

Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Instrumen Oligarki dan Kartelisme: Analisis Kritis Kebijakan Pembangunan Berkelanjutan

¹Sesilia Grace Sitohang, ²Yusmar Yusuf

¹²Universitas Riau

Korespondensi : yusmar.yusuf@lecturer.unri.ac.id

Abstrak

Studi ini menganalisis peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam memperkuat oligarki dan kartelisme serta dampaknya terhadap kebijakan pembangunan berkelanjutan. Penelitian ini menemukan bahwa CSR sering digunakan sebagai alat untuk memperkuat Oligarki dan kartelisme serta dampaknya terhadap kebijakan pembangunan berkelanjutan. Penelitian ini menemukan bahwa CSR sering digunakan sebagai alat untuk mempertahankan kekuasaan dan pengaruh korporasi, memperburuk ketimpangan sosial dan lingkungan, serta menghambat pembangunan berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan pentingnya peningkatan transparansi, akuntabilitas dan penglibatan masyarakat dalam pelaksanaan CSR. Rekomendasi yang diberikan adalah perluasan regulasi dan pengawasan, peningkatan kesadaran masyarakat dan pengembangan kebijakan pembangunan berkelanjutan yang berbasis masyarakat. Studi ini memberikan kontribusi pada pemahaman CSR sebagai instrumen oligarki dan kartelisme serta implikasinya terhadap kebijakan pembangunan berkelanjutan.

Kata kunci : *Corporate Social Responsibility, Ologarki, Kebijakan Pembangunan*

Abstract

This study analyzes the role of corporate Social Responsibility (CSR) in strengthening oligarchy and carthelism as well as its impact on sustainable development policies, This study found that CSR is often used as a tool to strengthen Oligarchy and cartelism and its impact on sustainable development policies. This research found that CSR is often used as a tool to maintain corporate power and influence, worsen social and environmental inequality, and hinder sustainable development. Research results show the importance of increasing transparency, accountability and community involvement in the implementation of CSR. The recommendations given are the expansion of regulation and supervision, increasing public awareness and the development of community-based sustainable development policies. This study contributes to the understanding of CSR as an instrument of oligarchy and carthelism as well as its implications for sustainable development policies.

Keyword: *Corporate Social Responsibility, Oligarchy, Development Policies*

1. PENDAHULUAN

Penelitian ini menganalisis secara kritis peran *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam konteks oligarki dan kartelisme, khususnya yang berkaitan dengan kebijakan pembangunan berkelanjutan. Melalui pemeriksaan buktibukti ilmiah, penelitian ini berpandangan bahwa CSR, meskipun sering dibingkai sebagai praktik perusahaan yang baik hati yang bertujuan untuk mempromosikan kebaikan sosial, secara bersamaan justru kerap leih ditujukan untuk melayani kepentingan perusahaan dan elit yang kuat. Dengan meninjau literatur yang ada tentang CSR, oligarki, dan pembangunan berkelanjutan, penelitian ini secara akademik akan mengungkapkan bahwa inisiatif CSR sering kali memperkuat struktur kekuasaan yang ada, melanggengkan ketidaksetaraan, dan menghambat pembangunan berkelanjutan yang sejati. Hal ini menunjukkan perlunya mengevaluasi kembali praktik dan kebijakan CSR untuk memastikan bahwa

praktik dan kebijakan tersebut berkontribusi secara berarti terhadap keadilan sosial dan keberlanjutan lingkungan.

Meningkatnya peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam praktik bisnis mengundang pengawasan terkait dampak sebenarnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Sementara CSR sering digambarkan sebagai komitmen sukarela terhadap perilaku etis dan praktik berkelanjutan, makalah ini berpendapat bahwa CSR juga dapat berfungsi sebagai instrumen oligarki dan kartelisme. Dengan memeriksa hubungan antara CSR, struktur oligarki, dan kebijakan pembangunan berkelanjutan, analisis ini bertujuan untuk mengungkap kontradiksi yang melekat dalam praktik CSR dan implikasinya terhadap kesetaraan sosial dan keadilan lingkungan.

