

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

KONSEP, STRATEGI, DAN IMPLEMENTASI

Sebagai sebuah konsep yang makin popular, tanggungjawab sosial perusahaan ternyata belum memiliki definisi yang tunggal. Namun demikian ada satu hal yang perlu dicatat sehubungan dengan belum adanya kesepakatan yang sama tentang tanggungjawab sosial perusahaan, yaitu telah diimplementasikannya tanggung jawab sosial perusahaan oleh perusahaan dalam berbagai bentuk kegiatan yang didasarkan atas kesukarelaan. Dan semua itu dilakukan dengan motivasi yang beragam. Rumusan tanggung jawab sosial perusahaan baik oleh para ahli maupun lembaga-lembaga pemerintah/swasta banyak mengalami perbedaan karena dilihat berdasarkan *perspektif subjekifitas* masing-masing. Selain itu terminologi tanggung jawab sosial perusahaan juga sangat banyak meskipun maknanya dipersamakan dengan tanggung jawab sosial perusahaan dan penggunaannya. Menurut *Business for Social Responsibility*, USA menggunakan terminologi *Business Responsibility*, *Corporate Citizenship*, dan *Business Citizenship* untuk merujuk pengertian tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan di Indonesia tanggung jawab sosial perusahaan ini diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan, tanggung jawab sosial korporasi, atau tanggung jawab sosial dunia usaha.



Penyunting:
Ujianto Singgih Prayitno

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

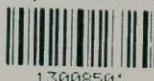
174.4
COR

Penyunting:
Ujianto Singgih Prayitno

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

KONSEP, STRATEGI, DAN IMPLEMENTASI

Perpustakaan DPR RI



13008501

ISBN 978-602-124



9 78602 1247518



ANGOTA DPR



Diterbitkan oleh:
P3DI Setjen DPR RI dan Azza Grafika



174.4

COR

Masyarakat
Perusahaan . Etika Sosial

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: KONSEP, STRATEGI, DAN IMPLEMENTASI

Penyunting:
Ujianto Singgih Prayitno

PERPUSTAKAAN DPR RI

No : 27860
Tgl : 1 - 2 - 2016



Diterbitkan oleh:
P3DI Setjen DPR RI dan Azza Grafika
2015

AZZA
GRAFIKA
Ag
ANGGOTA IKAPI

Judul:

Corporate Social Responsibility: Konsep, Strategi, dan Perusahaan

Perpustakaan Nasional:

Katalog Dalam Terbitan (KDT)

xvii+260 hlm.; 15.5x23 cm

ISBN: 978-602-1247-51-8

Cetakan Pertama, 2015

Penyunting:

Ujianto Singgih Prayitno

Desain Sampul:

Abue

Tata Letak:

Zaki

Penyelia Aksara:

Helmi Yusuf

Diterbitkan oleh:

Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi (P3DI)

Sekretariat Jenderal DPR RI

Gedung Nusantara I Lt. 2

Jl. Jenderal Gatot Subroto Jakarta Pusat 10270

Telp. (021) 5715409 Fax. (021) 5715245

Bersama:

Azza Grafika, Anggota IKAPI DIY, No. 078/DIY/2012

Kantor Pusat:

Jl. Seturan II CT XX/128 Yogyakarta

Telp. +62 274-6882748

Perwakilan Jabodetabek:

Perum Wismamas Blok E1 No. 43-44, Cinangka, Sawangan, Kota Depok

Telp. (021) 7417244

Gambar cover depan diolah dari:

<https://tyasonyoy.wordpress.com/2011/09/30/masalah-sosial-kemiskinan-dan-permukiman-kumuh-di-perkotaan/>

<http://dunia.news.viva.co.id/news/read/503025-who--new-delhi--kota-dengan-kualitas-udara-terburuk-di-dunia>

<https://azmiftah.wordpress.com/2010/08/17/refleksi-kemerdekaan/>

Sanksi Pelanggaran Pasal 72

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta

1. Barangsiapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) atau Pasal 49 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/ atau denda paling sedikit Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarakan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagai dimaksud pada ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah).

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, yang atas perkenan-Nya Para peneliti Kesejahteraan Sosial Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi (P3DI) Setjen DPR RI dapat menyelesaikan tulisan ilmiahnya yang tersusun dalam buku yang bertajuk "*Corporate Social Responsibility: Konsep, Strategi, dan Implementasi*".

Buku ini terdiri dari tiga bagian, *pertama*, berisi kajian tentang konsep *corporate social responsibility* dan perdebatannya serta tanggung jawab sosial perusahaan dalam perspektif sosiologi. *Kedua*, berisi kajian tentang strategi pemberdayaan melalui CSR, peran CSR dalam upaya meredam konflik sosial, sinergi pemerintah, perusahaan dan publik dalam pembangunan sosial, dan kontribusi *corporate social responsibility* dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. *Ketiga*, berisi kajian tentang penguatan kewirausahaan di pesantren melalui program *corporate social responsibility*, dan CSR melalui *microfinance* untuk pemberdayaan perempuan.

Buku ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang konsep, strategi, dan implementasi *corporate social responsibility* di Indonesia. Akhirnya, saya mengucapkan terima kasih kepada para Peneliti P3DI Bidang Kesejahteraan Sosial yang telah berupaya menuangkan pemikirannya dalam buku ini sembari berharap agar di masa mendatang dapat menghasilkan buku-buku lainnya.

Jakarta, Oktober 2015
Kepala Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan
Informasi (P3DI) Setjen DPR RI

Dr. Rahaju Setya Wardani, S.H., M.M.

PROLOG

Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* adalah suatu konsep yang menyebutkan bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya) perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang di antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tanggung jawab Sosial Perusahaan ini berhubungan erat dengan "pembangunan berkelanjutan", yang harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan dampaknya dalam aspek ekonomi, tetapi juga dengan menimbang dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusannya itu, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka panjang. Oleh karena itu, Tanggung jawab Sosial Perusahaan merupakan kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan dengan cara manajemen dampak terhadap seluruh pemangku kepentingannya.

Sebagai sebuah konsep yang makin popular, tanggung jawab sosial perusahaan ternyata belum memiliki definisi yang tunggal. Namun demikian ada satu hal yang perlu dicatat sehubungan dengan belum adanya kesepakatan yang sama tentang tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu telah diimplementasikannya tanggung jawab sosial perusahaan oleh perusahaan dalam berbagai bentuk kegiatan yang didasarkan atas kesukarelaan. Dan semua itu dilakukan dengan motivasi yang beragam. Rumusan tanggung jawab sosial perusahaan baik oleh para ahli maupun lembaga-lembaga pemerintah/swasta banyak mengalami perbedaan karena dilihat berdasarkan *perspektif subjekifitas* masing-masing. Selain itu terminologi tanggung jawab sosial perusahaan juga sangat banyak meskipun maknanya dipersamakan dengan tanggung jawab sosial perusahaan dan penggunaannya. Menurut *Business for Social Responsibility*, USA menggunakan

terminologi *Business Responsibility*, *Corporate Citizenship*, dan *Business Citizenship* untuk merujuk pengertian tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan di Indonesia tanggung jawab sosial perusahaan ini diartikan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan, tanggung jawab sosial korporasi, atau tanggung jawab sosial dunia usaha.

Johnson and Johnson dalam Hadi¹ mendefinisikan "*Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society*". Definisi yang dikemukakan tersebut pada dasarnya berangkat dari komitmen dalam mengelola perusahaan agar memiliki dampak positif bagi diri dan lingkungannya. Sementara itu dalam *World Business Council on Sustainable Development (WBCSD)* dalam Fox,² et al disebutkan bahwa: "*Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to be have 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*", yaitu komitmen dari bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas.

Menurut Kartini³ hakikat tanggung jawab sosial korporasi dari segi ontologi termasuk objek yang terserap oleh pengamatan indrawi dengan manusia sebagai objek formal yang beserta kegiatan interaksinya eksis dalam ruang dan waktu. Objek materinya ialah dunia kegiatan tanggung jawab sosial. Dari segi epistemologi menggarap segala sesuatu berkenan dengan kegiatan tanggung jawab sosial sebagai pengamatan empirik, dengan pola pikir yang menggunakan metode reflektif, yaitu cara deduktif dan induktif silih berganti. Dari segi aksiologi, sasarannya adalah mewujudkan apa yang didambakan oleh objek formalnya, yaitu manusia sebagai subjek dan objek dalam kegiatan tanggung jawab sosial korporat yang multidimensional, agar menikmati makna eksistensi dan esensinya dalam ko-eksistensi yang kundusif bagi interaksi yang

¹ Hadi, Nor. *Corporate Social Responsibility*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2011, hal 46

² Fox, T., Ward, H., Howard, B. 2002. *Public Sector Roles in Strengthening Corporate Social Responsibility: A Baseline Study*. The World Bank, 2002, hal. 23

³ Kartini, Dwi. 2013. *Corporate Social Responsibility*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2009, hal. 1

saling menguntungkan menuju pencapaian keselarasan, keserasian dan keseimbangan kesejahteraan spiritual dan material.

Wacana tanggung jawab sosial perusahaan yang akhir-akhir ini banyak didiskusikan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat menjadi topik pembicaraan menarik yang semakin sering didiskusikan dan bahkan terus diupayakan agar terdapat regulasi yang mengaturnya. Saat ini, kian banyak pula kalangan dunia usaha dan pihak-pihak terkait mulai merespon wacana ini melalui seminar, penelitian dan berbagai kegiatan lainnya agar tidak sekedar menjadi wacana tetapi juga dapat memberi manfaat nyata bagi masyarakat.

Oleh karena itu, tanggung jawab sosial perusahaan berbeda dengan *charity* atau sumbangan sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan harus dijalankan di atas suatu program dengan memerhatikan kebutuhan dan keberlanjutan program dalam jangka panjang. Sementara sumbangan sosial lebih bersifat sesaat dan berdampak sementara. Semangat tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan dapat mampu membantu menciptakan keseimbangan antara perusahaan, masyarakat dan lingkungan. Pada dasarnya tanggung jawab sosial perusahaan ini diharapkan dapat kembali menjadi budaya bagi bangsa Indonesia khususnya, dan masyarakat dunia dalam kebersamaan mengatasi masalah sosial dan lingkungan.

Menurut Rahman, di Indonesia, tanggung jawab sosial perusahaan gencar dikampanyekan oleh Indonesia Business Link (IBL). Terdapat lima pilar aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu pertama, *building human capital* yang berkaitan dengan internal perusahaan untuk menciptakan sumber daya manusia yang andal. Di sisi lain, perusahaan juga dituntut melakukan pemberdayaan masyarakat. Kedua, *strengthening economies*, yaitu bahwa perusahaan harus memberdayakan ekonomi masyarakat sekitarnya, agar terjadi pemerataan kesejahteraan masyarakat. Ketiga, *assessing social chesion*, sebagai upaya menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar tidak menimbulkan konflik. Keempat, *encouraging good governance*, yaitu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya mengacu pada *Good Corporate Governance* (GCG). Dan kelima, *protecting the environment* yang mengharuskan perusahaan untuk menjaga lingkungan sekitarnya.⁴

⁴ Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility*, Antara Teori dan Kenyataan, MedPress, Jakarta, 2009, hal. 13.

Buku ini ditulis oleh sepuluh orang penulis yang dikelompokkan dalam tiga bagian, yaitu bagian pertama menguraikan tentang konseptualisasi tanggung jawab sosial perusahaan. Tulisan pertama dalam bagian ini ditulis oleh Rohani Budi Prihatin, *Corporate Social Responsibility: Konsep dan Perdebatannya*, yang menguraikan bahwa *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan memiliki sejarah yang panjang dan beragam. Untuk memahaminya, dibutuhkan pembacaan literatur yang komprehensif. Tulisan ini bertujuan untuk menelusuri evolusi konsep tanggung jawab sosial perusahaan dari dekade ke dekade. Hasil penelusuran membuktikan bahwa konsep tanggung jawab sosial perusahaan mengalami perubahan makna dari waktu ke waktu. Pada tahun 1950an, tanggung jawab sosial perusahaan dimaknai sebagai tanggung jawab entitas bisnis kepada masyarakat. Singkatnya, entitas bisnis harus berbuat baik kepada masyarakat. tanggung jawab sosial perusahaan secara terus menerus kemudian mengalami pergeseran makna sehingga mencapai dekade 1990-an, di mana gagasan tanggung jawab sosial perusahaan hampir diterima secara universal dan dianggap sebagai bagian dari kebijakan strategis yang penting bagi dunia bisnis.

Tulisan kedua berjudul Konseptualisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Perspektif Sosiologi, yang ditulis oleh Ujianto Singgih Prayitno, yang menguraikan konseptualisasi tanggung jawab sosial perusahaan ditinjau dari perspektif sosiologi, yang dipandang sebagai agen moral yang mengedepankan prinsip moral dan etis dalam mencapai hasil laba usahanya, tanpa merugikan kelompok masyarakat, terutama diwilayah operasinya. Perusahaan perlu bekerja dengan mengedepankan prinsip moral dan etis agar memberikan manfaat bagi masyarakat. Sebagai agen moral, tanggung jawab sosial perusahaan perlu dikembangkan oleh perusahaan sehingga tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sumber bagi bekerjanya sebuah sistem sosial yang akan memberikan pengaruh terhadap ketahanan perusahaan. Setidaknya, hal ini menunjukkan adanya integritas perusahaan yang secara tidak langsung akan menumbuhkan kepercayaan masyarakat yang kuat. Kepercayaan itu akan memelihara norma-norma yang hidup dalam masyarakat, termasuk gotong royong atau jaringan kerja sama (*networks*), yang memfasilitasi kordinasi dan kerja sama dalam masyarakat yang bermutu dan menguntungkan.

Pada bagian kedua terdapat empat artikel, yaitu pertama, Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui CSR yang ditulis oleh Mohammad Mulyadi, yang menguraikan bahwa salah satu bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan yang sering diterapkan di Indonesia adalah *community development*. Perusahaan yang mengedepankan konsep ini akan lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial-ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat. Rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat.

Kedua, adalah tulisan Mohammad Teja yang berjudul CSR dalam Upaya Meredam Konflik Sosial. Pada bagian ini dijelaskan, bahwa peran korporasi dalam memberikan dampak nyata terhadap masyarakat diwujudkan melalui implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* dengan mengikutsertakan masyarakat melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia di lokasi tersebut. Tanggung jawab sosial perusahaan selain sebagai investasi sosial perusahaan, tanggung jawab perusahaan mampu meminimalisir gesekan antara perusahaan dan masyarakat yang dapat muncul kapan saja. Kehadiran korporasi di tengah masyarakat diharapkan mampu menjadi pendorong peningkatan kesejahteraan mereka. Ini berarti tanggung jawab sosial perusahaan tidak lagi berupa sumbangan (*charity*) saja, tetapi harus memiliki dampak berkelanjutan bagi masyarakat. Dengan menggunakan metode kualitatif, data yang digunakan dalam tulisan ini berasal dari penelitian dan data sekunder berupa, buku, jurnal dan informasi dari media internet. Dalam tulisan ini menyimpulkan bahwa, tanggung jawab perusahaan jika dilakukan dengan benar dan melibatkan pemerintah dan masyarakat akan berdampak terhadap kesejahteraan masyarakat dan meminimalisir potensi-potensi konflik antara perusahaan dan masyarakat lokal.

Tulisan ketiga pada bagian kedua ini adalah *Corporate Social Responsibility*: Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik Dalam Pembangunan Sosial, yang ditulis oleh Herlina Astri. Menurutnya, tanggung jawab sosial perusahaan dapat diwujudkan dengan kerja sama yang baik antara pemerintah dan pelaku usaha, untuk menciptakan masyarakat yang sejahtera dan mandiri. Sangat diperlukan usaha dan kerja keras untuk memberikan pemahaman yang benar tentang konsep tanggung jawab sosial perusahaan pada semua pihak. Selain itu tidak ada ruginya merencanakan tanggung jawab sosial perusahaan terlebih dahulu sebelum mendirikan sebuah perusahaan. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan hendaknya tidak hanya memberikan "ikan" kepada masyarakat, tetapi "kail" sehingga setelah pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan usai masyarakat masih tetap dapat melanjutkan, tanpa ketergantungan dengan perusahaan yang memberikan bantuan.

Selanjutnya, adalah artikel yang berjudul Kontribusi *Corporate Social Responsibility* Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat yang ditulis oleh Dinar Wahyuni. Artikel ini menguraikan bahwa Pemerintah berupaya untuk mendorong peran dunia usaha dalam pembangunan kesejahteraan sosial melalui kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan. Tulisan ini akan mengkaji sejauh mana pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan PTFI dalam konteks pemberdayaan ekonomi masyarakat di sekitar area pertambangan. Berdasarkan kajian penulis, PTFI telah melaksanakan CSR yang diwujudkan dalam bentuk dana kemitraan untuk mendukung tiga program pengembangan masyarakat, yakni pendidikan, kesehatan dan pemberdayaan ekonomi khususnya bagi masyarakat Amungme dan Kamoro serta lima suku kekerabatan di sekitar areal PTFI. Program pemberdayaan ekonomi dilakukan melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis desa yang mencakup pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir, pemberdayaan ekonomi masyarakat dataran tinggi, pengembangan perkebunan kakao, pengembangan pertanian berkelanjutan dan ketahanan pangan, serta pengembangan peternakan; pembinaan UMKM; dan dana bergulir.

Bagian Ketiga dari buku ini terdiri dari empat tulisan, yaitu pertama Penguatan Kewirausahaan Di Pesantren Melalui Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang ditulis oleh Ahmad Muchaddam Faham. Artikel ini menguraikan bahwa salah satu

program tanggung jawab sosial perusahaan yang digulirkan oleh PT Bank Mandiri Tbk, adalah "Wira Usaha Muda Mandiri Goes to Pesantren". Program ini menarik untuk dikaji karena masih sedikit kajian tentang program tanggung jawab sosial perusahaan yang digulirkan untuk pesantren. Kajian ini bertujuan untuk menjelaskan (1) alasan yang membuat PT Bank Mandiri Tbk, tertarik untuk mengembangkan wirausaha di pesantren; (2) bentuk kegiatan dan di mana saja kegiatan itu dilaksanakan; (3) pelaksanaan dari bagaimana program tersebut. Wirausaha Muda Mandiri *Goes to Pesantren* dilaksanakan dalam bentuk workshop kewirausahaan. Jumlah keseluruhan santri yang telah dilatih Wirausaha Muda Mandiri sejak tahun 2012-2015 sebanyak 7100 santri di 13 kota di seluruh Indonesia.

Kedua, tulisan yang berjudul CSR Melalui *Microfinance* untuk Pemberdayaan Perempuan yang ditulis oleh Dina Martiany. Dalam tulisan ini diuraikan bahwa perempuan diharapkan dapat berperan dalam mengurangi kemiskinan dan memaksimalkan manfaat ekonomi. Dengan membantu perempuan menambah pendapatan mereka, maka akan meningkatkan kesejahteraan seluruh keluarga. Selain itu, dilihat dari sisi efektivitas dan keberlanjutan, dari berbagai catatan pelaksanaan *microfinance*, perempuan dianggap lebih kooperatif dan berkomitmen dalam mengembalikan pinjaman tepat waktu. Meskipun demikian, bagaimanapun positifnya dampak penerapan tanggung jawab sosial perusahaan melalui *microfinance* terhadap pemberdayaan perempuan, hal ini bukanlah satu-satunya strategi yang efektif dan dapat dilakukan. Permasalahan pemberdayaan perempuan dan penyelesaian ketidaksetaraan gender, membutuhkan intervensi yang lebih integral dan menyeluruh dalam setiap aspek pembangunan. Meskipun *microfinance* tidak dapat menyelesaikan seluruh permasalahan dan hambatan dalam pemberdayaan perempuan, namun apabila program didesain dan dilakukan dengan baik, maka akan memberikan kontribusi yang cukup signifikan.

Tulisan selanjutnya pada bagian ketiga ini adalah Kontribusi CSR Dalam Pengelolaan Sampah Anih Sri Suryani, yang menguraikan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu instrumen inovatif yang dapat membantu perusahaan untuk peka dan adaptif terhadap lingkungan dan kehidupan masyarakat.

Permasalahan lingkungan yang kerap menjadi perhatian adalah permasalahan persampahan. Berdasarkan kajian terhadap berbagai program tanggung jawab sosial perusahaan yang telah dilakukan, tanggung jawab sosial perusahaan dapat turut berkontribusi dalam pengelolaan sampah mulai hulu dimana sampah tersebut dihasilkan di sumber sampah, sampah ke hilir dimana sampah dikelola di tempat pengelolaan akhir.

Terakhir adalah tulisan hasil penelitian Lukman Nul Hakim, yaitu Faktor-Faktor yang Penting Untuk Keberhasilan Program CSR: Sebuah Studi Kualitatif, yang menguraikan bahwa program tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan memberikan manfaat secara optimal pada 3P, yaitu *profit, people* dan *planet*. Manfaat tersebut tidak akan dapat diperoleh jika pelaksanaan program tanggung jawab social perusahaan tidak dilakukan dengan cermat. Penelitian ini berusaha menggali faktor-faktor yang penting untuk diperhatikan agar pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dapat berjalan dengan sukses. Hasil penelitian ini akan berguna untuk menentukan dasar filosofis serta materi muatan pada Undang-undang tentang CSR yang akan dibahas oleh DPR.

