ways that help to alleviate human suffering and help to resolve global problems*”.

Karena itu, Georg Kell - *Executive Head* dari Global Compact - menggunakan istilah *unnecessary dichotomy* untuk menjelaskan hubungan sektor bisnis dan sektor publik. Menurutnya, orang harus keluar dari diskusi manakah yang lebih superior: sukarela atau wajib, melainkan pendekatan mana yang memiliki dampak paling besar dan dalam kondisi apa. Ia juga menekankan bahwa keduanya bersifat komplementar, jadi tidak perlu dipilih salah satunya.

Dengan demikian, perdebatan tentang apakah suatu masalah itu menjadi tanggungjawab di ranah publik atau ranah privat tidak lagi relevan dalam studi administrasi publik. Masalah apapun - baik individu, bisnis, publik - sepanjang masalah itu menimbulkan dampak kepada masyarakat luas bisa dikategorikan sebagai masalah publik. Implikasi dari paradigma *unnecessary dichotomi* membuat locus studi administrasi negara tidak lagi berada di kelembagaan negara (birokrasi) tapi pada semua lembaga – negara, bisnis dan non-profit – sejauh lembaga-lembaga itu terlibat dalam menangani masalah yang berdampak terhadap kepentingan publik.

Kesimpulan

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep yang menggambarkan tanggungjawab perusahaan terhadap tindakan dan kebijakan perusahaan yang berdampak terhadap lingkungan alam dan komunitas dimana perusahaan itu beroperasi. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh beberapa perusahaan besar di Indonesia, sebagian besar masih bersifat karitatif, tidak diselenggarakan secara terencana dan bersifat temporer atau berorientasi jangka pendek. CSR masih dianggap sebagai bentuk kegiatan amal perusahaan. Dengan demikian, motivasi untuk menjalankan CSR lebih didorong oleh kesadaran sosial spiritual. Belum banyak perusahaan yang menjadikan CSR sebagai bagian dari strategi bisnis jangka panjang atau sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial atau etika bisnis perusahaan.

Fenomena CSR merupakan bukti bahwa perumusan problem atau kepentingan publik tidaklah mudah. Aktivitas dan keputusan lembaga apapun yang berdampak pada kepentingan orang banyak dapat dipandang sebagai problem atau kepentingan public. Adanya CSR berimplikasi pada locus studi administrasi publik. Locus studi administrasi negara tidak lagi pada kelembagaan negara yang memegang mandat kepentingan publik, tapi mencakup semua lembaga – negara, privat/bisnis maupun non profit - sepanjang lembaga-lembaga ini melaksanakan kepentingan publik atau tindakannya berdampak kepada kepentingan publik. Corporate Social Responsibility (CSR) dipahami oleh sebagian besar perusahaan di Indonesia sebagai tanggungjawab sosial yang bersifat sukarela. Karena itu adanya aturan yang menjadikan CSR sebagai kewajiban mendapat tantangan dari para pelaku bisnis. Untuk mengeliminir prasangka negatif dunia usaha, negara harus mengefektifkan perannya sebagai penyedia “*enabling environment*” . Pemerintah jangan hanya memposisikan diri sebagai pemberi komando, regulator atau pengawas CSR. Pemerintah harus banyak menjalankan aktivitas nonregulatori seperti menyelenggarakan pelatihan atau pendampingan CSR, koordinasi pelaksanaan CSR antardepartemen maupun antar stakeholder, membiayai penelitian-penelitian tentang CSR, memberikan insentif untuk perusahaan-perusahaan yang memiliki kinerja CSR yang baik dan memberi disinsentif bagi mereka yang berkinerja buruk.

Agar tidak terjadi penyalahgunaan CSR perlu dikembangkan standard penilaian dan mekanisme pengawasan yang transparan, adil dan akuntabel. Untuk itu perlu adanya

lembaga pengawas CSR yang independent yang terdiri dari para pakar CSR, pakar lingkungan, pemerintah dan masyarakat setempat

Yang terpenting , pemerintah jangan sekali-kali menjadikan CSR sebagai alat untuk menambah pundi-pundi pendapatan negara atau daerah ataupun media untuk mengalihkan sebagian tanggungjawab negara ke sektor bisnis. Lembaga negara juga tidak boleh berperan sebagai agen CSR. Lembaga negara harus netral, peran negara sebatas sebagai mediator dan fasilitator CSR. Pelaksana dan otoritas implementasi diserahkan sepenuhnya pada sektor bisnis atau sektor ketiga (NGO non-profit). Kesiapan lembaga negara sebagai agen pelaksana CSR akan membuka peluang kolusi antara korporasi dan negara.