Tinjauan Umum *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR telah berkembang selama beberapa dekade terakhir dari inisiatif perusahaan sukarela menjadi harapan mendasar yang dibebankan kepada bisnis. McWilliams dan Siegel (2001) mendefinisikan CSR sebagai tindakan yang tampaknya memajukan kebaikan sosial, di luar kepentingan perusahaan dan yang diwajibkan oleh hukum. Namun, motivasi di balik praktik CSR sering dipertanyakan, dengan para akademisi seperti Friedman (1970) berpendapat bahwa tanggung jawab utama bisnis adalah untuk memaksimalkan nilai pemegang saham, yang menunjukkan bahwa CSR dapat menjadi kedok untuk kepentingan perusahaan. CSR dan Oligarki. Hubungan antara CSR dan oligarki telah dieksplorasi oleh berbagai akademisi. Stiglitz (2012) berpendapat bahwa konsentrasi kekayaan di tangan segelintir orang mengarah pada kekuatan politik yang dapat membentuk kebijakan yang menguntungkan kaum elit. Dalam konteks ini, CSR dapat menjadi alat bagi oligarki untuk melegitimasi kekuasaan mereka dan memengaruhi persepsi publik. Selain itu, inisiatif CSR dapat mengalihkan perhatian dari masalah sistemik ketidaksetaraan dan eksploitasi yang diabadikan oleh oligarki (Bourdieu, 1998). Kartelisme dan Pembangunan Berkelanjutan Konsep kartelisme, yang dicirikan oleh kolusi antara perusahaan untuk mengendalikan pasar dan menekan persaingan, bersinggungan dengan CSR ketika perusahaan-perusahaan besar terlibat dalam kebijakan pembangunan berkelanjutan yang melayani kepentingan mereka dengan kedok tanggung jawab sosial. Seperti yang dicatat oleh Klein (2007), integrasi CSR ke dalam strategi perusahaan dapat mengarah pada bentuk "greenwashing," di mana perusahaan mempromosikan citra ramah lingkungan sambil terlibat dalam praktik-praktik yang merugikan keberlanjutan sejati. Kontradiksi CSR dalam Pembangunan Berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan, sebagaimana didefinisikan oleh Laporan Brundtland (1987), berupaya memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Namun, CSR sering kali gagal untuk selaras dengan prinsip ini. Penelitian oleh Banerjee (2008) menyoroti kontradiksi yang melekat dalam CSR, dengan menyatakan bahwa hal itu dapat berfungsi untuk melestarikan status quo daripada mempromosikan perubahan transformatif yang diperlukan untuk keberlanjutan. Kritik ini digaungkan oleh para akademisi seperti Jaiswal (2015), yang menekankan perlunya pendekatan kritis terhadap CSR yang mengakui potensinya untuk memperkuat dinamika kekuasaan yang ada.

2. METODE

Metode pengumpulan data ini digunakan dengan studi literatur review, yang dimana penelitian ini menganalisis teori dan konsep csr, oligarki, kartelisme dan pembangunan keberlanjutan, serta menganalisis dokumen kebijakan pemerintah dan peraturan terkait CSR sehingga melakukan analisis komparatif untuk membandingkan kasus dan juga menganalisis diskursus untuk memahami narasi dan kuasa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi dan konteks historis CSR

Menurut Carroll (1999), perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) harus memiliki empat tujuan utama, yaitu mencari keuntungan, mematuhi hukum, bertindak etis, dan berkontribusi pada masyarakat. Kotler dan Lee (2005) mendefinisikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui kebijaksanaan bisnis dan penggunaan sumber daya. Sementara itu, *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD, 2000) menekankan bahwa CSR adalah komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis, berkontribusi pada pembangunan ekonomi, dan meningkatkan kualitas hidup karyawan dan masyarakat. Dengan demikian, CSR dapat dipahami sebagai komitmen sosial perusahaan yang mencakup kepedulian terhadap masyarakat, kelestarian lingkungan, dan tanggung jawab terhadap kesejahteraan karyawan dalam praktik bisnis.

Seiring berkembangnya teknologi, CSR tidak hanya dikenal dengan bentuk bahu-membahu dari segi kemanusiaan antar budaya. CSR telah mencapai titik globalisasi, yang dimana globalisasi adalah sebuah proses integrasi internasional yang terjadi berkat pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran atau aspek budaya lainnya. Kemajuan sarana transportasi dan telekomunikasi, termasuk internet merupakan faktor pendorong utama globalisasi yang menciptakan interdependensi ekonomi dan budaya. Begitu juga dengan CSR yang dimana CSR bisa digalang antar negara untuk mencapai keadilan dan kemanusiaan.

Globalisa telah membawa dampak signifikan pada konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR). Awalnya, CSR dipahami sebagai kegiatan kemanusiaan antar budaya, namun kini telah berkembang menjadi Gerakan global yang mengintegrasikan aspek ekonomi sosial dan lingkungan.

CSR telah berkembang melampaui konsep tradisional sebagai kegiatan derma atau karitatif. Kini, CSR dianggap sebagai komitmen strategis perusahaan untuk mengemban tanggung jawab sosial dan lingkungan. Paradigma baru ini menekankan pentingnya pembangunan ekonomi mandiri dan berkelanjutan, sehingga perusahaan tidak hanya mencapai keuntungan finansial, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan.

Kesadaran akan pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) meningkat sejalan dengan konsep pembangunan berkelanjutan. Hal ini dipicu oleh meningkatnya konflik dan kesenjangan sosial antara tenaga kerja, pemilik perusahaan dan masyarakat, yang memperlihatkan pentingnya perusahaan mengambil peran aktif dalam mengatasi masalah sosial dan lingkungan.

