

MENGAGAS STANDAR AUDIT PROGRAM CSR

INITIATING AUDIT STANDARD OF CSR PROGRAM

EDI SUHARTO, PHD

Makalah ini mendiskusikan beberapa isu yang terkait dengan konsep dan indikator CSR. Berporos pada konsep audit sosial, tujuan utamanya adalah memberi rujukan dasar dalam merancang dan mengembangkan standar audit terhadap program CSR. Disampaikan pada *6th Round Table Discussion* "Menggagas Standar Audit Program CSR: Implementasi UU Perseroan Terbatas, Asosiasi Auditor Internal (AAI), Financial Club Jakarta, 27 Maret 2008. Penulis adalah Analis Kebijakan Sosial dan Konsultan CSR; Redaktur Ahli Majalah Bisnis dan CSR. Pembantu Ketua I Bidang Akademik dan Ketua Program Pascasarjana Spesialis Pekerjaan Sosial, Sekolah Tinggi Kesejahteraan Sosial (STKS) Bandung. Website: www.policy.hu/suharto Email: suharto@policy.hu Cellphone: 081324156999

Dewasa ini, para pemimpin perusahaan menghadapi tugas yang menantang dalam menerapkan standar-standar etis terhadap praktik bisnis yang bertanggungjawab. Survey Pricewaterhouse Coopers (PwC) terhadap 750 Chief Executive Officers menunjukkan bahwa peningkatan tekanan untuk menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menempati ranking kedua dari tantangan-tantangan bisnis paling penting di tahun 2000 (Morimoto, Ash dan Hope, 2004).

Meskipun sedang meroket, CSR tampaknya masih diselimuti kabut misteri. Belum ada definisi CSR yang mudah diukur secara operasional. Beberapa UU CSR di Indonesia belum diikuti oleh peraturan di bawahnya yang lebih terperinci dan implementatif. Standar operasional mengenai bagaimana mengevaluasi kegiatan CSR juga masih diperdebatkan. Akibatnya, bukan saja CSR menjadi sulit diaudit, melainkan pula menjadi program sosial yang berwayuh wajah.

Banyak perusahaan yang hanya membagikan sembako atau melakukan sunatan massal setahun sekali telah merasa melakukan CSR. Tidak sedikit perusahaan yang menjalankan CSR berdasarkan "*copy-paste design*" atau sekadar "menghabiskan" anggaran. Karena aspirasi dan kebutuhan masyarakat kurang diperhatikan, beberapa program CSR di satu wilayah menjadi seragam dan seringkali tumpang tindih.

Walhasil, alih-alih memberdayakan masyarakat, CSR malah berubah menjadi Candu (menimbulkan ketergantungan pada masyarakat), Sandera (menjadi alat masyarakat memeras perusahaan) dan Racun (merusak perusahaan dan masyarakat) (Suharto, 2008).

SEJARAH SINGKAT

Dalam konteks global, istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. Mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*, yang digagas the World Commission on Environment and Development (WCED) dalam Brundtland Report (1987), Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P, singkatan dari *profit*, *planet* dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*).

Melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (planet) dan kesejahteraan masyarakat (people).

Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (Corporate Social Activity) atau “aktivitas sosial perusahaan”. Walaupun tidak menamainya sebagai CSR, secara faktual aksinya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan. Melalui konsep investasi sosial perusahaan “seat belt”, sejak tahun 2003 Departemen Sosial tercatat sebagai lembaga pemerintah yang aktif dalam mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi kepada berbagai perusahaan nasional.

Kepedulian sosial perusahaan terutama didasari alasan bahwasanya kegiatan perusahaan membawa dampak – *for better or worse*, bagi kondisi lingkungan dan sosial-ekonomi masyarakat, khususnya di sekitar perusahaan beroperasi. Selain itu, pemilik perusahaan sejatinya bukan hanya *shareholders* atau para pemegang saham. Melainkan pula *stakeholders*, yakni pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan.