RUJUKAN

- Fox, T., Ward, H., Howard, B. 2002. *Public Sector Roles in Strengthening Corporate Social Responsibility: A Baseline Study*. The World Bank, 2002.
- Hadi, Nor. *Corporate Social Responsibility*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2011.
- Kartini, Dwi. 2013. *Corporate Social Responsibility*, PT. Refika Aditama, Bandung, 2009.
- Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility*, Antara Teori dan Kenyataan, MedPress, Jakarta, 2009.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
PROLOG	v
DAFTAR ISI	xiii

BAGIAN PERTAMA: KONSEP

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: KONSEP DAN PERDEBATANNYA

<i>Rohani Budi Prihatin</i>	3
I. Pendahuluan	3
II. Paradigma CSR	4
III. Pergeseran Makna	7
A. Era 1950an	7
B. Era 1960an	7
C. Era 1970an	9
D. Era 1980an	14
E. Era 1990an	15
IV. Kesimpulan	16
Daftar Pustaka	18

KONSEPTUALISASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGI

<i>Ujianto Singgih Prayitno</i>	23
I. Pendahuluan	23
II. Modal Sosial: Kepercayaan dan Norma	26
III. Kepercayaan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	30
IV. Kapitalisme dan Kritik Karl Marx	37
V. Penutup	42
Daftar Pustaka	44

BAGIAN KEDUA: STRATEGI

STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI CSR

<i>Mohammad Mulyadi</i>	49
I. Pendahuluan	49
II. Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	51
A. Manfaat Bagi Masyarakat.....	51
B. Manfaat CSR Bagi Perusahaan	53
III. Pemberdayaan Masyarakat	57
A. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat.....	57
B. Sasaran Pemberdayaan Masyarakat.....	59
IV. Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui CSR	61
A. Strategi Pemerintah Melalui CSR dalam Melakukan Pemberdayaan Masyarakat	62
B. Strategi Perusahaan Melalui CSR dalam Melakukan Pemberdayaan Masyarakat	69
V. Penutup	79
Daftar Pustaka	82

PERAN CSR DALAM UPAYA MEREDAM KONFLIK SOSIAL

<i>Mohammad Teja</i>	85
I. Pendahuluan	85
II. Konflik dan Perjuangan Masyarakat.....	87
III. Potensi Konflik Masyarakat dan Korporasi	93
IV. Manfaat CSR untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.....	100
A. Kegiatan CSR Kota Bandung	100
B. Pelaksanaan CSR di Kabupaten Sukabumi	102
C. Pelaksanaan CSR di Yogyakarta	104
V. Penutup	106
Daftar Pustaka	108

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY:
SINERGI PEMERINTAH, PERUSAHAAN, DAN PUBLIK
DALAM PEMBANGUNAN SOSIAL**

<i>Herlina Astri</i>	111
I. Pendahuluan	111
II. Kebijakan dan Manfaat CSR	112
III. Pelaksanaan Kebijakan CSR di Indonesia	116
IV. Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik	118
V. Pelaksanaan CSR yang Baik	121
VI. Penutup	125
Daftar Pustaka	127

**KONTRIBUSI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT**

<i>Dinar Wahyuni</i>	129
I. Pendahuluan	129
II. Permasalahan	131
III. <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam Teori Stakeholder	132
IV. Memahami Konsep Dasar Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	134
V. Kondisi Perekonomian Masyarakat di Sekitar Areal Pertambangan	136
VI. Kontribusi CSR PTFI dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	140
A. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Desa	140
1. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir	140
2. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Dataran Tinggi	143
3. Pengembangan Perkebunan Kakao	144
4. Pengembangan Pertanian Berkelanjutan dan Ketahanan Pangan	145
5. Pengembangan Peternakan	147
B. Pembinaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	148
C. Dana Bergulir	148

VII. Penutup	149
Daftar Pustaka	151

BAGIAN KETIGA IMPLEMENTASI

PENGUATAN KEWIRASAHAAN DI PESANTREN MELALUI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

<i>Achmad Muchaddam Fahham</i>	155
I. Pendahuluan	155
II. Sekilas tentang Pondok Pesantren	157
III. Wirausaha di Pesantren	163
A. Pondok Modern Gontor	163
B. Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan	165
C. Pondok Pesantren Sunan Drajat	167
IV. Program CSR PT Bank Mandiri	170
A. Wirausaha Muda	
Mandiri Goes to Pesantren	172
B. Alasan Mengembangkan Potensi	
Wirausaha Pesantren	173
C. Bentuk dan Pelaksanaan Program	
Wirausaha Goes to Pesantren	175
V. Penutup	177
A. Rekomendasi	177
Daftar Pustaka	179

CSR MELALUI *MICROFINANCE* UNTUK PEMBERDAYAAN PEREMPUAN

<i>Dina Martiany</i>	181
I. Pendahuluan	181
II. Konsep dan Perkembangan CSR	185
III. Konsep dan Perkembangan <i>Microfinance</i>	188
IV. Pemberdayaan Perempuan	
melalui <i>Microfinance</i>	190
A. <i>Financial self-sustainability paradigm</i>	193
B. <i>Poverty alleviation paradigm</i>	194
C. <i>Feminist empowerment paradigm</i>	194
V. Penutup	197
Daftar Pustaka	200

KONTRIBUSI CSR DALAM PENGELOLAAN SAMPAH

Anih Sri Suryani.....	203
I. Pendahuluan	203
II. Pengelolaan Sampah	206
III. CSR Bidang Lingkungan	208
IV. CSR dalam Pengelolaan Sampah.....	211
V. Contoh Implementasi CSR.....	217
A. Pertamina <i>Green Act</i>	217
B. Program Pelatihan Pengelolaan Sampah Organik dan Anorganik oleh Pertamina di Ende.....	218
C. Pengelolaan Sampah Aqua	219
D. Bank Sampah sebagai Program CSR PLN	220
VI. Penutup	222
Daftar Pustaka	224

FAKTOR-FAKTOR YANG PENTING UNTUK

KEBERHASILAN PROGRAM CSR:

SEBUAH STUDI KUALITATIF

Lukman Nul Hakim	227
I. Pendahuluan	227
II. Faktor Pendorong <i>Corporate Social Responsibility</i>	228
A. Perspektif Moral vs Perspektif Strategis.....	229
B. Motivasi Internal vs Motivasi Eksternal.....	230
III. Metodologi Penelitian	231
IV. Faktor Penentu Keberhasilan CSR.....	232
A. Komitmen	232
B. Kepemimpinan	234
C. Komunikasi	236
D. Lembaga Pendukung.....	239
V. Penutup	241
Daftar Pustaka	243
EPILOG	247
INDEKS	251
BIOGRAFI PENULIS	256

BAGIAN PERTAMA

KONSEP

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: KONSEP DAN PERDEBATANNYA

Rohani Budi Prihatin

I. Pendahuluan

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah fenomena rumit karena banyak perspektif. Itu sebabnya, buku dan artikel mengenai CSR hampir selalu memberi definisinya sendiri. Keberadaan CSR telah ada lebih dari 60 tahun lalu. Namun karena perdebatannya tiada akhir, maka konsep ini seakan-akan konsep yang baru.

Meski demikian, faktanya sampai saat ini belum ada kesepakatan bersama tentang apa dimaksud dengan CSR dan bagaimana konsep tersebut bisa cocok dengan tujuan dan fungsi perusahaan. Dengan menggunakan bukti-bukti literatur, tulisan ini berusaha membahas mengenai evolusi pengertian CSR dan ruang lingkup waktu yang menyertainya beserta perdebatan di antara pihak yang pro maupun kontra terhadapnya.

Sebagai sebuah konsep, CSR sangat populer. Sebagai contoh, pencarian dengan menggunakan kalimat “*corporate social responsibility*” di *Google Scholar* menghasilkan lebih dari 12.500 kutipan. Sementara jika gunakan mesin pencari dengan kategori yang lebih umum seperti Google, pencarian “*corporate social responsibility*” menghasilkan 12.900.000 hasil. Menurut Peter Utting, telah terjadi peningkatan jumlah perusahaan transnasional (*Transnational Corporations/TNCs*) dan juga perusahaan-perusahaan lokal yang mengadopsi inisiatif CSR secara sukarela.¹

Selain populer, CSR juga melahirkan perdebatan dua kelompok yang saling berseberangan. Para pendukung CSR berpendapat bahwa CSR merupakan bagian yang wajib ada dalam setiap perusahaan,

¹ Utting, Peter. 2005. *Corporate Responsibility and the Movement of Business. Journal of Development in Practice* 15(3-4): 375-388.

sementara pengritiknya berpendapat bahwa tugas penting perusahaan adalah memaksimalkan kesejahteraan para pemegang sahamnya bukan kesejahteraan masyarakat sehingga para manajer perusahaan tidak punya kewajiban apapun terkait penyelesaian masalah-masalah sosial.

Untuk tujuan *review* definisi CSR dan perdebatannya, terlebih dulu dijelaskan mengenai paradigma yang melatarbelakangi sehingga konsep CSR ini telah didiskusikan secara lebih luas oleh para akademisi dan praktisi bisnis.

II. Paradigma CSR

Secara kronologis, publikasi dari Howard Rothmann Bowen menandai dimulainya pembahasan mengenai CSR. Menurut Bowen, ada ratusan perusahaan besar merupakan pusat kekuasaan penting sekaligus pengambil keputusan yang mempengaruhi kehidupan warga negara.² Pendapat Bowen ini bukan hal baru karena pada tahun 1930an-1940an telah ada karya Chester Barnard,³ dan J. M. Clark,⁴ dan Theodore J. Kreps⁵ yang juga membahas isu tanggung jawab sosial perusahaan. Selain itu, *Majalah Fortune* juga telah survei mengenai tanggung jawab sosial para pebisnis eksekutif (istilah yang dipergunakan saat itu adalah *businessmen*).⁶

Konsep ini selanjutnya berkembang sesuai dengan keperluan dan kepentingan pemikirnya. Menurut Jeremy Moon, CSR merupakan konsep yang sulit untuk dijabarkan. Ia tumpang tindih dengan konsep-konsep lainnya yang mirip seperti *corporate citizenship*, bisnis berkelanjutan (*sustainable business*), tanggung jawab lingkungan (*environmental responsibility*), akuntabilitas sosial dan lingkungan (*social and environmental accountability*), serta etika bisnis dan akuntabilitas perusahaan (*business ethics and corporate accountability*).⁷

² Bowen, Howard Rothmann. 1953. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper.

³ Barnard, Chester. 1938. *The Functions of the Executive*. Massachusetts: Harvard University Press.

⁴ Clark, John Murice. 1939. *Social Control of Business*. New York: McGraw-Hill.

⁵ Kreps, Theodore J. 1940. *Measurement of the Social Performance of Business*. Washington: US Government Print. Off.

⁶ Bowen, Howard Rothmann. *Op. cit.* p. 44.

⁷ Moon, Jeremy. 2004. Government as a Driver of Corporate Social Responsibility. ICCSR Research Paper Series No. 20-2004, p. 2.

Dalam studi pustaka, menurut Broomhill, setidaknya ada 3 mazhab pemikiran tentang CSR yaitu neoliberal, neo-Keynesian, dan pendekatan ekonomi politik yang radikal.⁸ Para penulis neoliberal cenderung melihat CSR sebagai adopsi serangkaian kebijakan sukarela dan munculnya inisiasi CSR tersebut lebih didorong dari dalam perusahaan itu sendiri. Sementara itu, Mazhab Neo-Keynesian memandang CSR secara lebih luas dibandingkan dengan pemahaman Mazhab Neoliberal dengan mengakui peran aktif *stakeholder* perusahaan dan juga peran negara. Namun hampir sama dengan Mazhab Neoliberal, CSR didefinisikan sebagai pendekatan yang diadopsi secara sukarela oleh perusahaan dan tanpa regulasi dari eksternal, baik dengan *stakeholder* maupun negara. Sementara itu Mazhab Ekonomi Politik yang radikal mengambil sikap yang lebih kritis. Definisi CSR ala Mazhab Neoliberal dan Neo-Keynesian cenderung masih menggunakan pandangan normatif terkait dengan peran bisnis dalam masyarakat. Menurut mazhab ini, eksistensi perusahaan-perusahaan besar harus diduga punya potensi untuk menyalahgunakan kekuasaan ekonomi pada level global, nasional maupun lokal. Perusahaan-perusahaan global ini merupakan entitas bisnis yang punya kekuatan besar dengan menomorsatukan kepentingan mereka sendiri dan sering mengorbankan kepentingan masyarakat dan lingkungan sekitar. Menurut mazhab ini, ada relasi kuasa yang sangat kuat di balik beroperasi perusahaan-perusahaan tersebut. Saking kuasanya, kebijakan CSR sukarela sengaja dirancang oleh perusahaan untuk membelokkan perhatian publik serta menyamarkan kegiatan lain yang sebenarnya telah merusak sosial dan lingkungan sekitar.

Rhys Jenkins berpendapat bahwa maraknya wacana CSR hasil dari perdebatan panjang mengenai hubungan antara bisnis dan masyarakat.⁹ Sejak munculnya perusahaan-perusahaan pada akhir abad 19, perdebatan ini dimulai ketika kekuatan sebuah perusahaan telah begitu mendominasi. Pada periode-periode ini, perusahaan dipandang sebagai subjek kritikan dari publik dan mereka mencoba untuk membuat regulasi sekaligus menguatkan legitimasinya dengan cara mengadopsi strategi ala CSR.

⁸ Broomhill, Ray. 2007. Corporate Social Responsibility: Key Issues and Debates. *Dunstan Paper Number 1/2007*, p. 6-9.

⁹ Jenkins, Rhys. 2005. Globalization, Corporate Social Responsibility and Poverty. *International Affairs*. 81(3), p. 526.

Pada akhir abad 19, munculnya perusahaan-perusahaan besar dan para pemiliknya yang menjadi konglomerat di Amerika Serikat pada akhirnya melahirkan gerakan ketidakpercayaan masyarakat. Sebagai responnya, perusahaan-perusahaan ini kemudian menerapkan tanggung jawab perusahaan dan filantropi sebagai upaya untuk meredam bahwa regulasi pemerintah tidaklah diperlukan.¹⁰ Namun begitu, pada tahun 1930an ketika terjadi Resesi Dunia, pemerintah AS membuat regulasi yang memaksa perusahaan milik Roosevelt misalnya, membuat kesepakatan memberikan dananya untuk kepentingan sosial. Sementara itu pemerintahan di Inggris yang saat itu dikuasai oleh Partai Buruh sanggup melahirkan kebijakan nasionalisasi dan sekaligus membuat regulasi-regulasi mengenai CSR.

Menurut Jenkins, pada akhir 1960an dan 1970an muncul gerakan baru yang membahas dampak lingkungan dan sosial akibat beroperasinya perusahaan transnasional di lingkungan mereka.¹¹ Gerakan ini sebagai respon terhadap kerusakan lingkungan akibat beroperasinya perusahaan-perusahaan besar AS yang secara sistematis mengeksplorasi ekonomi negara-negara berkembang. Pada saat itulah untuk pertama kalinya muncul ide agar PBB membuat kode etik kegiatan perusahaan-perusahaan besar tersebut. Namun ide membuat ini ditolak oleh perusahaan dan negara. Mereka menginginkan agar aturan tersebut bersifat *self-regulation*.

Pada tahun 1980an terjadi restrukturisasi global dan munculnya neoliberalisme yang mendorong perubahan negara terkait perkembangan di dunia usaha. Menurut Bendell (2004), pada tahun 1980an segala inisiatif regulasi multilateral yang sudah diperkenalkan pada dekade sebelumnya menjadi tidak berarti manakala aturan tersebut tidak dapat lagi membatasi gerak perusahaan multinasional.¹²

¹⁰ Richter, Judith. 2001. *Holding Corporations Accountable: Corporate Conduct, International Codes, and Citizen Action*. London: Zed Books.

¹¹ *Ibid.*

¹² Bendell, J. 2004. Barricades and Boardrooms. A Contemporary History of the Corporate Accountability Movement. *Technology, Business and Society Programme Paper*. No. 13, United Nations Research Institute for Social Development, Geneva.

III. Pergeseran Makna

CSR sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan mengalami dinamika pergeseran makna. Ia tidak langsung menjadi konsep yang siap diaplikasikan. Berikut ini dijelaskan dinamika perkembangan makna dari tahun ke tahun.

A. Era 1950an

Pada saat itu, definisi yang digunakan masih seputar *Social Responsibility* (SR) dan belum sampai kepada definisi CSR. Hal ini terjadi karena ada dugaan perusahaan-perusahaan besar yang terkenal waktu itu belum menjadi perusahaan modern dan belum mendominasi. Karya Bowen (1953) tersebut muncul dengan satu keyakinan bahwa ratusan perusahaan besar merupakan pusat kekuasaan penting dan juga merupakan pengambil keputusan penting pula dan tindakan perusahaan-perusahaan ini akan mempengaruhi kehidupan nyata warga negara.

Bowen mengajukan definisi awal tanggung jawab sosial perusahaan yang merujuk pada kewajiban pengusaha membuat kebijakan-kebijakan atau mengambil tindakan yang sejalan dengan kehendak dan nilai masyarakat kita.¹³ Dengan mengutip survey *Majalah Fortune* tahun 1946, Bowen menyimpulkan bahwa makna CSR atau kesadaran sosial bagi para pimpinan perusahaan diartikan sebagai tanggung-jawab pengusaha atas konsekuensi dari tindakan mereka dalam kerangka yang lebih luas daripada sekedar laporan rugi-laba.¹⁴

B. Era 1960an

Pembahasan CSR di era 1960an ditandai oleh munculnya upaya-upaya untuk memformalkan pengertian dan konsep CSR. Pada periode ini, salah satu penulis paling awal yang mengajukan definisi CSR adalah Keith Davis. Dalam sebuah artikel, Davis mengajukan definisi CSR sebagai kebijakan dan tindakan pengusaha yang diambil berdasarkan alasan yang sedikit atau banyak melampaui kepentingan langsung perusahaan secara ekonomis maupun teknis.¹⁵

¹³ Bowen. *Op. cit.*

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Davis, Keith. 1960. Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities. *California Management Review*, 11 (1960) 70-76.

Menurut Davis, tanggung jawab sosial harus dilihat dalam konteks manajerial meskipun, sebagai gagasan, tanggung-jawab sosial masih merupakan gagasan yang belum jelas. Lebih jauh, Davis berpendapat bahwa sebuah keputusan perusahaan yang mengandung tanggung jawab sosial, melalui sebuah proses yang panjang dan kompleks, akan memberikan keuntungan ekonomis jangka panjang terhadap perusahaan. Keuntungan ekonomis tersebut, pada akhirnya mengembalikan biaya perusahaan yang telah dikeluarkan untuk membiayai tindakan tanggung-jawab sosial tersebut.¹⁶

Pandangan Davis ini kemudian lebih banyak mendapatkan penerimaan di era akhir 1970an dan 1980an. Davis menjadi terkenal akan pandangan-pandangannya tentang hubungan antara tanggung jawab sosial dan kekuatan perusahaan. Dia mengajukan apa yang kini dikenal sebagai Hukum Besi dari Tanggungjawab (*Iron Law of Responsibility*) yang menegaskan bahwa besarnya tanggungjawab sosial perusahaan harus sebanding dengan kekuatannya. Sehingga penghindaraan perusahaan dari tanggungjawab sosial akan berakibat pada keruntuhan kekuatan sosialnya dalam hal bisnis.

Tokoh lain yang memiliki sumbangan berpengaruh pada definisi awal tanggung jawab sosial adalah William C. Frederick. Menurutnya, tanggung jawab sosial berarti keharusan pengusaha memastikan bekerjanya sebuah sistem ekonomi (bisnis) yang memenuhi harapan publik. Makna selanjutnya adalah bahwa alat-alat produksi harus dijalankan sedemikian rupa agar produksi dan distribusi mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial.¹⁷ Menurut Frederick, CSR merupakan sebuah sikap terhadap sumberdaya manusia dan ekonomi masyarakat serta kesediaan untuk menggunakan sumberdaya tersebut agar memberikan manfaat sosial yang luas dan bukan semata menggunakanannya demi kepentingan sempit perusahaan atau perorangan.¹⁸

Penyumbang lain terhadap definisi tanggung jawab sosial di era 1960an adalah Joseph W. McGuire. Dalam bukunya *Business and Society* (1963), dia mengatakan bahwa gagasan tanggung jawab sosial

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ Frederick, William C. 1960. The Growing Concern Over Business Responsibility. *California Management Review*, 2 (4), Summer 1960, 54-61.

¹⁸ *Ibid.* p. 60.

mengandaikan bahwa perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban ekonomis dan hukum tapi juga tanggung jawab tertentu kepada masyarakat yang cakupannya melampaui tanggung jawab ekonomis dan hukum.¹⁹ Definisi yang diajukan McGuire ini bagaimanapun lebih tepat dibanding pendefinisian sebelumnya dalam hal cakupan yang melampaui kewajiban ekonomis dan legal.

Clarence C. Walton, pemikir terdepan pada tema CSR menyodorkan sejumlah ragam atau model yang berbeda-beda tentang tanggung jawab sosial termasuk definisi mendasarnya. Menurut Walton, konsep utama tanggung jawab sosial perusahaan terlihat dari derajat kerelawanannya sebagai kebalikan dari paksaan, adanya hubungan tak langsung antara organisasi relawan dengan perusahaan, adanya kesediaan menerima kemungkinan tidak bisanya mengukur secara langsung imbal balik ekonomis atas biaya yang dikeluarkan.²⁰

C. Era 1970an

Era 1970an ditandai dengan buku Morrel Heald.²¹ Perhatian Heald pada gagasan tanggung jawab sosial adalah seperti yang telah didefinisikan dan dipraktikkan sendiri oleh para pengusaha semasa itu. Dia menunjukkan bagaimana di masa lalu para pengusaha telah memiliki program, kebijakan, dan pandangan yang berorientasi komunitas. Artinya, pengusaha selama periode tersebut telah disibukkan dengan kegiatan filantropi dan hubungan masyarakat.

Sementara itu, Harold Johnson 1971 menyatakan bahwa sebuah perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial adalah perusahaan yang staf manajerialnya memiliki sikap yang seimbang terhadap beragam kepentingan. Tugas perusahaan tidak hanya bekerja untuk memberikan keuntungan yang lebih besar bagi para pemegang saham, namun perusahaan juga harus mempertimbangkan pekerja, pemasok, penjual, komunitas setempat, dan bangsa.²²

¹⁹ McGuire, Joseph W. 1960. *Business and Society*. New York: McGraw-Hill. p. 144.

²⁰ Walton, Clarence C. 1967. *Corporate Social Responsibility*. Belmont, CA: Wadsworth.

²¹ Heald, Morrel. 1970. *The Social Responsibilities of Business: Company and Community, 1900-1960*. New Jersey: Transaction Publishers.

²² Johnson, Harold L. 1971. *Business in Contemporary Society: Framework and Issues*. Belmont, CA: Wadsworth.

