

Pelaksanaan Dan Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Berbasis Pada Iso 26000

Yosi Hartani Sari

^{1,2,3,4} Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan

Abstrak

Corporate social responsibility (CSR) merupakan “klaim stakeholder agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham, tapi juga untuk kemaslahatan pihak stakeholder dalam praktis bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat konsumen dan lingkungan”. ISO 26000 merupakan standar internasional untuk tanggung jawab sosial dan bersifat guideline (pedoman) sehingga perusahaan harus mengembangkan strategi dan program CSR berdasarkan kondisi objektif internal dan eksternal perusahaan. Metode penelitian ini merupakan literature review atau tinjauan pustaka yang mengidentifikasi, menilai, dan mengintreprestasikan seluruh temuan-temuan pada suatu topik penelitian, untuk menjawab pertanyaan penelitian (*research question*) yang telah ditetapkan sebelumnya.

Kata Kunci: *Corporate social responsibility*, ISO 26000

Copyright (c) 2023 Yosi Hartani Sari

✉ Corresponding author :

Email Address : yosihartanisari24@gmail.com

PENDAHULUAN

Orientasi sebuah perusahaan baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil menengah adalah untuk mencari keuntungan. Dengan berpegang pada tujuan yang pasti untuk mencari keuntungan tersebut sebuah perusahaan dapat menggunakan berbagai macam cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya.

Tuntutan pemerintah pada perusahaan semakin ketat dengan diterapkannya konsep kepedulian terhadap pekerja dan masyarakat sekitarnya. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya dituntut untuk mencari keuntungan semata, namun juga harus peduli terhadap lingkungan sekitar terutama pekerja dan masyarakat. Kepedulian ini lebih terlihat sebagai tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat, dimana hal ini digunakan untuk menjaga kelangsungan perusahaan itu sendiri. Tanggung jawab sosial perusahaan inilah yang lebih sering dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Marsden dan Andriof, 2008).

Keterikaan perusahaan terhadap masyarakat merupakan bagian yang sangat penting dari kegiatan perusahaan. Membentuk masyarakat yang sehat dan kinerja

yang tinggi merupakan tujuan setiap perusahaan, oleh karena itu perusahaan akan terus berupaya mencapai pengakuan, termasuk dalam kepedulian masyarakat.

Perusahaan di Indonesia telah melakukan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari strategi bisnis. Pelaksanaan CSR antara perusahaan satu dengan yang lain berbeda, karena sangat dipengaruhi oleh hasil pemetaan sosial terhadap kondisi masyarakat yang bertempat tinggal disekitar wilayah operasi perusahaan. Pelaksanaan CSR pada dasarnya merupakan kewajiban bagi perusahaan yang berbisnis di Indonesia sebagaimana telah diatur didalam regulasi-regulasi yang terkait.

Menurut Prayuda (dalam Sugianto dkk, 2022) *corporate social responsibility* (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat maupun masyarakat.

Salah satu panduan yang telah menjadi acuan bagi pelaksana CSR yang baik dikalangan perusahaan diberbagai negara yaitu ISO 26000. Panduan global inipun telah diakomodasikan menjadi standar nasional Indonesia (SNI) dengan nama SNI ISO 26000 pada tahun 2013, sehingga dapat dijadikan referensi bagi perusahaan nasional, khususnya perusahaan yang sudah go public.

METODOLOGI

Metode penelitian ini merupakan literature review atau tinjauan pustaka yang mengidentifikasi, menilai, dan mengintegrasikan seluruh temuan-temuan pada suatu topik penelitian, untuk menjawab pertanyaan penelitian (research question) yang telah ditetapkan sebelumnya. Literature review tidak hanya bermakna membaca literatur, tapi lebih kearah evaluasi yang mendalam dan kritis tentang penelitian sebelumnya pada suatu topik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Tanggung Jawab Sosial menurut ISO 26000 (dalam Prayuda & Praditya, 2020:83) merupakan "tanggung jawab organisasi atas dampak keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan melalui perilaku transparan dan beretika yang berkontribusi terhadap keberlanjutan pembangunan, termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, dengan mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan sejalan dengan kepatuhan terhadap hukum dan peraturan yang berlaku yang konsisten dengan perilaku internasional dan norma-norma yang terintegrasi ke dalam seluruh sendi-sendi organisasi dan dilaksanakan sehubungan dengan semuanya".

