



Promosi Terselubung dalam “CSR” Industri Rokok

Jalal

Lingkar Studi CSR, www.csrindonesia.com
Disampaikan dalam *Training of Trainers*
Aliansi Masyarakat Korban Rokok Indonesia
Jakarta, 17 Desember 2012



The business community, consumer groups and the general public should join policymakers and the public health community in being more vigilant and critical about tobacco companies' CSR activities. Because, despite the industry's claims, there is little evidence of any fundamental change in their objectives or their practices.

WHO, 2004





- Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)
- CSR dan Industri Rokok
- Mewaspada *CSR-washing*
- Lampiran: Publikasi Mutakhir tentang “CSR” Industri Rokok.



**SMOKE
FREE
ZONE**

AGENDA



Pengertian Tanggung Jawab Sosial

“Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behaviour that contributes to sustainable development, health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behaviour; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationships.”

(ISO 26000: 2010 *Guidance on Social Responsibility*)



Pertanyaan dari definisi

1. Apakah dampak industri rokok terhadap masyarakat dan lingkungan hidup?
2. Apakah dampak tersebut positif untuk pembangunan berkelanjutan, kesehatan dan kesejahteraan masyarakat?
3. Apakah industri rokok mempertimbangkan ekspektasi pemangku kepentingan, terutama mereka yang dirugikan?
4. Apakah industri rokok menghormati dan taat kepada hukum?
5. Apakah industri rokok berbisnis dengan cara yang konsisten dengan norma perilaku internasional?



Prinsip Tanggung Jawab Sosial

1. Akuntabilitas
2. Transparensi
3. Perilaku Etis
4. Penghormatan kepada Kepentingan *Stakeholder*
5. Kepatuhan kepada Hukum
6. Penghormatan kepada Norma Perilaku Internasional
7. Penegakan HAM



Sumber:

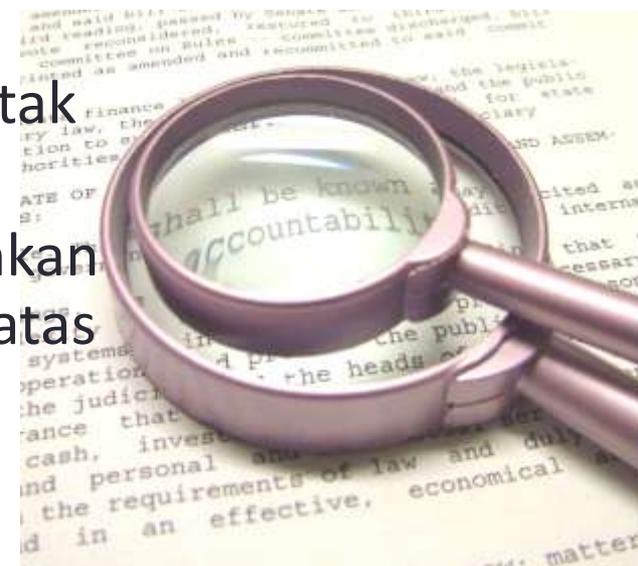
ISO 26000: 2010 Guidance on Social Responsibility



Prinsip 1. Akuntabilitas

- Akuntabilitas: membuktikan bahwa organisasi bersangkutan melakukan segala sesuatu dengan benar.
- Akuntabilitas yang diminta adalah terhadap seluruh pemangku kepentingan, dalam hal dampak organisasi atas masyarakat dan lingkungan—termasuk dampak yang tak disengaja atau tak diperkirakan
- Organisasi seharusnya menerima bahkan mendorong penyelidikan mendalam atas dampak operasionalnya.

Maukah industri rokok mendorong penyelidikan mendalam atas dampak produknya?





Prinsip 2. Transparensi

- Sebuah organisasi seharusnya menyatakan dengan transparen seluruh keputusan dan aktivitasnya yang memiliki dampak atas masyarakat dan lingkungan.
- Karenanya, yang dituntut adalah keterbukaan yang “*clear, accurate and complete*” atas seluruh kebijakan, keputusan dan aktivitas.



