CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) ANTARA *ETHICS*-PERILAKU ORGANISASI-*RESPONSIBILITY* DAN PENERAPANNYA DI ORGANISASI PEMERINTAH

Oleh : Amy S. Rahayu

Abstract

In recent years the concept of corporate social responsibility (CSR) has gained unprecendented momentum in Europe and US. A wealth of literature has been published on CSR over the last 30 years, many containing their own definition of CSR and related concepts. Despite the variety of definitions, probably the most widely accepted and referred to conceptualisation of CSR found in the business and management literature. Archie Carroll, who sees CSR as a construct relating to four different areas of business-society relation: economic responsibility, legal responsibility, ethical responsibility, and philanthropic responsibility.

Crowter and Aras, give the reasons of difficult to define CSR is because of the uncertainty surrounding the nature of CSR activity. He take the view there are three basic principles which together comprise all CSR activity, these are: sustainability, accountability, and transparency. Moreover ethics is also inevitably part of business responsibility. Corporate behavior should be ethical and responsible, that is why corporate promise for their shareholders and stakeholders have to behave fair, ethical, and equitable.

The public services is social philanthropic organization, and almost of them show a organization how to behave properly in their all operation, but ethics is the problematic area of public services, there is no absolute agreement to what constitutes ethical or unethical behaviour, see corruption,

gravitation, and so on. Public services organization must be more than a legal and ethical person, CSR not always a legal necessity, but increasingly it is obligation.

Keywords: CSR , Ethics, Social philanthropic, responsibility

A. Pemahaman tentang makna CSR

Konsep *Corporate Social Responsibility* (selanjutnya disingkat CSR), secara umum telah dikenal sejak 1970-an, dimana berbagai perusahaan mengarahkan orientasinya tidak saja pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga mengacu pada *sustainable development*, dan tanggung jawab pada lingkungan. Di Indonesia CSR mulai menjadi bahan perdebatan sekitar 1990-an, dan perkembangan terakhir nampak pada UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang kini telah diberlakukan di Negara kita. Dalam salah satu pasal UU tersebut, CSR menjadi kewajiban bagi perseroan, serta dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memerhatikan kepatutan dan kewajaran.

Banyak perdebatan dan pendapat tentang makna CSR dan bagaimana implementasinya secara kongkrit. Hanya sedikit yang membahas dan mendalami CSR secara konseptual dan teoritik, serta praktiknya di negara-negara maju seperti Amerika Serikat dan Eropa. Saat ini makna paling utama yang ditangkap oleh masyarakat kita adalah terkait dengan "aktifitas sosial perusahaan" dan "bentuk kepedulian perusahaan", sehingga tidak mengherankan jika pemberlakuan pasal CSR dalam bentuk Undang-Undang mendapat sorotan dan penolakan, sebab menurut mereka CSR dimaknai sebagai aktivitas '*voluntary*' perusahaan, dan bukan kewajiban. Tekanan CSR pada sektor private nampak kental sekali, sehingga CSR hampir sama sekali tidak dibahas dalam domain sektor publik.

Sejak pasar mengalami kegagalan (*market failure*) pada abad 18-an, kepercayaan terhadap pasar dalam memenuhi barang/jasa yang memenuhi hajad hidup orang banyak menjadi menurun. Krisis kepercayaan tersebut sekaligus merupakan koreksi terhadap sistem kapitalis pada saat itu. Masuknya peran negara dalam distribusi barang jasa yang memenuhi hajat hidup rakyat, semakin memperkuat pandangan bahwa bisnis tidak bisa berjalan sendirian, atau dapat dikatakan bahwa hampir tidak ada sistem bisnis yang independent, artinya bahwa hingga saat ini sistem bisnis selalu mengkaitkan antara pencapaian profit - spirit demokrasi, dan – *civil society* (baca: kepentingan masyarakat).