Dengan pemahaman yang demikian, Johnson setidaknya menyodorkan pandangan ketiga tentang tanggung jawab sosial yang ia sebut dengan istilah "pemaksimalan manfaat (*utility maximization*)."²³ Pendekatan ketiga tanggung jawab sosial ini mengandaikan bahwa motivasi utama perusahaan adalah pemaksimalan manfaat; perusahaan harus mencari tujuan yang lebih besar daripada sekedar keuntungan maksimal.

Sebuah kontribusi penting pada konsep CSR datang dari *Committee for Economic Development* (CED) yang memandang bahwa fungsi bisnis dan tujuan dasarnya adalah untuk melayani secara konstruktif kebutuhan-kebutuhan masyarakat, atau dengan bahasa lain "untuk memuaskan masyarakat. Menurut CED, sebuah perusahaan harus melayani ragam nilai kemanusiaan yang lebih luas di masyarakat. Perusahaan harus berkontribusi lebih terhadap kualitas hidup manusia dan tidak sekedar memasok sejumlah barang dan jasa. Masa depan perusahaan akan bergantung pada kualitas respon manajemen terhadap harapan publik yang telah berubah tersebut."²⁴

Perdebatan penting tentang makna CSR pernah terjadi tahun 1972. Debat ini didukung oleh *American Enterprise Institute*, yang melibatkan profesor ekonomi Henry G. Manne dengan Henry C. Wallich.²⁵ Menurut Manne, semakin banyak penulis kontemporer yang berpendapat bahwa mungkin belanja perusahaan memiliki banyak motif bukan hanya tunggal dan karenanya hal ini tidak memenuhi kriteria sebagai sebuah tanggung jawab sosial.²⁶ Elemen Manne tentang kesukarelaan telah menjadi bagian penting dari definisi modern CSR.

Sementara itu, Wallich menuliskan bahwa pelaksanaan CSR melibatkan tiga elemen dasar, yaitu: (1) penentuan sasaran, (2) keputusan apakah mengejar sasaran yang ada, dan (3) pendanaan sasaran.²⁷ Wallich telah mengidentifikasi kondisi dimana CSR bisa dipertahankan, tapi dia lebih condong pada instruksi pemegang

²³ *Committee for Economic Development* (CED). 1971. *Social Responsibilities of Business Corporations*. New York: CED. p. 16.

²⁴ Manne, Henry G. dan Henry C. Wallich. 1972. *The Modern Corporation and Social Responsibility*. Washington, D.C.: American Enterprise Institute for Public.

²⁵ *Ibid.* p. 4-6.

²⁶ *Ibid.* p. 41.

saham perusahaan agar perusahaan bertanggung jawab secara tepat kepada kepentingan pemegang saham.²⁷

Di era 1970an, penyebutan istilah kinerja sosial perusahaan (*Corporate Social Performance*) dan CSR meningkat. Penulis yang membedakan antara kedua istilah ini adalah S. Prakash Sethi. Menurut Sethi, dimensi-dimensi CSP yang terkait dengan *corporate behavior* memiliki tahapan *social obligation* (kewajiban sosial), "social responsibility (tanggung jawab sosial)," dan "social responsiveness."²⁸

Dalam skema Sethi, *social obligation* adalah *corporate behavior* sebagai respon terhadap kekuatan pasar atau batasan legal.²⁹ Kriterianya hanyalah ekonomi dan legal. Sementara tanggung jawab sosial (*social responsibility*), bekerja melampaui kewajiban sosial (*social obligation*). Jadi, tanggung jawab sosial membawa *corporate behavior* naik ke level dimana ia sebangun dengan norma, nilai, dan harapan masyarakat yang berlaku.³⁰ Tahap ketiga dalam model Sethi adalah *social responsiveness* yang menurutnya merupakan adaptasi *corporate behavior* ke kebutuhan-kebutuhan sosial. Tahap ini bersifat antisipatif dan preventif.

Pakar yang lain adalah Lee Preston dan James Post yang berusaha menggeser perhatian dari konsep CSR ke gagasan tanggung jawab publik (*public responsibility*).³¹ Mereka lebih memilih istilah *public responsibility* yang dimaksudkan sebagai fungsi manajemen organisasi dalam konteks spesifik dari kehidupan publik. Menurut mereka, dalam *public responsibility*, cakupan tanggung jawab manajerial bukan tanpa batas, sementara konsepsi populer tentang *social responsibility* mengandaikan cakupan yang tanpa batas.³² Mereka menyatakan lebih memilih istilah "public" daripada "social," untuk menekankan lebih pentingnya proses kebijakan publik dibandingkan opini individu sebagai sumber sasaran dan kriteria penilaian.³³ Meski telah

²⁷ *Ibid.* p. 56-62.

²⁸ Sethi, S. Prakash. 1975. "Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework." *California Management Review*, Spring 1975, p. 58-64.

²⁹ *Ibid.* p. 70.

³⁰ *Ibid.* p. 62.

³¹ Preston, Lee dan James Post. 1975. *Private Management and Public Policy: The Principle of Public Responsibility*. Stanford University Press.

³² *Ibid.* p. 9-10.

³³ *Ibid.* p. 102.

menyampaikan perspektif penting, namun istilah *public responsibility* tidak bisa menggeser istilah *social responsibility* (tanggung jawab sosial) dalam literatur.

Beberapa riset awal tentang CSR dipublikasikan pada pertengahan 1970an. Pertama, Bowman dan Haire yang melakukan studi untuk memahami CSR dan memastikan seberapa jauh perusahaan terlibat dalam CSR. Meski tidak benar-benar mendefinisikan CSR, namun mereka mengoperasionalkan konsep CSR dengan mengukur proporsi baris-baris kata yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan-perusahaan yang mereka riset.³⁴ Riset kedua pada pertengahan 1970an dilakukan oleh Sandra Holmes (1976) dimana dia mengumpulkan ringkasan persepsi para eksekutif perusahaan atas tanggung jawab sosial perusahaan.³⁵ Selain itu, ada H. Gordon Fitch yang mendefinisikan CSR sebagai upaya yang sungguh-sungguh untuk memecahkan masalah sosial yang disebabkan secara keseluruhan maupun sebagian oleh perusahaan.³⁶

Berikutnya Abbott dan Monsen yang berupaya menguak lebih dalam makna CSR dalam sebuah riset *content analysis* atas laporan tahunan perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam *Fortune 500*.³⁷ Dalam studi ini, mereka mencatat terjadinya perubahan sepanjang waktu, arah dan cakupan keterlibatan sosial, dan bagaimana keterlibatan memiliki dampak pada tingkat keuntungan perusahaan. Pendekatan mereka, seperti yang lainnya pada era itu, berorientasi pada topik atau isu saja.

Pada 1979, Thomas Zenisek menyimpulkan keprihatinannya bahwa konsep CSR kurang didukung oleh dasar empiris maupun teoritis.³⁸

³⁴ Bowman, E.H. dan Haire, M. 1975. "A Strategic Posture Toward Corporate Social Responsibility", *California Management Review*, Vol. 18 No. 2, p. 49-58.

³⁵ Holmes, Sandra. 1976. "Executive Perceptions of Corporate Social Responsibility." *Business Horizons*, 1976, vol. 19, issue 3, p. 34-40.

³⁶ Fitch, H.G. 1976. Achieving Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*, 1, p. 38.

³⁷ Abbott, Walter F. dan R. Joseph Monsen. 1979. On the Measurement of Corporate Social Responsibility: Self-Reported Disclosures as a Method of Measuring Corporate Social Involvement. *The Academy of Management Journal*, Vol. 22, No. 3 (Sep., 1979), p. 501-5015.

³⁸ Zenisek, Thomas J. 1979. Corporate Social Responsibility: A Conceptualization Based on Organizational Literature. *The Academy of Management Review*, Vol. 4, No. 3 (Jul., 1979), p. 359-368.

Zenisek mengembangkan model yang lebih teliti tentang rangkaian pemahaman CSR dalam empat fase sejak 1960, yang memuncak pada fase keempat (periode era Zanisek) yang ia sebut sebagai fase *societal*. Zanisek menekankan pada derajat keterpaduan antara etika bisnis (yang keduanya memiliki aspek ideologi dan operasional) dan harapan kemasayarakatan (*societal demand*)".³⁹ Meski tidak menawarkan definisi CSR, kontribusi Zanisek sangat mencerahkan.

Pada tahun 1979, Archie B. Carroll kembali mengajukan definisi CSR yang meliputi empat aspek yaitu harapan masyarakat dalam hal ekonomis, legal, etis dan kebijaksanaan (*discretionary*) sukarela.⁴⁰ Menurut Carroll, yang *pertama* dan utama, perusahaan secara alamiah memiliki tanggung jawab keekonomian. Komponen keekonomian maksudnya adalah bahwa masyarakat mengharapkan perusahaan memproduksi barang dan jasa dan menjualnya untuk mendapatkan keuntungan. *Kedua*, masyarakat mengharapkan perusahaan memenuhi misi keekonomiannya dalam koridor hukum yang dibuat oleh sistem hukum masyarakat. Jadi, bagian kedua dari definisi CSR adalah tanggung jawab legal. *Ketiga*, tanggung jawab etis merepresentasikan harapan masyarakat bahwa perusahaan mengikuti dan menaati ragam perilaku dan norma etis yang melampaui apa yang diminta oleh hukum. *Terakhir* adalah *discretionary responsibility* yang merepresentasikan kesukarelaan perusahaan namun masyarakat tidak secara jelas memberikan harapannya. Berbeda dengan harapan pada tanggung jawab etis, harapan masyarakat pada bagian ini lebih didorong oleh norma sosial. Kegiatan yang spesifik dilakukan perusahaan untuk terlibat dalam peran sosial, sifatnya tidak wajib dan tidak diharuskan oleh hukum tapi terus bertambah makna strategisnya. Contoh dari kegiatan sukarela ini, pada era 1970an, adalah kontribusi pada kegiatan filantropi dengan menyelenggarakan program *in-house* untuk penyalahguna narkoba, pelatihan bagi pengangguran, atau menyediakan *day-care centers* bagi wanita karir.⁴¹

³⁹ *Ibid.* p. 366.

⁴⁰ Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*, 4, p. 500.

⁴¹ *Ibid.*

D. Era 1980an

Perhatian terhadap CSR di era 1980an lebih banyak tersita pada riset dan eksplorasi pada konsep-konsep alternatif seperti *corporate social responsiveness*, *corporate social performance*, *public policy*, *business ethic*, dan *stakeholder theory*. Pada tahun 1980, Thomas M. Jones menyodorkan perspektif menarik. Berdalih tidak mungkin tercapainya konsensus tentang apa yang bisa disebut perilaku yang secara sosial bertanggung jawab, Jones berpendapat CSR jangan dilihat sebagai satu daftar hasil namun sebagai sebuah proses.⁴²

Pakar berikutnya adalah Frank Tuzzolino dan Barry Armandi yang mengembangkan mekanisme penilaian CSR dengan menggunakan hirarki kebutuhan (*need hierarchy*) ala Maslow. Menurut mereka, seperti halnya individu, perusahaan juga memiliki hirarki kebutuhan psikologis seperti keamanan, hubungan, penghargaan, dan aktualisasi diri.⁴³ Sementara itu, Philip Cochran dan Robert Wood (1984) melakukan survei mengenai hubungan korelatif antara CSR dengan kinerja keuangan perusahaan, dan juga apakah perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial adalah perusahaan yang profit.⁴⁴ Cochran dan Wood memfokuskan pada kinerja sosial dan keuangan yang telah terjadi dimasa lalu, dan mengukurnya dengan menggunakan indeks reputasi ala Milton Moskowitz.⁴⁵

Studi empiris lainnya untuk mencari tahu hubungan antara profit dan tanggung jawab sosial dipublikasikan oleh Aupperle, Carroll, dan Hatfield.⁴⁶ Studi ini mengoperasionalkan empat

⁴² Jones, Thomas M. 1980. Corporate Social Responsibility Revisted, Redefined. *California Management Review*, Spring 80, Vol. 22 Issue 3, p. 59-67.

⁴³ Tuzzolino, Frank dan Barry R. Armandi, A Need-Hierarchy Framework for Assessing Corporate Social Responsibility. *The Academy of Management Review*, Vol. 6, No. 1 (Jan., 1981), p. 21-28.

⁴⁴ Cochran, Philip L. dan Robert A. Wood. 1984. Corporate Social Responsibility and Financial Performance. *The Academy of Management Journal*, Vol. 27, No. 1 (Mar., 1984), p. 42-56.

⁴⁵ Yang dimaksud dengan Indeks Milton Moskowitz adalah metode yang dikembangkan oleh Moskowitz dengan cara membandingkan keuntungan saham perusahaan yang telah melakukan CSR di pasar bursa saham. Selengkapnya lihat: Moskowitz, Milton. 1972. Choosing Socially Responsible Stocks. *Business and Society Review* 13, p. 29-42.

⁴⁶ Aupperle, Kenneth E., Archie B. Carroll dan John D. Hatfield. 1985. An Empirical Examination of the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Profitability. *The Academy of Management Journal*, Vol. 28, No. 2, Jun., 1985, p. 446-463.

bagian dari definisi CSR ala Archie B. Carroll yaitu ekonomi, legal, etik, dan *discretionary*. Salah satu kesimpulan dari studi ini bahwa orientasi sosial sebuah perusahaan akan bernilai baik manakala ia memberikan bobot pada tiga komponen *non-economic* dibandingkan dengan komponen ekonomis.⁴⁷

Secara umum, pada era 1980an terjadi perluasan makna yang melampaui konsep CSR yakni semakin luasnya penerimaan terhadap gagasan CSP (*Corporate Social Performance*) sebagai sebuah teori yang lebih komprehensif, dimana CSR seharusnya berada di dalamnya. Penelitian Steven Wartick dan Philip Cochran menyodorkan evolusi model CSP yang mencakup integrasi tiga dimensi yaitu tanggung jawab, responsivitas, dan isu sosial.⁴⁸

E. Era 1990an

Sangat sedikit pembahasan CSR di era 1990an. Konsep CSR lebih banyak menjadi dasar atau poin awal untuk pembahasan konsep dan tema lain seperti *corporate social performance*, *stakeholder theory*, *business ethic theory*, dan *corporate citizenship* dan lain-lain. Salah satu kontribusi penting di era 1990an adalah ketika Donna J. Wood mendiskusikan lagi model CSP.⁴⁹ Pertama, ia menyatakan empat prinsip CSR (ekonomi, legal, etik, dan kesukarelaan) dan mengidentifikasi bagaimana elemen ini berhubungan dengan prinsip legitimasi sosial (level kelembagaan), tanggung jawab publik (level organisasi), dan kesukarelaan manajerial (level individu). Kedua, dia mengartikulasikan proses respon sosial perusahaan dengan *assessment* lingkungan, manajemen pemegang saham, dan manajemen isu. Ketiga, dia membahas hasil-hasil perilaku perusahaan. Kesimpulannya, model Wood jauh lebih komprehensif dan menempatkan CSR dalam konteks yang lebih luas.⁵⁰

Jika dibandingkan dengan konsep yang ditawarkan oleh Carroll, piramida CSR menggambarkan kategori ekonomi sebagai dasar,

⁴⁷ *Ibid.* p. 458.

⁴⁸ Wartick, Steven L. dan Philip L. Cochran. The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *The Academy of Management Review*, Vol. 10, No. 4, Oct. 1985, p. 758-769.

⁴⁹ Wood, Donna J. 1991. Corporate Social Performance Revisited. *The Academy of Management Review*, Vol. 16, No. 4, Oct. 1991, p. 691-718.

⁵⁰ *Ibid.*

dan kemudian berdiri di atasnya adalah kategori legal, etik, dan filantropik.⁵¹ Dalam istilah manajerial yang lebih pragmatis, Carroll menyimpulkan bahwa sebuah perusahaan yang menerapkan CSR harus berupaya untuk memberikan profit, mematuhi hukum, bersikap etik, dan menjadi *a good corporate citizen* (p. 43).⁵²

Sementara itu, menurut Halal (2000), terdapat tiga model tata laksana perusahaan (*corporate governance*) yang telah berevolusi sejak tahun 1900 hingga sekarang.⁵³ Tata laksana perusahaan yang awal adalah *profit-centered model* selama periode yang ia sebut dengan era industrial antara 1900–1950. Model perusahaan kemudian bermetamorfosa menjadi model baru yang ia sebut dengan istilah *social responsibility model* selama era neo-industrial atau antara 1950–1980. Dan kini model perusahaan telah bergerak ke fase hubungan kolaborasi kerja atau *the corporate community model* yang berlangsung mulai 1980an sampai kini.

IV. Kesimpulan

Pada tahap awal, CSR dianggap sebagai bagian dari filantropi. Perusahaan akan dianggap sebagai perusahaan baik manakala memberikan derma kepada masyarakat. Ketika masuk era globalisasi, fokus sempit CSR pada filantropi berubah menuju era kewarganegaraan. Di samping entitas negara, perusahaan dianggap aktor penentu masa depan dunia. Oleh karenanya, dibutuhkan penggunaan standar-standar global untuk mengurangi risiko yang diterima oleh masyarakat. Pada tahap ini, CSR dianggap sebagai bagian dari manajemen risiko yang harus dilakukan perusahaan.

Pada tahap berikutnya, CSR ternyata tidak hanya sekedar manajemen risiko karena berdasarkan pada pendekatan manfaat terbukti CSR dapat menjadi strategi bisnis itu sendiri. CSR tidak dianggap sebagai ongkos atau biaya yang harus dikeluarkan perusahaan tetapi malah akan meningkatkan keuntungan perusahaan di masa depan.

Pada tahap terakhir seperti saat ini, CSR dianggap sebagai bagian dari keberlanjutan (*sustainability*) sebuah perusahaan.

⁵¹ Carroll. 1991. *Op. cit* p. 42.

⁵² *Ibid.* p. 43.

⁵³ Halal, W.E. 2000. Corporate Community: A Theory of the Uniting Profitability and Responsibility. *Strategy and Leadership*, 28 (2), p. 10-16.

Pilihan yang tersedia bagi perusahaan adalah jika mau bertahan maka CSR harus menjadi bagian dari aktifitas bisnis. Pada tahap ini, CSR dianggap sebagai model bisnis yang saling menguntungkan dalam keberlanjutan antara perusahaan dengan masyarakat.

Berdasarkan studi literatur di atas, maka konsep CSR telah melalui sejarah panjang dan dengan definisi beragam. Meski konsep CSR muncul beberapa kali sebelumnya, namun era 1950an bisa disebut sebagai "era modern" definisi CSR. Definisi CSR kemudian berkembang lebih lanjut di era 1960an. Dan, di era 1970an lah definisi CSR tumbuh subur dengan pembahasan lebih spesifik. Namun, pada era ini juga mulai muncul konsep-konsep terkait lainnya seperti *corporate social responsiveness* dan *corporate social performance* dan lain-lain.

Era 1980an ditandai dengan lebih banyak upaya mengukur dan meriset CSR dibandingkan dengan pengembangan definisi. Dan era 1990an yang menyongsong era milenium, perhatian diberikan baik pada upaya pengukuran maupun teori

Secara umum, konsep CSR hadir untuk menantang keabsahan pengelolaan perusahaan dengan model tradisional atau hanya cari untung semata. CSR mengusulkan bahwa pengelolaan sebuah perusahaan tidak hanya sekedar memaksimalkan keuntungan. CSR hadir menawarkan konsep bahwa perusahaan-perusahaan beroperasi, bertahan dan sukses dengan menjadikan tanggung jawab sosial bagian integral dari upaya membela pemegang saham atau pemilik perusahaan. Bisnis perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomi yang menguntungkan dan tanggung jawab hukum untuk mengikuti aturan hukum yang ada tetapi perusahaan juga memiliki tanggung jawab etis yang mencakup norma-norma atau standar sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbott, Walter F. dan R. Joseph Monsen. 1979. On the Measurement of Corporate Social Responsibility: Self-Reported Disclosures as a Method of Measuring Corporate Social Involvement. *The Academy of Management Journal*, Vol. 22, No. 3 (Sep., 1979).
- Aupperle, Kenneth E., Archie B. Carroll dan John D. Hatfield. 1985. An Empirical Examination of the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Profitability. *The Academy of Management Journal*, Vol. 28, No. 2, Jun., 1985.
- Barnard, Chester. 1938. *The Functions of the Executive*. Massachusetts: Harvard University Press.
- Bendell, J. 2004. Barricades and Boardrooms. A Contemporary History of the Corporate Accountability Movement. *Technology, Business and Society Programme Paper*. No. 13, United Nations Research Institute for Social Development, Geneva.
- Branco, Manuel Castelo. 2007. Positioning Stakeholder Theory within the Debate on Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics and Organization Studies* Vol. 12, No. 1 (2007).
- Broomhill, Ray. 2007. Corporate Social Responsibility: Key Issues and Debates. *Dustan Paper* No. 1/2007.
- Bowen, H. R. 1953. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Row.
- Bowman, E.H. dan Haire, M. 1975. "A Strategic Posture Toward Corporate Social Responsibility", *California Management Review*, Vol. 18 No. 2.
- Clark, John Murice. 1939. *Social Control of Business*. New York: McGraw-Hill.

- Caroll, Archie B. 1999. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Defitional Construct. *Journal of Business and Society*; Sep 1999; 38, 3; p. 268-295.
- Carroll, A. B. (Ed.). 1977. *Managing Corporate Social Responsibility*. Boston: Little Brown.
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*, 4, 497-505.
- Carroll, A. B. (1981). *Business and Society: Managing Corporate Social Performance*. Boston: Little, Brown.
- Carroll, A. B. (1983, July 15). Corporate Social Responsibility: Will Industry Respond to Cut-Backs in Social Program Funding? *Vital Speeches of the Day*, 49, 604-608.
- Carroll, A. B. 1991. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34, 39-48.
- Carroll, A. B. (1994). Social Issues in Management Research: Experts' Views, Analysis and Commentary. *Business & Society*, 33, 5-29.
- Cochran, Philip L. dan Robert A. Wood. 1984. Corporate Social Responsibility and Financial Performance. *The Academy of Management Journal*, Vol. 27, No. 1 (Mar., 1984).
- Committee for Economic Development (CED). 1971. *Social Responsibilities of Business Corporations*. New York: CED.
- Davis, Keith. 1960. Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities. *California Management Review*, 11 (1960) 70-76.
- Dahlsrud, Alexander. 2008. *How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions*. Published online in Wiley InterScience (www.interscience.wiley.com) DOI: 10.1002/csr.132.
- Fitch, H.G. 1976. Achieving Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*, 1.