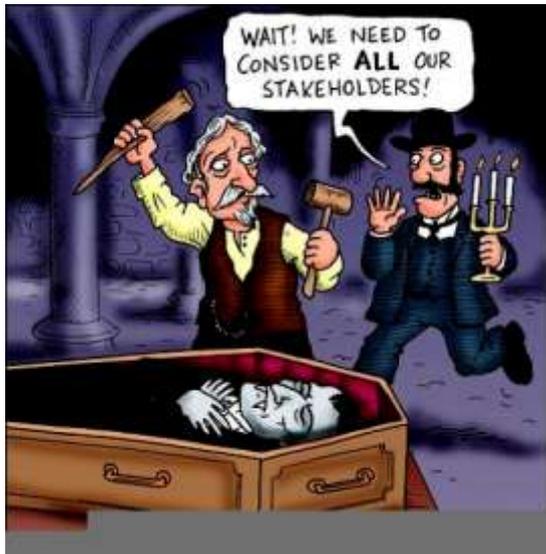
Apakah industri rokok bisa transparen secara “*clear, accurate and complete*” atas dampak yang ditimbulkan produknya?



Prinsip 4.

Penghormatan pada Kepentingan *Stakeholder*

- Sebuah organisasi harus menghormati dan menanggapi kepentingan seluruh *stakeholder*-nya.
- Yang harus dilakukan adalah: (1) mengidentifikasi, (2) menanggapi kebutuhan, (3) mengenali hak-hak legal dan kepentingan yang sah, serta (4) mengenali kepentingan yang lebih luas terkait dengan pembangunan berkelanjutan.



Apakah industri rokok menghormati pemangku kepentingan generasi sekarang dan mendatang dalam isu kesehatan dan kemiskinan?



Prinsip 6.

Penghormatan terhadap Norma Perilaku Internasional

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

Adakah perusahaan rokok yang berani mengacu kepada norma internasional pembatasan tembakau = FCTC?

Subjek Inti Tanggung Jawab Sosial



Sumber:

ISO 26000: 2010 Guidance on Social Responsibility





Subjek Inti 2.

Hak-hak Asasi Manusia

1. Penelitian mendalam (*due diligence*)
2. Kondisi yang menimbulkan risiko HAM
3. Penghindaran pelanggaran
4. Penyelesaian keluhan
5. Diskriminasi dan kelompok-kelompok rentan
6. Hak-hak sipil dan politik
7. Hak-hak ekonomi, sosial dan budaya
8. Hak-hak fundamental ketenagakerjaan

Adakah industri rokok yang mengingatkan konsumennya untuk tidak melanggar hak orang lain? Adakah industri rokok yang menyelesaikan keluhan atas produknya?

There's
NO SUCH
THING
as a
"RIGHT" to
violate
RIGHTS



Subjek Inti 5.

Praktik Operasi yang Adil

1. Anti-korupsi
2. Keterlibatan yang bertanggung jawab dalam urusan politik
3. Kompetisi yang adil
4. Promosi tanggung jawab sosial dalam *sphere of influence*
5. Penghormatan terhadap hak cipta



Dalam urusan kebijakan publik, apakah industri rokok benar-benar bertanggung jawab?



Adakah industri rokok yang memelihara kesehatan konsumennya?

Subjek Inti 6.

Isu-isu Konsumen

1. Pemasaran yang adil, dengan informasi yang faktual dan tidak bias, serta praktik kontraktual yang adil
2. Pemeliharaan kesehatan dan keselamatan konsumen
3. Konsumsi yang berkelanjutan
4. Pelayanan dan dukungan terhadap konsumen, serta penyelesaian keberatan
5. Proteksi dan privasi data konsumen
6. Akses terhadap pelayanan esensial
7. Pendidikan dan penyadaran



"Ok, how about this motto: 'If you are unhappy for any reason, we will feel really bad'."



CSR dan Industri Rokok

- Tidak ada satupun indeks *socially responsible investment* yang memasukkan industri tembakau.
- Wakil industri rokok tidak diijinkan untuk berbicara dalam forum-forum CSR terkemuka. Pelarangannya ditandatangani 86 pakar CSR dan etika bisnis di tahun 2004, dipimpin Peter Singer dan Arthur Kaplan.
- Dalam survei-survei pemangku kepentingan skala global, industri rokok dianggap industri dengan kinerja CSR paling rendah, bahkan tidak bisa masuk kategori bertanggung jawab sosial.



