

Pengendalian produk tembakau secara mandiri sebagai instrumen pelaksanaan tanggung jawab sosial korporasi rokok = Tobacco product self-control as an instrument for implementing tobacco industry corporate social responsibility : a socio-legal study

Auditya Firza Saputra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20513922&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini mengulas secara kritis fenomena hegemoni industri rokok di Indonesia, yang salah satunya dibentuk lewat praktik CSR beserta berbagai persoalan implikasi hukum dan sosiologis yang tercipta karenanya. Sejak 2015, Indonesia ditetapkan sebagai salah satu negara dengan angka perokok remaja terbanyak di dunia. Tingginya angka perokok muda membawa berbagai masalah kesehatan dan kesejahteraan akibat konsumsi rokok yang eksekusif. Rokok tanpa disadari telah menjadi kelaziman dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Permasalahan tersebut mengakar dari lemahnya regulasi di lapisan substansi hukum, penegakan yang tidak maksimal di tingkat struktur hukum, maupun kelemahan kultur hukum yang menyebabkan tidak optimalnya kerja kebijakan pengendalian tembakau yang ada. Model CSR filantropi yang dijalankan korporasi rokok dalam bentuk beasiswa pendidikan, sponsor acara olahraga dan musik, derma sosial dan sejenisnya, punya andil dalam menciptakan situasi tersebut. Begitupun persoalan pengaturan tentang periklanan rokok subliminal yang membuat produk tersebut semakin terasosiasikan dengan konstruksi sosial tertentu. Hasil analisis menunjukkan bahwa praktik CSR korporasi rokok masih jauh dari prinsip CSR sebagaimana mestinya, baik dalam standar ISO 26000 maupun Pedoman Bisnis dan HAM PBB. Seharusnya CSR berkonsentrasi pada upaya meminimalisir dampak buruk pada masyarakat, dan hal ini menjadi penting karena inti bisnis yang dijalankan berbahaya dan berdampak langsung pada kesehatan masyarakat. Sebaliknya, praktik CSR industri rokok selama ini justru dijadikan celah promosi atas segala pembatasan aturan yang telah dibuat terhadapnya. Lebih dari itu, CSR digunakan sebagai medium untuk mendapatkan legitimasi moral dari masyarakat agar dapat terus beroperasi dan mendominasi pasar. Temuan penelitian empiris menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara hegemoni dan hegemoni tandingannya terhadap ekspektasi tanggung jawab sosial korporasi di mata konsumennya: semakin tinggi seorang menganggap industri rokok punya jasa-jasa dan kontribusi positif, semakin rendah pula ekspektasinya akan pertanggungjawaban korporasi rokok. Masyarakat sendiri masih gagal melihat isu etis di dalam penyelenggaraan CSR industri rokok. Solusi alternatif yang bisa ditempuh untuk mengoreksi anomali praktik CSR tadi adalah dengan dua skema: pertama, menghentikan kegiatan CSR filantropi dan mengalihkan pengalokasiannya untuk program kolaborasi dengan pihak ketiga, yang dalam hal ini adalah kelompok kepentingan pengendalian tembakau, dalam hal ini stakeholder di bidang advokasi kesehatan masyarakat, untuk menjalankan program pengendalian peredaran produk rokok dalam bentuk edukasi unit-unit penjualan, agen periklanan; serta kedua, menempatkan agen pengendalian pada unit-unit penjualan yang akan berada di bawah tanggung jawab langsung korporasi rokok.

.....This thesis critically reviews the hegemony phenomenon in Indonesian tobacco industry, one of which was believed to be formed through the Corporate Social Responsibility (CSR) practices, along with its various legal and sociological implications created upon. Since 2015, Indonesia has been named as one of the countries with the highest number of teen and child smokers in the world. Such phenomenon has been

linked into various health and welfare issues which was caused by excessive cigarette consumption. Cigarette-smoking had been unwittingly associated as a normal habit in society's daily lifestyle. Some of these problems rooted in the weak regulations at the level of legal substance, the minimum act of enforcement upon the legal structure, and the permissive legal culture which causing the issued tobacco control policy failing to work optimally. The philanthropic CSR done by tobacco industries in the form of education scholarship, sport or music events sponsorship, charity, and its kind, have a stake in creating such situations. Not to mention the regulation problem on subliminal cigarette advertisement which caused the product associated to particular social construction. The analysis shows that the tobacco corporation has not yet implemented the CSR as it should under the standard of ISO 26000 and UN Guidelines on Business and Human Rights' regime, whereas the focus must be on minimalizing adverse effect on society. The issue is critical since the core business is classified as dangerous and having direct impact on public health. Instead, CSR mostly used intentionally as a promotional instrument to perpetuate the dominance of tobacco industry, due to all the restriction policy having issued against them. It became a means to gain moral and intellectual legitimacy from the community for the tobacco industry in order to keep on operating its business as usual. The research findings show significant influence between the hegemony and its counter-hegemony on its consumer expectations of business responsibilities: the higher one considers the cigarette industry having positive contributions, the lower the expectations one's had of corporate responsibility for tobacco industries. Thus, society has been failing and unaware to detect the ethical issues within the implementation of tobacco industry social responsibility. An alternative solution to correct such anomalous CSR practices is offered within two schemes: First, ceasing the act of corporate philanthropy and diverting its allocation for collaborative program with the third parties, in this case the tobacco control interest group consisting of public health stakeholders including professionals to run product control program in the form of education sales units, advertising agencies; and Secondly, placing controlling agents upon sales units or retailers within direct responsibility of the cigarette corporation.