- Frederick, William C. 1960. The Growing Concern Over Business Responsibility. *California Management Review*, 2 (4), Summer 1960, 54-61.
- Halal, W.E. 2000. Corporate Community: A Theory of the Firm Uniting Profitability and Responsibility. *Journal Strategy & Leadership*, Vol. 20 No. 2, pp. 10-16.
- Heald, Morrel. 1970. *The Social Responsibilities of Business: Company and Community, 1900-1960*. New Jersey: Transaction Publishers.
- Holmes, Sandra. 1976. "Executive Perceptions of Corporate Social Responsibility." *Business Horizons*, 1976, vol. 19, issue 3.
- Ismail, Maimunah. 2009. Corporate Social Responsibility and Its Role in Community Development: An International Perspective. *The Journal of International Social Research Volume 2/9 Fall 2009*.
- ISO COPOLCO. 2002. *The Desirability and Feasibility of ISO Corporate Social Responsibility Standards*. May, Final Report by The Consumer Protection in the Global Market Working Group of the ISO Consumer Policy Committee (COPOLCO), Geneva.
- Jamali, Dima, et al. 2006. Corporate Social Responsibility (CSR): Theory and Practice in a Developing Country Context. *Journal of Business Ethics* (2007) 72:243-262, DOI 10.1007/s10551-006-9168-4.
- Jenkins, Rhys. 2005. Globalization, Corporate Social Responsibility and Poverty. *International Affairs*. 81(3): 525-540.
- Johnson, Harold L. 1971. *Business in Contemporary Society: Framework and Issues*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Jones, Thomas M. 1980. Corporate Social Responsibility Revisted, Redefined. *California Management Review*, Spring 80, Vol. 22 Issue 3.
- Kreps, Theodore J. 1940. *Measurement of the Social Performance of Business*. Washington: US Government Print. Off.
- Kristoffersen, Inga. et al. 2005. The Corporate Social Responsibility an the Theory of the Firm. *School of Accounting, Finance and Economics & FIMARC Working Paper Series Edith Cowan University, October 2005, Working Paper 0505*.

- Loew, Thomas, et al. 2004. *Significance of the CSR Debate for Sustainability and the Requirements for Companies*. Institute for Ecological Economy Research.
- Manne, Henry G. dan Henry C. Wallich. 1972. *The Modern Corporation and Social Responsibility*. Washington, D.C.: American Enterprise Institute for Public.
- McGuire, Joseph W. 1960. *Business and Society*. New York: McGraw-Hill.
- Moon, Jeremy. 2004. Government as a Driver of Corporate Social Responsibility. *University of Nottingham, International Center for Corporate Social Responsibility, Research Paper Series Number 20*.
- Moskowitz, Milton. 1972. Choosing Socially Responsible Stocks. *Business and Society Review* 13.
- Porter, Michael E., et al. 2006. The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review, Desember 2006*, p. 1-13.
- Preston, Lee dan James Post. 1975. *Private Management and Public Policy: The Principle of Public Responsibility*. Stanford University Press.
- Richter, Judith. 2001. *Holding Corporations Accountable: Corporate Conduct, International Codes, and Citizen Action*. London: Zed Books.
- Sethi, S. Prakash. 1975. Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework. *California Management Review*, Spring 1975.
- Tuzzolino, Frank dan Barry R. Armandi, A Need-Hierarchy Framework for Assesing Corporate Social Responsibility. *The Academy of Management Review, Vol. 6, No. 1 (Jan., 1981)*.
- Utting, Peter. 2005. Corporate responsibility and the Movement of Business. *Journal of Development in Practice* 15(3-4): 375-388.
- Wartick, Steven L. dan Philip L. Cochran. The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *The Academy of Management Review, Vol. 10, No. 4, Oct. 1985*,

- Walton, Clarence C. 1967. *Corporate Social Responsibility*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Welford, 2011. *ISO 26000 Guidance on Social Responsibility Training Materials*.
- Wood, Donna J. 1991. Corporate Social Performance Revisited. *The Academy of Management Review*, Vol. 16, No. 4, Oct. 1991,
- Zenisek, Thomas J. 1979. Corporate Social Responsibility: A Conceptualization Based on Organizational Literature. *The Academy of Management Review*, Vol. 4, No. 3 (Jul., 1979), p. 359-368.

KONSEPTUALISASI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGI

Ujianto Singgih Prayitno

I. Pendahuluan

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup individu dan komunitas dalam menjalankan usahanya.¹ Peningkatan kualitas kehidupan merupakan kata kunci yang penting dalam memahami tanggung jawab sosial perusahaan yang dicirikan oleh meningkatnya kemampuan individu untuk beradaptasi dengan keadaan sosial yang ada untuk menikmati, memanfaatkan, dan memelihara lingkungan hidup. Dalam bahasa yang berbeda, meningkatnya kualitas individu dan komunitas merupakan tujuan modal sosial yang bekerja dalam realitas sosial² yang menuntut perusahaan untuk dapat menerapkan perilaku-perilaku etis dalam pelaksanaan aktivitas bisnisnya.

Perbedaan mendasar modal sosial dari modal-modal lainnya adalah bahwa modal sosial bukanlah milik individu, tetapi muncul

¹ Bandingkan dengan definisi dari *The World Business Council for Sustainable Development* yang menyebutkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, komunitas lokal, dan komunitas secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

² Di dalam realitas sosial terdapat beragam modal, Bourdieu (1986), misalnya menyebut adanya modal ekonomi (*economic capital*), modal budaya (*cultural capital*), modal simbolis (*symbolic capital*), dan modal sosial (*social capital*). Sementara Coleman (1988,1990), disamping modal sosial juga menambahkannya dengan modal manusia (*human capital*), Burt (1995:9) menambahkannya dengan modal keuangan (*financial capital*), dan Nugroho (1997:7), disamping modal sosial dan modal manusia ada lagi modal alam (*natural capital*) dan *man-made capital*.

sebagai hasil dari hubungan individu, sedangkan modal-modal lainnya dapat menjadi milik individu, dan dapat digunakan untuk kepentingannya sendiri. Inti dari modal sosial adalah kualitas pribadi individu, norma dan hubungan sosial yang menyatu dalam struktur sosial masyarakat yang mampu mengoordinasikan tindakan dalam mencapai tujuan. Modal sosial diciptakan dan di transmisikan melalui mekanisme budaya, seperti tradisi, kebiasaan-kebiasaan. Komunitas yang memiliki mekanisme pewarisan modal sosial substansial dalam bentuk aturan-aturan, biasanya menjadi komunitas dengan jaringan sosial kuat yang memungkinkan kerja sama sukarela. Kerjasama sukarela ini biasanya tercipta, bila tingkat partisipasi yang setara dan adil (*equal participation*) di dalam komunitas sudah terwujud.

Dalam sosiologi tanggung jawab sosial perusahaan dipandang sebagai agen moral yang mengedepankan prinsip moral dan etis dalam mencapai hasil laba usahanya, tanpa merugikan kelompok masyarakat, terutama diwilayah operasinya. Perusahaan perlu bekerja dengan mengedepankan prinsip moral dan etis agar memberikan manfaat bagi masyarakat. Disamping itu, tanggung jawab sosial perusahaan juga dapat dipandang sebagai sebuah pendekatan bagi perusahaan yang mengintegrasikan dua kecenderungan, yaitu kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.³

Sebagai agen moral, tanggung jawab sosial perusahaan perlu dikembangkan oleh perusahaan dan dengannya perusahaan bertransaksi dengan masyarakat, maka tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sumber bagi bekerjanya sebuah sistem sosial yang akan memberikan pengaruh terhadap ketahanan perusahaan. Setidaknya, hal ini menunjukkan adanya integritas perusahaan yang secara tidak langsung akan menumbuhkan kepercayaan masyarakat

³ Sebagai pendekatan, tanggung jawab sosial perusahaan memiliki nama lain atau bahkan sering diidentikkan, yaitu Amal Perusahaan (*Corporate Charity*), Kedermawanan Perusahaan (*Corporate Philanthropy*), Relasi Kemasyarakatan Perusahaan (*Corporate Community*), dan Pengembangan Masyarakat (*Community Development*). Pendekatan ini merupakan Investasi Sosial Perusahaan (*Corporate Social Investment*), mulai dari yang hanya bersifat amal sampai pada pemberdayaan masyarakat.

yang kuat. Kepercayaan itu akan memelihara norma-norma yang hidup dalam masyarakat, termasuk gotong royong atau jaringan kerja sama (*networks*), yang memfasilitasi kordinasi dan kerja sama dalam masyarakat yang bermutu dan menguntungkan.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan sesungguhnya merupakan sebuah strategi adaptasi dalam komunitas, sebagai salah satu upaya bertahan di persaingan bisnis yang berlangsung. Adaptasi bukan hanya sekedar persoalan bagaimana mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, tetapi juga mencakup persoalan transformasi sumber-sumber daya lokal dengan mengikuti model dan patokan-patokan yang umum.⁴ Dalam hal ini, hanya perilaku perusahaan yang berkenaan dengan pencapaian tujuan atau penyelesaian masalah saja yang dapat dikatakan adaptif. Meskipun demikian, adaptif tidaknya perilaku perusahaan juga ditentukan oleh "*only those that are clearly related to economic survival*,"⁵ mengingat terdapat perusahaan-perusahaan yang menghadapi berbagai masalah di masyarakat, sehingga agar adaptif perusahaan harus mengatasi masalah yang dihadapi atau untuk memperoleh sesuatu yang diinginkan. Strategi adaptasi adalah pola-pola berbagai usaha yang direncanakan oleh manusia untuk dapat memenuhi syarat minimal yang dibutuhkannya dan untuk memecahkan masalah-masalah yang dihadapi.⁶

Namun persoalannya, sering kali perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosialnya sebagai kegiatan sosial yang dibentuk oleh struktur dan menjalankan kewajibannya karena mengikuti norma dan aturan yang disediakan masyarakat, seperti peraturan perundang-undangan. Perusahaan hanya mengikuti aturan-aturan yang pasti atau diberi peran dan fungsi dalam suatu dunia usaha yang pada dasarnya tidak dapat mereka ubah. Padahal sebagai salah

⁴ Bennett (1969:11) membedakan tiga tipikal adaptasi, yaitu (a) adaptive behavior as "coping mechanism or ways of dealing with people and resources in order to attain goals and solve problems"; (b) adaptive strategy as "the pattern formed by the many separate adjustment that people devise in order to obtain and use resources and to solve in the immediate problem confronting them"; (c) adaptive processes as "the changes introduced over relatively long period of time by the repeated use of such strategies or the making of many adjustment.

⁵ Bennett, J.W. Nortthern Plainsmen: Adaptive Strategy and Agrarian Life, AHM Publishing, Arlington Height:, 1969, hal. 15

⁶ Ahimsa-Putra, Heddy Shri (ed). Ekonomi Moral, Rasional Dan Politik: Dalam Industri Kecil di Jawa, Kepelpress, Yogyakarta, 2003, hal 12.

satu sumber modal sosial, tanggung jawab sosial perusahaan harus mengadakan inovasi, intervensi, restrukturisasi, dan transformasi kondisi-kondisi kehidupan.

Dalam sosiologi, pelaku usaha dapat dipandang sebagai aktor yang dalam tindakannya sering dihadapkan pada dikotomi antara sebagai kekuatan pembentuk struktur, dan yang “dikuasai” oleh aturan-aturan yang harus dipatuhi. Pelaku usaha perlu berupaya memahami bagaimana membuat sebuah keputusan tertentu berkaitan dengan aturan-aturan, sumber daya, dan hubungan-hubungan sosial. Keputusan dibuat sering dihadapkan dengan sejumlah arah tindakan, dan pilihan alternatif,⁷ sehingga dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan para pelaku usaha akan berusaha mencari informasi yang relevan, memprosesnya, menilai hasilnya, dan kemudian mengambil suatu keputusan yang dipandang paling menguntungkan. Oleh karena itu, tulisan ini akan menguraikan bagaimana konsep tanggung jawab sosial perusahaan dalam perspektif sosiologi sebagai modal sosial itu? Perspektif sosiologi yang digunakan untuk membahas pertanyaan ini, selain menggunakan teori modal sosial, juga teori sosiologi Karl Marx, terutama yang berkaitan dengan kritiknya atas kapitalisme.

II. Modal Sosial: Kepercayaan dan Norma

Modal sosial dapat dipahami secara sederhana sebagai jaringan sosial (*network*) yang menunjukkan norma kepercayaan (*norm of trust*) dan hubungan timbal balik (*reciprocity*).⁸ Kemunculan konsep ‘modal sosial’ menjadi lebih populer karena konsep ini menyajikan

⁷ Long, N. 1977. An Introductions to the Sociology of Rural Development, Tavistock, London, 1977, hal 128.

⁸ Akar tertua konsep modal sosial dapat ditemukan tahun 1916, berdasarkan artikel yang dibuat oleh L.F. Hanifan, seorang reformer kampus dari Virginia Barat (Woolcock, 1998). Modal sosial merupakan ide utama dalam pencarian sosiologi mengenai bentuk urutan sosial (Wall, et al, 1998:303), namun, konsep itu tidak kembali muncul dalam waktu yang cukup panjang, walaupun dalam bentuk sederhana sekalipun. Sampai pada akhirnya, Jane Jacob memunculkan kembali terminologi tersebut ketika ia membahas tentang perencanaan perkotaan (*urban planning*) pada tahun 1960an. Pada tahun 1970-an, di Amerika Utara juga ditemukan referensi singkat mengenai modal sosial dalam tulisan seorang ekonom bernama Glenb Loury (1977), sebagai kritik terhadap teori neoklasikal tentang ketidaksamaan pendapatan kelompok rasial (Portes 1998:2).

dasar teori yang lebih menarik dari pengertian 'masyarakat sipil - civil society'. Sebagai sebuah gagasan, masyarakat sipil telah kehilangan koherensinya sebagai sebuah bangun-keilmuan atau sebagai resep mujarab kebijakan.⁹ Pengertian masyarakat sipil dinilai sebagai sebuah istilah yang terlalu luas untuk membahas masalah interaksi sosial yang membentuk pemerintahan¹⁰

Terdapat demikian banyak definisi modal sosial ini, termasuk perbedaan penggunaan kata yang digunakan yang mengacu pada terminologi itu. Definisi modal sosial, terbentang mulai dari pengertiannya sebagai energi sosial (*social energy*), spirit komunitas (*community spirit*), keterikatan sosial (*social bonds*), kebijakan kewargaan (*civic virtue*), jaringan komunitas (*community network*), ozon sosial (*social ozone*), persahabatan yang luas (*extended friendships*), kehidupan komunitas (*community life*), sumber daya sosial (*social resources*), jaringan formal dan informal (*formal and informal networks*), kehidupan kebertetanggaan (*good neighbourliness*), perekat sosial (*social glue*), dan pelumas (*lubricant*) jaringan sosial. Di dalam bentangan pengertian ini, terdapat perbedaan konseptual, tergantung pada latar belakang teoritiknya.¹¹

⁹ Michael Woolcock, *Social Capital and Economic Development: Towards a Theoretical Synthesis and Policy Framework*, Theory and Society 27:151-208.1998; Keane, John, *Civil Society: Old Images, New Visions*. Oxford: Polity Press, 1998; dan Van Rooy, Alison, ed., *Civil Society and Aid Industry*", Earthscan, London, 1998

¹⁰ Edwards, B. and M. Foley. "Social Capital and the Political Economy of our Discontent". *American Behavioral Scientist* 40(5), 1997, 669-678

¹¹ Teori yang dimaksud tergantung pada asumsi ontologiknya, yang umumnya merupakan dikotomi antara individu sebagai aktor yang dipandang sebagai kekuatan-kekuatan pokok yang membentuk struktur dan mengubah kembali struktur sistem sosial itu, atau aktor yang merupakan bagian-bagian yang tidak berkepribadian, yang mengikuti aturan-aturan yang pasti atau diberi peran dan fungsi dalam suatu dunia yang pada dasarnya tidak dapat mereka ubah. Banyak ilmuwan yang berusaha mendamaikan kedua pandangan tersebut, diantaranya yang paling terkenal adalah yang mengintegrasikan agen-struktur, seperti teori strukturalis dari Giddens (Ritzer dan Goodman, 2003, Craib, 1992, Bryant dan Jary, 2000; Cohen, 1989; Held dan Thompson, 1989), yang mendasarkan pada praktik sosial yang berulang (Giddens, 1989:252) yang diatur melintasi ruang dan waktu (Giddens, 1984:2). Tujuan fundamental dari teori strukturalis adalah untuk menjelaskan hubungan dialektika dan saling pengaruh mempengaruhi antara agen dan struktur (Bernstein, 1989:23). Seluruh tindakan sosial memerlukan struktur dan seluruh struktur memerlukan tindakan sosial. Agen dan struktur salin mempengaruhi tanpa terpisahkan dalam praktik atau aktivitas manusia.

Modal sosial merupakan prasyarat bagi keberhasilan proyek pembangunan, terutama terlihat dari kemampuan komunitas dalam merajut institusi atau pranata (*crafting institution*).¹² Studi tentang modal sosial banyak dikembangkan oleh Bank Dunia, karena dipercaya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi.¹³ Selain itu, bagi Putnam¹⁴ modal sosial mempunyai, "kekuatan dan akibat yang dapat diperhitungkan pada banyak aspek yang berbeda dalam kehidupan manusia." Kekuatan dan akibat yang dapat diperhitungkan ini meliputi, rendahnya angka kejahatan¹⁵ derajat kesehatan yang lebih baik¹⁶, peningkatan usia harapan hidup¹⁷ pencapaian prestasi bidang pendidikan,¹⁸ peningkatan derajat pendapatan,¹⁹ meningkatkan kesejahteraan anak dan menurunkan tingkat kekerasan anak,²⁰ mengurangi tingkat korupsi dan membuat pemerintahan lebih efektif dan pencapaian prestasi ekonomi melalui

¹² Ostrom, Elinor. *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press, 1990. Lebih lanjut, Ostrom mengartikan institusi sebagai seperangkat aturan yang digunakan secara aktual oleh sekumpulan individu untuk mengorganisasikan tindakan yang berulang-ulang, yang dapat mempengaruhi individu tersebut dan orang lain.

¹³ World Bank (1998), *The Initiative on Defining, Monitoring and Measuring Social Capital. Overview and Program Description*, Washington, World Bank, Social Development Department, 1998

¹⁴ Robert Putnam, „Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America”. *Political Science and Politics*. December, 1995 h. 664.

¹⁵ D. Halpern, „Moral values, social trust and inequality - Can values explain crime?” *British Journal Criminology* 41/2001:236-251, lihat juga Putnam, R. „Bowling Alone: America’s Declining Social Capital”. *Journal of Democracy* 6(1), 1995.

¹⁶ Kenneth P Wilkinson, *The Community in Rural America*. Greenwood Press, New York; 1991.

¹⁷ Putnam, Op.Cit, h. 670.

¹⁸ James S.Coleman, „Social Capital in the Creation of Human Capital.” *American Journal of Sociology*, 94, 1988, h. 120.

¹⁹ Kenneth P Wilkinson, Op. Cit

²⁰ Cote S, Healy, T. „The Well-being of Nations. The role of human and social capital”. *Organisation for Economic Co-operation and Development*, Paris, (2001).

peningkatan kepercayaan dan penurunan biaya transaksi,²¹ meningkatkan kesejahteraan keluarga.²²

Bagaimanapun modal sosial itu didefinisikan, ia secara langsung berimplikasi pada bagaimana pengukurannya dapat dilakukan. Dari berbagai penelitian empirik yang telah dilakukan sekurang-kurangnya terdapat tiga masalah dalam pengukuran modal sosial,²³ yaitu pertama, modal sosial memiliki dimensi kualitatif yang penting dan tidak dapat diabaikan, sehingga untuk memahami modal sosial perlu diperhatikan tingkat aksi kohesif yang mampu dilakukan sebuah kelompok. Masalah kedua adalah berkaitan dengan eksternalitas-eksternalitas positif dari keanggotaan kelompok, atau dalam bahasa Fukuyama "radius kepercayaan positif". Semua kelompok memerlukan tingkat modal sosial tertentu untuk dapat bergerak, beberapa diantaranya menjalin ikatan kepercayaan diluar keanggotaan mereka sendiri.²⁴ Persoalan ketiga adalah mengenai

²¹ Fukuyama, *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: Free Press, 1995. Buku ini merupakan sumbangan yang berharga tentang peran kepercayaan dalam menciptakan modal sosial, dengan memperhatikan pembangunan ekonomi. Argumen utama adalah bahwa ada masyarakat dan budaya yang tinggi dan rendah tingkat kepercayaannya. Masyarakat dengan tingkat kepercayaan tinggi cenderung membangun modal sosial yang lebih baik, dan konsekuensinya menikmati perkembangan ekonomi yang lebih baik, terutama dalam transisi menjadi negara ekonomi maju. Sama halnya dengan kepercayaan kelompok dan budaya yang tinggi mengakumulasikan banyak modal sosial. Fukuyama melihat modal sosial sebagai lem yang merekatkan struktur sentrifugal dan pasar. Pernyataan tersebut merupakan pernyataan penting yang konservatif jika dikaitkan dengan modal sosial pasar. Argumen lebih jauh dapat ditemui pada Bab 2-5, dan 23-26.