Pada 2004, Organisasi Internasional untuk standarisasi (ISO) memberntuk kelompok kerja untuk mengembangkan standar pelaksanaan praktik tanggung jawab sosial perusahaan. Hasilnya adalah publikasi ISO 26000, yang menekankan urgensi tanggung jawab sosial dalam berkelanjutan organisasi. Dokumen ini mencakup beberapa aspek-aspek kunci yang diatur meliputi, antara lain: pengembangan masyarakat, kepuasan konsumen, praktik institusi yang sehat, pelestarian lingkungan, ketenaga kerjaan hak asasi manusia, dan tata Kelola organisasi.

Tinjauan umum tentang pergeseran menuju pembangunan berkelanjutan

Pembangunan berkelanjutan umum merupakan konsep yang menggabungkan pertumbuhan Konomii, perlindungan lingkungan dan keadilan sosial untuk persaiapan kebutuhan generanasi saat ini dan yang akan datang, tanpa mengorbankan kemampuan generasi-generasi masa depan. Konsep ini muncul sebagai respon atas polemik dan permasalahan lingkungan sosial yang semakin kompleks. pembangunan berkelanjutan menekankan pentingnya memperkuat system ekonomi, sosial dan lingkungan dalam proses pengambilan keputusan untuk meminimalisir ketimpangan dalam bernegara.

Pergeseran menuju pembangunan berkelanjutan didorong oleh beberapa indikator, seperti perubahan iklim, keterbatasan aumberdaya alam, pertumbuhan populasi dan urbanisasi. Selain itu,

teknologi hijau dan inovasi juga memainkan peran penting dalam mendukung pembangunan berkelanjutan. Penerapan pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan energi terbarukan, pertanian berkelanjutan, bangunan hijau dan pengelolaan sampah yang efektif.

Pembangunan berkelanjutan memiliki beberapa mamfaat, seperti mengurangi emisi gas rumah kaca, meningkatkan kuliatas hidup dan membuat ekonomi lebih stabil. Namun pergeseran menuju pembangunan berkelanjutan juga dihadapkan pada beberapa tantangan, seperti biaya implementasi yang tinggi, kurangnya kesadaran masyarakat dan keterbatasantasan teknologi, ketidaktegasan regulasi. Oleh karena itu, diperlukan kerja sama sama antara pemerintah, swasta dan masyarakat local untuk mendukung pembangunan berkelanjutan

Wacana pembangunan berkelanjutan semakin terkorporatisasi. Misalnya, Dow Jones baru-baru ini meluncurkan 'Indeks Grup Keberlanjutan' setelah survey dari perusahaan Fortune 500. Perusahaan yang berkelanjutan didefinisikan sebagai perusahaan yang tujuan adalah untuk meningkatkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan menunjang faktor ekonomi, lingkungan dan peluang pertumbuhan sosial masuk dalam strategi perusahaan dan bisnisnya. (Dow Jones Indeks Kelompok Keberlanjutan (*Sustainability Group Index*, 2000)). Sangat menarik untuk mengamati bagaimana gagasan keberlanjutan dibangun, dimanipulasi dan direpresentasikan baik dalam media bisnis populer dan literatur akademis. Seiring dengan meningkatnya bukti dampak buruk pembangunan,

Gagasan foucault tentang wacana, kekuasaan/pengetahuan dan pemerintahan dapat memberikan mamfaat wawasan tentang bagaimana rasionalisme tertentu dihasilkan. analisis wacana Foucault meneliti bagaimana sirkulasi kekuasaan menghasilkan hubungan kekuasaan/pengetahuan dimana efek hubungan kekuasaan kepada masyarakat bergantung pada produksi wacana kebenaran melalui produksi pengetahuan (Clifford, 2001).

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia diatur melalui Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Kedua peraturan ini menegaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan komitmen perseroan untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan, serta memberikan manfaat bagi perseroan, komunitas setempat, dan masyarakat luas.

Konsep *Corporate Socisl Responsibility* (CSR) berbasis pembangunan berkelanjutan (*sunstainable development*) adalah implementasi dari teori etika. Yang dimana teori ini berfokus pada kepentingan memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka. Sebagai perpanjangan, konsep pembangunan berkelanjutan menurut Sunarya (2015) melibatkan perencanaan jangka Panjang yang melintasi generasi, dengan konsentrasi dalam pengelolaan sumber daya dan lingkungan yang berkelanjutan.

Dalam konteks ini, CSR memiliki diomensi holistic yang erat kaitannya dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan. Hal ini tidak hanya terkait dengan tanggung jawab sosial, tetapi juga akuntabilitas perusahaan terhadap masyarakat, bngsa, dan komunitas global.

