

Online Training : CSR Strategi Menuju GCG

Online Training CSR Strategi Menuju GCG mempelajari mengenai pemahaman yang jelas mengenai Konsep CSR, pemahaman Undang-Undang Perseroan Terbatas Tahun 2007, bagaimana cara untuk mengetahui panduan, yaitu ISO 26000, bagaimana memahami pentingnya moral obligation and social responsibility sesuai budaya Indonesia, dan hal – hal lain mengenai CSR.

Trainer: Drs. Ludwig Suparmo, M.Si (Kode: CSR)

WAKTU PELAKSANAAN

10 - 11 Mei 2027

09:00 - 15:00 WIB

TEMPAT PELATIHAN

By Zoom

Harga

Group Price: Rp 3.700.000
Full Fare: Rp 4.050.000

**) Harga di atas tidak dikenakan PPN 11%, sudah termasuk E-Certificate dan Modul.*

Deskripsi

Tanggung jawab sosial dikenal sebagai tanggung jawab sebuah organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat, lingkungan melalui perilaku transparan, etis, konsisten dengan pembangunan berkelanjutan demi kesejahteraan masyarakat, memperhatikan harapan dari para pemangku kepentingan, sesuai hukum yang berlaku, konsisten dengan norma-norma perilaku internasional, terintegrasi dalam seluruh organisasi.

Indonesia sudah memiliki Undang-undang No 40, Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, BUMN, yang menganjurkan dan mengharuskan perusahaan tertentu menjalankan CSR. CSR itu seharausnya beyond the rules and regulations, yang mendorong agar menjalankan CSR adalah moral obligation. Yang mengatur CSR dalam Undang-undang PT ada tiga pasal. Pasal 1 C,

Definisi TGSL (Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan), dalam pasal ini disebutkan mengenai moral obligation yang menyebutkan komitmen perusahaan untuk ikut serta dalam social responsibility. Di Pasal 66 mengenai keterbukaan, perusahaan diwajibkan untuk mengungkapkan kegiatan CSR-nya melalui publisitas Laporan Tahunan. Pasal 74 disebutkan bahwa bagi perusahaan yang mengelola sumber daya alam atau terkait dengan sumber daya alam untuk melaksanakan CSR.

Bagi perusahaan yang bergerak di sektor industri lainnya jelas CSR lebih merupakan moral obligation serta seyogyanya ikut memberikan social responsibility. Dari segi perspektif Public Relations, program-program CSR terbukti meningkatkan image & trust pemangku kepentingan terhadap perusahaan/industri tersebut.

Jadi merupakan obligasi, obligation to participate mengikuti CSR workshop.

Tujuan Pelatihan

Setelah mengikuti Pelatihan CSR Strategi ini, peserta diharapkan memiliki pengetahuan untuk:

- Pemahaman yang jelas mengenai Konsep CSR
- Pemahaman Undang-Undang Perseroann Terbatas Tahun 2007, sehubungan dengan ketentuan melaksanakan CSR
- Mengetahui Panduan, yaitu ISO 26000
- Memahami pentingnya moral obligation and social responsibility sesuai budayaIndonesia
- Belajar menyusun strategi, taktik menjalankan program-proggram CSR
- Belajar dari success stories perusahaan-perusahaan yang berkembang pesat berkat program CSR-nya
- Memahami dan dapat mengadopsi strategi pelaksanaan CSR sekaligus strategi Public Relations-nya
- Problem solving: menghadapi berbagai rintangan di lapangan, melalui Pubic Trust dan Negotiation Skills
- Mengetahui Strategi Media Relations, sebagai support skills & knowledge dalam membentuk, meningkatkan dan mengembangkan corporate image.
- Melatih menyiapkan dan menulis Press Release dan artikel untuk publikasi, yang merupakan soft ware media Relations
- Strategi menuju Good Corporate Governance (GCG)
- Menyiapkan Monitoring dan Evaluation, sebagai alat kontrol dan alat ukur untuk perbaikan dan pengembangan