²² Christian Grootaert, 1998. *Social Capital, Household Welfare and Poverty in Indonesia*, World Bank, 1998

²³ Fukuyama, Op.Cit., h. 29

²⁴ Bagi Weber (1930), Puritanisme menerapkan ajaran bahwa kejujuran bukan hanya berlaku terhadap anggota lain dalam suatu kelompok agama tertentu, tetapi terhadap semua umat manusia. Di pihak lain, norma dan hubungan timbal balik (*reciprocity*) dapat dikembangkan di antara sekelompok kecil anggota kelompok. Putnam (1993) juga menggunakan terminology "anggota kelompok" seperti *American Association of Retired People* yang memiliki banyak anggota, tidak ada jaminan bahwa dua anggota kelompok tersebut akan saling percaya dan dapat melakukan aksi kerjasama hanya karena mereka membayar uang keanggotaan pada organisasi yang sama.

eksternalitas negatif,²⁵ yaitu adanya beberapa kelompok secara aktif mendukung tindakan yang memusuhi dan bahkan melakukan tindakan kejahatan terhadap mereka yang tidak menjadi anggotanya.

Modal sosial pada akhirnya, didasarkan pada nilai sosial spesifik, yaitu sebuah konsep normatif dan bukan sekedar deskripsi objektif mengenai perilaku manusia. Kekuatan kunci analisa modal sosial berada pada analisa normatif yang lebih luas, yang lebih dari sekedar partisipasi dalam aktivitas kelompok, tetapi mencakup bentuk interaksi sosial sebagai sumber daya, yang tidak hanya sekedar material atau finansial tetapi juga sumber kekuasaan²⁶. Hal tersebut secara alami memunculkan kehati-hatian mengenai monopolisasi kekuasaan di dalam atau antar kelompok dan memunculkan pentingnya menganalisa hubungan kekuasaan dalam menentukan 'kualitas' modal sosial dan efektivitasnya untuk memudahkan aksi kolektif.²⁷

III. Kepercayaan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Sebagai Modal Sosial, tanggung jawab sosial perusahaan dapat dianggap sebagai nilai yang berharga sebagai salah satu standar perilaku dalam mengarahkan tindakan yang memperdulikan persoalan masyarakat. Implementasi tanggung jawab sosial tidak terlepas dari habitus, yaitu melalui pemberdayaan dan pengembangan masyarakat untuk meningkatkan kemampuan dan kesejahteraannya. Habitus dapat dirumuskan sebagai sebuah sistem disposisi-disposisi, yaitu skema persepsi, pikiran, dan tindakan yang diperoleh dan bertahan lama. Perusahaan mengembangkan disposisi-disposisi ini sebagai tanggapan terhadap kondisi-kondisi obyektif yang dihadapi masyarakat, sehingga dalam bahasa Pierre

²⁵ Klu Klux Klan, GAM (sebelum integrasi), misalnya memang memiliki *modal sosial*. Kelompok seperti ini tidak hanya memiliki masalah dalam bekerja sama satu dengan yang lain, tetapi ikatan dalam masyarakat yang mengikat mereka biasanya kurang adaptif karena menahan anggotanya dari pengaruh lingkungan sekitar.

²⁶ Alejandro Portes, "Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology," *Annual Review of Sociology* 24/1998 h. 1-2

²⁷ Pantoja, "Exploring the Concept of Social Capital and its Relevance for Community-based Development: The Case of Coal Mining Areas of in Orissa India", *Social Capital Initiative WP No 18*, World Bank, Washington DC, USA, 1999.

Bourdieu (1930-2002) penanaman struktur sosial obyektif ke dalam pengalaman mental dan subyektif para pelaku usaha. Sehingga, habitus menjadi kunci bagi reproduksi sosial karena bersifat sentral dalam membangkitkan dan mengatur praktik-praktik yang membentuk kehidupan sosial.

Masyarakat belajar untuk mendambakan hal-hal yang dimungkinkan dalam pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan, dan tidak mengapresiasi hal-hal yang tidak tersedia bagi mereka. Dalam praktik para pelaku usaha akan mengevaluasi pilihan-pilihan dan akan menyisihkan pilihan yang paling tidak dimungkinkan, sebagai ketundukan terhadap tatanan tertentu. Tatanan tersebut membuat para pelaku usaha cenderung untuk mengerjakan sesuatu dengan suka hati, yaitu untuk menolak apa yang secara kategoris memang tertolak, dan untuk menghindaki hal-hal yang memang tak terhindarkan.

Kondisi yang dihadapi oleh pelaku usaha ini dalam perspektif sosiologi, memunculkan oposisi diantara subjektivisme dan objektivisme yang selama ini tidak terdamaikan.²⁸ Subjektivisme yang antara lain diwakili oleh pemikiran Sartre, eksistensialisme, fenomenologi sosial, dan etnometodologi, meyakini bahwa pengetahuan tentang dunia sosial didasarkan pada pengalaman utama dan persepsi individu.²⁹ Sedangkan objektivisme yang diwakili oleh strukturalisme, positivisme, Weber, Durkheim, dan Marxisme, meyakini bahwa dunia sosial dibentuk oleh hubungan-hubungan yang berada di luar kekuasaan dan kesadaran individu yang justru menentukan kesadaran dan tindakannya.³⁰ Pilihan kesadaran pelaku usaha terhadap dikotomi ini berimplikasi terhadap implementasi tanggung jawab apakah tindakan itu merupakan kesadaran bebas pelaku usaha sendiri, ataukah paksaan dari seperangkat peraturan perundang-undangan yang memaksa mereka untuk melakukan tindakan.

Bagi Pierre Bourdieu, dikotomi kesadaran yang dihadapi pelaku usaha tersebut meskipun terlihat bertentangan, namun pendekatan

²⁸ Pierre Bourdieu, *The Logic of Practice*, (Stanford: Stanford University Press, 1992), hlm. 25

²⁹ Pierre Bourdieu, *Arena Produksi Kultural*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2010), hlm. xiii (Prawacana)

³⁰ Bourdieu, *The Logic of Practice*, hlm. 25-26

kedua perspektif ini diperlukan untuk menemukan hubungan saling mempengaruhi atau dialektika diantara keduanya, yang saling mempengaruhi dalam satu proses kompleks untuk menghasilkan praktik sosial.³¹ Praktik sosial tidak hanya meletakkan pelaku usaha pada perannya dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, melainkan dengan memperhitungkan konteks ruang dan waktu yang melatarbelakanginya.³² Bourdieu dalam menyelesaikan persoalan ini merumuskan konsep *habitus*, *arena*, dan *modal* dalam satu bingkai yang disebut strukturalisme genetik.³³ Konsep habitus, arena, dan modal ini merupakan rumusan generatif dari teori Bourdieu tentang bagaimana praktik sosial berjalan. Dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan, habitus merupakan hasil dari perumusan kebijakan yang menjadi tindakan praktis yang beroperasi dalam suatu ruang sosial atau arena tertentu yang kemudian mempengaruhi rutinitas tindakannya.³⁴ Arena merupakan ruang yang terstruktur dengan aturan keberfungsiannya yang khas namun tidak secara kaku terpisah dari arena-arena lainnya dalam sebuah dunia sosial. Arena membentuk habitus yang sesuai dengan struktur dan cara kerjanya, namun habitus juga membentuk dan mengubah arena sesuai dengan strukturnya.

Untuk menjadi habitus, modal sosial membutukan kepercayaan komunitas dalam hubungannya dengan peningkatan ekonomi. Fukuyama, dengan tegas mengatakan, bahwa kepercayaan (*trust*) merupakan dimensi budaya dari kehidupan ekonomi (*cultural dimension of economic life*).³⁵ Kepercayaan merupakan perekat yang menghubungkan norma dan institusi dengan adanya partisipasi, sebagai cara berpikir baru yang memberikan kerangka terhadap gagasan bahwa komunitas miskin dapat menolong dirinya sendiri.

³¹ Bagus Takwin, "Proyek Intelektual Pierre Bourdieu: Melacak Asal-Usul Masyarakat, Melampaui Oposisi Biner dalam Masyarakat", dalam: Harker dkk (ed), (*Habitus x Modal*) + Ranah = Praktik, (Yogyakarta: Jalasutra, 2005), hlm. xvii

³² Suma Riella Rusdiarti, "Bahasa, Pertarungan Simbolik dan Kekuasaan", dalam *Basis* No. 11-12, Th. 52, November-Desember 2003, hlm. 33

³³ Bourdieu, *Arena Produksi Kultural: Sebuah Kajian Sosiologi Budaya*, hlm. xvi-xvii

³⁴ Haryatmoko, "Sekolah, Alat Reproduksi Kesenjangan Sosial", dalam *Basis*, No. 07-08, Tahun ke-57, 2008, hlm. 16

³⁵ Fukuyama, O.Cit., hal 26.

Ketika mereka dapat menyatakan kebutuhan mereka sendiri dan menemukan jalan keluar, mereka telah menjadi partisipan aktif, bukan penerima manfaat dari program-program yang dijalankan pemerintah.

Oleh karena itu, tantangan yang dihadapi oleh para penyusun kebijakan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat adalah meningkatkan pemerataan kesejahteraan secara lebih luas. Kenyataan menunjukkan bahwa sejumlah besar rumah tangga yang digolongkan sebagai tidak miskin secara pendapatan, sesungguhnya mengalami kemiskinan dalam segi lainnya, seperti akses ke perumahan yang layak, transportasi, air bersih, sanitasi, dan pendidikan. Saat ini dengan kondisi perekonomian yang semakin sulit terjadi perlambatan laju pengentasan kemiskinan yang dicatat pada beberapa tahun terakhir dan tingginya kerentanan masih tetap mengkhawatirkan. Hasil pengentasan kemiskinan yang telah dilakukan pemerintah saat ini dibayangi oleh ancaman, akibat kerawanan terhadap bencana alam, seperti gempa bumi, tsunami, letusan gunung berapi, banjir, tanah longsor dan kebakaran hutan, yang secara sekejap dapat meningkatkan angka kemiskinan. Bagi kaum miskin, penduduk yang rentan, dan beberapa yang berada pada kelas menengah, pendapatan dan kesejahteraan yang lebih tinggi tidak sepenuhnya meningkatkan standar hidup jika akses kepada layanan-layanan utama tidak ditingkatkan. Harapan-harapan yang ditempatkan pada reformasi desentralisasi untuk meningkatkan layanan masyarakat belum terwujud. Otonomi daerah masih belum memperlihatkan kontribusinya terhadap peningkatkan layanan umum di daerah seperti yang diharapkan.

Pada titik inilah sesungguhnya tanggung jawab sosial perusahaan muncul sebagai kesadaran baru yang mensubstitusi program-program pengentasan kemiskinan yang belum disentuh pemerintah. Hal ini penting untuk memastikan keberlangsungan hidup masyarakat bawah yang selama ini mengandalkan berbagai macam kegiatan yang dilakukan untuk pemenuhan kehidupan sendiri dan lingkungan sosial terdekatnya. Produksi demi kelangsungan hidup (*survival*) terdiri atas berbagai macam kegiatan di seluruh sektor ekonomi subsisten, yaitu reproduksi sumber daya ekonomi yang habis dipergunakan sendiri. Produksi subsisten tergantung pada ketersediaan tenaga kerja yang dimiliki rumah tangga. Pada

sistem ini hubungan produsen dan konsumen tidak berdasarkan uang, sehingga yang berperan penting adalah hubungan sosial dan pertukaran sosial.

Sebagai modal sosial, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan tindakan etis yang tidak hanya sekedar kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan, tetapi juga sebagai kewajiban moral yang harus dilakukan oleh perusahaan. Terdapat beberapa alasan yang dapat dikemukakan sebuah perusahaan harus bertindak etis,³⁶ yaitu pertama, adanya peningkatan harapan publik agar perusahaan menjalankan bisnisnya secara etis, dan bagi perusahaan yang tidak berhasil menjalankannya akan mengalami sorotan, kritik atau bahkan hukuman. Kedua, perusahaan dibatasi oleh etika bisnis yang ada agar tidak melakukan tindakan-tindakan yang membahayakan pemangku kepentingan yang lain. Ketiga, penerapan etika bisnis di perusahaan dapat meningkatkan kinerja perusahaan, yang dapat dicapai melalui terjadinya penurunan resiko korupsi, manipulasi, penggelapan, dan berbagai bentuk perilaku yang tidak etis lainnya. Keempat, penerapan etika bisnis seperti kejujuran, menepati janji, dan menolak suap dapat meningkatkan kualitas hubungan bisnis diantara kedua belah pihak yang melakukan hubungan bisnis. Kelima, agar perusahaan terhindar dari penyalahgunaan wewenang yang dilakukan karyawan maupun kompetitor yang bertindak tidak etis. Keenam, penerapan etika perusahaan secara baik didalam suatu perusahaan dapat menghindarkan terjadinya pelanggaran hak-hak pekerja oleh pemberi kerja, dan terakhir, mencegah agar perusahaan tidak memperoleh sanksi hukum karena telah menjalankan bisnis secara tidak etis.

Pemahaman tanggung jawab sosial perusahaan sebagai modal sosial memperlihatkan, bahwa perusahaan tidak boleh hanya memikirkan keuntungan finansial bagi perusahaannya saja, tetapi juga harus memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap publik, khususnya masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan. Hal ini didasarkan atas, pertama, bahwa masyarakat merupakan sumber daya yang dimiliki dan direproduksi oleh perusahaan, tanpa

³⁶ Post, E.J., dan Lawrence, T. Anne dan Weber, 2002. Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics. Edisi 10, Me. GrawHill.

masyarakat perusahaan bukan saja tidak akan berarti, tetapi juga tidak akan berfungsi, dan tanpa dukungan masyarakat, perusahaan tidak mungkin memiliki pelanggan, pegawai dan sumber-sumber produksi lainnya yang bermanfaat bagi perusahaan. Kedua, kendatipun perusahaan telah membayar pajak kepada Negara, itu tidak serta-merta menghilangkan tanggungjawabnya terhadap kesejahteraan publik.³⁷

Sejalan dengan perspektif modal sosial, tanggung jawab sosial perusahaan juga dapat diasumsikan memiliki dua dimensi, yaitu pertama, pengembangan teori tanggung jawab sosial perusahaan ke arah suatu pemahaman yang menekankan pada peran jaringan dan norma-norma masyarakat, yang pada umumnya dipersepsi menjadi kebutuhan publik. Sebagai hasil dari hubungan sosial, tanggung jawab sosial bermanfaat bagi masyarakat luas. Ini merupakan suatu kebutuhan publik, karena tidak bersifat eksklusif, --manfaatnya tidak terbatas dan tersedia bagi semua anggota masyarakat tanpa terkecuali.

Kedua, penekanan pada kemampuan individu dalam mencari keuntungan bagi dirinya sendiri dengan memanfaatkan sumber daya yang ada di masyarakat. Jika Fukuyama mendefinisikan modal sosial sebagai, "*the ability of people to work together for common purposes in groups and organizations,*"³⁸ maka tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kualitas perusahaan yang berupa tata nilai kehidupan dan aturan yang dianut dan dijalankan oleh perusahaan yang memfasilitasi kerjasama yang baik untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dengan demikian, tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai dua dimensi, yaitu dimensi otonomi aktor yang memperlihatkan kerendahanatian dan kedermawanan pelaku usaha dalam mengelola tanggung jawab sosial perusahaannya, dan dimensi kemelekatan struktur yang memperlihatkan kepatuhan pelaku usaha terhadap aturan-aturan formal dalam mengelola

³⁷ Biasanya, di negara yang kurang memperhatikan kebijakan sosial (*social policy*) atau kebijakan kesejahteraan (*welfare policy*) yang menjamin warganya dengan berbagai pelayanan dan skema jaminan sosial yang merata, manfaat pajak seringkali tidak sampai kepada masyarakat, terutama kelompok miskin dan rentan yang tidak memiliki posisi tawar yang kuat.

³⁸ Fukuyama, Op.Cit., hal 10.

tanggung jawab sosial perusahaannya. Kedua dimensi ini tidak dapat saling meniadakan, dimensi otonomi aktor dalam tanggung jawab sosial perusahaan mempertimbangkan potensi perusahaan dalam mengerahkan sumber daya melalui jaringan sosial. Di sini, fokusnya adalah keuntungan perusahaan, namun tetap mempertimbangkan didalam konteks struktur sosial tertentu. Sementara struktur sosial, meskipun bervariasi, melalui penetapan aturan-aturan moral yang tertulis senantiasa berusaha membatasi sifat mementingkan diri sendiri dalam diri manusia dengan berbagai cara.

Pemahaman ini penting mengingat kebijakan pembangunan nasional selama ini yang masih ditengarai kurang memberikan perhatian yang memadai pada kesenjangan yang menimbulkan beberapa ekses negatif terhadap pembangunan, seperti menumpuknya kegiatan ekonomi di daerah tertentu saja, melebarnya kesenjangan pembangunan antara daerah perkotaan dan perdesaan, meningkatnya kesenjangan pendapatan perkapita, masih banyaknya daerah-daerah miskin, tingginya angka pengangguran, serta rendahnya produktivitas. Berbagai ekses negatif ini, secara bersama-sama membentuk sebuah isu permasalahan yang sentral bagi pembangunan, yaitu bahwa pembangunan ekonomi nasional selama ini ternyata belum mampu meningkatkan kesejahteraan rakyat secara luas, yang ditandai oleh tingginya ketimpangan dan kemiskinan.

Pembangunan ekonomi jelas sangat mempengaruhi tingkat kemakmuran suatu Negara. Pembangunan ekonomi yang sepenuhnya diserahkan kepada mekanisme pasar tidak akan secara otomatis membawa kesejahteraan kepada seluruh lapisan masyarakat. Pengalaman negara maju dan berkembang membuktikan bahwa meskipun mekanisme pasar mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi dan kesempatan kerja yang optimal, namun selalu gagal dalam menciptakan pemerataan pendapatan dan memberantas masalah sosial. Penduduk miskin adalah kelompok yang sering tidak tersentuh oleh strategi pembangunan yang bertumpu pada mekanisme pasar. Dalam kaitan ini lah perusahaan memiliki tanggung jawab sosial untuk ikut membantu menyelesaikan persoalan yang ada di masyarakat, apakah terdapat aturan yang memaksakan tindakannya atau tidak.

Artinya, kerelaan perusahaan dalam melakukan tindakan sosial itu memperlihatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengidentifikasi dan melakukan internalisasi norma-norma dan nilai dalam pengelolaan perusahaan, sehingga dapat memotivasi untuk memantapkan ikatan sosial atau memindahkan sumber daya perusahaan ke orang lain atau komunitas. Pada akhirnya, antara perusahaan dan masyarakat memunculkan solidaritas komunitas, yang dapat memotivasi masyarakat sebagai konsumen yang loyal untuk memantapkan ikatan sosial atau kesetiaan terhadap produk perusahaan.

Tingkat kepercayaan atau kesetiaan masyarakat ini akan menentukan, tidak hanya ketahanan perusahaan, tetapi juga ketahanan masyarakat. Titik kuncinya adalah bahwa jaringan (*network*) tergantung secara keseluruhan kepada kepercayaan (*trust*) dan norma-norma implisit dan peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan menjadi ikatan sosial informal yang membuat sedemikian rupa sehingga terbentuk sebuah ikatan perusahaan dan masyarakat lebih dari sekedar hubungan produsen dan konsumen, atau hubungan perusahaan dengan masyarakat sekitar perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan sebagai jalinan ikatan sosial informal ini, merupakan sumber legitimasi berfungsinya modal sosial masyarakat untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, keberlanjutan pembangunan, serta untuk kepentingan mediasi konflik.

IV. Kapitalisme dan Kritik Karl Marx

Kapitalisme muncul pertama kali dalam karya John Adam Smith³⁹ yang berjudul *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, sebagai buku pertama yang menggambarkan sejarah perkembangan industri dan perdagangan di Eropa serta dasar-dasar perkembangan perdagangan bebas. Pandangan Smith ini memang melahirkan faham dunia yang disebut dengan kapitalisme yang

³⁹ Lahir di Kirkcaldy, Skotlandia, 5 Juni 1723 –meninggal di Edinburgh, Skotlandia, 17 Juli 1790 pada umur 67 tahun, adalah seorang filsuf berkebangsaan Skotlandia yang menjadi pelopor ilmu ekonomi modern. Adam Smith adalah salah satu pelopor sistem ekonomi Kapitalisme. Sistem ekonomi ini muncul pada abad 18 di Eropa Barat dan pada abad 19 mulai terkenal di sana.

telah berhasil menjadi landasan struktur ekonomi, yang kemudian ditentang oleh Karl Marx (1818-1883). Dalam bukunya yang ditulis dalam 3 (tiga) volume, Marx menelaah apa yang tengah terjadi saat itu yang ditemuinya dalam kesehariannya. Dengan dibantu oleh sahabatnya, Frederic Engels (1820-1895), mendirikan sosialisme ilmiah yang kemudian juga menjadi faham dunia, komunisme yang tidak lagi berbicara ide-ide tetapi langsung membedah situasi masyarakat yang ada.

Marx dan Engels melihat bagaimana kapitalisme gagal dan banyak membuat orang sengsara. Jika Smith berusaha memisahkan ekonomi politik dengan politik negara, Marx dan Engels menggabungkan keduanya. Penting bagi mereka untuk melihat persaingan, kompetisi, sebagai hal yang mesti dicampuri. Melalui pandangan ekonomi dan materialismenya, Marx dan Angels melihat secara nyata keadaan sekitar, mencoba meramal, bahwa suatu saat akan ada perubahan sosial yang dahsyat yang mengganggu ekonomi yang berlandaskan kapitalisme.⁴⁰ Teorinya adalah tentang teori perjuangan kelas ekonomi, yaitu kelas ekonomi lemah dan kelas ekonomi kuat. Ekonomi lemah akan melakukan perjuangan perubahan nasib atas penindasan ekonomi kuat.

