



Pedoman KADIN Tentang Tanggung-Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan

KAMAR DAGANG DAN INDUSTRI INDONESIA

Menara Kadin Lt. 29
Jl. H.R. Rasuna Said X-5 Kav. 2-3
Jakarta Selatan, 12950
Telp. (021) 527 4484 (hunting)
Fax. (021) 527 4331-32
www.kadin-indonesia.or.id

Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN)
Tahun 2015

Disusun oleh:

1. Suryani S. Motik
2. Siddharta Moersjid
3. Maria D. Nurani
4. Maria R. Nindita Radyati

Daftar Isi —

i. Daftar Pengurus Bidang CSR dan Sustainability KADIN Indonesia	1-2
1. Pengantar Wakil Ketua Umum KADIN Bidang CSR	3-4
2. Sambutan Ketua Umum KADIN Indonesia	5-6
3. Memahami CSR	7-8
3.1 Perkembangan CSR	7-8
3.2 Pengertian CSR	8
3.3 Kerangka Kerja CSR	9-16
3.4 CSR dan Regulasi CSR di Indonesia	16-17
4. Mengelola CSR	17-18
5. Mengukur Keberhasilan CSR	19
6. Forum CSR	20
7. Komunikasi dan Informasi CSR	20



KADIN INDONESIA

Daftar Pengurus Bidang CSR dan Sustainability KADIN Indonesia —

SURYANI MOTIK

*Wakil Ketua Umum Bidang Sosial dan CSR
KADIN Indonesia*

PT. Prima Renewable Energy
Menteng Square Tower C 2nd floor No. K80 Kenari Senen, Jakarta Pusat 10430
T : 021 – 3909 585, 3149 278 | **F** : 021 – 3150 927
E : yanimotik@gmail.com

SIDDHARTA MOERSJID

Ketua Komite Tetap Social Responsibility

Emergenetics International Indonesia
Beltway Office Park Tower B 5th Floor
Jl. Letjen T.B. Simatupang No. 41, Jakarta 12550
T : 021 – 2985 7427
E : siddharta.moersjid@emergenetics.com

TIMOTHEUS LESMANA WANADAJA

Wakil Ketua Komite Tetap Social Responsibility

Pusat Produksi Bersih Nasional
Kantor PUSARPEDAL Kompleks PUSPITEK
Jl. Raya Puspitek Serpong, Banten 15214
M : 08557885588
E : timotheus.lesmana@gmail.com | tlesmana@envirotechintl.com

MARIA D. NURANI

Wakil Ketua Komite Tetap Social Responsibility

CSR & Sustainability Management Expert
Bukit Mekar Wangi Blok C3/3, Tanah Sareal, Bogor 16151
M : 08161349716
E : mdnurani@indo.net.id

MARIA R. NINDITA RADYATI

Wakil Ketua Komite Tetap Social Responsibility

MM-CSR | CECT Trisakti University
Menara Batavia Level II, Jl. K.H. Mas Mansyur Kav. 126 – Jakarta, 10220
T : 021 – 57930 242 | **F** : 021 – 57930 117
E : maria.radyati@cectcsr.com

HARDINI PUSPASARI

Wakil Ketua Komite Tetap Stakeholders Engagement

PT. Integrated Marketing Communication
Jl. Gunawarman 71 Kebayoran Baru – Jakarta
T : 021 – 7279 3332, 7280 0875 | **F** : 021 – 7280 0832
E : imc@inmarkcomm.com

OCTAVIANUS PANGABEAN

Wakil Ketua Komite Tetap Stakeholders Engagement

PT. Royal Prima Musikindo
Jl. Cipinang Muara 2 No. 9 Rt. 01/15
Kampung Melayu, Jakarta Timur
E : octav@rpm.co.id

1. Pengantar Wakil Ketua Umum KADIN Bidang CSR —

Corporate Social Responsibility adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang di antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR dapat dikatakan sebagai kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan dengan cara manajemen dampak (minimisasi dampak negatif dan maksimisasi dampak positif) terhadap seluruh pemangku kepentingannya.