Stakeholders dapat mencakup karyawan dan keluarganya, pelanggan, pemasok, masyarakat sekitar perusahaan, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, media massa dan pemerintah selaku regulator. Jenis dan prioritas *stakeholders* relatif berbeda antara satu perusahaan dengan lainnya, tergantung pada *core bisnis* perusahaan yang bersangkutan (Supomo, 2004). Sebagai contoh, PT Aneka Tambang, Tbk. dan Rio Tinto menempatkan masyarakat dan lingkungan sekitar sebagai *stakeholders* dalam skala prioritasnya. Sementara itu, *stakeholders* dalam skala prioritas bagi produk konsumen seperti Unilever atau Procter & Gamble adalah para *customer*-nya.

MODEL DAN CAKUPAN CSR

CSR bisa dilaksanakan secara langsung oleh perusahaan di bawah divisi *human resource development* atau *public relations*. CSR bisa pula dilakukan oleh yayasan yang dibentuk terpisah dari organisasi induk perusahaan namun tetap harus bertanggung jawab ke CEO atau ke dewan direksi.

Sebagian besar perusahaan di Indonesia menjalankan CSR melalui kerjasama dengan mitra lain, seperti LSM, perguruan tinggi atau lembaga konsultan. Beberapa perusahaan ada pula yang bergabung dalam sebuah konsorsium untuk secara bersama-sama menjalankan CSR. Beberapa perusahaan bahkan ada yang menjalankan kegiatan serupa CSR, meskipun tim dan programnya tidak secara jelas berbendera CSR (Suharto, 2007a).

Pada awal perkembangannya, bentuk CSR yang paling umum adalah pemberian bantuan terhadap organisasi-organisasi lokal dan masyarakat miskin di negara-negara berkembang. Pendekatan CSR yang berdasarkan motivasi karitatif dan kemanusiaan ini pada umumnya dilakukan secara *ad-hoc*, *partial*, dan tidak melembaga. CSR pada tataran ini hanya sekadar *do good* dan *to look good*, berbuat baik agar terlihat baik. Perusahaan yang melakukannya termasuk dalam kategori “perusahaan impresif”, yang lebih mementingkan “tebar pesona” (promosi) ketimbang “tebar karya” (pemberdayaan) (Suharto, 2008)

Dewasa ini semakin banyak perusahaan yang kurang menyukai pendekatan karitatif semacam itu, karena tidak mampu meningkatkan keberdayaan atau kapasitas masyarakat lokal. Pendekatan *community development* kemudian semakin banyak diterapkan karena lebih mendekati konsep *empowerment* dan *sustainable development*. Prinsip-prinsip *good corporate governance*, seperti *fairness*, *transparency*, *accountability*, dan *responsibility* kemudian menjadi pijakan untuk mengukur keberhasilan program CSR.

Sebagai contoh, Shell Foundation di Flower Valley, Afrika Selatan, membangun Early Learning Centre untuk membantu mendidik anak-anak dan mengembangkan keterampilan-keterampilan baru bagi orang dewasa di komunitas itu. Di Indonesia, perusahaan-perusahaan seperti Freeport, Rio Tinto, Inco, Riau Pulp, Kaltim Prima Coal, Pertamina serta perusahaan BUMN lainnya telah cukup lama terlibat dalam menjalankan CSR.

Kegiatan CSR yang dilakukan saat ini juga sudah mulai beragam, disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat berdasarkan *needs assessment*. Mulai dari pembangunan fasilitas pendidikan dan kesehatan, pemberian pinjaman modal bagi UKM, *social forestry*, penakaran kupu-kupu, pemberian beasiswa, penyuluhan HIV/AIDS, penguatan kearifan lokal, pengembangan skema perlindungan sosial berbasis masyarakat dan seterusnya. CSR pada tataran ini tidak sekadar *do good* dan *to look good*, melainkan pula *to make good*, menciptakan kebaikan atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

MENENGOK UU CSR: DEBUT DAN DEBAT CSR

Di Tanah Air, debut CSR semakin menguat terutama setelah dinyatakan dengan tegas dalam UU PT No.40 Tahun 2007 yang belum lama ini disahkan DPR. Disebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1).

UU PT tidak menyebutkan secara rinci berapa besaran biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk CSR serta sanksi bagi yang melanggar. Pada ayat 2, 3 dan 4 hanya disebutkan bahwa CSR "dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran". PT yang tidak melakukan CSR dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan. Ketentuan lebih lanjut mengenai CSR ini baru akan diatur oleh Peraturan Pemerintah, yang hingga kini – sepengetahuan penulis, belum dikeluarkan.