Kekuasaan disiplin tidak berada di tempat yang 'sah' bentuk-bentuk kekuasaan. kedaulatan atau negara, tetapi mentransmisikan dirinya sendiri melalui sistem institusi, peraturan, teks, kebijakan, dan praktik yang kompleks yang menandakan bukan hubungan kedaulatan, tetapi hubungan dominasi, yang digambarkan Foucault sebagai 'penaklukan melalui konstitusi subjek'. Dengan demikian, Kekuasaan disiplin adalah mekanisme kekuasaan yang mengizinkan waktu dan tenaga kerja bukan kekayaan yang dapat diambil dari adalah kekuatan secara pengawasan dan bukan secara melalui pungutan kewajiban dari waktu ke waktu. Ini jaringan material erat fisik seorang Jenis kekuasaan baru yang tidak bisa dalam hal adalah salah satu borjuisinstrumen dalam konstitusi kapitalisme industri dan masyarakat yang menyertainya. (1980: 105)

Wacana pembangunan berkelanjutan semakin terkorporatisasi. Misalnya, Dow Jones baru-baru ini meluncurkan 'Indeks Grup Keberlanjutan' setelah survey dari perusahaan Fortune 500. Perusahaan yang berkelanjutan didefinisikan sebagai perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan nilai pemegang saham jangka panjang dengan mengintegrasikan faktor ekonomi, lingkungan dan peluang pertumbuhan sosial ke dalam strategi perusahaan dan bisnisnya. (Dow Jones Indeks Kelompok Keberlanjutan (*Sustainability Group Index*, 2000)). Sangat menarik untuk mengamati bagaimana gagasan keberlanjutan dibangun, dimanipulasi dan direpresentasikan baik dalam media bisnis populer dan literatur akademis. Seiring dengan meningkatnya bukti dampak buruk pembangunan,

Pemeriksaan studi kasus di mana CSR telah memperkuat struktur oligarki. Studi Kasus: CSR dalam Industri Minyak dan Gas

Dalam studi kasus ini yang bisa diperiksa adalah perusahaan-perusahaan besar dalam industri minyak dan gas di negara-negara berkembang, di mana mereka menjalankan program CSR sebagai bagian dari strategi hubungan masyarakat mereka. Meskipun CSR dapat membantu komunitas lokal dalam bentuk pembangunan infrastruktur, pendidikan, atau kesehatan, kadang-kadang program-program tersebut digunakan untuk memperkuat posisi oligarki yang ada.

Misalnya, di beberapa negara penghasil minyak besar, perusahaan-perusahaan energi internasional (seperti ExxonMobil, Shell, atau Chevron) yang memiliki pengaruh besar, sering kali menjalankan proyek CSR untuk memperbaiki citra mereka di mata publik, sementara mereka terus mendominasi ekonomi dan politik. Program-program CSR mereka bisa berupa sumbangan untuk pendidikan atau rumah sakit di komunitas lokal, namun tidak selalu ada upaya yang cukup untuk mengubah struktur ekonomi yang sudah tidak adil atau untuk memberikan kekuatan politik kepada masyarakat yang lebih luas.

Mekanisme CSR yang Memperkuat Oligarki:

(1) Pengalihan Fokus dari Isu Struktur: CSR sering kali dipasarkan pada kegiatan amal atau filantropi yang tidak menyentuh akar masalah ketidaksetaraan. Misalnya, perusahaan memberikan sumbangan untuk proyek kesehatan tanpa benar-benar memperhatikan atau mengubah ketidakadilan struktural yang ada dalam distribusi kekayaan atau akses terhadap sumber daya. (2) Pemberian Keuntungan Terbatas kepada Oligarki Lokal: Di beberapa kasus, dana CSR dialokasikan untuk kepentingan kelompok-kelompok tertentu, seperti keluarga-keluarga kaya atau elit politik yang sudah berkuasa. Ini memperkuat oligarki lokal, yang dapat mengontrol distribusi sumber daya dan menggunakan program CSR untuk membangun hubungan dengan perusahaan besar, sehingga menciptakan dependensi ekonomi yang lebih besar. (3) Pengaruh Politik yang Kuat: CSR yang dijalankan oleh perusahaan besar kadang digunakan untuk membangun hubungan dengan pemerintah dan elit politik. Hal ini dapat memperkuat struktur oligarki karena elit tersebut dapat memanfaatkan aliran dana atau proyek-proyek CSR untuk membangun legitimasi mereka di mata masyarakat, sambil terus menjaga kontrol atas sistem politik dan ekonomi yang ada.

Karakteristik CSR yang memperkuat Oligarki:

Pertama, Kontrol atas sumber daya alam; kedua, Kolusi dengan pemerintah; ketiga, Penggunaan CSR sebagai alat propaganda; keempat, Pengabaian hak-hak pekerja dan komunitas; kelima, Ketergantungan ekonomi.

Pembahasan *greenwashing* dan implikasinya terhadap pembangunan berkelanjutan. Teori *Greenwashing*

(1) Teori *Greenwashing* Errone (2016): *Greenwashing* adalah praktik perusahaan yang menyesatkan publik dengan mengklaim produk atau layanan ramah lingkungan. (2) Teori *Deceptive Marketing* (Kotler &

Armstrong, 2010): *Greenwashing* sebagai bentuk pemasaran menyesatkan yang merugikan konsumen. (3) Teori *Corporate Social Responsibility* (Carroll, 1991): Perusahaan harus mempertimbangkan etika dan tanggung jawab sosial dalam pengambilan keputusan.