FTSE4Good

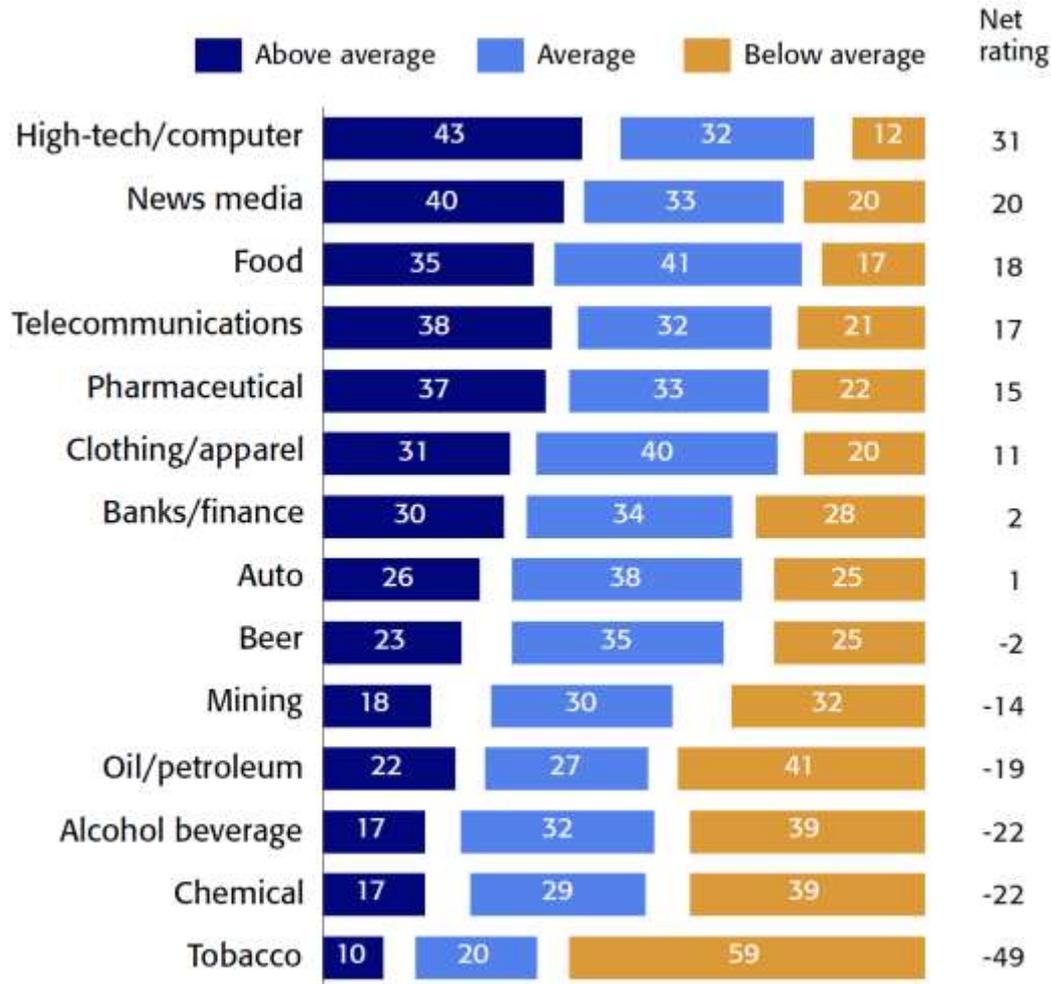


Dow Jones
Sustainability Indexes



Kinerja CSR Per Sektor

(GlobeScan, 2007)