Akhir-akhir ini konsep CSR menjadi perbincangan penting di negara-negara maju di Eropa maupun Amerika Serikat, seolah-olah CSR adalah 'barang baru'. Matten dan Moon (2007) menyatakan bahwa CSR adalah konsep yang sesungguhnya sudah ada dan overlaping dengan konsep-konsep *business ethics*, *corporate philanthropy*, *corporate citizenship*, *sustainability and enviromental responsibility*, yang belakangan memang dikenal sebagai konsep yang dinamis dan *contestable* serta melekat di dalam konteks kelembagaan sosial, ekonomi dan politik di suatu negara.

Di Eropa, konsep CSR dikenal dengan *business social responsibility* yang secara tradisional merefleksikan tradisi partisipasi, *self-help*, dan sedikit dihubungkan dengan pemerintah. Anggapan bahwa CSR adalah baru dalam dunia bisnis, semata-mata berangkat dari pemahaman yang berkembang secara teoritik bahwa CSR memiliki penekanan pada '*corporate policy*', bahkan berujung pada perdebatan tentang perbedaan antara '*explicit*' dan '*implicit*' CSR. Masyarakat Eropa berpendapat bahwa *business social responsibility* adalah mengarah pada masyarakat dan secara implicit sudah melekat pada norma, nilai-nilai, standar, dan kerangka kerja legal dari umumnya perusahaan-perusahaan di Eropa. Hal ini tentu saja tidak terlepas dari peran dan sejarah CSR di Eropa, pendekatan-pendekatan yang dipakai

oleh bangsa Eropa, dan kontekstualisasi CSR mencakup budaya nasional, dan sejarah sistem kapitalis di sana.

CSR memiliki definisi yang bervariasi yang secara luas ditemukan dan diterima di lingkungan bisnis dan manajemen. Menurut Archie Carroll (1979) CSR sebagai suatu *construct* memiliki 4 (empat) level berbeda dari hubungan bisnis – masyarakat, yakni :

1. *Economic Responsibility*. Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan dan mengembalikan modal pemegang saham atau pemilik (*return on investment*), memuaskan para pegawai, dan juga memuaskan para pelanggan. Alasan tersebut, mendasari mengapa bisnis eksis di dalam masyarakat, dan tentunya tanggung jawab pertama dari bisinis adalah memberikan kepuasan ekonomi pada orang-orang di dalamnya terlebih dulu yakni pemilik/ *shareholders*, pegawai, dan pelanggan. Sejalan dengan hal tersebut, maka area CSR yang pertama adalah dalam bentuk tanggung jawab ekonomi terhadap orang-orang yang ada di dalam organisasi.
2. *Legal Responsibility*. Tanggung jawab kedua dari sebuah perusahaan adalah kemampuannya untuk memenuhi aspek "*play by rules of the game*" dengan prinsip-prinsip legal yang mensyaratkan tanggung jawab sosial dari aspek hukum.
3. *Ethical Responsibility*. Area ini mensyaratkan setiap perusahaan untuk melakukan kiprahnya secara jujur, adil, dan terbuka. Carroll berpendapat bahwa secara umum *ethical responsibility* merupakan harapan masyarakat melebihi *economic* dan *legal responsibility*.
4. *Philanthropic Responsibility*. Level keempat dari tanggung jawab suatu perusahaan adalah berupa sosial *philanthropy* antara lain berbentuk pemberian donasi (*charity*), bantuan-bantuan berbagai keperluan dan fasilitas masyarakat disekitar perusahaan, rekreasi para pegawai, dan bentuk bantuan sosial lainnya.

Meskipun Carroll mengelompokkan level-level CSR sebagaimana diuraikan sebelumnya, dalam kenyataannya,

praktik CSR di beberapa negara maju lebih merupakan gerakan, program, dan kebijakan yang bersifat '*voluntary*' dan didasari oleh *philanthropic motivation.*

Perbedaan penerapan konsep CSR di Amerika Serikat dan Eropa, selanjutnya dapat disimak pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1.
Issue Praktik CSR di Amerika Serikat dan Eropa