Peraturan lain yang menyentuh CSR adalah UU No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) menyatakan bahwa "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan." Meskipun UU ini telah mengatur sanksi-sanksi secara terperinci terhadap badan usaha atau usaha perseorangan yang mengabaikan CSR (Pasal 34), UU ini baru mampu menjangkau investor asing dan belum mengatur secara tegas perihal CSR bagi perusahaan nasional.

Jika dicermati, peraturan tentang CSR yang relatif lebih terperinci adalah UU No.19 Tahun 2003 tentang BUMN. UU ini kemudian dijabarkan lebih jauh oleh Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 yang mengatur mulai dari besaran dana hingga tatacara pelaksanaan CSR. Seperti kita ketahui, CSR milik BUMN adalah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Dalam UU BUMN dinyatakan bahwa selain mencari keuntungan, peran BUMN adalah juga memberikan bimbingan bantuan secara aktif kepada pengusaha golongan lemah, koperasi dan masyarakat. Selanjutnya, Permen Negara BUMN menjelaskan bahwa sumber dana PKBL berasal dari penyisihan laba bersih perusahaan sebesar 2 persen yang dapat digunakan untuk Program Kemitraan ataupun Bina Lingkungan. Peraturan ini juga menegaskan bahwa pihak-pihak yang berhak mendapat pinjaman adalah pengusaha beraset bersih maksimal Rp 200 juta atau beromset paling banyak Rp 1 miliar per tahun (lihat Majalah Bisnis dan CSR, 2007)

Namun, UU ini pun masih menyisakan pertanyaan. Selain hanya mengatur BUMN, program kemitraan perlu dikritisi sebelum disebut sebagai kegiatan CSR. Menurut Sribugo Suratmo (2008), kegiatan kemitraan mirip dengan sebuah aktivitas sosial dari perusahaan, namun di sini masih ada bau bisnisnya. Masing-masing pihak harus memperoleh keuntungan.

Pertanyaannya: apakah kerjasama antara pengusaha besar dan pengusaha kecil yang menguntungkan secara ekonomi kedua belah pihak, dan apalagi hanya menguntungkan pihak pengusaha kuat (cenderung eksploitatif) bisa dikategorikan sebagai CSR?

Meskipun CSR telah diatur oleh UU, debat mengenai "kewajiban" CSR masih bergaung. Bagi kelompok yang tidak setuju, UU CSR dipandang dapat mengganggu iklim investasi. Program CSR adalah biaya perusahaan. Di tengah negara yang masih diselubungi budaya KKN, CSR akan menjadi beban perusahaan tambahan disamping biaya-biaya siluman yang selama ini sudah memberatkan operasi bisnis.

Ada pula yang menyoal definisi dan singkatan CSR, terutama terkait hurup "R" (Responsibility). Dalam Bahasa Inggris, "responsibility" berasal dari kata "response" (tindakan untuk merespon suatu masalah atau isu) dan "ability" (kemampuan). Maknanya, *responsibility* merupakan tindakan yang bersifat sukarela, karena respon yang dilakukan disesuaikan dengan *ability* yang bersangkutan. Menurut pandangan ini, kalau CSR bersifat wajib, maka singkatannya harus diubah menjadi CSO (Corporate Social Obligation).

Selain itu, kalangan yang kontra UU CSR berpendapat bahwa *core business* perusahaan adalah mencari keuntungan. Oleh karena itu, ketika perusahaan diwajibkan memerhatikan urusan lingkungan dan sosial, ini sama artinya dengan mendesak Greenpeace dan Save The Children untuk berubah menjadi korporasi yang mencari keuntungan ekonomi.

Kelompok yang setuju dengan UU CSR umumnya berargumen bahwa CSR memberi manfaat positif terhadap perusahaan, terutama dalam jangka panjang. Selain menegaskan *brand differentiation* perusahaan, CSR juga berfungsi sebagai sarana untuk memperoleh *license to operate*, baik dari pemerintah maupun masyarakat. CSR juga bisa berfungsi sebagai strategi *risk management* perusahaan (Suharto, 2008).