Konsep Pemikiran Utama

1. Maraknya pembahasan CSR di forum luas menjadikan salah satu pemikiran utama bahwa perencanaan CSR yang akan diadakan haruslah unik dan berdaya guna
2. Unik karena pemikiran CSR yang akan dirancang haruslah merupakan core business industri yang ditangani. Berhubungan dengan produk/jasa yang dihasilkan. Kreatif, unik dan harus berkelanjutan (Program kecil, sporadik, belum dapat dikategorikan sebagai CSR. Misalnya: sumbang donor darah, kunjungan ke panti asuhan, mengundang kaum duafa, orang jompo menikmati hidangan dan hiburan di tempat rekreasi, sumbangan untuk musibah bencana.)
3. Harus berdaya guna. Dalam bentuk workshop, sehingga peserta mendapatkan manfaat dalam menyusun strategi merancang, melaksanakan dan mengevaluasi berbagai program yang benar-benar merupakan program CSR khusus dan unik sesuai core business sektor industri yang ditangani.

Outline Materi

Materi Pelatihan CSR Strategi yang akan dibahas adalah :

- Day 1
  - 09:00 – 12:00
    - Berdasarkan definisi CSR yang paling terkenal dan diakui secara universal yaitu Definisi dari World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) – Badan Dunia Bagi Pengembangan Berkelanjutan: “The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large” (Komitmen berkelanjutan dari usaha bisnis yang secara etis dan berkontribusi untuk pengembangan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup dari tenaga kerja beserta keluarganya termasuk pula komunitas lokal dan masyarakat pada umumnya)
  - 13:00 – 15:00
    - Mengikuti perkembangan CSR yang sedapatnya memiliki sertrifikasi ISO 26000 seperti yang dituangkan dalam Draft International Standard (DIS) ISO 26000: “Organization relation to the society in which it operates and to its impact on the environment has become a critical part of measuring its overall performance and its ability to continue operating effectively. This is, in part, a reflection of the growing recognition of the need for ensuring healthy ecosystems, social equity and good organizational governance.” ISO 26000 menjelaskan secara komprehensif panduan penyelenggaraan CSR antara lain membahas: pengertian social responsibility, peran stakeholders dalam social responsibility, sustainable development atau pengembangan berkelanjutan, prinsip-prinsip social responsibility diantaranya akuntibilitas, transparansi, ethical behavior, respect for stakeholder interests, respect for the rule of law, respect for international norms of behavior, respect for human rights, juga membahas mengenai dampak sehubungan dengan interest terhadap ekspektasi
- Day2
  - 09:00 – 12:00

- CSR menuju Good Corporate Governance (GCG) memiliki arti yang sangat penting dalam menjalankan suatu organisasi professional, baik di sektor pemerintahan (BUMN) maupun di industri swasta. Mengerti dan memanfaatkan GCG dapat meningkatkan:
    - Meningkatakan kinerja perusahaan melalui proses pengambilan keputusan yang lebih baik.
    - Meningkatkan efisiensi operasionil perusahaan sekaligus memberikan perhatian dan pelayanan kepada stakeholders. Meningkatkan kepercayaan sharesholders.
    - Meningkat corporate image, dan lebih penting corporate value
    - Organisasi/Perusahaan dapat bekerja lebih baik karena berdasarkan best practices.
    - Tercapainya employee satisfaction dan stakeholders satisfaction.

- 13:00 – 15:00
    - Studi Kasus

Instruktur Pelatihan

Drs. Ludwig Suparmo, M.Si (Kode: CSR)

LEAD TRAINER: Drs.Ludwig Suparmo, M.Si. Cum Laud Graduate Master in Communication Sciences, dengan Thesis: Strategi Public Relations: Internet Goes to School (IG2S) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Dalam Kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR), yang merupakan Program CSR paling pertama dari PT Telkom. Sebagai praktisi selama 30 tahun menempati berbagai posisi supervisi dan managerial di berbagai perusahaan Multi National Companies (MNC), maupun perusahaan nasional ternama. 10 tahun terakhir membantu banyak perusahaan dalam Manajemen Komunikasi Strategis.

CONTACT US

Operational Office

ILP CENTER 2nd Floor R19, Jl. Raya Pasar Minggu 39A, Jakarta Selatan

Phone

+62 813-8834-2078

Email

regtraining@valueconsulttraining.com

Website

www.valueconsulttraining.com