	Konteks Amerika Serikat	**Konteks Eropa**
Economic Responsibility	Kebijakan-kebijakan perusahaan yang mengacu pada '*good corporate governance*', remunerasi, atau perlindungan konsumen	Lebih mengacu pada kerangka kerja hukum, dan kodifikasi hukum-hukum perdata.
Legal Responsibility	Secara relatif kurang menekankan pada tanggung jawab hukum atas bisnis	Sangat menekankan pada tanggung jawab hukum atas bisnis.
Ethical Responsibility	Kebijakan perusahaan yang terkait dengan masyarakat lokal	Kebijakan-kebijakan level tinggi yang menghubungkan pajak bisnis dengan aspek kesejahteraan masyarakat dan penyediaan *public services.*
Philanthropic Responsibility	Inisiatif perusahaan untuk mensponsori seni, budaya, dan pendanaan dari kegiatan pendidikan	Kebijakan level tinggi yang mengkaitkan pajak bisnis dengan penyediaan pendidikan, budaya, kesehatan oleh pemerintah

Sumber : Zimmerly, et al, 2007, hlm. 183

Gambaran dalam tabel 1 tersebut setidaknya memberikan wawasan pada kita, bahwa praktik CSR di kedua negara tersebut berbeda adanya. Eropa merupakan negara yang mempraktikkan CSR lebih dari sekedar '*voluntary*' dan terlihat pada penekanan aspek legal yang kuat, bila dibandingkan dengan Amerika Serikat yang nampak lebih lunak dari aspek legal.

B. Prinsip-prinsip CSR

Hingga saat ini sulit untuk mencapai kesepakatan secara universal tentang pendifinisian CSR secara tepat. Para ahli, antara lain Crowther and Aras (2008) menggarisbawahi beberapa prinsip sebagai acuan dalam menengarai aktivitas CSR. Prinsip-prinsip tersebut adalah :

1. *Sustainability.* Yakni prinsip CSR yang menekankan pada efek atau dampak masa depan akibat tindakan perusahaan atau korporasi pada saat ini. Contoh, penggunaan sumber daya alam oleh suatu korporasi pada masa kini harus diimbangi oleh adanya perhatian serius melalui pemikiran yang sungguh-sungguh apa dampaknya terhadap generasi mendatang dan lingkungan masa depan. Dengan demikian pengukuran *sustainability* mencakup jumlah atau kuantitas dari sumber daya alam yang dikonsumsi oleh korporasi, dan hubungannya dengan jumlah atau kuantitas yang mampu dipulihkan kembali untuk kehidupan masa depan.
2. *Accountability*. Prinsip ini menggarisbawahi bahwa pada dasarnya setiap organisasi adalah bagian dari masyarakat luas, sehingga tanggung jawab suatu organisasi atau korporasi tidak hanya sebatas pada pemilik semata, melainkan juga pada seluruh *stakeholders* baik internal maupun eksternal. Setiap pengambilan keputusan harus mempertimbangkan manfaat dan dampaknya terhadap eksternal dan internal *stakeholder*.
3. *Transparency*. Suatu prinsip CSR yang berarti bahwa apapun tindakan organisasi atau korporasi yang berdampak dan berpengaruh terhadap lingkungan eksternal harus dikomunikasikan secara detail latar belakang tindakan korporasi dan tujuannya pada masyarakat sekitar. Informasi ini penting sebagai bentuk pertanggungjawaban pada eksternal *stakeholder* secara transparan.

Dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan subyek yang luas dan bervariasi serta memiliki opini yang berbeda satu sama lain, serta sejumlah cara yang dapat ditempuh secara berbeda pula. Dari prinsip tersebut dapat ditarik suatu benang merah bahwa ada keterikatan antara bisnis dan tanggung jawab sosial, ekonomi, dan politik