Marx memandang kapitalisme berdasarkan pada hubungan upah buruh dan perkembangan revolusi industri, yang dibedakan antara kapitalisme industri dengan sebuah tipe yang dikenal dengan kapitalisme perdagangan. Marx melihat ekonomi sebagai faktor determinan yang mempengaruhi seluruh kehidupan masyarakat. Dalam perspektif paradigma konflik, materialisme sejarah dipahami sebagai pergulatan panjang antara faktor produksi (*mood of production*) dan hubungan sosial produksi (*social relationship of*

⁴⁰ Melalui karyanya yang berjudul "*The Economic and Philosophical Manuscripts of 1844*" (1964), Marx mengembangkan idenya tentang hubungan sosial berkaitan dengan segala sesuatu yang menjadi komoditas, dan membahas pula tentang tenaga kerja, khususnya penekanan pada distorsi dari proses kerja ketika tenaga kerja menjadi komoditas. Dalam "*A Contribution to The Critique of Political Economy*" (1970) ia menjelaskan bahwa ekonomi merupakan fondasi masyarakat, dan diatasnya terbangun superstruktur politik dan hukum. Fondasi tersebut disebut infra struktur yang merupakan keseluruhan kekuatan produksi. Dalam kondisi tertentu dari perkembangan masyarakat, kekuatan produksi menjadi kontradiksi dengan hubungan produksi, yang pada akhirnya melahirkan revolusi sebagai sesuatu yang alami.

production), yang pada saat tertentu ketika kejemuhan mencapai puncaknya akibat *surplus value* yang berlebihan, mengakibatkan revolusi alamiah, sebagai konsekuensi logis dari kelangsungan hidup sejarah yang terus berkembang. Sebagai faktor determinan, ekonomi sebagai infrastruktur, secara langsung mempengaruhi suprastruktur yang terdiri dari *social structure, political structure, dan ideological structure (culture)*.

Menurut Marx, kapitalisme adalah suatu sistem ekonomi yang memungkinkan individu menguasai sumber daya produktif vital, yang mereka gunakan untuk meraih keuntungan maksimal. Marx menyebut para individu ini sebagai kaum bourgeois, yang mempekerjakan sekelompok orang yang disebut proletar. Golongan proletar ini memproduksi barang-barang yang oleh kaum kapitalis kemudian dijual di pasar untuk meraih keuntungan. Para kapitalis tersebut bisa memperoleh keuntungan karena mereka membayar buruh kurang dari nilai murni barang-barang yang dihasilkan. Dalam arti demikian, keuntungan kapitalis tidak tumbuh hanya melalui proses penjualan barang semata, tetapi keuntungan itu berasal dari proses produksi yang dilakukan oleh golongan proletar. Sedangkan tindakan penjualan barang hanyalah upaya merealisasikan keuntungan tersebut, yang sebenarnya telah ada dalam penciptaan produk oleh buruh. Dengan demikian, Marx menekankan perjuangan kelas dan kekuatan-kekuatan ekonomi lainnya sebagai dasar keruntuhan feodalisme dan kebangkitan kapitalisme. Marx sangat menekankan peningkatan eksloitasi petani oleh tuan tanah, buruh oleh majikan.

Marx berpendapat, bahwa produksi adalah basis seluruh kehidupan masyarakat. Hubungan-hubungan produksi menimbulkan pembagian kerja, yaitu munculnya hubungan kepemilikan yang mencakup pemilikan dan penguasaan yang berbeda-beda atas sumber-sumber pokok dan pelbagai alat produksi. Pemilikan dan penguasaan yang berbeda-beda atas barang milik ini merupakan dasar yang asasi untuk munculnya kelas sosial. Karena sumber-sumber materil yang dibutuhkan untuk pemenuhan kebutuhan manusia bersifat langka, hubungan-hubungan antara kelas-kelas yang berbeda itu menjadi kompetitif dan antagonistik. Dengan demikian, Marx memahami bidang produksi sebagai medan

pertentangan kekuasaan, yaitu kekuasaan para pemilik atau "kelas-kelas atas", dan kekuasaan kaum buruh atau "kelas-kelas bawah".⁴¹

Pertentangan itulah yang akan menjadi pembawa dinamika perubahan masyarakat yang pada akhirnya menghancurkan kapitalisme dari dalam dan mengalihkannya, melalui revolusi sosialis, ke sosialisme, keadaan di mana tidak ada lagi pemilik dan buruh, karena para pekerja sendiri akan memiliki tempat kerja mereka dan dengan demikian basis segala penghisapan akan berakhir. Tekanan kompetisi memaksa para kapitalis untuk terus mempertajam eksploitasi buruh-buruh mereka, yang justru mempersiapkan kehancurannya sendiri. Kelas buruh semakin miskin dan sekaligus makin bertambah banyak, sedangkan sisa kaum kapitalis tidak dapat menjual produksi mereka lagi. Pada saat itulah kaum buruh akan bangkit, mengambil alih pabrik-pabrik dan dengan demikian menciptakan masyarakat yang tanpa kelas, yaitu masyarakat komunis.⁴²

⁴¹ Dalam setiap tahap perkembangan selalu ditandai oleh pertentangan antara dua kelas yang berbeda, yaitu kelas yang "berkuasa" dan kelas yang "dikuasai". Marx berpendapat bahwa bentuk-bentuk konflik yang terstruktur antara berbagai individu dan kelompok muncul terutama melalui terbentuknya hubungan-hubungan pribadi dalam produksi. Sampai pada titik tertentu dalam evolusi kehidupan sosial manusia, hubungan pribadi dalam produksi mulai mengantikan pemilikan komunal atas kekuatan-kekuatan produksi. Dengan demikian, masyarakat terpecah menjadi kelompok-kelompok yang memiliki dan mereka yang tidak memiliki kekuatan-kekuatan produksi.

⁴² Marx dan Engels menunjukkan hal ini dalam *The German Ideology*, yang menelusuri perubahan-perubahan utama kondisi-kondisi materil dan cara-cara produksi di satu pihak, dan hubungan-hubungan sosial serta norma-norma pemilikan di lain pihak, mulai komunitas suku bangsa primitif sampai ke kapitalisme modern. Komunitas suku bangsa primitif merupakan suatu komunitas di mana milik dipunyai secara kolektif dan pembagian kerja sangat kecil. Di tahap ini disusul oleh tipe struktur sosial komunal purba yang ditandai oleh bentuknya yang lebih besar dan pembagian kerja yang semakin tinggi, dan mulainya pemilikan pribadi. Tahap pokok berikutnya adalah sistem feodal, yang meliputi perkembangan lebih lanjut dalam pembagian kerja dan pola-pola pemilikan kekayaan pribadi yang lebih ketat. Tahap feodal ini akhirnya memberikan jalan bagi cara-cara produksi borjuis. Pada tahap borjuis ini terjadi perombakan kehidupan komunal di bawah pengaruh ideologi-ideologi individualis dan berkurangnya hubungan manusawi, menjadi hubungan pemilikan. Dalam tahap kapitalis, buruh upah proletar memiliki hubungan dengan majikan borjuis semata-mata sebagai seorang penjual tenaga kerja

Pandangan kontemporer terhadap kapitalisme tergambar dalam pandangan Milton Fridman, bahwa tanggung jawab sosial tunggal bagi dunia bisnis adalah meningkatkan keuntungan, sehingga mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya demi memaksimalkan nilai bagi para pemegang saham merupakan tujuan perusahaan dalam menjalankan usahanya. Sejalan dengan ramalan Marx, maka sepanjang operasional perusahaannya, sering muncul tekanan-tekanan agar perusahaan juga memainkan peran sosial yang lebih nyata guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perusahaan-perusahaan dituntut untuk melakukan kewajiban-kewajiban sosialnya lebih banyak kepada *stakeholders*, lebih dari sekedar tanggung jawab ekonomisnya kepada pemegang saham, yakni didalam dan melalui interaksi langsung dengan tenaga kerja dan konsumen.

Pada akhirnya, kekhawatiran pelaku bisnis terhadap kritik Marx yang meramalkan akan terjadinya revolusi yang merubah masyarakat kapitalis menjadi komunis yang disebabkan oleh pertentangan kelas, maka para pemilik modal mulai memperhatikan kepentingan pekerjanya. Para pemilik modal menciptakan skema-skema sosial, mulai dari kelayakan upah, asuransi kecelakaan kerja, asuransi kesehatan, dana pensiun sampai dengan melaksanakan tanggung jawab perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan salah satu alasan penyelenggaranya adalah meredam konflik soial, seperti yang ditunjukkan oleh Teja dalam bagian lain buku ini. Marx mengajukan konsepsi mendasar tentang masyarakat kelas dan perjuangannya, yang berada dalam suatu struktur sosial hirarkis, kaum borjuis melakukan eksplorasi terhadap kaum proletar dalam proses produksi. Ketegangan hubungan antara kaum proletar dan kaum borjuis ini mendorong terbentuknya gerakan sosial besar, yaitu revolusi.

yang kegiatan produktifnya dipergunakan untuk menghasilkan produk-produk yang akan dijual dalam sistem pasar yang bersifat impersonal. Tahap ini akhirnya disusul oleh tahap komunis, yang menurut gagasan ideal Marx merupakan satu tahap dimana pemilikan pribadi akan lenyap dan individu-individu akan lebih berinteraksi dalam hubungan-hubungan komunal, tidak melulu ekonomi.

V. Penutup

Kehadiran perusahaan mempunyai arti yang penting, sebagai bagian dari kekuatan ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, dan memajukan kehidupan masyarakat suatu bangsa. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban secara ekonomis saja tetapi mempunyai kewajiban terhadap kemanusiaan. Kewajiban ini merupakan perilaku bagi dunia usaha yang melaksanakan usahanya dengan tidak semata-mata mengejar keuntungan, tetapi juga melakukan pemberdayaan masyarakat sekitar perusahaan, sebagai perwujudan *Good Corporate Governance* oleh perusahaan terhadap para pemangku kepentingan.

Perspektif sosiologi tanggung jawab sosial perusahaan menekankan keseimbangan dari dikotomi individual dan struktural, antara perhatian terhadap aspek ekonomis, dan sosial, serta lingkungan. Artinya, diperlukan adanya keselarasan dalam pencapaian tujuan bersama antara perusahaan dengan pemangku keentingan sebagai dasar dalam penerapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini penting untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang diinginkan oleh perusahaan, yaitu pentingnya perusahaan itu dapat hidup bertahan lama. Dengan demikian, pihak-pihak yang mempunyai kepentingan dalam kegiatan bisnis, perlu memastikan pihak-pihak yang terlibat di dalamnya tidak hanya ingin memperoleh keuntungan, tetapi juga ada perlindungan hak dan kepentingan yang perlu diperhatikan dan dijamin. Inilah pendekatan etika dan moral perusahaan dalam menjalankan usahanya, sehingga agar bisnis dari perusahaan dapat berhasil dan bertahan lama, maka perusahaan harus menjamin dan menghargai hak dan kepentingan semua pihak terkait dengan bisnisnya. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan melalui pendekatan sosiologi merupakan jawaban atas interaksi sosial yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat dan sebaliknya.

Kompleksitas permasalahan sosial (social problem) yang semakin rumit dalam dekade terakhir menempatkan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai suatu konsep etik yang diarahkan pada memberikan alternatif pada pembangunan manusia dan pemberdayaan ekonomi masyarakat miskin. Oleh sebab itu, pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan tidak boleh semata-

mata untuk memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan saja, tetapi juga merupakan komitmen moral perusahaan untuk menolong dan membantu masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahimsa-Putra, Heddy Shri (ed). *Ekonomi Moral, Rasional Dan Politik: Dalam Industri Kecil di Jawa*, Kepelpress, Yogyakarta, 2003, hal 12.
- Alejandro Portes, "Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology," *Annual Review of Sociology* 24/1998 h. 1-2
- Bagus Takwin, "Proyek Intelektual Pierre Bourdieu: Melacak Asal-Usul Masyarakat, Melampaui Oposisi Biner dalam Masyarakat", dalam: Harker dkk (ed), *(Habitus x Modal) + Ranah = Praktik*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2005), hlm. xvii
- Bennett, J.W. Nortthern. *Plainsmen: Adaptive Strategy and Agrarian Life*, AHM Publishing, Arlington Height:, 1969, hal. 15
- Cote S, Healy, T. "The Well-being of Nations. The role of human and social capital". *Organisation for Economic Co-operation and Development*, Paris, (2001).
- D. Halpern,. "Moral values, social trust and inequality - Can values explain crime?" *British Journal Criminology* 41/2001:236-251,
- Edwards, B. and M. Foley. "Social Capital and the Political Economy of our Discontent". *American Behavioral Scientist* 40(5), 1997, 669-678
- Fukuyama , *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: Free Press, 1995. Christian Grootaert, 1998. *Social Capital, Household Welfare and Poverty in Indonesia*, World Bank, 1998
- Haryatmoko, "Sekolah, Alat Reproduksi Kesenjangan Sosial", dalam *Basis*, No. 07-08, Tahun ke-57, 2008, hlm. 16
- James S.Coleman, "Social Capital in the Creation of Human Capital." *American Journal of Sociology*, 94, 1988, h. 120.
- Keane, John, *Civil Society: Old Images, New Visions*. Oxford: Polity Press, 1998;

- Kenneth P Wilkinson, *The Community in Rural America*. Greenwood Press, New York; 1991.
- Long, N. 1977. *An Introductions to the Sociology of Rural Development*, Tavistock, London, 1977, hal 128.
- Michael Woolcock, *Social Capital and Economic Development: Towards a Theoretical Synthesis and Policy Framework*, Theory and Society 27:151-208.1998;
- Ostrom, Elinor. *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press, 1990
- Pantoja, "Exploring the Concept of Social Capital and its Relevance for Community-based Development: The Case of Coal Mining Areas of in Orissa India", *Social Capital Initiative* WP No 18, World Bank, Washington DC, USA, 1999
- Pierre Bourdieu, *Arena Produksi Kultural*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2010), hlm. xiii (Prawacana)
- Pierre Bourdieu, *The Logic of Practice*, (Stanford: Stanford University Press, 1992), hlm. 25
- Poloma, M. Margaret. 1994. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: Penerbit RajaGrafindo Persada. Diterjemahkan dari *Contemporary Sociological Theory*. Third Edition
- Post, E.J., dan Lawrence, T. Anne dan Weber, 2002. Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics. Edisi 10, Me. GrawHill.
- Putnam, R. "Bowling Alone: America's Declining Social Capital". *Journal of Democracy* 6(1), 1995.
- Robert Putnam, , "Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America". *Political Science and Politics*. December, 1995 h. 664.
- Raho, Bernard. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Penerbit Prestasi Pustaka Publisher.
- Ritzer, G dan D.J. Goodman. 2003. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Penerbit Prenada Media. Diterjemahkan dari *Moder Sociological Theory*. Sixth Edition.

Suma Riella Rusdiarti, "Bahasa, Pertarungan Simbolik dan Kekuasaan", dalam *Basis* No. 11-12, Th. 52, November-Desember 2003, hlm. 33

Van Rooy, Alison, ed., Civil Society and Aid Industry", Earthscan, London, 1998

World Bank (1998), *The Initiative on Defining, Monitoring and Measuring Social Capital. Overview and Program Description*, Washington, World Bank, Social Development Department, 1998

BAGIAN KEDUA

STRATEGI

STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI CSR

Mohammad Mulyadi

I. Pendahuluan

Sejak era Reformasi yang ditandai dengan runtuhnya era Orde Baru, masyarakat semakin berani untuk beraspirasi dan mengekspresikan tuntutannya terhadap perusahaan yang mengeksplorasi lingkungan di sekitar mereka tanpa memikirkan dampak lingkungan yang ditumbulkan dengan beroperasinya perusahaan tersebut. Masyarakat telah semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Hal ini menuntut para pelaku usaha untuk menjalankan usahanya dengan semakin bertanggungjawab. Pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan dari lapangan usahanya, melainkan mereka juga diminta untuk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosialnya.

Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya kontribusi perusahaan terhadap lingkungan sehingga perusahaan harus melaksanakan apa yang kita kenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pemahaman itu memberikan pedoman bahwa korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja sehingga ter-alienasi atau mengasingkan diri dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya.

Kegiatan usaha tersebut terutama yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam baik secara langsung maupun yang tidak langsung tentu memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya seperti masalah-masalah polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Adanya dampak pada lingkungan tersebut mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya perusahaan

melaksanakan tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*), sebuah konsep yang tengah berkembang pesat dalam dunia usaha khususnya industri.

CSR adalah komitmen perusahaan yang menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan etika bisnis dan praktik bisnis yang berkesinambungan (*sustainable*) secara ekonomi, sosial dan lingkungan. Konsep ini berkaitan dengan perlakuan terhadap *stake holders* baik yang berada di dalam dan di luar perusahaan dengan bertanggungjawab baik secara etika maupun sosial. Hal terpenting dari pelaksanaan tanggung jawab sosial adalah memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan jalan membangun kerjasama antar *stake holders* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat di sekitarnya.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan sebutan *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin sering terdengar dan terlihat aktivitasnya diberbagai media. Banyak perusahaan (terutama perusahaan besar) yang mengiklankan aktivitas kegiatan CSR-nya dengan tujuan yang berbeda-beda. Perusahaan seperti PT. Sari Husada, PT. Djarum, Bank Mandiri dan Golden Mississipi (Aqua) adalah beberapa contoh perusahaan besar yang mempublikasikan kegiatan CSR-nya kepada masyarakat luas melalui media-media, baik itu media massa maupun media elektronik.

Seiring dengan perkembangan isu lingkungan global, konsep dan aplikasi CSR semakin berkembang, termasuk di Indonesia. Penerapan kegiatan CSR di Indonesia baru dimulai pada awal tahun 2000, walaupun kegiatan dengan esensi dasar yang sama telah berjalan sejak tahun 1970-an, dengan tingkat yang bervariasi, mulai dari yang paling sederhana seperti donasi sampai kepada yang komprehensif seperti terintegrasi ke dalam strategi perusahaan dalam mengoperasikan usahanya. Belakangan melalui Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pemerintah memasukkan pengaturan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan kedalam Undang-Undang Perseroan Terbatas.

CSR tidak semata menjadi kewajiban sosial perusahaan, namun juga dikaitkan sebagai konsep pengembangan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Sayangnya, dikarenakan belum adanya

aturan baku dan pemahaman yang sama tentang pemberdayaan masyarakat, masih banyak perusahaan yang melaksanakan CSR hanya sekadar kegiatan yang bersifat insidental, seperti pemberian bantuan untuk korban bencana, sumbangan, serta bentuk-bentuk kegiatan *charity* lainnya. Apa yang disebut sebagai persoalan oleh perusahaan tersebut cenderung merupakan persoalan dalam konteks sempit, bukan perspektif skala kebutuhan di wilayah perusahaan tersebut beroperasi. Sehingga CSR tersebut hanya menuntaskan permasalahan yang belum menjadi prioritas utama. Yang pada akhirnya persoalan-persoalan yang sangat mendesak justru tidak memperoleh perhatian. Maka dari itu, sudah seharusnya CSR tidak hanya bergerak dalam aspek *philanthropy*, melainkan harus merambat naik ke tingkat pemberdayaan masyarakat (*Community Empowerment*) dan harus merupakan salah satu bagian *policy* dari pihak manajemen perusahaan.

Dalam hal ini, dunia usaha harus dapat mencontoh perusahaan-perusahaan yang sudah terlebih dahulu melaksanakan program CSR dalam bidang pemberdayaan ekonomi masyarakat miskin. PT. Aqua Golden Misissipi & Danone Aqua, misalnya memiliki program CSR yang terintegrasi dengan strategi perusahaan, melalui pendampingan para pelaku usah mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis air minum kemasan.

II. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

CSR setidaknya memiliki dua manfaat, pertama, manfaat bagi masyarakat, dan kedua manfaat bagi perusahaan. Secara detail penjelasan kedua manfaat tersebut sebagai berikut.

A. Manfaat Bagi Masyarakat

Inti manfaat CSR bagi masyarakat adalah adanya upaya masyarakat untuk mengembangkan diri, sehingga sasaran untuk mencapai kesejahteraan tercapai. Secara jelas Urip¹ menjelaskan bahwa manfaat CSR bagi masyarakat adalah:

- a. Perubahan kebiasaan, peningkatan kualitas hidup.

¹ Sri Urip. *Strategi CSR, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Untuk Peningkatan Daya Saing Perusahaan di Pasar Negara Berkembang*. Tangerang Selatan: Literati, 2014, hal. xviii

- b. Peningkatan kompetensi sumber daya manusia, penciptaan lapangan kerja dan kemakmuran.

Tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan (*stakeholders*) adalah untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.² Salah satu bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar kegiatan diwujudkan dalam program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diimplementasikan dalam bentuk *Community Development*.

Community Development adalah kegiatan pengembangan masyarakat sesuai potensinya, yang dilakukan oleh perusahaan yang diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat untuk mencapai kondisi sosial, ekonomi, dan budaya yang lebih baik apabila dibandingkan dengan kondisi sebelumnya. Kebijakan *Community Development* perusahaan, tidak hanya menyangkut "harmonisasi" antara perusahaan dan masyarakat, melainkan memegang prinsip "pemberdayaan", yang berupa upaya terstruktur untuk mendorong kemandirian masyarakat.

Tujuan *Community Development* adalah:

- a. Agar masyarakat sekitar perusahaan dapat membangun dirinya sendiri.
- b. Membantu meningkatkan kemandirian baik secara material maupun spiritual.

Manfaat *Community Development* dapat dirasakan baik oleh masyarakat sendiri maupun oleh perusahaan. Manfaat tersebut antara lain:

- a. Terbangunnya citra positif perusahaan melalui peningkatan program komunikasi dengan masyarakat, perbaikan pelayanan masyarakat, dan program pemberdayaan masyarakat sekitar.
- b. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan masyarakat sekitar sehingga menjadi masyarakat mandiri secara ekonomi.
- c. Terpenuhinya kebutuhan masyarakat sesuai dengan program yang direncanakan.

² Andreas Lako. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta: Erlangga, 2011, hal. 65.

Untuk mencapai hal itu, perusahaan dapat memperhatikan masyarakat dengan berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat. Perhatian terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan cara perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup dan kompetensi masyarakat diberbagai bidang.

Begitu pula dengan memperhatikan lingkungan, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas hidup umat manusia dalam jangka panjang. Keterlibatan perusahaan dalam pemeliharaan dan pelestarian lingkungan berarti perusahaan berpartisipasi dalam usaha mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana yang diakibatkan oleh kerusakan lingkungan.

Kemudian menjalankan tanggungjawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar laba jangka pendek, tetapi juga ikut berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan (terutama lingkungan sekitar) dalam jangka panjang.