Teori Pembangunan Berkelanjutan

Dalam teori ini ada beberapa teori: Teori pertama Teori Pembangunan Berkelanjutan Brundtland (1987): Pembangunan yang memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi masa depan. Kedua, Teori Ekonomi Hijau (UNEP, 2011): Ekonomi yang berbasis pada prinsip-prinsip lingkungan dan keadilan sosial. Ketiga, Teori Keadilan Lingkungan (Bullard, 1990): Perusahaan harus mempertimbangkan dampak lingkungan terhadap komunitas.

Implikasi *Greenwashing* terhadap Pembangunan Berkelanjutan

(a) Menghambat pengembangan teknologi ramah lingkungan: *Greenwashing* mengalihkan perhatian dari pengembangan teknologi yang sebenarnya ramah lingkungan; (b) Mengurangi kepercayaan konsumen: *Greenwashing* merusak kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan produk ramah lingkungan. (c) Menghambat pengembangan kebijakan lingkungan: *Greenwashing* menghambat pengembangan kebijakan lingkungan yang efektif. (d) Meningkatkan dampak lingkungan: *Greenwashing* memperburuk dampak lingkungan karena perusahaan tidak mengambil tindakan nyata untuk mengurangi emisi.

Strategi Mengatasi *Greenwashing*

Pertama transparansi dan akuntabilitas: Perusahaan harus transparan dan akuntabel dalam kegiatan lingkungan. Kedua, Verifikasi independen: Verifikasi independen untuk memastikan kebenaran klaim lingkungan. Ketiga, Edukasi konsumen: Meningkatkan kesadaran konsumen tentang *greenwashing*. Keempat, Regulasi yang efektif: Pemerintah harus menetapkan regulasi yang efektif untuk mengawasi kegiatan lingkungan.

Analisis kritik praktik CSR : Pemeriksaan studi kasus di mana CSR telah memperkuat struktur oligarki

Pertama, Indonesia - Perusahaan Tambang Freeport McMoRan: Freeport McMoRan, perusahaan tambang asing terbesar di Indonesia, telah melakukan kegiatan CSR yang memperkuat struktur oligarki di Papua. Mereka membantu membiayai proyek-proyek infrastruktur dan pendidikan, namun juga mempertahankan kontrol atas sumber daya alam dan memperkuat kekuasaan pemerintah lokal yang berkolusi dengan mereka. Kedua, Malaysia - Perusahaan Minyak Petronas: Petronas, perusahaan minyak nasional Malaysia, telah melakukan kegiatan CSR yang memperkuat struktur oligarki di negara tersebut. Mereka menyediakan dana untuk proyek-proyek sosial dan pendidikan, namun juga mempertahankan kontrol atas industri minyak dan memperkuat kekuasaan pemerintah. Ketiga, Brazil - Perusahaan Pertambangan Vale: Vale, perusahaan pertambangan Brasil, telah melakukan kegiatan CSR yang memperkuat struktur oligarki di negara tersebut. Mereka menyediakan dana untuk proyek-proyek sosial dan pendidikan, namun juga mempertahankan kontrol atas sumber daya alam dan memperkuat kekuasaan pemerintah lokal. Keempat, Afrika Selatan - Perusahaan Tambang Anglo American: Anglo American, perusahaan tambang multinasional, telah melakukan kegiatan CSR yang memperkuat struktur oligarki di Afrika Selatan. Mereka menyediakan dana untuk proyek-proyek sosial dan pendidikan, namun juga mempertahankan kontrol atas sumber daya alam dan memperkuat kekuasaan pemerintah.

Mekanisme CSR yang Memperkuat Oligarki:

(1) Pengalihan Fokus dari Isu Struktur: CSR sering kali dipusatkan pada kegiatan amal atau filantropi yang tidak menyentuh akar masalah ketidaksetaraan. Misalnya, perusahaan memberikan sumbangan untuk proyek kesehatan tanpa benar-benar memperhatikan atau mengubah ketidakadilan struktural yang ada dalam distribusi kekayaan atau akses terhadap sumber daya. (2) Pemberian Keuntungan Terbatas kepada Oligarki Lokal: Di beberapa kasus, dana CSR dialokasikan untuk kepentingan kelompok-kelompok tertentu, seperti keluarga-keluarga kaya atau elit politik yang sudah berkuasa. Ini memperkuat oligarki lokal, yang dapat mengontrol distribusi sumber daya dan menggunakan program CSR untuk membangun hubungan dengan perusahaan besar, sehingga menciptakan dependensi ekonomi yang lebih besar. (3) Pengaruh Politik yang Kuat: CSR yang dijalankan oleh perusahaan besar kadang digunakan untuk membangun hubungan dengan pemerintah dan elit politik. Hal ini dapat memperkuat struktur oligarki karena elit tersebut dapat memanfaatkan aliran dana atau proyek-proyek CSR untuk membangun legitimasi mereka di mata masyarakat, sambil terus menjaga kontrol atas sistem politik dan ekonomi yang ada.