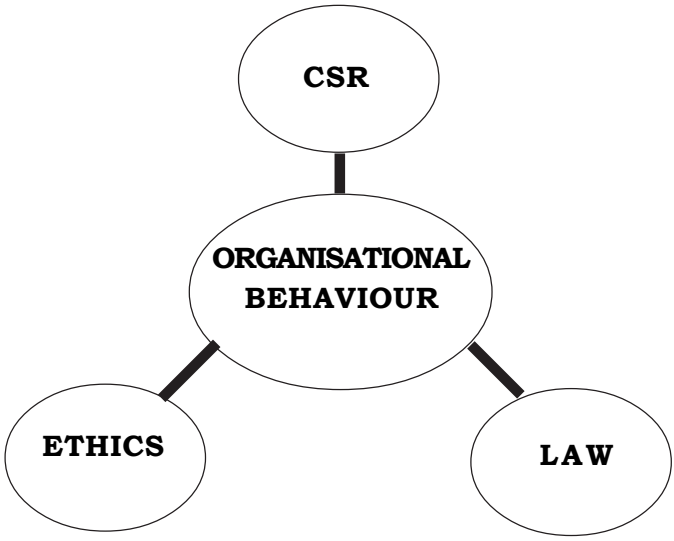
C. Antara CSR, *Ethics*, dan Perilaku Organisasi

Pada awal tulisan ini telah disinggung bahwa konsep CSR dipandang overlaping dengan konsep *ethics* dan perilaku organisasi. *Ethics* sendiri adalah bukan konsep baru bagi kalangan bisnis. Dunia bisnis bekerja dengan mengandalkan standar dan norma-norma aturan yang berbasis pada sosial dan budaya yang berbeda antara satu negara dan negara yang lain. Implementasi norma-norma dan nilai-nilai budaya disebut sebagai '*ethical code of conduct of business'*. Dengan demikian *ethics* sebetulnya adalah bagian dari tanggung jawab bisnis, dan mengatur secara lebih mendalam tentang perilaku organisasi secara etis dan bertanggungjawab.

Ethics secara ringkas dapat diartikan bagaimana suatu korporasi berperilaku di dalam setiap operasional bisnis sehari-hari. Meskipun bisnis dikendalikan dengan tujuan keuntungan, namun tanggung jawab sosial sebagai pencerminan *ethics* tetap harus dipikirkan. *Ethics* juga merupakan *rules* yang menjadi tuntunan bagi setiap organisasi untuk memisahkan mana tindakan yang baik dan mana yang salah, artinya nilai-nilai kebenaran yang terkandung di dalamnya menjadi sumber inspirasi agar setiap organisasi atau korporasi memperhatikan dengan sungguh-sungguh terhadap kebenaran, kejujuran, keadilan dan *morality. Ethics* juga dapat dimaknai sebagai suatu proses struktural dan natural dari setiap tindakan organisasi yang sejalan dengan *moral judgments*, *standard*, dan aturan-aturan, oleh karena itu *ethics business* sangat dipercayai oleh para ahli sebagai tuntunan moral perilaku dalan bisnis yang memiliki efek positif bagi sumber-sumber ekonomi dan kegunaannya. (Aras, 2006).

Perilaku organisasi adalah penting bagi keberhasilan suatu organisasi baik secara finansial maupun hubungan antara korporasi dengan *stakeholdersnya*. Perilaku organisasi mencakup aturan-aturan legal, *ethical codes of conduct* dan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial. Dengan kata lain perilaku organisasi adalah didasarkan atas seluruh komponen-komponen *ethics*, hukum, dan CSR. Perilaku organisasi memiliki efek tidak hanya terhadap *stakeholders* dan *shareholders,* tetapi juga terhadap lingkungan ekonomi dan sosial. Suatu bisnis yang bertanggungjawab secara *ethic* dan secara sosial maka seluruh pengambilan keputusannya akan lebih *sustainable.* Berikut ini komponen-komponen dari perilaku organisasi.