Dalam hal ini ada perkembangan dalam persiapannya, dari CSR atau Corporate Social Responsibility menjadi CSR atau Tanggung Jawab Sosial saja. Perubahan ini, menurut Komite Bayangan Indonesia, karena pedoman ISO 26000 ditujukan tidak hanya untuk perusahaan tetapi untuk semua bentuk organisasi, baik swasta maupun

publik. ISO 26000 memberikan pedoman standar sukarela mengenai tanggung jawab sosial suatu lembaga yang mencakup semua sektor badan publik atau swasta baik negara berkembang dan negara maju.

Corporate Social Responsibility (CSR) sendiri bagi Masyarakat merupakan bukti nyata mengenai perhatian yang di berikan suatu perusahaan terhadap tanggung jawab mereka. Dengan memberikan perhatian kepada masyarakat maka perusahaan dapat ikut untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat. Perhatian terhadap masyarakat tersebut dapat dilakukan dengan cara perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup, dan kompetensi masyarakat di berbagai bidang terutama bidang yang diharapkan masyarakat lingkungan tersebut masih perlu mendapat perhatian. Dengan memberikan perhatian terhadap lingkungan maka perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam pelestarian lingkungan agar terpeliharanya kualitas hidup manusia dalam jangka panjang. Keterlibatan perusahaan dalam pemeliharaan dan pelestarian lingkungan berarti perusahaan telah ikut serta dalam usaha mencegah terjadinya bencana dan meminimalkan dampak bencana akibat kerusakan lingkungan. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar laba jangka pendek, tetapi juga ikut berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan terutama lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Tanggung jawab perusahaan atas dampak yang ditimbulkan sebagai akibat dari keputusan dan aktivitasnya pada masyarakat dan lingkungan melalui perilaku etis dan transparan dalam berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, seperti kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan ekspektasi pemangku kepentingan, menaati peraturan dan perundangan yang berlaku serta konsisten dengan perilaku internasional dan terintegrasi dalam perusahaan dan diimplementasikan pada seluruh aktivitas perusahaan terkait. Standar ISO 26000 ini menekankan pentingnya hasil dan perbaikan kinerja tanggung jawab sosial. Standar ini dimaksudkan untuk berguna untuk semua jenis perusahaan di sektor privat, publik, dan sosial baik besar atau kecil, dan apakah beroperasi di negara maju atau berkembang. Meskipun tidak semua bagian dari Standar Internasional ini akan berguna secara sama untuk semua jenis perusahaan.

Menurut suatma (2011) ISO 26000 akan memberikan nilai tambah terhadap kegiatan *Social Responsibility* (SR) melalui :

- a. membangun konsensus internasional tentang pengertian SR & isu-isu SR;
- b. menerjemahkan prinsip SR menjadi praktek yang efektif;
- c. menjangring & mensosialisasikan praktek terbaik untuk kebaikan komunitas dunia.

Kalau sebagian besar perusahaan Indonesia masih kerap menganggap bahwa csr itu identik dengan donasi belaka atau pengembangan masyarakat koma pembacaan atas iso 2 6000 akan menyangkal itu titik di situ akan diketahui bahwa subjek inti tahu jam sosial itu sangat luas. Ia merentang mulai dari tata kelola perusahaan, HAM, Ketenagakerjaan lingkungan praktek operasi yang adil, konsumen serta keterlibatan dan pengembangan masyarakat. Seluruh subjek inti juga harus dipenuhi harapan-

harapan yang ada di dalamnya titik hanya saja pada tingkat isu versi satu tingkat di bawah subjek inti perusahaan dapat memilih mana yang relevan baginya.