Ketika perusahaan sebagai komunitas baru melakukan intervensi terhadap masyarakat lokal, sudah menjadi keharusan untuk melakukan adaptasi dan memberikan kontribusi, dikarenakan keberadaannya telah memberikan dampak baik positif maupun negatif. Perilaku yang etis dan transparan ini diharapkan berkontribusi bagi pembangunan berkelanjutan, termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; memperhitungkan harapan pemangku kepentingan; memenuhi hukum yang berlaku dan sejalan dengan norma perilaku internasional; dan Terintegrasi di seluruh organisasi dan dipraktikkan dalam interaksinya dengan pihak lain.

Buku Pedoman Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) ini disusun dengan mengacu pada ISO 26000 yang sudah diratifikasi oleh 99 negara di seluruh dunia. Dalam ISO 26000 tersebut terdapat tujuh (7) subjek dasar dan tujuh (7) prinsip. Tujuh subjek dasar terdiri dari : 1)

Tatakelola Organisasi; 2) Hak Azasi Manusia; 3) Praktik Perburuhan; 4) Lingkungan; 5) Praktik Operasi yang Adil; 6) Isu Konsumen; dan 7) Pelibatan dan Pengembangan Masyarakat. Sedangkan untuk 7 prinsip adalah 1) Akuntabilitas; 2) Transparansi; 3) Perilaku Etis; 4) Menghormati kepentingan *stakeholder*; 5) Menghormati peraturan dan perundangan; 6) Menghormati perilaku bernorma internasional; dan 7) Menghormati Hak Azasi Manusia.

Demikian Buku Pedoman Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) ini disusun, semoga dapat memberikan pemahaman bersama atas konsep dan pelaksanaannya di kalangan dunia usaha Indonesia.

Wakil Ketua Umum Kadin Bidang CSR

Suryani Motik

2. Sambutan Ketua Umum KADIN Indonesia —

Tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep yang menyatakan bahwa suatu perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap semua pemangku kepentingannya dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR dapat dikatakan sebagai kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan dengan cara mengelola dampak keputusan dan aktivitas perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingannya.

Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan beberapa regulasi terkait CSR khususnya peraturan bagi perusahaan yang terkait dengan sumber daya alam; perusahaan terbuka; perusahaan di bidang minyak dan gas; serta Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Regulasi-regulasi ini mengatur perlunya perusahaan di bidang-bidang tersebut untuk melakukan praktik tanggung jawab sosial, namun tidak disertai dengan pedoman rinci mengenai pelaksanaan dan pengukurannya.

Oleh sebab itu KADIN merasa terpanggil untuk menyediakan sebuah Pedoman yang diharapkan dapat membantu perusahaan untuk memahami, mengelola dan mengukur keberhasilan tanggung jawab sosialnya, serta untuk menyikapi regulasi dan forum CSR di daerah masing-masing.

Pedoman ini disusun berdasarkan standar internasional ISO 26000:2010 Guidance on Social Responsibility karena merupakan

dokumen paling komprehensif yang telah diakui oleh dunia internasional. Dokumen internasional ini juga telah diadopsi menjadi SNI 26000:2013, serta dapat mengakomodasi perundang-undangan dan kearifan lokal yang dimiliki Indonesia.

Pedoman CSR KADIN ini dapat digunakan oleh semua jenis perusahaan dan juga oleh pemangku kepentingan untuk mempraktikkan tanggung jawab sosial di organisasinya masing-masing, karena ISO/SNI 26000 ditujukan bukan hanya bagi perusahaan, namun juga bagi semua jenis organisasi.

Dengan adanya Pedoman ini, diharapkan masyarakat pelaku bisnis, pemerintah pusat maupun daerah, lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, media massa dan pemangku kepentingan lain mempunyai pemahaman yang sama sehingga dapat terjadi sinergi positif di antara semua pihak, demi terwujudnya tujuan akhir tanggung jawab sosial yaitu pembangunan berkelanjutan.

Ketua Umum Kadin Indonesia

Suryo Bambang Sulisto

3. Memahami CSR —

3.1. Perkembangan CSR

Istilah tanggung jawab sosial mulai digunakan secara luas pada awal tahun 1970-an, walaupun berbagai aspek tanggung jawab sosial telah menjadi subyek kegiatan perusahaan dan pemerintah sejak akhir abad 19, dan pada beberapa kasus bahkan dimulai lebih awal lagi. Unsur-unsur tanggung jawab sosial mencerminkan harapan masyarakat pada periode waktu tertentu, sehingga dapat berubah dari waktu ke waktu. Gagasan awal mengenai tanggung jawab sosial berpusat pada kegiatan filantropi seperti pemberian sumbangan (donasi).