Gambar 1 : Komponen-komponen Perilaku Organisasi



Sumber : Crowter & Aras (2008, hlm. 60)

Dengan demikian hubungan antara CSR, *Ethics* dan Perilaku Organisasi mengandung pemaknaan bahwa tanggung jawab sosial dari bisnis mencakup ekonomi, legal, dan *ethics,* (Carrol, 2007). Sedangkan Whetten et al, mendifinisikan CSR sebagai suatu harapan sosial terhadap perilaku organisasi, dimana perilaku tersebut mencerminkan moral dan keadilan

yang menjadi prasyarat suatu bisnis. Dari gambaran tersebut, dapat disimpulkan bahwa CSR adalah tumpuan harapan masyarakat terhadap perilaku organisasi bisnis yang *ethics*, *responsible*, dan *legal.*

D. Seputar Perdebatan tentang definisi "CSR Explicit dan Implicit"

Masyarakat korporasi di Eropa nampaknya tidak dapat memandang enteng CSR hanya sebagai kebijakan sukarela tanpa ikatan hukum yang pasti. Mereka beranggapan bahwa semua korporasi diwajibkan dan harus berpartisipasi aktif di dalam kebijakan dan aktifitas yang mengarah pada tanggung jawab sosial. Tanggung jawab semacam ini bahkan dikukuhkan secara ekplisit dalam kebijakan legal formal dalam legislatif. Menurut mereka, faktanya bisnis adalah bagian dari sistem yang seharusnya dapat dipertanggungjawabkan pada masyarakat.

1. *Explicit CSR*, mengacu pada kebijakan resmi perusahaan/ korporasi yang mengarah pada bentuk tanggung jawab terhadap beberapa kebutuhan masyarakat di sekitar korporasi. Termasuk dalam *explicit CSR* adalah keterlibatan secara sukarela, kebijakan-kebijakan yang mengarah pada pemenuhan *self-interest* masyarakat, dan program atau strategi yang mengacu pada tanggung jawab sosial.
2. *Implicit CSR*, mengacu pada kelembagaan informal dan formal yang dibentuk oleh perusahaan dan sudah *inherent* dalam perusahaan tersebut. Pada umumya *implicit CSR* terlihat pada norma-norma, nilai-nilai dan aturan yang secara *implisit* mencerminkan arah dan perhatian korporasi terhadap lingkungan sosial, ekonomi dan politik di sekitar mereka.

Bagaimana dengan CSR di negara kita, apakah kita penganut *explicit* atau *implicit* CSR? Dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, setidaknya terdapat beberapa pasal yang dapat kita tengarai sebagai

karakteristik dari model CSR di negara kita, pertama, Pasal 74 ayat (1) menyatakan bahwa tidak semua perusahaan diwajibkan menerapkan CSR, perusahaan yang diwajibkan menerapkan CSR adalah perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Kedua, dalam Pasal 2 berbunyi, bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Ketiga, dalam Pasal 3 menggariskan, bahwa perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1 dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Keempat, selanjutnya pengaturan CSR diatur melalui Peraturan Pemerintah.

Melihat karaktersitik pengaturan CSR tersebut, maka dapat dikemukakan bahwa walaupun pengaturan dan penerapan CSR di negara kita masih terbatas (yakni hanya di Perseroan yang menjalankan kegiatan yang berkaitan dengan sumber daya alam), namun menilik beberapa pasal yang sudah diuraikan tersebut, maka bentuknya adalah *explicit CSR*. Apakah dengan demikian *implicit* CSR menjadi tidak ada atau absen? hal tersebut hingga sekarang masih menjadi perdebatan, bila dikatakan tidak ada, beberapa perusahaan besar di negara kita banyak yang memiliki yayasan atau *foundation* yang bergerak di bidang *social philanthropy* seperti bantuan pendidikan, kesejahteraan berupa sembako gratis dan murah, didirikannya sarana kesehatan masyarakat, dan berbagai pemenuhan kebutuhan masyarakat lainnya. *Explicit* CSR hanyalah suatu bentuk penegasan secara legal yang digunakan oleh pemerintah untuk 'mengingatkan' korporasi khususnya yang berhubungan dengan penggunaan sumber daya alam bahwa tanggung jawab mereka terhadap pelestarian alam dan lingkungan sosial sekitarnya adalah penting dalam rangka mengacu pada kelangsungan kehidupan ke depan.

E. CSR dan Organisasi Pelayanan Publik di Indonesia

Memperhatikan definisi dan batasan serta prinsip-prinsip CSR yang telah dibahas, maka muncul pertanyaan, apakah cakupan CSR mencakup domain organisasi publik, apakah yang terkena CSR hanya organisasi bisnis, dan apakah relevan bila diterapkan di organisasi publik, serta harus diterapkan secara *explicit* atau *implicit*?.