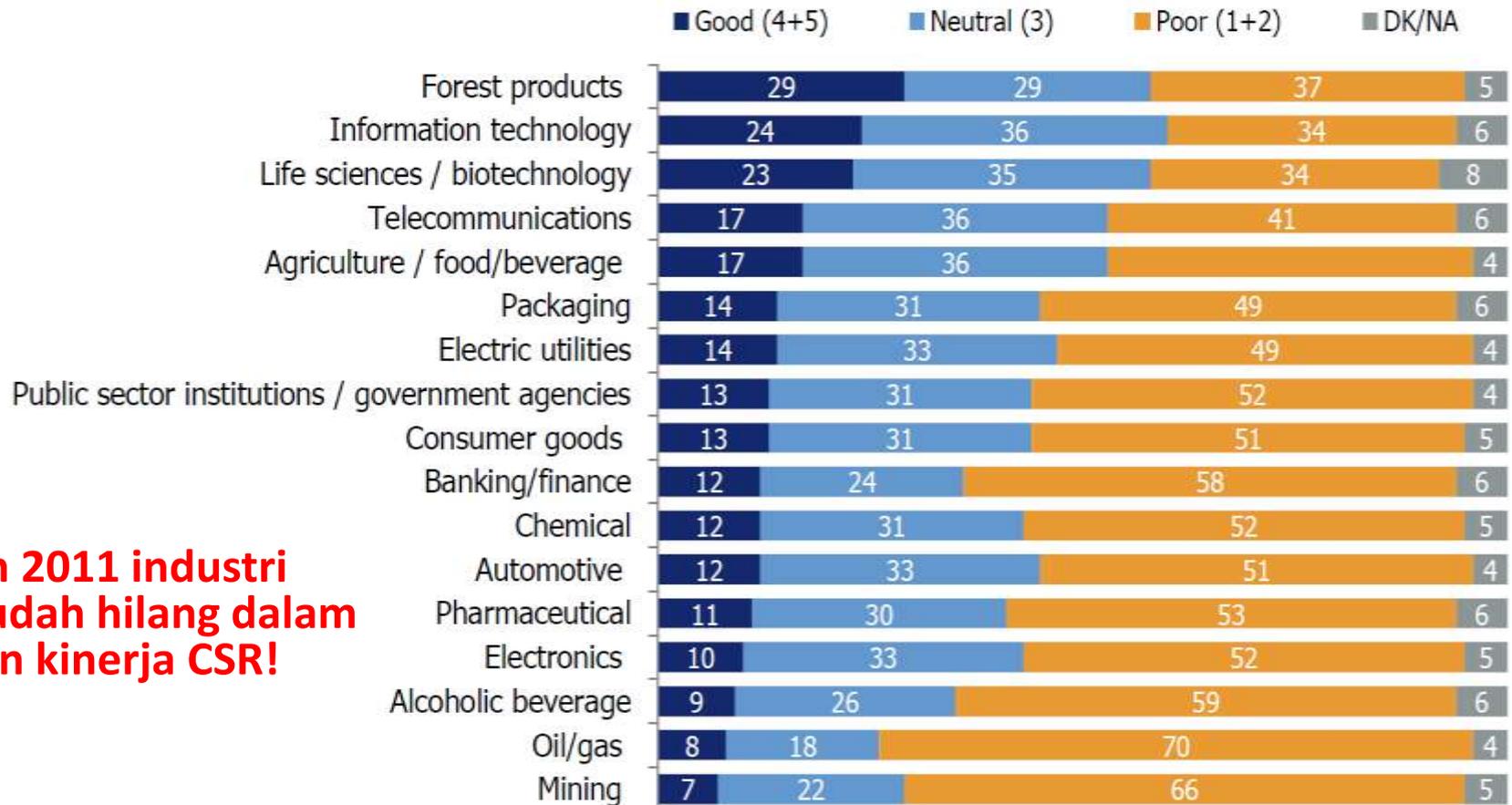


Di tahun 2007 kinerja CSR industri rokok dianggap yang paling rendah.



Kinerja CSR Per Sektor

(SustainAbility and GlobeScan, 2011)



Di tahun 2011 industri rokok sudah hilang dalam penilaian kinerja CSR!



Tuntutan CSR pada Industri Rokok

- **Tidak mencemari proses regulatori pembatasan rokok** (penghormatan pada pemangku kepentingan)
- **Patuh pada regulasi pembatasan, dan meminta perokok patuh** pada regulasi itu (mempromosikan *smoke responsibly*)
- Secara terbuka **mendiskusikan dampak negatif versus dampak positif industri rokok** dan upaya yang dilakukan untuk mengelolanya (membuka dan mengelola eksternalitas)
- **Tidak menyasar generasi muda, apalagi anak-anak**, dalam segala cara
- **Tidak menunggangi konsep CSR untuk kepentingan promosi produk dan industrinya**





CSR-washing Bukan CSR



CSR-washing adalah berbagai kegiatan yang dibuat seolah-oleh sebagai bentuk CSR, untuk mendapatkan citra positif, namun bertentangan dengan tujuan CSR yang sesungguhnya.