Meskipun telah membayar pajak kepada pemerintah, perusahaan tidak boleh lepas tangan terhadap permasalahan lingkungan dan sosial di sekitar perusahaan. Di Indonesia yang masih menerapkan *residual welfare state*, manfaat pajak seringkali tidak dirasakan secara langsung oleh masyarakat kelas bawah, orang miskin dan komunitas adat terpencil. Oleh karena itu, bagi kalangan yang setuju UU CSR, CSR merupakan instrumen *cash transfer* dan suplemen sistem

"negara kesejahteraan residual" yang cenderung gagal mensejahterakan masyarakat karena kebijakan dan program sosial negara bersifat *fragmented* dan tidak melembaga.

DEFINISI CSR

Definisi CSR sangat menentukan pendekatan audit program CSR. Sayangnya, belum ada definisi CSR yang secara universal diterima oleh berbagai lembaga. Beberapa definisi CSR di bawah ini menunjukkan keragaman pengertian CSR menurut berbagai organisasi (lihat Majalah Bisnis dan CSR, 2007; Wikipedia, 2008; Sukada dan Jalal, 2008).

- **World Business Council for Sustainable Development:** Komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya.
- **International Finance Corporation:** Komitmen dunia bisnis untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan.
- **Institute of Chartered Accountants, England and Wales:** Jaminan bahwa organisasi-organisasi pengelola bisnis mampu memberi dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, seraya memaksimalkan nilai bagi para pemegang saham (*shareholders*) mereka.
- **Canadian Government:** Kegiatan usaha yang mengintegrasikan ekonomi, lingkungan dan sosial ke dalam nilai, budaya, pengambilan keputusan, strategi, dan operasi perusahaan yang dilakukan secara transparan dan bertanggung jawab untuk menciptakan masyarakat yang sehat dan berkembang.
- **European Commission:** Sebuah konsep dengan mana perusahaan mengintegrasikan perhatian terhadap sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan.
- **CSR Asia:** Komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para *stakeholders*.

Selain itu, ISO 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility* juga memberikan definisi CSR. Meskipun pedoman CSR standard internasional ini baru akan ditetapkan tahun 2010, draft pedoman ini bisa dijadikan rujukan. Menurut ISO 26000, CSR adalah:

Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (draft 3, 2007).

Berdasarkan pedoman ini, CSR tidaklah sesederhana sebagaimana dipahami dan dipraktikkan oleh kebanyakan perusahaan. CSR mencakup tujuh komponen utama, yaitu: *the environment*,

social development, human rights, organizational governance, labor practices, fair operating practices, dan consumer issues (lihat Sukada dan Jalal, 2008).

Jika dipetakan, menurut saya, pendefinisian CSR yang relatif lebih mudah dipahami dan bisa dioperasionalkan untuk kegiatan audit adalah dengan mengembangkan konsep Tripple Bottom Lines (Elkington, 1998) dan menambahkannya dengan satu *line* tambahan, yakni *procedure* (lihat Suharto, 2007a). Dengan demikian, CSR adalah:

Kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (profit) bagi kepentingan pembangunan manusia (people) dan lingkungan (planet) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (procedure) yang tepat dan profesional.

Dalam aplikasinya, konsep 4P ini bisa dipadukan dengan komponen dalam ISO 26000. Konsep *planet* jelas berkaitan dengan aspek *the environment*. Konsep *people* di dalamnya bisa merujuk pada konsep *social development* dan *human rights* yang tidak hanya menyangkut kesejahteraan ekonomi masyarakat (seperti pemberian modal usaha, pelatihan keterampilan kerja). Melainkan pula, kesejahteraan sosial (semisal pemberian jaminan sosial, penguatan aksesibilitas masyarakat terhadap pelayanan kesehatan dan pendidikan, penguatan kapasitas lembaga-lembaga sosial dan kearifan lokal). Sedangkan konsep *procedur* bisa mencakup konsep *organizational governance, labor practices, fair operating practices, dan consumer issues*.

AUDIT SOSIAL

Pada umumnya audit dikenal sebagai sebuah asesmen dan evaluasi yang melibatkan pengumpulan informasi mengenai sistem dan laporan keuangan dari sebuah perusahaan. Audit seperti ini biasanya dilakukan oleh orang yang kompeten, independen dan objectif yang dikenal sebagai auditor atau akuntan.