Organisasi pelayanan publik merupakan manifestasi dari peran negara, khususnya dalam pemenuhan hajat hidup rakyat (baca: *public goods*) sebagai konsekuensi atau akibat dari kegagalan pasar. Penyediaan barang/jasa publik oleh pemerintah mengandung dua karakteristik utama, yakni pertama, *non-excludability* yang artinya adalah bahwa *public goods* disediakan oleh pemerintah dan dapat dikonsumsi oleh 'siapa saja tanpa terkecuali'. Akibat dari karakteristik pertama tersebut, maka semua pembiayaan dan *delivery* dari *public goods* diselenggarakan oleh pemerintah dan bersumber dari pajak. Kedua, *non-rivalry* artinya bahwa konsumsi *public good* secara bersama-sama tidak akan mengurangi kenikmatan orang lain. Karena karakteristiknya tersebut, maka barang/ jasa *public goods* tidak mungkin di produksi oleh swasta atau privat. Dalam praktiknya, kemudian dibedakan antara *public goods* murni dan *mix goods*, dimana pemerintah menerapkan suatu mekanisme pengaturan konsumsi beberapa jenis *public goods* melalui pemungutan iuran atau *charging*, terutama terhadap *public goods* yang menggunakan sumber daya alam tertentu (misalnya Air PAM, listrik, dan lain-lain) dengan tujuan membatasi pengurasan sumber dan menjaga kelestariannya untuk masa depan.

Jika melihat secara konseptual, pelayanan publik sendiri telah sarat dipenuhi oleh komponen-komponen *social philanthropic*, *ethics*, dan *moral obligation* yang tinggi. Prinsip pelayanan publik yang tidak berorientasi pada profit, dan mengutamakan keadilan merupakan tanda bahwa tanggung jawab yang diemban mengandung nilai-nilai dan norma-norma luhur bagi kesejahteraan rakyat secara umum. Dengan

demikian dapat dikatakan bahwa konsep pelayanan publik baik disadari atau tidak sesungguhnya telah mengandung secara *implicit* dan *explicit* nilai-nilai *ethics,* legal, dan tanggung jawab sosial sebagaimana dalam CSR. Pertanyaannya adalah apakah nilai-nilai dan norma-norma tersebut diimplementasikan dalam praktik sehari-hari? bila secara *implicit* pelayanan publik telah mengandung komponen-komponen CSR, maka bagaimana secara *explicit*?. Berbagai kasus suap atau gratifikasi yang terjadi di lingkungan pelayanan publik pada umumnya justru menunjukkan adanya pembalikan dari prinsip-prinsip CSR yang telah terkandung dalam konsep pelayanan publik itu sendiri.

Empat konstruk CSR menurut Carroll dapat kita jadikan acuan dalam menelaah tanggung jawab moral dan sosial dari pelayanan publik. Pertama, dari prinsip *economic responsibility*, tugas pelayanan publik adalah memberikan kepuasan pada pelanggan (*citizen*) pada pelanggan internal yakni pegawai, dan pada *stakeholders* lainnya. Pada level ini nampaknya belum digarap sepenuhnya oleh sebagian besar organisasi pelayanan publik. Sistem monopoli yang dianut sebagian besar pelayanan publik dapat menghambat tujuan *altruistic* mereka. Menurut anggapan mereka, pelayanan publik tidak tergantung pada 'pelanggan', justru sebaliknya pelangganlah yang tergantung pada mereka. Manifestasi dari sikap ini banyak ditandai dengan pengabaian terhadap kepuasan masyarakat. Survey tentang kepuasan pelanggan justru sangat marak di domain bisnis, katimbang di pelayanan publik. Sungguh ironis, suatu organisasi yang menganut prinsip-prinsip CSR, namun justru tidak menjalankannya dengan benar. Kedua, dari aspek *legal responsibility*, hampir semua aspek pelayanan publik digagas dan diputuskan melalui mekanisme legislatif politik, jadi sebetulnya sangat *explicit* dan sangat jelas sekali domain legal formal pengambilan keputusan pelayanan publik. Tanggung jawab legal merupakan penegasan *rules of conduct* yang mengatur perilaku organisasi pelayanan publik, namun pada kenyataannya banyak praktik pelayanan publik dimana oknum-oknumnya justru berperilaku sebaliknya, kasus-kasus yang