B. Manfaat CSR Bagi Perusahaan

Menurut Yusuf dan Williams (2007:242), CSR dapat membantu meningkatkan citra perusahaan, memperkuat "brand" perusahaan menurunkan biaya operasinya, mengembangkan kerja sama dengan para pemangku kepentingan, membedakan perusahaan dengan pesaingnya, menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan.³

1) Meningkatkan Citra Perusahaan

Dengan melakukan kegiatan CSR, konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi masyarakat. Namun masih banyak perusahaan tidak mau menjalankan program-program CSR karena melihat hal tersebut hanya sebagai pengeluaran biaya (*Cost Center*). CSR tidak memberikan hasil secara keuangan dalam jangka pendek. Namun CSR akan memberikan hasil baik langsung maupun tidak

³ Eva Zhoriva Yusuf & Lesley Williams. *Manajemen Pemasaran, Studi Kasus Indonesia*. Seri Manajemen Pemasaran no. 16. Jakarta: Lembaga Manajemen PPM, 2007, hal. 242.

langsung pada keuangan perusahaan di masa mendatang. Investor juga ingin investasinya dan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaannya memiliki citra yang baik di mata masyarakat umum.

Dengan demikian, apabila perusahaan melakukan program-program CSR diharapkan keberlanjutan, sehingga perusahaan akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu, program CSR lebih tepat apabila digolongkan sebagai investasi dan harus menjadi strategi bisnis dari suatu perusahaan.

Sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya, istilah CSR pertama kali populer dalam tulisan *Social Responsibility of the Businessman* tahun 1953. Konsep yang digagas oleh Howard Rothmann Brownen ini menawarkan solusi dari kegelisahan dunia bisnis terhadap berbagai reaksi yang muncul dari masyarakat akibat beroperasinya sebuah perusahaan. Belakangan CSR banyak digunakan, karena bisa jadi solusi kesan buruk perusahaan yang selama ini dianggap oleh masyarakat sebagai kelompok pengumpul uang yang tidak peduli dengan pada kondisi masyarakat yang terkena dampak buruk perusahaan. Dalam perjalannnya, walau sederhana, istilah CSR amat marketable karena melalui CSR pengusaha tidak perlu digangu perasaan bersalah.

Hasil Survei "The Millenium Poll on CSR" (1999) yang dilakukan oleh Environics International (Toronto), Conference Board (New York) dan Prince of Wales Business Leader Forum (London) diantara 25.000 responden di 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini tentang perusahaan, 60% mengatakan bahwa etika bisnis, praktik terhadap karyawan, dampak terhadap lingkungan, tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) akan paling berperan, sedangkan bagi 40% citra perusahaan & brand image yang akan paling mempengaruhi kesan mereka.⁴

2) Memperkuat "Brand" Perusahaan

Melalui kegiatan memberikan *product knowledge* kepada konsumen dengan cara membagikan produk secara gratis, dapat menimbulkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi brand perusahaan. Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, bahwa program CSR

⁴ Nor Hadi. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011, hal. 27

akan meningkatkan brand perusahaan. CSR tidak hanya menjadi suatu kewajiban yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. Dewasa ini, CSR menjadi gerbang yang menuntun perusahaan kepada kesuksesan brand mereka. CSR yang baik mampu mengangkat nilai brand tersebut, menguntungkan secara bisnis, serta menciptakan kedekatan emosi antara brand dengan masyarakat. Kedekatan ini sulit untuk dibangun dan dipertahankan. Banyak brand di Indonesia juga sedang membangun kedekatan emosi ini, terutama pada akhir tahun, dimana merupakan tahun-tahun yang sibuk bagi setiap entitas bisnis.

Salah satu brand lokal yang berhasil membuat program CSR yang baik adalah Aqua. Brand dari Danone ini terlihat sederhana: hanya air mineral. Namun, Aqua melihat potensi kebutuhan air mineral yang tidak akan pernah habis ini untuk mendekatkan brand mereka kepada figur yang berpengaruh dalam keluarga yaitu ibu. Danone Aqua membangun Aqua Home Service (AHS) sebagai salah satu bentuk CSR mereka kepada masyarakat, terutama para perempuan yang menjadi ibu rumah tangga.

Program ini telah dikukuhkan sejak tahun 2011 lalu, dan telah berhasil melibatkan lebih dari 2.000 ibu rumah tangga di tahun 2013. Program ini bertujuan agar para ibu rumah tangga dapat bekerja tanpa keluar rumah. Hal ini juga menjadi gerbang edukasi dari Aqua kepada masyarakat konsumen air mineral mengenai pola hidup sehat dengan air mineral Aqua. Hal ini juga menguntungkan dari segi bisnis, karena melibatkan banyak ibu rumah tangga untuk memperkenalkan Aqua kepada masyarakat, sekaligus membuat ikatan emosi brand Aqua yang melekat sebagai bagian pemberdayaan hidup ibu rumah tangga.

Makanya, tidak mengherankan jika sebuah merek wajib memberikan atau mengembalikan sesuatu kepada semua *stakeholders* perusahaan. Bukan hanya kepada pemilik modal, tetapi juga kepada para karyawan, masyarakat maupun lingkungan. Mengembangkan kerjasama dengan Para Pemangku Kepentingan

Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakan sendiri, jadi harus dibantu dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat, dan universitas lokal. Maka perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.

3) Menghasilkan Inovasi dan Pembelajaran untuk Meningkatkan Pengaruh Perusahaan

Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreativitas. Merencanakan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.

Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya (*cost centre*) melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit centre*). Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Disisi lain masyarakat mempertanyakan apakah perusahaan yang berorientasi pada usaha memaksimalisasi keuntungan-keuntungan ekonomis memiliki komitmen moral untuk mendistribusi keuntungan-keuntungannya membangun masyarakat lokal, karena seiring waktu masyarakat tak sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan, melainkan juga menuntut untuk bertanggung jawab sosial.

Penerapan program CSR merupakan salah satu bentuk implementasi dari konsep tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance). Diperlukan tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance) agar perilaku pelaku bisnis mempunyai arahan yang bisa dirujuk dengan mengatur hubungan seluruh kepentingan pemangku kepentingan (stakeholders) yang dapat dipenuhi secara proporsional, mencegah kesalahan-kesalahan signifikan dalam strategi korporasi dan memastikan kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat diperbaiki dengan segera.

Dengan pemahaman tersebut, maka pada dasarnya CSR memiliki fungsi atau peran strategis bagi perusahaan, yaitu sebagai bagian dari manajemen risiko khususnya dalam membentuk katup pengaman sosial (social security). Selain itu melalui CSR perusahaan juga dapat membangun reputasinya, seperti meningkatkan citra perusahaan maupun pemegang sahamnya, posisi merek perusahaan, maupun bidang usaha perusahaan.

III. Pemberdayaan Masyarakat

Lahirnya konsep pemberdayaan sebagai antitesa terhadap model pembangunan yang kurang memihak pada rakyat mayoritas. Konsep ini dibangun dari kerangka logik sebagai berikut: (1) bahwa proses pemusatan kekuasaan terbangun dari pemusatan kekuasaan faktor produksi; (2) pemusatan kekuasaan faktor produksi akan melahirkan masyarakat pekerja dan masyarakat pengusaha pinggiran; (3) kekuasaan akan membangun bangunan atas atau sistem pengetahuan, sistem politik, sistem hukum dan sistem ideologi yang manipulatif untuk memperkuat legitimasi; dan (4) pelaksanaan sistem pengetahuan, sistem politik, sistem hukum dan ideologi secara sistematik akan menciptakan dua kelompok masyarakat, yaitu masyarakat berdaya dan masyarakat tunadaya.⁵

A. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat

Secara konseptual, pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat yang dalam kondisi sekarang tidak mampu untuk melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. Dengan kata lain memberdayakan adalah memampukan dan memandirikan masyarakat

Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya menciptakan kemandirian masyarakat. Istilah pemberdayaan masyarakat mengacu kepada kata *empowerment* yang berarti penguatan, yaitu sebagai upaya untuk mengaktualisasikan potensi yang sudah dimiliki sendiri oleh masyarakat. Pengertian pemberdayaan identik dengan melakukan pengembangan sumber daya manusia, yang tidak sekedar membentuk manusia profesional dan terampil sesuai dengan kebutuhan sistem untuk dapat memberikan kontribusinya di dalam proses pembangunan, tetapi menekankan pentingnya kemampuan (*empowerment*) manusia, kemampuan manusia untuk mengaktualisasikan segala pontensinya sebagai manusia.⁶

Menurut Suharto secara konseptual, pemberdayaan atau *empowerment* merupakan sebuah proses perubahan, beberapa ahli

⁵ Onny S. Prijono dan A.M.W Pranarka. *Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan dan Implementasi*. Jakarta: CSIS, 1996, hal. 131

⁶ Moeljarto Tjokrowinoto. *Politik Pembangunan: Sebuah Analisis Konsep Arah dan Strategi*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 1993, hal. 29

mengemukakan definisi pemberdayaan dilihat dari tujuan, proses dan cara-cara pemberdayaan, diantaranya:⁷

- a. Pemberdayaan bertujuan untuk meningkatkan kekuasaan orang-orang yang lemah atau tidak beruntung (Ife, 1995).
- b. Pemberdayaan menunjuk pada usaha pengalokasian kembali kekuasaan melalui pengubahan struktur sosial (Swift dan Levin, 1987).
- c. Pemberdayaan adalah suatu cara dengan mana rakyat, organisasi, dan komunitas diarahkan agar mampu menguasai (atau berkuasa atas) kehidupannya (Rappaport, 1984).
- d. Pemberdayaan adalah sebuah proses dengan mana orang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam, berbagi pengontrolan atas, dan mempengaruhi terhadap, kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya. Pemberdayaan menekankan bahwa orang memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya dan kehidupan orang lain yang menjadi perhatiannya (Parsons, et al., 1994).
- e. Pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah, untuk (a) memiliki akses terhadap sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan; dan (b) berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhinya.

Beberapa pengertian di atas dapat dipahami bahwa pemberdayaan merupakan sebuah kegiatan aktif untuk mengubah seseorang, sekelompok orang, organisasi atau komunitas yang kurang beruntung atau kurang berdaya menjadi lebih baik sehingga mereka memiliki daya atau kekuatan untuk memenuhi kebutuhan dasarnya, memperoleh barang dan jasa yang diperlukan dan berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhinya.

Sejalan dengan strategi pemberdayaan masyarakat melalui CSR, maka proses pemberdayaan terhadap masyarakat dilakukan secara komprehensif, karena upaya mewujudkan kemandirian masyarakat dilakukan dengan cara memberdayakan komunitas itu sendiri.

⁷ Edi Suharto. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: Refika Aditama, 2005, hal. 210

Dengan demikian upaya memberdayakan masyarakat dilakukan dengan memperkuat potensi akses atau daya yang dimiliki oleh rakyat dengan menerapkan langkah-langkah nyata, menampung berbagai masukan, menyediakan prasarana dan sarana ekonomi kerakyatan, baik fisik maupun sosial, yang dapat diakses oleh atau yang sangat akrab dengan masyarakat lapisan bawah.

B. Sasaran Pemberdayaan Masyarakat

Berkaitan dengan sasaran pemberdayaan masyarakat, maka terdapat lima strategi pemberdayaan yang dapat dilakukan dan disingkat menjadi 5P, yaitu: Pemungkinan, Penguatan, Perlindungan, Penyokongan dan Pemeliharaan:⁸

1. Pemungkinan: menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat miskin berkembang secara optimal. Pemberdayaan harus mampu membebaskan masyarakat miskin dari sekat-sekat kultural dan struktural yang menghambat.
2. Penguatan: memperkuat pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki masyarakat miskin dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Pemberdayaan harus mampu menumbuh-kembangkan segenap kemampuan dan kepercayaan diri masyarakat miskin yang menunjang kemandirian mereka.
3. Perlindungan: melindungi masyarakat terutama kelompok-kelompok lemah agar tidak tertindas oleh kelompok kuat, menghindari terjadinya persaingan yang tidak seimbang (apalagi tidak sehat) antara yang kuat dan lemah, dan mencegah terjadinya eksplorasi kelompok kuat terhadap kelompok lemah. Pemberdayaan harus diarahkan pada penghapusan segala jenis diskriminasi dan dominasi yang tidak menguntungkan rakyat kecil.
4. Penyokongan: memberikan bimbingan dan dukungan agar masyarakat miskin mampu menjalankan peranan dan tugas-tugas kehidupannya. Pemberdayaan harus mampu menyokong masyarakat miskin agar tidak terjatuh ke dalam keadaan dan posisi yang semakin lemah dan terpinggirkan.

⁸ Edi Suharto. *Pembangunan, Kebijakan Sosial dan Pekerjaan Sosial: Spektrum Pemikiran*, Bandung: Lembaga Studi Pembangunan-STKS, 1997, hal. 218-219

5. Pemeliharaan: memelihara kondisi yang kondusif agar tetap terjadi keseimbangan distribusi kekuasaan antara berbagai kelompok dalam masyarakat. Pemberdayaan harus mampu menjamin keselarasan dan keseimbangan yang memungkinkan setiap orang memperoleh kesempatan berusaha.

Berdasarkan lima strategi pemberdayaan yang dikemukakan Suharto tersebut di atas, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa sasaran dari memberdayakan masyarakat berarti melakukan investasi pada masyarakat, khususnya masyarakat miskin, dan organisasi mereka, sehingga asset dan kemampuan mereka bertambah, baik kapabilitas perorangan maupun kapasitas kelompok.

Menurut Suharto kata pemberdayaan (*empowerment*) mengesankan arti adanya perubahan sikap mental khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan, adapun kekuatan atau kemampuan yang dimaksud meliputi:⁹

- a. Memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan (*freedom*), dalam arti bukan saja bebas mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, bebas dari kesakitan.
- b. Menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan.
- c. Berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keutusan yang mempengaruhi mereka.

Untuk mencapai hal itu, dalam proses pemberdayaan masyarakat diarahkan pada pengembangan sumberdaya manusia, penciptaan peluang berusaha yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Masyarakat menentukan jenis usaha, kondisi wilayah yang pada gilirannya dapat menciptakan lembaga dan sistem pelayanan dari, oleh dan untuk masyarakat setempat. Upaya pemberdayaan masyarakat ini kemudian pada pemberdayaan ekonomi rakyat.

Keberdayaan dalam konteks masyarakat adalah kemampuan individu yang bersenjawa dalam masyarakat dan membangun

⁹ Suharto, Op. Cit., hal. 58

keberdayaan masyarakat yang bersangkutan. Suatu masyarakat yang sebagian besar anggotanya sehat fisik dan mental, terdidik dan kuat, tentunya memiliki keberdayaan yang tinggi.

Keberdayaan masyarakat merupakan unsur dasar yang memungkinkan suatu masyarakat bertahan, dan dalam pengertian yang dinamis mengembangkan diri dan mencapai kemajuan. Dalam kerangka pikir inilah upaya memberdayakan masyarakat pertama-tama haruslah dimulai dengan menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang. Di sini titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat, memiliki potensi yang dapat dikembangkan.

Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya itu sendiri, dengan mendorong memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya. Selanjutnya, upaya tersebut diikuti dengan memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri. Dalam konteks ini diperlukan langkah-langkah lebih positif, selain dari hanya menciptakan iklim dan suasana yang kondusif.

Dengan demikian, pemberdayaan bukan hanya meliputi penguatan individu anggota masyarakat, tetapi juga pranata-pranatanya. Menanamkan nilai-nilai budaya modern seperti kerja keras, hemat, keterbukaan, kebertanggungjawaban dan lain-lain yang merupakan bagian pokok dari upaya pemberdayaan itu sendiri.

IV. Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui CSR

Menurut Kartini, hakikat tanggung jawab sosial korporasi dari segi ontologi termasuk objek yang terserap oleh pengamatan indrawi dengan manusia sebagai objek formal yang beserta kegiatan interaksinya eksis dalam ruang dan waktu. Adapun objek materinya ialah dunia kegiatan tanggung jawab sosial. Dari segi epistemologi menggarap segala sesuatu berkenan dengan kegiatan tanggung jawab sosial sebagai pengamatan empirik, dengan pola pikir yang menggunakan metode reflektif, yaitu cara deduktif dan induktif silih berganti. Dari segi aksiologi, sasarannya adalah mewujudkan apa yang didambakan oleh objek formalnya, yaitu manusia sebagai subjek dan objek dalam kegiatan tanggung jawab sosial korporat yang multidimensional, agar menikmati makna eksistensi dan esensinya dala ko-eksistensi yang kundusif bagi interaksi yang

saling menguntungkan menuju pencapaian keselarasan, keserasian dan keseimbangan kesejahteraan spiritual dan material.¹⁰

A. Strategi Pemerintah Melalui CSR dalam Melakukan Pemberdayaan Masyarakat

Wacana Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang akhir-akhir ini banyak didiskusikan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat menjadi topik pembicaraan menarik yang semakin sering didiskusikan dan bahkan terus diupayakan agar terdapat regulasi yang mengaturnya. Saat ini, kian banyak pula kalangan dunia usaha dan pihak-pihak terkait mulai merespon wacana ini melalui seminar, penelitian dan berbagai kegiatan lainnya agar tidak sekedar menjadi wacana tetapi juga dapat memberi manfaat nyata bagi masyarakat.

Oleh karena itu, CSR berbeda dengan *charity* atau sumbangan sosial. CSR harus dijalankan di atas suatu program dengan memerhatikan kebutuhan dan keberlanjutan program dalam jangka panjang. Sementara sumbangan sosial lebih bersifat sesaat dan berdampak sementara. Semangat CSR diharapkan dapat mampu membantu menciptakan keseimbangan antara perusahaan, masyarakat dan lingkungan. Pada dasarnya tanggung jawab sosial perusahaan ini diharapkan dapat kembali menjadi budaya bagi bangsa Indonesia khususnya, dan masyarakat dunia dalam kebersamaan mengatasi masalah sosial dan lingkungan.

Program CSR sudah mulai bermunculan di Indonesia seiring telah disahkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, adapun isi Undang-Undang tersebut yang berkaitan dengan CSR, yaitu:

- Pada pasal 74 di Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, berbunyi:
- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
 - 2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan

¹⁰ Dwi Kartini. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2013, hal. 1

dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

- 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Sedangkan pada pasal 25 (b) Undang-Undang Penanaman Modal menyatakan kepada setiap penanam modal wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Dari kedua pasal diatas dapat kita lihat bagaimana pemerintah Indonesia berusaha untuk mengatur kewajiban pelaksanaan CSR oleh perusahaan atau penanam modal

Bentuk program CSR memiliki dua orientasi. Pertama: internal, yakni CSR yang berbentuk tindakan atas program yang diberikan terhadap komunitas. Kedua: eksternal, yakni CSR yang mengarah pada tipe ideal yang berupa nilai dalam korporat yang dipakai untuk menerapkan atau mewujudkan tindakan-tindakan yang sesuai keadaan sosial terhadap komunitas sekitarnya.¹¹

Menurut Rahman, di Indonesia, CSR gencar dikampanyekan oleh Indonesia Business Link (IBL). Terdapat lima pilar aktivitas CSR, yaitu:¹²

1. *Building human capital*

Berkaitan dengan internal perusahaan untuk menciptakan sumber daya manusia yang andal. Di sisi lain, perusahaan juga dituntut melakukan pemberdayaan masyarakat.

2. *Strengthening economies*

Perusahaan harus memberdayakan ekonomi masyarakat sekitarnya agar terjadi pemerataan kesejahteraan masyarakat.

3. *Assesing social cohesion*

Upaya menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar tidak menimbulkan konflik.

4. *Encouraging good governance*

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya mengacu pada Good Corporate Governance (GCG).

¹¹ Prasetyo Budimanta & Rudito dalam Reza Rahman. *Corporate Social Responsibility, Antara Teori dan Kenyataan*. Jakarta: MedPress, 2009, hal. 77

¹² Ibid, hal. 13.

5. Protecting the environment

Mengharuskan perusahaan untuk menjaga lingkungan sekitarnya.

Terdapat dua hal yang dapat mendorong perusahaan menerapkan CSR, yaitu bersifat dari luar perusahaan dan dari dalam perusahaan. Di antara faktor pendorong yang berasal dari luar perusahaan adalah adanya regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah dalam mengatur dan menata pelaksanaan CSR. Adapun di antara faktor pendorong dari dalam perusahaan adalah terutama bersumber dari perilaku manajemen dan pemilik perusahaan (*stakeholders*), termasuk tingkat kepedulian/tanggung jawab perusahaan untuk membangun masyarakat sekitar melalui Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)

Melihat pelaksanaan program pengembangan dari *Corporate Social Responsibility* (CSR), dapat dikatakan CSR telah menjadi kebutuhan bersama antara Dunia Usaha, Pemerintah, dan Masyarakat, berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Bagi perusahaan, CSR berperan sebagai penjamin keberlangsungan dan kegiatan usaha di suatu lokasi. Menjembatani kebutuhan itu, Pemerintah Pusat melalui Kementerian Sosial telah melakukan berbagai kebijakan dengan terlebih dahulu merumuskan dan menetapkan kebijakan yang terkait dengan CSR.

Salah satunya adalah dikeluarkannya Peraturan Menteri Sosial RI No. 50/HUK/2005 Tentang Pedoman Pelaksanaan Kerjasama Lintas Sektor dan Dunia Usaha bahwa yang dimaksud dengan Dunia Usaha adalah Organisasi Komersial, seluruh lingkungan industri dan produksi barang/jasa, termasuk BUMN dan BUMD serta swasta atau wirausahawan beserta jaringannya, yang dapat melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Kepedulian Dunia Usaha ini lebih populer dengan sebutan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Berdasarkan kebijakan yang telah ada, maka Kementerian Sosial sudah membangun banyak kerjasama dengan perusahaan-perusahaan swasta dalam hal CSR. Menurut data yang ada, sekitar 190 perusahaan yang tersebar di 16 Provinsi telah membangun *Chapter Corporate Forum for Community Development* (CFCD), yaitu suatu konsorsium CSR di tingkat pusat. Ironisnya, tidak semua perusahaan ikut aktif dalam CSR. Hal ini menjadi tugas pemerintah dan juga merupakan tugas kita bersama tentang bagaimana

membangun suatu kemitraan antara pemerintah dengan Dunia Usaha.