Auditor internal adalah mereka yang menjadi pegawai sebuah perusahaan yang bertugas mengaudit sistem kontrol internal perusahaan tersebut. Sedangkan auditor eksternal merupakan staf *independent* yang ditunjuk oleh lembaga audit (auditing firm) untuk mengaudit laporan-laporan keuangan dari kliennya sesuai dengan persetujuan yang telah disepakati.

Namun demikian, saat ini audit seringkali tidak hanya mencakup pengumpulan informasi tentang keuangan perusahaan, melainkan pula aspek lingkungan dan bahkan kondisi sosial ekonomi masyarakat. Para pekerja sosial (social worker), konsultan atau analis kebijakan biasanya melakukan audit sosial (social audit) ini. Menurut Graham Boyd (1998: 1), audit sosial adalah:

A process that enables an organisation to assess and demonstrate its social, economic, and environmental benefits and limitations. It is a way of measuring the extent to which an organisation lives up to the shared values and objectives it has committed to. Social auditing provides an assessment of the impact of an organisation's non-financial objectives through systematically and regularly monitoring its performance and the views of its stakeholders.

Proses audit sosial memerlukan komitmen yang kuat dari orang-orang kunci, seperti CEO dan Board of Director, dalam organisasi yang diaudit. Dalam implementasinya, audit sosial juga

memerlukan keterlibatan *stakeholders*, termasuk pekerja, klien, voluntir, pendiri, kontraktor, *supplier* dan penduduk setempat yang terkait dengan operasi perusahaan. Para auditor sosial biasanya bekerjasama dengan *shareholders* dan *stakeholders* untuk merancang, mengumpulkan, mengkoordinasikan, dan menganalisis informasi. Metoda penelitian yang digunakan melibatkan survey, wawancara, *bookkeeping* dan bahkan studi kasus. Tujuan-tujuan organisasi merupakan "the starting point" dengan mana indikator-indikator dampak ditentukan, *stakeholders* diidentifikasi dan teknik-teknik penelitian dikembangkan secara rinci.

Tantangan dalam mengembangkan protokol audit program CSR tidak hanya terletak dalam kompleksitas perumusannya. Melainkan pula dalam implementasinya. Audit sosial melibatkan aspek lingkungan dan sosial yang relatif lebih sulit dirumuskan dan diukur ketimbang aspek finansial. Audit sosial memerlukan ahli yang memiliki kompetensi yang komprehensif di bidang lingkungan dan sosial, selain kemampuan dalam menerapkan berbagai metoda penelitian.

Kesulitan utama dalam merancang sistem audit terhadap program CSR yang terstandar adalah merumuskan variabel dan indikator yang tepat dan dapat diterapkan kepada seluruh sektor. Dua syarat utama yang perlu dipenuhi adalah:

- Definisi berbagai kategori harus dapat diterapkan terhadap semua perusahaan, industri dan bahkan sistem sosial yang memungkinkan analisis komparatif dapat dilakukan;
- Kategori-kategori untuk mengklasifikasikan kegiatan-kegiatan perusahaan haruslah stabil dalam kurun waktu tertentu, sehingga perbandingan historis dapat dilakukan.

Sebagai gagasan awal, matriks pada Tabel 1 memberi gambaran mengenai *framework* audit terhadap program CSR. Aspek-aspek dalam tabel tersebut dikembangkan berdasarkan definisi CSR yang dirumuskan penulis di atas, yakni sebagai:

Kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (profit) bagi kepentingan pembangunan manusia (people) dan lingkungan (planet) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (procedure) yang tepat dan profesional.

PELAPORAN

Beberapa negara telah menetapkan keharusan mengenai perlunya pelaporan CSR, meskipun kesepakatan mengenai alat ukur terhadap kinerja sosial dan lingkungan masih belum dicapai secara bulat. Banyak perusahaan saat ini telah menghasilkan laporan-laporan tahunan berdasarkan audit eksternal yang pada umumnya mencakup isu-isu pembangunan berkelanjutan dan CSR.