Waspadai CSR-washing

1. **“CSR” sebagai bentuk iklan dan promosi.** CSR yang benar seharusnya mengelola dampak dengan serius, dan mengkomunikasikan kinerja secara jujur dan transparan kepada seluruh pemangku kepentingan. Sementara industri rokok tidak cukup serius mengelola dampaknya, namun beriklan dengan besar-besaran
2. **“CSR” sebagai penciptaan citra kebaikan.** Dalam CSR yang benar, citra adalah hasil sampingan dari kinerja. Kalau memang baik, perusahaan berhak mendapat citra baik. Banyak penelitian membutuhkan industri rokok berupaya membeli citra kebaikan.
3. **“CSR” untuk membeli suara penerima manfaat.** CSR yang benar meminta masukan dari pemangku kepentingan, bukan menipu atau membuat bisu. Sementara industri rokok banyak membeli suara orang agar tidak menantang mereka.



Waspadai CSR-washing

4. **“CSR” dengan pengaruh buruk atas kebijakan.** CSR yang benar mensyaratkan keterlibatan perusahaan dalam pembuatan kebijakan seharusnya bersifat positif dan demi kemaslahatan. Namun ada banyak dugaan bahwa industri rokok mempengaruhi pembuat kebijakan agar menguntungkan mereka, dengan cara-cara yang tidak dibenarkan.
5. **“CSR” untuk menurunkan pengendalian.** CSR yang benar mengasumsikan proses diskusi pemangku kepentingan yang jujur, termasuk kalau hasilnya adalah pembatasan. CSR yang benar itu melampaui hukum, dan tidak takut pada pengetatan yang bertujuan baik. Industri rokok kerap menggunakan CSR-washing untuk melawan upaya pengendalian dan membuatnya tidak efektif.



Lampiran. Publikasi Mutakhir Terkait “CSR” Industri Rokok



American Journal of Public Health | October 2012, Vol 102, No. 10

“The Big WHY”: Philip Morris’s Failed Search for Corporate Social Value

| Patricia A. McDaniel, PhD, and Ruth E. Malone, RN, PhD

- Para peneliti ingin mengetahui bagaimana proses pembentukan nilai-nilai sosial perusahaan rokok dengan menggunakan Philip Morris sebagai kasusnya.
- Metodologi yang dipergunakan adalah pembacaan seluruh dokumen internal tahun 2000-2002 tentang “CSR” di antara Corporate Responsibility Taskforce dengan manajemen puncak Philip Morris.



Hasil dan Kesimpulan

- Dalam mengeksplorasi CSR, eksekutif PM mencoba mengidentifikasi nilai-nilai sosial perusahaan, yaitu kontribusi positif atas masyarakat.
- Hasilnya, secara dramatis perusahaan mengubah cara memasarkan produknya, meminta maaf atas kesalahan di masa lampau, dan menyatakan komitmen untuk memberikan manfaat untuk generasi mendatang
- Namun hal-hal itu kemudian ditinggalkan setelah PM sampai kepada titik “...ultimately equated social value with providing shareholder returns.”
- Dalam perhitungan PM sendiri, nilai sosial positif hanya akan terjadi dalam *endgame scenarios*.





The Limits of Corporate Social Responsibility: Techniques of Neutralization, Stakeholder Management and Political CSR

Gary Fooks • Anna Gilmore • Jeff Collin •
Chris Holden • Kelley Lee

- Para peneliti ingin mengetahui bagaimana program “CSR” dalam industri rokok diformulasikan.
- Menggunakan data BAT yang tersedia secara publik, para peneliti mengumpulkan 7.987 dokumen (dengan duplikasi) antara April 2008 – Juli 2009. Sejumlah 1.784 dokumen kemudian dianalisa.