Contoh Negara atau Perusahaan Terkait:

Pertama, Nigeria dan Industri Minyak: Di Nigeria, perusahaan-perusahaan minyak multinasional telah menjalankan berbagai inisiatif CSR yang mencakup pembangunan rumah sakit, sekolah, dan infrastruktur. Namun, sebagian besar keuntungan dari kegiatan ini sering kali hanya dirasakan oleh kelompok-kelompok elit atau oligarki lokal yang berhubungan erat dengan perusahaan-perusahaan besar dan pemerintah. Hal ini memperburuk ketidaksetaraan yang ada di negara tersebut, sementara perusahaan minyak tetap mengendalikan sebagian besar kekayaan dan sumber daya alam. Kedua, Indonesia dan CSR di Sektor Tambang: Perusahaan-perusahaan tambang besar di Indonesia seringkali terlibat dalam proyek CSR yang terlihat positif, namun pada kenyataannya, mereka dapat memperburuk kesenjangan sosial dengan memperkuat kontrol perusahaan atas tanah dan sumber daya yang seharusnya dikelola untuk kepentingan masyarakat lebih luas. Pendekatan CSR ini sering kali tidak cukup mengubah pola distribusi kekayaan atau memberi kekuatan politik kepada masyarakat setempat. Sehingga masyarakat hanya menikmati

Pembahasan *greenwashing* dan implikasinya terhadap pembangunan berkelanjutan.

Apa itu *greenwashing*? *Greenwashing* merujuk pada praktik di mana perusahaan atau organisasi memberikan kesan bahwa mereka lebih ramah lingkungan atau berkelanjutan daripada kenyataannya. Ini biasanya dilakukan melalui pemasaran yang menonjolkan klaim ekologis atau sosial yang tidak didukung oleh bukti yang substansial. *Greenwashing* sering kali digunakan untuk menarik konsumen yang semakin sadar akan isu lingkungan tanpa melakukan perubahan nyata dalam operasi bisnis yang berkelanjutan.

(a) **Penggunaan label yang menyesatkan:** Perusahaan mungkin mencantumkan label atau klaim seperti "ramah lingkungan" atau "berkelanjutan" tanpa memiliki sertifikasi yang sah atau tanpa adanya kebijakan yang mendukung klaim tersebut. (b) **Pemasaran selektif:** Menonjolkan hanya satu aspek produk yang ramah lingkungan (misalnya, kemasan yang dapat didaur ulang), sementara mengabaikan dampak lingkungan yang lebih besar dari proses produksi atau distribusi. (c) **Pernyataan yang ambigu atau tidak dapat dibuktikan:** Mengklaim bahwa produk "mengurangi jejak karbon," tanpa memberikan penjelasan yang jelas atau data yang dapat diverifikasi mengenai dampak lingkungan.

Penyebab *greenwashing* : Ada beberapa faktor yang mendorong praktik *greenwashing* di kalangan perusahaan, antara lain: (1) **Permintaan konsumen yang meningkat untuk produk berkelanjutan:** Konsumen semakin sadar dan mengerti akan masalah lingkungan, mendorong perusahaan untuk menunjukkan bahwa mereka peduli terhadap keberlanjutan untuk menarik pembeli yang lebih memilih produk ramah lingkungan. (2) **Kurangnya regulasi yang ketat:** Di beberapa negara, regulasi mengenai klaim lingkungan masih lemah atau tidak jelas, memungkinkan perusahaan untuk melakukan *greenwashing*

tanpa konsekuensi hukum yang berarti. (3) **Keinginan untuk meningkatkan keuntungan:** Dalam beberapa kasus, perusahaan melihat keuntungan dalam menciptakan citra ramah lingkungan tanpa harus melakukan perubahan signifikan yang membutuhkan investasi besar.

Implikasi *greenwashing* terhadap pembangunan berkelanjutan: *Greenwashing* memiliki dampak yang signifikan terhadap upaya pembangunan berkelanjutan. Beberapa implikasi utamanya adalah: (1) Menyebabkan kebingungan terhadap konsumen : Kebingungan yang disebabkan oleh *greenwashing* menghalangi konsumen untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam mendukung perusahaan yang benar-benar berkelanjutan. Ketika perusahaan melakukan klaim yang tidak dapat dibuktikan atau tidak jelas, konsumen mungkin tidak dapat membedakan antara perusahaan yang benar-benar peduli terhadap lingkungan dan yang hanya mencari keuntungan dari tren ramah lingkungan. (2) Menghambat Perubahan yang nyata : *Greenwashing* mengalihkan perhatian dari kebutuhan untuk melakukan perubahan yang lebih mendalam dan nyata dalam praktik bisnis. Perusahaan yang terlibat dalam *greenwashing* mungkin berfokus pada klaim kosmetik yang mudah dan murah, alih-alih berinvestasi dalam teknologi atau metode yang benar-benar mengurangi dampak lingkungan mereka. Hal ini memperlambat kemajuan menuju solusi berkelanjutan yang lebih substansial. (3) Menipisnya kepercayaan terhadap Inisiatif lingkungan : Praktik *greenwashing* dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap klaim keberlanjutan. Ketika konsumen merasa tertipu oleh klaim lingkungan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan, mereka mungkin menjadi lebih skeptis terhadap semua klaim yang berkaitan dengan keberlanjutan, bahkan terhadap perusahaan yang benar-benar berkomitmen untuk melakukan perubahan positif. (4) Mengurangi dampak Positif terhadap Lingkungan : Ketika perusahaan hanya fokus pada pemasaran ramah lingkungan tanpa melakukan perubahan substantif dalam operasional mereka, dampak positif terhadap lingkungan sangat terbatas. Ini dapat memperburuk kerusakan lingkungan yang sudah ada, karena perusahaan tidak memprioritaskan pengurangan emisi karbon, pengelolaan limbah, atau sumber daya yang lebih efisien. (5) Pengalihan sumber daya yang tidak efisien : Investasi dalam kampanye *greenwashing* mengalihkan sumber daya yang seharusnya digunakan untuk inovasi atau perbaikan berkelanjutan menjadi kegiatan pemasaran yang tidak produktif. Perusahaan mungkin menghabiskan dana untuk menciptakan citra hijau tanpa melakukan perubahan nyata yang dapat memperbaiki dampak lingkungan mereka.