Selain donasi dan pemberdayaan masyarakat, beberapa subyek tanggung jawab sosial kini dianggap penting dan telah menjadi dasar penilaian kinerja perusahaan, yaitu praktik tenaga kerja, praktik operasi yang adil (fair), hak asasi manusia, lingkungan hidup, perlindungan konsumen serta perlawanan terhadap penipuan (fraud) dan korupsi.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan selama ini dipahami secara berbeda-beda baik oleh perusahaan maupun pemangku kepentingan. Perbedaan pemahaman ini menyulitkan semua pihak dalam menilai pencapaian dan manfaatnya.

Perbedaan ini akhirnya dapat dijabatani dalam ISO 26000 yang disusun secara partisipatif oleh berbagai pihak (bisnis, pemerintah, LSM, akademisi, konsumen, buruh, dll) dari hampir 100 negara, termasuk Indonesia, dan 40 lembaga internasional/regional; menjadikannya panduan paling komprehensif yang diterima oleh seluruh dunia.

Standar internasional yang dirilis pada bulan November 2010 ini telah diadopsi oleh pemerintah Indonesia menjadi SNI 26000:2013 pada bulan April 2013. Dokumen internasional ini bukan merupakan standar sistem manajemen, sehingga tidak ada sertifikasi.

Standar ini dapat digunakan oleh semua jenis organisasi di sektor swasta, publik maupun nirlaba; berukuran besar maupun kecil; beroperasi di negara maju maupun di negara berkembang.

3.2. Pengertian CSR

Konsep CSR yang kini disepakati di seluruh dunia adalah sebagai berikut: CSR adalah suatu konsep yang menyatakan bahwa suatu perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menangani/mengelola dampak yang ditimbulkan dari produk dan jasa yang dihasilkan maupun dari keputusan dan aktivitasnya dalam menghasilkan produk maupun jasa, terhadap lingkungan hidup dan semua pemangku kepentingan, yang di antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, pemasok, dan masyarakat sekitar dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Perilaku bertanggung jawab sosial ditunjukkan dengan berperilaku etis dan transparan, memperhitungkan harapan pemangku kepentingan, mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku, serta terintegrasi di seluruh perusahaan dan dipraktikkan dalam interaksinya dengan pihak lain.

Tujuan akhir CSR adalah kontribusi perusahaan bagi pembangunan berkelanjutan.

3.3. Kerangka Kerja CSR

Terdapat 4 (empat) fokus di dalam kerangka kerja utama dalam CSR yang perlu mendapat perhatian dari perusahaan dalam mengelola CSR, yaitu:

1. Fokus pada etika

Terdapat 7 (tujuh) prinsip perilaku yang dipandang baik dan benar, yaitu:

1. Akuntabilitas	Akuntabel atas dampaknya terhadap masyarakat, ekonomi dan lingkungan hidup.
2. Transparansi	Transparan akan keputusan dan kegiatannya yang berdampak pada masyarakat dan lingkungan hidup.
3. Perilaku Etis	Perilaku didasarkan pada kejujuran, keadilan dan integritas; sebagai bentuk kepedulian terhadap manusia, hewan, dan lingkungan hidup. Menunjukkan komitmen untuk menangani dampak kegiatan dan keputusannya.
4. Menghormati Kepentingan Pemangku Kepentingan	Menghormati, mempertimbangkan dan menanggapi kepentingan pemangku kepentingannya.

5. Menghormati Aturan Hukum	Menerima bahwa menghormati aturan hukum adalah keharusan (mandatory).
6. Menghormati Norma-Norma Perilaku Internasional	Menghormati norma-norma perilaku internasional, sambil berpegang pada prinsip menghormati peraturan hukum.
7. Menghormati Hak Asasi Manusia	Menghargai hak asasi manusia dan mengakui pentingnya hak asasi manusia maupun universalitas hak asasi manusia.

2. Fokus pada muatan: subyek inti dan isu

Terdapat 7 (tujuh) subyek inti yang relevan bagi semua perusahaan dan karenanya perlu ditangani. Setiap subyek inti terdiri dari beberapa isu, yang yang perlu dikaji lebih lanjut relevansi dan signifikannya bagi suatu perusahaan.