Hasil dan Kesimpulan

- Seluruh dokumen perusahaan yang dianalisa jelas menunjukkan bahwa tujuan “CSR” BAT adalah untuk memecah belah pendapat para pemangku kepentingan.
- Tujuan akhir dari upaya tersebut adalah melemahkan oposisi terhadap kehendak BAT mempertahankan kebebasan komersial.
- Ada dua impuls yang memotivasi pelemahan oposisi: (1) kebutuhan pekerja BAT untuk rekonsiliasi dengan keluarga, sahabat, dan kenalan serta diri sendiri. (2) tekanan untuk membuktikan keuntungan potensial: kebebasan pemasaran, pengaturan oleh diri sendiri, dan intensi pembelian produk yang makin tinggi.



doi: 10.1111/j.1753-6405.2012.00855.x

Alcohol and tobacco

Mike Daube

Curtin University, Western Australia

Penulisnya memiliki kepentingan untuk menjelaskan persamaan dan perbedaan antara industri alkohol dengan industri rokok, dengan menggunakan pengalamannya sebagai akademisi yang menggeluti masalah ini di Australia, serta dengan memanfaatkan berbagai literatur yang terus berkembang.





Hasil dan Kesimpulan

- Alkohol dan rokok adalah penyebab utama kematian, sakit, dan biaya besar yang harus ditanggung masyarakat dunia—yang sebetulnya bisa dicegah. Alkohol merugikan pihak lain melalui kecelakaan lalu lintas, kejahatan dengan kekerasan, dan perilaku antisosial. Tembakau merugikan melalui perokok pasif.
- Industri minuman beralkohol dan rokok sama-sama menolak pengaturan pembatasan konsumsi, baik secara terang-terangan ataupun tertutup. Keduanya juga mendekati diri pada tema-tema kesehatan untuk menutupi dampak merugikan yang timbul karena konsumsinya.
- Kedua industri menysasar konsumen remaja, dan tidak pernah menegakkan secara sungguh-sungguh upaya pembatasan yang mereka kampanyekan sendiri.





Global Health Governance and the Commercial Sector: A Documentary Analysis of Tobacco Company Strategies to Influence the WHO Framework Convention on Tobacco Control

Heide Weishaar^{1*}, Jeff Collin², Katherine Smith², Thilo Grüning³, Sema Mandal³, Anna Gilmore³

1 Centre for Population Health Sciences, University of Edinburgh, Edinburgh, United Kingdom, **2** Global Public Health Unit, University of Edinburgh, Edinburgh, United Kingdom, **3** Department for Health, University of Bath, Bath, United Kingdom

- Para peneliti hendak membuat gambaran komprehensif mengenai bagaimana perusahaan-perusahaan rokok internasional melakukan tindakan-tindakan untuk mencegah dan melemahkan kerangka FCTC.
- Metodologinya adalah dengan analisis data internal perusahaan, dokumen WHO-FCTC, serta meta-analisis atas berbagai penelitian dalam tema serupa.



FCTC
WHO FRAMEWORK CONVENTION
ON TOBACCO CONTROL

Hasil dan Kesimpulan

- Terdapat dua bagian besar cara industri rokok melawan dan melemahkan FCTC, yaitu dengan argumentasi dan *framing*, serta tindakan untuk menonjolkan argumentasi mereka.
- Yang pertama dilakukan dengan menyatakan konsekuensi ekonomi yang buruk; bahwa pembatasan tembakau adalah agenda negara kaya; berlawanan dengan perdagangan bebas, tata kelola yang baik, dan kedaulatan negara; mempertanyakan mandat WHO; dan menyatakan “CSR” sebagai alternatif yang lebih baik.
- Yang kedua dengan menargetkan delegasi FCTC dan politisi tertentu; menggunakan media massa dan membeli ilmuwan; dan menggunakan konsultasi dengan pemangku kepentingan untuk menunda keputusan, dan memastikan masuknya kepentingan mereka.



Terima Kasih Banyak!

Jalal

Lingkar Studi CSR/A+ CSR Indonesia
Jalan Danau Sentani Nomor 9
Bogor 16144

www.csrindonesia.com

office@csrindonesia.com

jalal.csri@yahoo.com; +62-815-13803616