Daftar Pustaka

- Achda, B. Tamam. 2006. *Konteks Sosiologis Perkembangan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Implementasinya di Indonesia*. Disampaikan pada Seminar Nasional: A Promise of Gold Rating: Sustainable CSR, di Hotel Hilton, Jakarta , 23 Agustus 2006 - www.menlh.go.id/serbaserbi/csr/sosiologi.pdf.
- Achwan, Rochman . 2006. *Corporate Social Responsibility : Pertikaian Paradigma dan Arah Perkembangan*. GALANG, Jurnal Filantropi dan Masyarakat Madani. Volume 1 No.2, Januari
- Afiah, Lily. *Kontraversi Kewajiban CSR bagi Perusahaan* . [http :www. fe.elcom.umy.ac.id /.../ Lily_Afiah_20050410007_GCG_ Kontraversi_Kewajiban_bagi_Perusahaan.doc](http://www.fe.elcom.umy.ac.id/~.../Lily_Afiah_20050410007_GCG_Kontraversi_Kewajiban_bagi_Perusahaan.doc)
- Frederickson, George H. 1997. *The Spirit of Public Administration*. Jossey-Bass Publisher. San Fransisco
- Fox, Tom. , Halina Ward, dan Bruce Howard (World Bank). 2002. *Public Sector Roles in Strengtening Corporate Social Responsibility : A Baseline Study*. [http://www.ifc.org/ifcext/economics.nsf/AttachmentsByTitle/CSR-CSR_interior.pdf/\\$FILE/CSR-CSR_interior.pdf](http://www.ifc.org/ifcext/economics.nsf/AttachmentsByTitle/CSR-CSR_interior.pdf/$FILE/CSR-CSR_interior.pdf)
- Fransiska, Asmin. *The Need of Human Security Protection in Indonesia: The Role of Bussiness Sector*
- Hohnen , Paul. 2007. *Corporate Social Responsibility, Implementation Guide for Business*. < www.iisd.org/pdf/2007/csr_guide.pdf - >

Jalal, Pamadi Wibowo dan Sonny Sukada. Regulasi CSR dalam Hasil Sinkronisasi UU Perseroan Terbatas: *Masukan untuk Meninjau Ulang*.
<http://www.csrindonesia.com/data/articles/20070716115225-a.pdf>

Koestoer, Yanti Triwadiantini. [www.aseanfoundation.org/.../Yanti%20 Koestoer %20%20Paper%202007.pdf](http://www.aseanfoundation.org/.../Yanti%20Koestoer%20%20Paper%202007.pdf)

Mahmudisiwi. Diskusi Terbuka : *Let's CSR on Campus „Corporate Social responsibility (CSR) sebagai Strategi Perusahaan Menghadapi Krisis Global“* -
<http://www.dikti.org/?q=node/505>

Miles, Matthew dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. UI Press. Jakarta

Moon, Jeremy dan David Vogel. 2008. *Corporate Social Responsibility, Government, and Civil Society* - www.haas.berkeley.edu/faculty/pdf/vogel_oxford_chapter.pdf

Saidi, Zaim. *Membangun CSR dan Filantropi yang Aplikatif*
http://www.ibl.or.id/en/ibl/html/data/File/PPF/filan_perus/Membangun_CSR_dan_Filantropi_yang_Aplikatif.pdf

Shafritz, Jay.M dan EW. Russel, 1997, *Introducing Public Administration*, Longman, New York.1997

Shauki, Elvia dan Chaerul D. Djakman. *Corporate Social Responsibility and Poverty Allevation : Social Performance Indicators in The Indonesian Companies*.
<http://www.unisa.edu.au/commerce/events/docs/2008/poverty.doc>

CSR Practise in Indonesia and Its Performance Measurement. .
http://www.lead.or.id/download/csr/MandarinHotel050315/IBL-CSR_Seminar-LEAD2005.pdf

Kadin Anggap Pasal CSR dalam UUPT Tak Mendasar - <http://www.hukumonline.com/detail.asp?id=18635&cl=Berita>

Mendongkrak Citra Perusahaan Dengan CSR. - <http://www.sampoernaoundation.org/content/view/434/280/lang,id/>

PT Unilever Indonesia Tbk. *Corporate Social Responsibility, Engaging with Community and Environment* (<http://www.unilever.co.id/uli-csr/2004-English-tcm110-95885.pdf>)

Tahun Lalu CSR PT HM Sampoerna Rp 50 M - http://www.beritajatim.com/detailnews.php/1/Ekonomi/2008-08_07/14400/Tahun_Lalu_CSR_PT_HM_Sampoerna_Rp_50_M

UU Perseroan Terbatas Rawan Dijadikan Legalisasi Pemerasan- http://nasional.kompas.com/read/xml/2009/02/19/20312260/UU.Perseroan_Terbatas_Rawan_Dijadikan_Legalisasi.Pemerasan

World Bank.2002. The Role of Public Sector in CSR - <http://www.leidykla.eu/fileadmin/Ekonomika/86/55-67.pdf>

Wikipedia, The free encyclopedia. Corporate Social Responsibility