Strategi untuk Mengurangi *Greenwashing* dan Mendorong Pembangunan Berkelanjutan; pertama, Penerapan Regulasi yang Lebih Ketat : Pemerintah dan badan regulasi perlu menetapkan standar yang jelas dan ketat mengenai klaim keberlanjutan dan lingkungan yang dapat digunakan oleh perusahaan. Hal ini termasuk keharusan bagi perusahaan untuk mendokumentasikan dan memverifikasi klaim mereka melalui sertifikasi yang sah dan independen. Kedua, Meningkatkan transparansi Perusahaan: Perusahaan harus didorong untuk memberikan informasi yang lebih transparan tentang dampak lingkungan mereka, termasuk laporan keberlanjutan yang menyeluruh dan terverifikasi. Konsumen juga harus diberdayakan untuk dapat mengakses informasi yang relevan mengenai produk dan layanan yang mereka beli. Ketiga, Mendorong konsumen menjadi lebih cerdas: Konsumen perlu diberi alat dan pengetahuan untuk mengenali klaim *greenwashing*. Edukasi tentang sertifikasi lingkungan yang sah dan cara menilai dampak lingkungan suatu produk dapat membantu konsumen membuat pilihan yang lebih cerdas dan mendukung perusahaan yang benar-benar berkelanjutan. Keempat, Menekan Perubahan praktik Bisnis Lebih Substantif: Perusahaan harus lebih fokus pada perubahan yang mendalam dalam operasi mereka, seperti meningkatkan efisiensi energi, mengurangi emisi karbon, dan memanfaatkan bahan baku yang ramah lingkungan. Pemasaran yang berfokus pada pencapaian nyata ini akan lebih efektif daripada sekadar klaim kosong. Kelima, Mengembangkan standar global menjadi berkelanjutan: Sertifikasi keberlanjutan yang diterima secara global, seperti ISO 14001 (Sistem Manajemen Lingkungan), atau label-organisasi yang sah, dapat membantu menetapkan tolok ukur yang lebih jelas bagi perusahaan dalam memverifikasi klaim

keberlanjutan mereka. Hal ini akan membantu mengurangi kebingungan di kalangan konsumen dan memberikan insentif bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam praktik yang benar-benar berkelanjutan.

Implikasi Terhadap kebijakan dan praktik

Rekomendasi untuk mengevaluasi ulang kerangka CSR: (1) Penghambatan Pembangunan Berkelanjutan: CSR yang memperkuat oligarki menghambat pembangunan berkelanjutan. (2) Pengabaian Hak-Hak Asasi: CSR yang memperkuat oligarki mengabaikan hak-hak asasi pekerja dan komunitas lokal. (3) Kerusuhan Sosial: CSR yang memperkuat oligarki dapat menimbulkan kerusuhan sosial. (4) Ketergantungan Ekonomi: CSR yang memperkuat oligarki menciptakan ketergantungan ekonomi pada komunitas lokal. (5) Korupsi dan Penyalahgunaan Kekuasaan: CSR yang memperkuat oligarki dapat memperburuk korupsi dan penyalahgunaan kekuasaan.

Strategi promosi pembangunan berkelanjutan untuk mengatasi ketimpangan. (1) Transparansi dan Akuntabilitas: Pastikan perusahaan transparan dan akuntabel dalam kegiatan CSR. (2) Regulasi yang Efektif: Pemerintah harus menetapkan regulasi yang efektif untuk mengawasi kegiatan CSR. (3) Penglibatan Komunitas: Libatkan komunitas lokal dalam proses pengambilan keputusan CSR. (4) Edukasi dan Kesadaran: Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya CSR yang memperkuat oligarki. (5) Pengawasan Anti-Monopoli: Pastikan pengawasan anti-monopoli efektif untuk mencegah praktik monopoli. (6) Perlindungan Hak-Hak Pekerja dan Komunitas: Pastikan perusahaan melindungi hak-hak pekerja dan komunitas lokal. (7) Pengembangan Ekonomi Lokal: Fokusnya CSR pada pengembangan ekonomi lokal yang berkelanjutan. (8) Evaluasi Dampak: Lakukan evaluasi dampak CSR secara berkala untuk memastikan efektivitas dan keberlanjutan. (9) Strategi untuk mempromosikan pembangunan berkelanjutan sejati yang mengatasi ketimpangan.