Menurut suatma (2011) prinsip-prinsip ISO 26000 yaitu :

- a. Akuntabilitas
 - 1) Akuntabilitas: membuktikan bahwa organisasi bersangkutan melakukan segala sesuatu dengan benar.
 - 2) Akuntabilitas yang diminta adalah terhadap seluruh pemangku kepentingan, dalam hal dampak organisasi atas masyarakat dan lingkungan—termasuk dampak yang tak disengaja atau tak diperkirakan.
 - 3) Organisasi seharusnya menerima bahkan mendorong penyelidikan mendalam atas dampak operasionalnya
- b. Transparensi
 - 1) Sebuah organisasi seharusnya menyatakan dengan transparan seluruh keputusan dan aktivitasnya yang memiliki dampak atas masyarakat dan lingkungan.
 - 2) Karenanya, yang dituntut adalah keterbukaan yang “clear, accurate and complete” atas seluruh kebijakan, keputusan dan aktivitas.
- c. Perilaku Etis
 - 1) Sebuah organisasi harus berperilaku etis sepanjang waktu, dengan menegakkan kejujuran, kesetaraan dan integritas.
 - 2) Promosi perilaku etis dilaksanakan melalui: (1) pengembangan struktur tata kelola yang mendorong perilaku etis, (2) membuat dan mengaplikasikan standar perilaku etis, dan (3) terus menerus meningkatkan standar perilaku etis.
- d. Penghormatan pada Kepentingan Stakeholder
 - 1) Sebuah organisasi harus menghormati dan menanggapi kepentingan seluruh stakeholder-nya.
 - 2) Yang harus dilakukan adalah: (1) mengidentifikasi, (2) menanggapi kebutuhan, (3) mengenali hak-hak legal dan kepentingan yang sah, serta (4) mengenali kepentingan yang lebih luas terkait dengan pembangunan berkelanjutan.
Identifikasi Pemangku Kepentingan dalam ISO 26000 :
 - a) Kepada siapa saja organisasi memiliki kewajiban hukum?
 - b) Siapa saja yang potensial terkena dampak positif dan negatif dari keputusan dan aktivitas organisasi?
 - c) Siapa saja yang biasanya dilibatkan manakala suatu isu muncul?
 - d) Siapa yang bisa membantu organisasi dalam mengelola dampak yang ditimbulkannya?
 - e) Siapa saja yang akan dirugikan kalau mereka tidak diikutsertakan dalam pembinaan hubungan (engagement)?
 - f) Siapa saja dalam value chain yang terkena dampak?
- e. Kepatuhan terhadap Hukum
 - 1) Sebuah organisasi harus menerima bahwa kepatuhan pada hukum adalah suatu kewajiban.

2) Yang harus dilakukan adalah: (1) patuh pada semua regulasi, (2) memastikan bahwa seluruh aktivitasnya sesuai dengan kerangka hukum yang relevan, (3) patuh pada seluruh aturan yang dibuatnya sendiri secara adil dan imparial, (4) mengetahui perubahan-perubahan dalam regulasi, dan (5) secara periodik memeriksa kepatuhannya.

f. Penghormatan terhadap Norma Perilaku Internasional

Di negara-negara di mana hukum nasionalnya atau implementasinya tidak mencukupi untuk melindungi kondisi lingkungan dan sosialnya, sebuah organisasi harus berusaha untuk mengacu kepada norma perilaku internasional.

g. Penghormatan terhadap HAM

- 1) Sebuah organisasi harus menghormati HAM, serta mengakui betapa pentingnya HAM serta sifatnya yang universal.
- 2) Yang harus dilakukan: (1) manakala ditemukan situasi HAM tidak terlindungi, organisasi tersebut harus melindungi HAM, dan tidak mengambil kesempatan dari situasi itu, dan (2) apabila tak ada regulasi HAM di tingkat nasional, maka organisasi harus mengacu pada standar HAM internasional

SIMPULAN

Menurut Nugroho (2007) corporate social responsibility (CSR) merupakan “klaim stakeholder agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham, tapi juga untuk kemaslahatan pihak stakeholder dalam praktis bisnis, yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat konsumen dan lingkungan”.