Namun, laporan yang biasa disebut "Triple Bottom Line Reports" ini masih memiliki format yang beragam, baik isi, gaya bahasa, maupun metodologinya, bahkan dalam satu industri yang sama. Kritik-kritik yang kerap diajukan adalah bahwa laporan seperti ini masih bernuansa "lip service". Laporan tahunan CSR yang dibuat perusahaan-perusahaan penghasil limbah berbahaya dan rokok sering dijadikan contoh (Wikipedia, 2008).

Tabel 1: Framework Audit Program CSR

ASPEK	PERTANYAAN DASAR	KRITERIA CSR YANG BAIK	SUMBER DATA/ RESPONDEN
Profit	- Seberapa besar proporsi uang yang dikeluarkan perusahaan untuk CSR? - Dari mana pos anggaran CSR tersebut diambil, apakah diperhitungkan sebagai biaya perusahaan atau diambil dari laba kotor atau bersih perusahaan?	- Anggaran sekitar 2% yang disisihkan dari laba bersih perusahaan - Semakin besarnya perhatian para penentu kebijakan perusahaan terhadap prioritas anggaran CSR	CEO, Board of Directors, pegawai/staf perusahaan, LSM mitra, kontraktor
Planet	- Apa kegiatan CSR yang berkaitan dengan pelestarian lingkungan? - Apa dampaknya bagi kondisi lingkungan sekitar?	- Adanya program-program nyata pelestarian lingkungan - Adanya sarana pengelolaan dampak lingkungan (misalnya limbah) - Adanya program yang berdampak positif bagi lingkungan - Dampak negatif yang relatif kecil dan terkontrol pada kerusakan lingkungan	Pegawai perusahaan, kontraktor, <i>supplier</i> , pemerintah, masyarakat sekitar, LSM, media massa
People	- Apa kegiatan CSR yang berkaitan dengan peningkatan kesejahteraan sosial? - Apa dampaknya bagi kondisi masyarakat, khususnya komunitas lokal	- Adanya program-program nyata pelayanan sosial dan pemberdayaan masyarakat (misalnya penguatan layanan kesehatan dan pendidikan, pemberian bantuan sosial, modal usaha dan pelatihan wirausaha, kecakapan hidup) - Adanya sistem perlindungan sosial terhadap kelompok-kelompok rentan, termasuk penghargaan terhadap kearifan lokal - Adanya program yang berdampak positif bagi peningkatan kualitas hidup, mata pencaharian dan kemandirian masyarakat - Dampak negatif yang relatif kecil dan terkontrol pada kerusakan sistem sosial (jarak sosial, kecemburuan sosial, konflik)	Pegawai perusahaan, pemerintah, masyarakat sekitar, LSM, media massa
Procedure	- Bagaimana program CSR tersebut dilaksanakan? - Apakah prosesnya dilakukan sesuai prosedur yang benar?	- Dilakukan oleh lembaga yang “terpisah” dari perusahaan (misalnya bermitra dengan perguruan tinggi, LSM atau organisasi lokal yang <i>credible</i>) - Melibatkan ahli-ahli yang profesional di bidangnya - Integrasi CSR dengan kebijakan perusahaan - Keterlibatan aktif dan dukungan kuat dari pemerintah, LSM dan masyarakat, serta adanya koordinasi yang baik diantara mereka - Perencanaan Program, Monitoring&Evaluasi	Pegawai perusahaan, pemerintah, masyarakat sekitar, LSM, media massa, asosiasi profesi, akademisi

Beberapa standard laporan yang sudah dikenal untuk menunjukkan *good business performance* adalah: Standard Account Ability (AA1000) berdasarkan konsep Triple Bottom Line (3BL) yang digagas John Elkington, Pedoman Pelaporan Berkelanjutan Global Reporting Initiative, Pedoman Monitoring Verite, Social Accountability International (SA8000); dan Standard Manajemen Lingkungan ISO 14000.

Selain itu, dikenal pula Communication on Progress (COP) yang dirumuskan PBB sebagai sebuah standard laporan perusahaan untuk menunjukkan perbaikan kontinyu mengenai implementasi sepuluh prinsip Global Compact yang bersifat universal. FTSE4Good Index juga dikenal sebagai perangkat evaluasi kinerja CSR berdasarkan beberapa kriteria.