SUBYEK INTI	PRINSIP SPESIFIK & ISU
1. Tata Kelola	Proses, sistem, struktur, atau mekanisme lain yang memungkinkan perusahaan untuk menerapkan prinsip-prinsip dan praktik-praktik tanggung jawab sosial.
2. Hak Asasi Manusia	<p>Prinsip spesifik: HAM adalah hak yang melekat, tidak dapat dicabut, universal, tak terpisahkan dan saling bergantung, yang terkait dengan Kemanusiaan yang adil dan beradab.</p> <p>Isu: due dilligence (analisa dampak keputusan dan kegiatan); situasi berisiko; menghindari persekongkolan; penanganan keluhan; hak sipil dan politik; hak ekonomi, sosial dan budaya; prinsip dan hak dasar di tempat kerja.</p>

SUBYEK INTI	PRINSIP SPESIFIK & ISU
3. Praktik Ketenagakerjaan	<p>Prinsip spesifik: Pekerja bukanlah komoditas (sebaiknya tidak diperlakukan sebagai faktor produksi); berhak mendapat nafkah dari pekerjaan yang dipilihnya; berhak atas kondisi kerja yang adil dan baik.</p> <p>Isu: pekerjaan dan hubungan kerja; kondisi kerja dan perlindungan sosial; dialog sosial; kesehatan dan keselamatan kerja; pengembangan SDM dan pelatihan di tempat kerja</p>
4. Lingkungan Hidup	<p>Prinsip spesifik: prinsip tanggung jawab lingkungan; prinsip kehati-hatian; manajemen risiko lingkungan; pencemar membayar.</p> <p>Isu: pencegahan pencemaran; penggunaan sumber daya berkelanjutan; mitigasi dan adaptasi perubahan iklim; perlindungan lingkungan hidup, keanekaragaman hayati dan pemulihan habitat alami.</p>

SUBYEK INTI	PRINSIP SPESIFIK & ISU
5. Praktik Bisnis yang Fair	<p>Prinsip spesifik: perilaku etis</p> <p>Isu: anti korupsi, keterlibatan dalam politik yang bertanggung jawab; persaingan yang adil (fair); mendorong tanggung jawab sosial di rantai nilai; menghargai hak kepemilikan.</p>
6. Isu Konsumen	<p>Prinsip spesifik: Terpenuhinya kebutuhan dasar, standar hidup layak, produk dan jasa esensial, keselamatan, informasi; menentukan pilihan; didengarkan; kompensasi kerugian; edukasi; lingkungan yang sehat; privasi; prinsip kehati-hatian.</p> <p>Isu: perlindungan kesehatan dan keselamatan konsumen; konsumsi berkelanjutan; layanan, dukungan serta penyelesaian keluhan dan perselisihan konsumen; perlindungan data dan privasi konsumen; akses ke pelayanan dasar; pendidikan dan kesadaran</p>

SUBYEK INTI	PRINSIP SPESIFIK & ISU
7. Pelibatan dan Pengembangan Komunitas	<p>Prinsip spesifik: perusahaan adalah bagian tak terpisahkan dari komunitas; komunitas berhak mengambil keputusan sendiri terkait komunitasnya; menghargai karakteristik komunitas; kerja sama.</p> <p>Isu: Pelibatan masyarakat; pendidikan dan kebudayaan; penciptaan lapangan kerja dan pengembangan ketrampilan; pengembangan dan akses ke teknologi; kemakmuran dan penciptaan pendapatan; kesehatan; investasi sosial.</p>

3. Fokus pada pemangku kepentingan

Pemangku kepentingan perlu diidentifikasi agar dapat dilibatkan sejak awal untuk membantu perusahaan menjalankan tanggung jawab sosialnya.

Pemangku kepentingan dapat terdiri dari pihak yang:

1. Kepadanya perusahaan memiliki kewajiban hukum.
2. Dapat terkena dampak positif atau negatif dari produk, jasa, proses produksi dan operasi bisnis, serta keputusan perusahaan.
3. Dapat menyampaikan kepeduliannya terkait keputusan dan aktivitas perusahaan.
4. Dapat membantu perusahaan mengatasi dampak tertentu.
5. Dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya.
6. Dirugikan bila tidak dilibatkan oleh perusahaan.
7. Berada di rantai nilai dan terkena dampak perusahaan.

4. Fokus pada proses

Perusahaan sebaiknya berusaha untuk mengintegrasikan tanggung jawab sosial melalui keputusan dan kegiatannya di seluruh perusahaan dan lingkaran pengaruhnya (sphere of influence).