ISO 26000 merupakan standar internasional untuk tanggung jawab sosial dan bersifat guideline (pedoman) sehingga perusahaan harus mengembangkan strategi dan program CSR berdasarkan kondisi objektif internal dan eksternal perusahaan (Suatma,2011:8).

Sebagai sebuah panduan, tentu saja menjadikan ISO 26000 sebagai sesuatu yang dapat dipilih untuk diterapkan, karena merupakan panduan untuk Sustainability Development. Proses kelahiran ISO 26000 tidaklah semata kebutuhan instan yang diciptakan untuk memenuhi kualitas tanggung jawab sosial. ISO 26000 lahir dari pergulatan keinginan adanya standar operasi perusahaan untuk standar lingkungan hidup dan social responsibility. Jadi ISO 26000 adalah sebuah rambu-rambu yang akan mengantarkan perusahaan untuk mendapatkan manfaat. Memberikan manfaat kepada lingkungan, satu sisi juga memberikan manfaat kepada perusahaan.

Kebanyakan perusahaan berkonsumsi mengetahui secara persis siapa saja pemangku kepentingannya. Padahal sebagaimana yang ditunjukkan oleh banyak penelitian, sebagian besar perusahaan itu mengidap penyakit separuh buta dalam mengidentifikasikan pemangku kepentingannya. Definisi yang klasik dan juga yang dipakai oleh iso 26000 menyatakan bahwa pemangku kepentingan adalah pihak yang

bisa mempengaruhi dan atau terpengaruh oleh pencapaian tujuan organisasi video sementara kebanyakan perusahaan biasanya hanya mengenal pihak-pihak yang bisa berpengaruh terhadap bisnisnya titik padahal sebagai dokumen yang mendefinisikan tanggung jawab sosial sebagai tanggung jawab atas tempat koma sangatlah jelas itu do iso 2600 memberikan penekanan kepada mereka yang terkena dampak

Referensi:

Nugroho. 2007. Analisis Perilaku Konsumen. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Apsari, Ayudyah Eka dan Agus Mansur. 2016. Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility Pada Usaha Kecil Menengah Berbasis Pada ISO 26000. Vol.15 (2),

Lee, S., Seo, K., & Sharma, A. (2013). Corporate social responsibility and firm performance in the airline industry: The moderating role of oil prices. *Tourism Management*, 38, 20-30. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.12.011>.

Marsden, C.; Andriof, J. 1998. *Unfolding Stakeholder Thinking*. UK: Warwick Business School.

Park, E., & Kim, K.J. (2019). What drives “customer loyalty”? The role of corporate social responsibility. *Sustainable Development*, 27 (3), 304-311. <https://doi.org/10.1002/sd.1901>

Prayuda, R. Z., & Praditya, R. A. (2020). Does ISO 26000 Corporate Social Responsibility Influence Company Performance?. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1(1b), 83-94.

Suwandi, (2017). *Mengenal Corporate Social Responsibility (CSR): Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.

Sugianto Dan Dwi Soediantono. Literature Review ISO 26000 Corporate Social Responsibility (CSR) dan Usulan Penerapannya Pada Industri Pertahanan.

Suatma, Jasa SE, MM. 2011. Penerapan Sistem Manajemen Dalam Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Iso 26000. *Jurnal Stie Semarang : Semarang*. Vol 3, No 3 , Hal 1-13.