Global Reporting Initiative menekankan pentingnya enam prinsip yang perlu diperhatikan dalam membuat pelaporan CSR yang baik (lihat Sukada dan Jalal, 2008: 10-11):

- *Accuracy*: informasi harus lengkap dan cukup detail agar bisa dinilai oleh pemangku kepentingan secara jelas, tepat dan akurat.
- *Balance*: seimbang yang mencerminkan aspek-aspek positif dan negatif dari kegiatan CSR yang dilakukan.
- *Comparability*: aspek atau variabel yang digunakan dan dilaporkan harus konsisten sehingga dapat dibandingkan antar waktu.
- *Clarity*: informasi harus tersedia dalam bentuk yang mudah dipahami dan bisa diakses oleh pemangku kepentingan.
- *Reliability*: informasi harus ajeg dan terpercaya yang dikumpulkan, direkam, dianalisis dan disajikan berdasarkan cara atau metodologi yang dapat dipertanggung jawabkan.
- *Timeliness*: laporan dibuat secara reguler dan tersedia tepat waktu bagi pemangku kepentingan dan pihak-pihak lain yang memerlukan.

REKOMENDASI

Makalah ini telah mendiskusikan beberapa isu penting yang dapat dikembangkan untuk merumuskan standar audit CSR. Tentu saja, *framework* yang digagas dalam makalah ini masih terbuka untuk diperdebatkan dan disempurnakan. Misalnya, melengkapinya dengan indikator untuk setiap variabel yang akan diaudit berikut langkah-langkah strategis pengumpulan datanya. Yang jelas, pengembangan protokol standar audit CSR tidak bisa dilakukan sekejap. Sedikitnya ada lima langkah yang perlu dipertimbangkan: (a) merumuskan model dan parameter audit, (b) uji-coba model, (c) penyempurnaan model, (d) *workshop* mengenai penerapan model, dan (e) diseminasi dan implementasi protokol audit standar.

Sebagai ilustrasi, The Social Economic Agency di Irlandia Utara mulai mempromosikan audit sosial sejak tahun 1996. Konsultan eksternal dilibatkan untuk merancang metodologi audit sosial dan memberikan pelatihan dan pendampingan terhadap para auditor di masing-masing organisasi. Audit sosial pertama dilakukan setelah pelatihan dan monitoring terhadap 10 organisasi. Proses ini memerlukan antara 18 sampai dengan 24 bulan (Boyd, 1998).

REFERENSI

- Boyd, Graham (1998), *Social Auditing: A Method of Determining Impact*, <http://www.caledonia.org.uk/socialland/social.htm> (diakses 10 Maret 2008)
- Elkington, John (1998), *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*, Gabriola Island, BC: New Society Publishers
- Majalah Bisnis dan CSR (2007), *Regulasi Setengah Hati*, Edisi Oktober
- Morimoto, Ash dan Hope (2004), *Corporate Social Responsibility Audit: From Theory to Practice*, Cambridge: The Judge Institute of Management, University of Cambridge
- Suharto, Edi (2006), *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*, Bandung: Refika Aditama (cetakan kedua)
- Suharto, Edi (2007a), *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*, Bandung: Refika Aditama
- Suharto, Edi (2007b), *Kebijakan Sosial Sebagai Kebijakan Publik: Peran Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial dalam Mewujudkan Negara Kesejahteraan di Indonesia*, Bandung: Alfabeta
- Suharto, Edi (2008), "Corporate Social Responsibility: What is and Benefit for Corporate" makalah yang disajikan pada Seminar Dua Hari, *Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership*, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta 13-14 Februari
- Sukada, Sonny dan Jalal (2008) "Pelaporan Keberlanjutan: Alat Akuntabilitas dan Manajemen" makalah yang disajikan pada Seminar Dua Hari, *Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership*, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta 13-14 Februari
- Suratmo, Sribugo (2008), "Implementasi CSR di Perusahaan" makalah yang disajikan pada Seminar Dua Hari, *Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership*, Intipesan, Hotel Aryaduta Jakarta 13-14 Februari
- Wikipedia (2008), *Corporate Social Responsibility*, [http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate social_responsibility](http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_social_responsibility) (diakses 20 Februari)