Aktivitas dan program tanggung jawab sosial sebaiknya diarahkan untuk mengelola dampak, terutama dampak negatif, dari produk, jasa, proses produksi dan operasi bisnis, serta keputusan perusahaan terhadap pemangku kepentingan.

Kegiatan atau program sesaat yang lebih ditujukan untuk kepentingan reputasi semata, disarankan untuk ditinjau kembali.

Kegiatan dan program tanggung jawab sosial dapat berbeda-beda dari satu perusahaan ke perusahaan lain, tergantung dari karakteristik perusahaan, dampak dan pemangku kepentingannya.

3.4. CSR dan Regulasi CSR di Indonesia

Pemerintah telah mengeluarkan beberapa peraturan terkait CSR, antara lain UU tentang Perseroan Terbatas No. 40/2007, Peraturan Pemerintah No 47/2012 tentang Tanggung Jawab Sosial, Undang-Undang Penanaman Modal No. 25/2007, Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi No. 22/2001, serta Keputusan Menteri BUMN 05/2007 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang telah diubah dengan Kepmen BUMN No. 20/2012 dan Kepmen BUMN no. 5/2013.

Peraturan-peraturan tersebut berlaku khususnya bagi perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam, perusahaan terbuka, perusahaan minyak dan gas bumi, serta BUMN. Peraturan juga lebih banyak mengatur kontribusi perusahaan untuk pemberdayaan masyarakat dan menekankan pentingnya bagi perusahaan untuk mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang sosial dan lingkungan hidup.

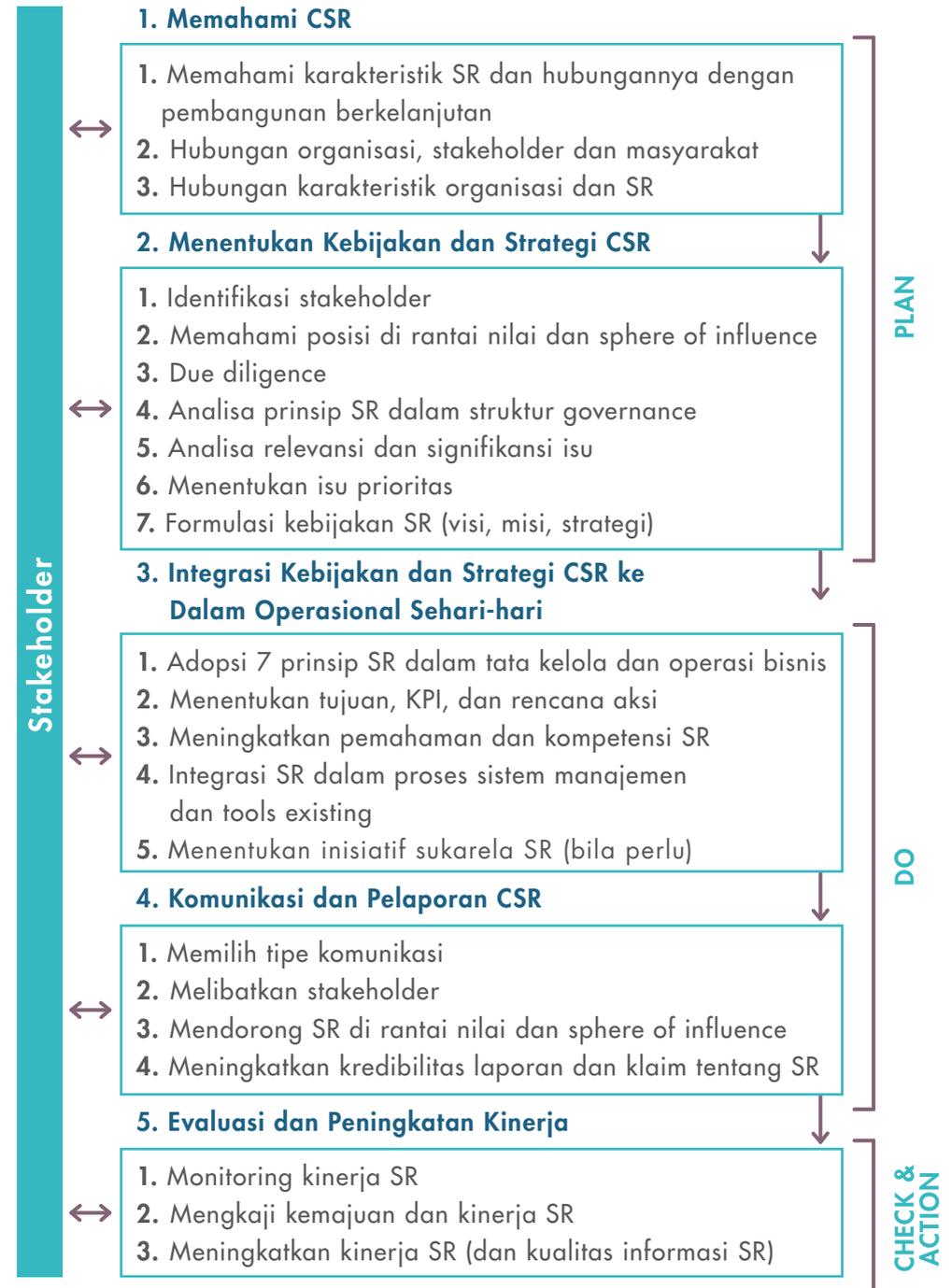
Pedoman CSR KADIN dapat digunakan oleh semua jenis dan ukuran perusahaan. Dengan menggunakan Pedoman yang didasarkan pada ISO/SNI 26000 ini, perusahaan tidak hanya dapat mematuhi peraturan perundang-undangan tersebut, namun sekaligus juga dapat berperilaku melampauinya (*beyond compliance*) dan dapat lebih jauh lagi berkontribusi bagi pembangunan berkelanjutan.