terkait dengan gratifikasi/suap sangat marak di wilayah pelayanan publik, dan sudah menjadi rahasia umum. Ketiga, *ethical responsibility*. Tanggung jawab *ethic* pada CSR organisasi bisnis memang dituntut sepenuhnya, sebab bisnis adalah bagian dari masyarakat, dampak dari bisnis yang baik atau buruk akan melibatkan masyarakat secara langsung maupun tidak langsung. Dalam organisasi pelayanan publik, *ethical responsibility* menjadi semacam dilema, di satu sisi telah melekat secara konseptual di dalamnya, namun di sisi lain sulit untuk dipraktikkan, sebagai contoh berbagai pelanggaran nilai-nilai ethics dalam pelayanan publik kerap dipraktikkan antara lain korupsi, suap, KKN, dan lain-lain. Keempat, *philanthropic responsibility*. Satu-satunya aspek CSR yang dilaksanakan oleh sebagian besar organisasi pelayanan publik adalah tanggung jawab sosial yang memang telah melekat dan *inherent* di dalam pelayanan publik.

Jika ditarik benang merah dari uraian di atas, maka CSR *implicit* tidak perlu diterapkan dalam organisasi pelayanan publik, namun secara *explicit* menjadi perlu ketika melihat berbagai praktik pelayanan publik yang justru bertolak belakang dengan kaidah-kaidah CSR. Bagaimana implementasi CSR secara *explicit*, apakah perlu diatur dalam suatu peraturan perundang-undangan tersendiri?. Untuk mempraktikan CSR secara *explicit* dalam organisasi pelayanan publik tidak perlu diatur dalam level kodifikasi tinggi, melainkan dapat dilakukan dengan cara membenahi dan memperbaiki perilaku organisasi. Tidak mudah memang, karena berbicara perbaikan perilaku organisasi berarti juga berbicara nilai-nilai baik dan buruk yang menjadi pedoman suatu organisasi. Berbicara nilai-nilai yang menjadi pedoman organisasi berarti juga berbicara tentang budaya organisasi yang bersangkutan, dan akhirnya bermuara pada sistem dan aturan yang mengakomodir perilaku orang-orang yang ada di dalamnya, termasuk sistem penilaian kinerja, remunerasi, dan pengembangan SDM secara seutuhnya.

Tujuan pelayanan publik yang pada prinsipnya memang didasarkan pada *social philanthropic* telah menunjukkan bahwa CSR telah eksis di sana secara *implicit*, sehingga garapan pemerintah adalah bagaimana bisa memperbaiki praktik *social philanthropic* yang sudah eksis tersebut. Peran Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dalam perbaikan *rules of conduct* pelayanan publik seperti antara lain Indeks Kepuasan Masyarakat menjadi penting karenanya.

DAFTAR PUSTAKA

Aras, Guler & Crowther, David (2008) : "*Corporate Social Responsibility*", Ventus Publishing ApS.

Carroll A B (1979) : "*A three-dimensional conceptual model of corporate performance*" Academy of Management Review 4 (4).

Matten, D and A.Crane (2005) : "*Corporate Citizenship: Toward an Extended Theoritical Conceptualization*" Academy of Management Review 30.

Moon, J, A Crane, and D. Matten (2005) : "Can Corporate be Citizens? Corporate Citizenship as a Metaphor for Business Participation in Society" Business Ethics Quartely 15.

Zimmerly, et al (2007) : "*Corporate Ethics and Corporate Governance*" , Springer.Berlin.

Zadek, S (2004) : " *The Path to Corporate Responsibility*", Harvard Business Review 82.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.