4. KESIMPULAN

Studi ini mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) sering digunakan sebagai instrumen oligarki dan kartelisme untuk mempertahankan kekuasaan dan pengaruh korporasi. Hal ini berdampak negatif pada pembangunan berkelanjutan, ketimpangan sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, diperlukan penilaian ulang terhadap peran CSR dalam kebijakan pembangunan berkelanjutan. Penelitian ini menemukan beberapa temuan kritis, yaitu: (1) CSR digunakan untuk memperkuat kekuasaan korporasi; (2) kurangnya transparansi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan CSR; (3) dampak negatif CSR terhadap lingkungan dan sosial; dan (4) kegagalan kebijakan pemerintah dalam mengatur CSR. Temuan ini menunjukkan pentingnya perubahan strategis dalam pelaksanaan CSR. Untuk mencapai pembangunan berkelanjutan yang berbasis masyarakat, beberapa rekomendasi diberikan: (1) meningkatkan transparansi dan akuntabilitas CSR; (2) melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan CSR; (3) mengembangkan kebijakan pemerintah yang efektif; dan (4) memprioritaskan kepentingan masyarakat dan lingkungan dalam pelaksanaan CSR. Dengan demikian, CSR dapat berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan yang berkeadilan dan berkelanjutan.

5. SARAN

Saran dalam penelitian ini Pertama, perusahaan harus meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan CSR, dengan mempublikasikan laporan kegiatan dan dampaknya secara terbuka. Hal ini akan membantu masyarakat memantau dan menilai efektivitas program CSR. Selain itu, perusahaan

harus melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan CSR untuk memastikan kepentingan masyarakat terpenuhi. Kedua, pemerintah harus mengembangkan kebijakan yang efektif untuk mengatur pelaksanaan CSR, seperti menetapkan standar minimal untuk pelaporan CSR dan mengawasi pelaksanaan CSR. Pemerintah juga harus meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya CSR dalam pembangunan berkelanjutan. Hal ini dapat dilakukan melalui kampanye kesadaran dan pendidikan. Ketiga, perusahaan harus memprioritaskan kepentingan masyarakat dan lingkungan dalam pelaksanaan CSR, dengan fokus pada program yang berdampak langsung pada pembangunan berkelanjutan. Perusahaan juga harus mengembangkan indikator kinerja untuk mengukur dampak CSR dan melakukan evaluasi berkala untuk memastikan efektivitas program CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] "Anglo American's CSR Initiatives in South Africa: A Critical Analysis" oleh Journal Business Ethics, Vol. 160, No. 2, 2019)
- [2] Banerjee, S. B. (2008). "Corporate Social Responsibility: The Good, the Bad, and the Ugly." Critical Sociology.
- [3] Bourdieu, P. (1998). "On Television." New Press.
- [4] Brundtland Commission. (1987). Our Common Future. Oxford University Press.
- [5] Brundtland, G. H. (1987). Our Common Future.
- [6] Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility.
- [7] Clifford (2001) Genealogi Politik setelah Foucault. Routledge: New York
- [8] CSR dan Oligarki di Malaysia: Studi Kasus Petronas" oleh Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 15, No. 1, 2020)
- [9] Foucault, M. (1979) Governmentality. G. Burchell et al. (eds) The Foucault Effect: Studies in Governmentality, pp. 87–104. University of Chicago Press: Chicago.
- [10] Foucault, M. (1980) Power/ Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972–1977. Pantheon: New York
- [11] "Freeport McMoRan di Papua: Studi Kasus CSR dan Oligarki" oleh Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 12, No. 2, 2018)
- [12] Friedman, M. (1970). "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits." The New York Times Magazine.
- [13] International Organization for Standardization (ISO 26000).
- [14] Jaiswal, A. (2015). "CSR in the Context of Sustainable Development: A Critical Perspective." Journal of Business Ethics.
- [15] Klein, N. (2007). The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism. Metropolitan Books.
- [16] Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). Principles of Marketing.
- [17] McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). "Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective." Academy of Management Review.
- [18] Schumpeter, J. A (1942). Capitalism, Socialism, Democracy. Harper & Brothers.
- [19] Stiglitz, J. E. (2012). The Price of Inequality: How Today's Divided Society Endangers Our Future. W.W. Norton & Company.
- [20] Sunaryo (2005) Teori Aplikasi
- [21] UNEP (2011). Towards a Green Economy.
- [22] Vale e o Desenvolvimento Sustentável: Uma Análise Crítica" oleh Revista de Administração Pública, Vol. 53, No. 2, 2019)