4. Mengelola CSR —

Integrasi CSR ke dalam seluruh perusahaan dapat dilakukan dengan 5 Tahapan berikut ini. Metode dan tahapan pekerjaan dapat disesuaikan dengan karakteristik dan kemampuan perusahaan serta karakteristik lokasi, pemangku kepentingan dan kearifan lokal.

1. Memahami CSR
2. Menentukan Kebijakan dan Strategi CSR
3. Integrasi Kebijakan dan Strategi CSR ke Dalam Operasional Sehari-hari
4. Komunikasi dan Pelaporan CSR
5. Evaluasi dan Peningkatan Kinerja



5. Mengukur Keberhasilan CSR —

CSR yang berhasil adalah CSR yang:

1. Mampu meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif dari produk, jasa, proses produksi dan operasi bisnis serta keputusan perusahaan.
2. Memiliki dampak yang lebih besar dan lebih luas terhadap pembangunan berkelanjutan (aspek ekonomi, sosial dan lingkungan hidup).
3. Sesuai karakteristik organisasi, pemangku kepentingan dan masyarakat setempat serta kearifan lokal.
4. Terintegrasi dalam kebijakan, budaya, strategi dan operasi perusahaan.
5. Memenuhi hukum dan perundang-undangan yang berlaku.
6. Melibatkan pemangku kepentingan yang terkena dampak pada setiap tahapannya.
7. Mampu mendorong organisasi lain dalam lingkaran pengaruhnya (sphere of influence) untuk juga berperilaku bertanggung jawab sosial.
8. Merupakan proses perbaikan terus-menerus (continues improvement).

6. Forum CSR —

Perusahaan didorong untuk aktif terlibat dalam forum CSR di wilayah masing-masing, dengan tujuan:

1. Mensosialisasikan konsep CSR sesuai Pedoman CSR KADIN yang didasarkan pada ISO/SNI 26000.
2. Mendorong pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah, LSM, media massa dan perguruan tinggi setempat, untuk menerapkan perilaku bertanggung jawab sosial di organisasi masing-masing.
3. Berkolaborasi dan bersinergi dengan semua pemangku kepentingan, termasuk pemerintah daerah, LSM, media massa dan perguruan tinggi setempat, untuk berkontribusi bagi pembangunan berkelanjutan.

7. Komunikasi dan Informasi CSR —

1. Menyampaikan informasi kepada pemangku kepentingan:
 - Mengenai prioritas, strategi dan kinerja tanggung jawab sosialnya,
 - Dalam bentuk Laporan CSR, Laporan Keberlanjutan, dan/atau dalam bentuk yang lebih sederhana seperti booklet, materi di website perusahaan dan penjelasan lisan
2. Memperoleh informasi, masukan dan umpan balik dari pemangku kepentingan.