Penanganan CSR bukan merupakan tanggung jawab Kementerian Sosial saja tetapi terkait dengan Instansi/Kementerian lain/Lintas Kementerian. Untuk itu, menjadi tugas dan tanggung jawab kita bersama bagaimana caranya agar CSR tidak hanya menjadi suatu kewajiban semata tetapi diharapkan dapat menjadi suatu kebutuhan. Dengan adanya penerbitan Peraturan Daerah (Perda) atau bahkan Peraturan Pemerintah (PP) diharapkan dapat menjadi kanalisasi program CSR dalam upaya mengoptimalkan dan mempercepat terwujudnya keberhasilan penyelenggaraan kesejahteraan sosial, khususnya yang angkat pengentasan kemiskinan, pengangguran dan Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial.

Adapun pertimbangan utama dalam menerapkan CSR adalah manfaat, baik yang berwujud nyata (*tangible*) dan tidak nyata (*intangible*). Oleh karena itu manfaat yang diharapkan senantiasa harus dapat dipantau dan dievaluasi. Penerapan CSR di Indonesia dapat dikatakan terlambat, hal ini bila dilihat praktik yang dilaksanakan oleh perusahaan besar di Indonesia CSR masih cenderung bersifat niat baik (*charity*). Keluarnya UU No. 40 tahun 2007, tentang Perseroan Terbatas secara eksplisit mencantumkan tanggung jawab sosial sebagai bagian daripada kegiatan perusahaan. Secara singkat dapat disimpulkan bahwa setiap perseroan wajib mencantumkan dana untuk tanggung jawab sosial, melaksanakan, dan melaporkannya ke pemerintah setiap tahunnya. Bahkan bagi perseroan yang tidak melaksanakan wajib dikenakan sangsi. Pelaporan demikian tentunya menjadi bagian daripada kesempatan yang memungkinkan pemerintah, salah satu dari pemangku kepentingan untuk terlibat dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial. Walau harus diakui bahwa upaya menerbitkan PP yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial ini masih mengalami hambatan.

Selain pemerintah pusat, di antara berbagai pemangku kepentingan itu terdapat pemerintah daerah yang juga telah membuat berbagai macam forum CSR. Regulasi hubungan industrial juga telah dibuat di beberapa provinsi. Di satu sisi, perkembangan ini cukup menggembirakan karena menunjukkan tumbuhnya pemahaman pemerintah atas potensi kemitraan pembangunan dengan perusahaan. Di sisi lain, terdapat kekhawatiran bahwa

pemerintah sedang memindahkan beban pembangunannya ke perusahaan. Berbagai regulasi yang dibuat telah juga menjadi tambahan beban baru bagi perusahaan, alih-alih menjadi insentif bagi mereka yang hendak meningkatkan kinerja CSR-nya.

Sejak diberlakukannya Undang-Undang Nomor 22 tahun 1999 tentang pemerintahan daerah, telah memberikan dampak positif maupun negatif terhadap aspek politik, ekonomi, maupun sosial. Terdapat beberapa kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah namun tidak sepenuhnya dilatarbelakangi oleh kajian terhadap kebutuhan masyarakat maupun unsur pemangku kepentingan (*stakeholders*) lain, yang pada akhirnya tidak memberikan dampak manfaat secara langsung. Salah satu fenomena yang terjadi saat ini adalah maraknya pembuatan Peraturan Daerah (Perda) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang lebih dikenal dengan istilah Perda CSR.

Munculnya Peraturan Daerah (Perda) CSR merupakan bagian dari fenomena implementasi otonomi daerah, namun yang menjadi pertanyaan adalah seberapa penting diterbitkannya Perda CSR, karena berdasarkan pemberitaan yang ada, wacana yang muncul tidak lepas dari upaya menghimpun dana CSR, bukan pada bagaimana pemerintah mengontrol penerapan CSR perusahaan agar mampu memberikan manfaat bagi masyarakat setempat, berjalan berkelanjutan, dan sesuai konsep pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*). Substansi CSR sendiri bukan pada aspek penghimpunan dana dan pembangunan infrastruktur semata, tapi bagaimana perusahaan mampu mengintegrasikan perhatian terhadap aspek sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan.

Di sisi lain, belum optimalnya perusahaan dalam menjalankan aktivitas CSR menjadi salah satu alasan pemerintah menerbitkan Perda. Terdapat beberapa indikator yang bisa dijadikan sebagai ukuran sejauhmana keseriusan perusahaan menjalankan aktivitas CSR. Diantaranya, Pertama, tidak semua perusahaan memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) mengenai CSR. Kedua, tidak semua perusahaan memiliki departemen atau divisi khusus yang menangani CSR, karena selama ini aktivitas CSR masih dirangkap oleh divisi Hubungan Masyarakat (Humas) atau *Human Resources*

Development (HRD). Ketiga, perusahaan tidak fokus menyiapkan Sumber daya Manusia (SDM) yang memiliki kapasitas dalam mengelola CSR.¹³ Ketiga aspek tersebut pada akhirnya hanya melahirkan kegiatan CSR yang bentuknya karitatif atau sumbangan semata yang jauh dari konteks tanggung jawab berkelanjutan (*sustainable responsibility*), padahal dalam tatanan *global*, pelan atau pasti perusahaan yang produknya terkait ekspor dan impor direkomendasikan mengikuti panduan ISO 26000 tentang *Social Responsibility* yang penerapannya dimulai pada tahun 2010.

Secara teoretis telah diungkapkan banyak pakar bahwa pemerintah daerah seharusnya menciptakan prakondisi yang memadai agar perusahaan dapat beroperasi dengan kepastian hukum yang tinggi. Dalam hal ini, berbagai regulasi yang ada tidak hanya berfungsi memberikan batasan kinerja minimal bagi perusahaan, tapi juga memberikan perlindungan penuh bagi mereka yang telah mencapainya. Di luar itu, pemerintah daerah bisa pula membantu perusahaan yang sedang berupaya melampaui standar minimal dengan berbagai cara. Di antaranya dengan memberikan legitimasi, menjadi penghubung yang jujur dengan pemangku kepentingan lain, meningkatkan kedulian pihak lain atas upaya yang sedang dijalankan perusahaan, serta mencurahkan sumber dayanya untuk bersama-sama mencapai tujuan keberlanjutan.

Mengingat CSR sulit terlihat dengan kasat mata, maka tidak mudah untuk melakukan pengukuran tingkat keberhasilan yang dicapai. Oleh karena itu diperlukan berbagai pendekatan untuk menjadikannya kuantitatif dengan menggunakan pendekatan *Triple Bottom Line* atau *Sustainability Reporting*. Dari sisi ekonomi, penggunaan sumber daya alam dapat dihitung dengan akuntansi sumber daya alam, sedangkan pengeluaran dan penghematan biaya lingkungan dapat dihitung dengan menggunakan akuntansi lingkungan.

Saat ini baru terdapat 4 (empat) aturan hukum yang mewajibkan perusahaan tertentu melaksanakan aktivitas CSR atau tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta satu panduan (*guidance*) internasional mengenai tanggungjawab berkelanjutan (*sustainability responsibility*), di antaranya:

¹³ Rahmatullah dan Trianita Kurniati. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR*. Yogyakarta: Samudera Biru, 2011, hal. 25

Pertama, bagi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) wajib melaksanakan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) sesuai dengan Peraturan Menteri Negara BUMN: Per-05/MBU/2007 Pasal 1 ayat (6) dijelaskan bahwa Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil, yang selanjutnya disebut Program Kemitraan, adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Sedangkan pada pasal 1 ayat (7) dijelaskan bahwa Program Bina Lingkungan, yang selanjutnya disebut Program BL, adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Program Bina Lingkungan, meliputi: bantuan korban bencana alam; bantuan pendidikan dan/atau pelatihan; bantuan peningkatan kesehatan; bantuan pengembangan prasarana dan/atau sarana umum; bantuan sarana ibadah; dan bantuan pelestarian alam.

Kedua, Peraturan bagi Perseroan Terbatas (PT) yang mengelola Sumber Daya Alam (SDA) diwajibkan melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan, karena telah diatur dalam UU Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007. Dimana dalam pasal 74 diatur bahwa: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran, (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang- undangan, (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Ketiga, bagi penanaman modal asing, diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dalam Pasal 15 (b) dinyatakan bahwa "Setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan". Sanksi-sanksi terhadap badan usaha atau perseorangan yang melanggar peraturan, diatur dalam Pasal 34, yaitu berupa sanksi administratif dan sanksi lainnya, meliputi: (a). Peringatan tertulis; (b). pembatasan kegiatan usaha; (c). pembekuan kegiatan usaha

dan/atau fasilitas penanaman modal; atau (d). pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal

Keempat, bagi perusahaan pengelola minyak dan gas bumi, terikat oleh Undang-undang No 22 Tahun 2001, tentang Minyak dan Gas Bumi, Pasal 13 ayat 3 (p), menyebutkan bahwa: "Kontrak Kerja Sama sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan-ketentuan pokok yaitu: (p). pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat adat". Jadi berdasarkan Undang-undang tersebut, perusahaan yang operasionalnya terkait Minyak dan Gas Bumi baik pengelola eksplorasi maupun distribusi, wajib melaksanakan kegiatan pengembangan masyarakat dan menjamin hak-hak masyarakat adat yang berada di sekitar perusahaan.

Jika dilihat dari peraturan diatas, urusan terkait dengan CSR merupakan domain pemerintah pusat, karena baik Peraturan Menteri BUMN, Undang-Undang PT, Undang-Undang PMA, Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi dibuat oleh DPR bersama Pemerintah Pusat. Sedangkan peran pemerintah daerah adalah melakukan monitoring dengan perangkat Analisis Mengenai Dampak Lingkungan dan Sosial (Amdalsos) dan mengkaji sejahterananya perusahaan mampu memberikan manfaatnya kepada *stakeholder* dalam hal ini masyarakat setempat. Pemda tidak berkewenangan dalam mengatur CSR yang merupakan urusan program perusahaan terlebih masalah pengelolaan dananya, kecuali menjalin kerja sama antar*stakeholder* didasarkan pada program dan skala prioritas yang sama terkait upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat setempat.

Dengan demikian agar pemberdayaan masyarakat dapat berlangsung secara efektif, maka perubahan-perubahan kebijakan harus dilakukan pada tingkat nasional maupun daerah. Berbagai peraturan, ketentuan, mekanisme kelembagaan, nilai-nilai dan perilaku harus disesuaikan untuk memungkinkan masyarakat berinteraksi secara efektif dengan pemerintah.

B. Strategi Perusahaan Melalui CSR dalam Melakukan Pemberdayaan Masyarakat

Istilah pemberdayaan masyarakat mengacu kepada kata *empowerment* yang berarti penguatan, yaitu sebagai upaya untuk mengaktualisasikan potensi yang sudah dimiliki sendiri oleh masyarakat. Pengertian pemberdayaan identik dengan

melakukan pengembangan sumber daya manusia, yang tidak sekedar membentuk manusia profesional dan terampil sesuai dengan kebutuhan sistem untuk dapat memberikan kontribusinya di dalam proses pembangunan, tetapi menekankan pentingnya kemampuan (*empowerment*) manusia, kemampuan manusia untuk mengaktualisasikan segala potensinya sebagai manusia.

Menurut Suharto, pemberdayaan adalah sebuah proses dan tujuan. Dikatakan sebagai proses karena pemberdayaan merupakan serangkaian kegiatan untuk memperkuat keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat. Dikatakan sebagai tujuan karena pemberdayaan menunjuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh sebuah perubahan sosial; yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi, maupun sosial seperti memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan aspirasi, mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas kehidupannya.¹⁴

Salah satu bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan yang sering diterapkan di Indonesia adalah *community development*. Perusahaan yang mengedepankan konsep ini akan lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga akan menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial-ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat. Rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat.

Beberapa perusahaan yang sukses melakukan program pemberdayaan masyarakat melalui CSR adalah sebagai berikut:

¹⁴ Edi Suharto. CSR dan COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan Di Era Globalisasi. Bandung: Alfabeta, 2010, hal. 82

1. PT Djarum¹⁵

PT. Djarum adalah sebuah perusahaan rokok di Indonesia yang bermakas di Kudus, Jawa Tengah. Djarum merupakan salah satu dari tiga perusahaan rokok terbesar di Indonesia (dua lainnya adalah Gudang Garam dan HM Sampoerna) dan merupakan penyumbang cukai yang besar bagi APBN Indonesia.

Selain dunia bisnis PT Djarum, juga melakukan berbagai aktivitas lain, yaitu *Corporate Social Responsibility* di berbagai bidang di antaranya adalah Djarum Foundation yaitu Djarum Bakti Pendidikan berperan aktif memajukan pendidikan melalui pembudayaan dan pemberdayaan mahasiswa berprestasi tinggi, dalam berbagai pelatihan *soft skills* untuk membentuk manusia Indonesia yang disiplin, mandiri dan berwawasan masa depan serta menjadi pemimpin yang cakap intelektual, emosional dan spiritual.

Di Bidang Olah Raga, Djarum memberikan sumbangan yang begitu besar, berupa pembangunan GOR Bulutangkis. GOR ini memiliki luas 29.450 meter persegi di atas lahan seluas 43.207 meter persegi, dana yang dihabiskan Rp30 miliar. Bahkan, gedung ini merupakan yang terbaik di Asia Tenggara. Gedung ini memiliki bangunan terpadu yang bergaya arsitektur minimalis dengan ruang kantor, lapangan bulutangkis (16 lapangan), ruang makan, pertemuan, audio visual, perpustakaan, komputer dan fitnes.

Bericara mengenai bulutangkis. PB Djarum banyak melahirkan atlet dunia seperti: Liem Swie King, Hastomo Aebi, Hadiyanto, Kartono, Heryanto, Christioan Hadinata, dan Hadiwinoto. Fokus utama pembangunan gedung olahraga ini untuk mengembalikan kembali gelar dunia bulutangkis yang pernah diraih para pemain-pemain sebelumnya.

Kisah keterlibatan Djarum sendiri dalam mendorong perkembangan bulutangkis Indonesia sendiri bermula pada tahun 1969. Didorong rasa cinta CEO PT Djarum, Budi Hartono, pada bulutangkis, serta para karyawannya, maka dijadikanlah tempat yang biasa dijadikan tempat melinting rokok para karyawan Djarum sebagai sebuah tempat dimana para karyawan Djarum dapat berlatih dan bermain bulutangkis. Lama kelamaan, tempat tersebut tidak hanya menjadi tempat berlatih para karyawan PT Djarum saja.

¹⁵ <http://www.djarumfoundation.org/>, diakses 2 Juli 2015

Masyarakat sekitar pun mulai menggunakan tempat tersebut untuk tujuan yang sama.

Akhirnya, pada tahun 1974, terbentuklah Perkumpulan Bulutangkis Djarum (disingkat PB Djarum) secara resmi. Awalnya perkumpulan ini didirikan didorong rasa cinta CEO PT Djarum, Budi Hartono, pada bulutangkis, serta para karyawannya, maka dijadikanlah tempat yang biasa dijadikan tempat melinting rokok para karyawan Djarum sebagai sebuah tempat dimana para karyawan Djarum dapat berlatih dan bermain bulutangkis. Lama kelamaan, tempat tersebut tidak hanya menjadi tempat berlatih para karyawan PT. Djarum saja. Masyarakat sekitar pun mulai menggunakan tempat tersebut untuk tujuan yang sama.

Berawal dari situ, lahirlah atlit muda berbakat, Liem Swie King yang meraih prestasi demi prestasi secara gemilang, menumbuhkan keinginan Budi Hartono untuk serius mengembangkan kegiatan komunitas Kudus menjadi organisasi PB Djarum. PB Djarum pernah gilang-gemilang ketika Indonesia merebut Piala Thomas pada 1984 di Kuala Lumpur, Malaysia. Kala itu, dari delapan pemain, tujuh di antaranya berasal dari PB Djarum yaitu Liem Swie King, Hastomo Arbi, Hadiyanto, Kartono, Heryanto, Christian Hadinata, dan Hadibowo. Satu pemain lagi adalah Icuk Sugiarto

Di Bidang Olah Raga Sepak Bola, Djarum juga memberikan dukungan dan pengembangan persepakbolaan Indonesia dengan program LIGA DJARUM. Djarum mensponsorinya dengan dana lebih kurang 35 miliar. Ini diharapkan minat masyarakat akan olahraga ini semakin meningkat.

Kegiatan sosial lainnya, Djarum membangun tempat khusus *Green Plants Cultivation o Seedlings Center*, tempat ini dibangun pada tahun 1984, digunakan untuk pembudidayaan bibit-bibit tanaman, baik itu tanaman berupa buah-buahan, hias, tanaman langka, bahkan tanaman dari negara lain pun di kembangbiakkan. Masyarakat dapat memperoleh bibit itu secara gratis.

Hal yang membuat kagum adalah PT. Djarum menyusun suatu konsep pembelian buah dari masyarakat. Prosesnya yaitu, bibit buah yang diberikan secara gratis kepada masyarakat, ketika telah berbuah atau panen dan tak dapat menghabiskan buah tersebut masyarakat dapat menjual hasil panen tersebut kepada Djarum dengan harga yang rendah, inilah konsep yang sangat baik, secara

langsung masyarakat dapat memanfaatkan pekarangan kosong yang dimilikinya. Selain itu, setiap masyarakat, baik itu keorganisasian dll yang ingin melakukan penghijauan, bibit penghijauan diberikan secara cuma-cuma.

Membangun dan mengembangkan seluruh segi kehidupan bangsa merupakan bagian yang harus dilakukan oleh seluruh komponen bangsa. Bagi perusahaan, implementasi tanggung jawab sosial dan bentuk pengabdian untuk negara biasanya disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR). PT. Djarum telah melakukan program ini sejak perusahaan terbentuk Bidang kegiatan yang dilakukan dalam CSR dapat berupa pemberdayaan pembangunan kota, bantuan pendidikan utamanya pemberian beasiswa, bidang olahraga, seni dan budaya dll.

2. PT Aqua Golden Misissipi dan Danone Aqua¹⁶

Kesuksesan CSR AQUA Danone, dapat kita lihat pada tayangan Televisi "Sekarang sumber air sudekat Beta sonde terlambat lagi" Begitulah sepenggal kalimat yang meluncur dari mulut seorang anak laki-laki berkulit hitam manis di Papua. Iklan milik Danone Aqua ini kita jumpai pada tahun 2009, sebagai bukti pelaporan kepada masyarakat bahwa Aqua telah melakukan suatu bentuk program kepeduliannya terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar (NTT).

Program *Coorporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk wajib yang telah ditetapkan oleh pemerintah sejak tahun 2007, pasal 74 ayat 1 disebutkan bahwa "Perseroan Terbatas yang menjalankan usaha dibidang bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan". Peraturan tentang CSR yang lebih terperinci tertuang dalam UU yang dijabarkan lebih jauh oleh Peraturan Menteri Negara BUMN No: Per-07/MBU/2007.

Mengingat Aqua adalah perusahaan yang telah melayani masyarakat hampir 40 tahun, Aqua juga menggunakan sumber daya alam yakni sumber air bersih, oleh karena itu untuk menjaga kesinambungan serta keseimbangan penggunaan sumber daya agar tetap terjaga dan manfaatnya bagi masyarakat luas dan menciptakan pertumbuhan sumber daya yang berkelanjutan. Oleh karena itu dirasa penting Aqua melakukan kegiatan CSR, dalam rangka sebagai

¹⁶ http://www.aqua.com/aqua_lestari, diakses 2 Juli 2015

wujud komitmen dan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menerapkan kegiatan berbasis masyarakat dalam menjalankan programnya. Kampanye yang telah dimulai sejak tahun 2007 ini juga adalah sebuah kampanye berkelanjutan mengenai kebaikan alam (*Goodness of nature*).

Salah satu program Aqua adalah WASH (*Water Access, Sanitation, Hygiene Program*) tujuannya untuk memberikan solusi dalam penyediaan air bersih di Indonesia. Didalam program WASH ini adalah program 'Satu Untuk Sepuluh', program ini juga mendukung program Millenium Development yang dicanangkan oleh PBB tujuannya untuk memerangi kemiskinan dan kelaparan diberbagai belahan dunia yang ditarget pada tahun 2015.

Program yang akan dibahas kali ini khusus pada CSR Aqua yang telah terlaksana yaitu program "1L Aqua untuk 10L Air Bersih", menurut Binahidra Logiardi, manajer PT Tirta Investama yang membawahi perusahaan Aqua, slogan ini adalah ungkapan simbolis untuk memudahkan pemirsa mencerna pesan yang ingin Aqua sampaikan, dimana setiap 1 liter yang terjual telah membantu 10 liter air bersih untuk 4 kecamatan.

Program ini didasarkan pada fakta yang menjelaskan bahwa air adalah kebutuhan mendasar bagi manusia, namun permasalahanya tidak semua orang dapat mengakses air bersih, karena faktor demografis yang membutuhkan infrastruktur memadai untuk itu. padahal kesehatan lingkungan dan diri adalah sesuatu yang mahal dan harus dijaga oleh pribadi individu.

Program ini dilaksanakan di Timor Tengah Selatan karena berdasarkan survei terbaru yang dilakukan ACF (*Action Contre la Faim*). NTT dianggap sebagai wilayah yang tepat, karena sedang mengalami program kelangkaan air bersih dibagian belahan timur Indonesia. Masyarakat NTT juga masih kesulitan dalam mengakses air bersih, mereka harus berjalan kaki dengan jarak yang lumayan jauh, medanya pun terjal, berbatu bahkan harus melewati sungai. Dibutuhkan waktu sekitar satu jam untuk membawa pulang dan pergi air dalam jerigen tiap harinya.

Kelangkaan air ini sangat berpengaruh pada banyak aspek, mulai dari anak-anak yang mau tida mau harus membantu orang tua mereka untuk mendapatkan air, sehingga waktu bermain dan belajar mereka pun sering terabaikan oleh hal ini, ancaman ragam penyakit

juga menghantui mereka mulai dari demam berdarah, diare hingga malaria adalah penyakit yang sudah biasa mereka derita.

Berangkat dari permasalahan diatas, Aqua berkomitmen untuk memperbaiki kesejahteraan anak Indonesia. Untuk setiap liter produk Aqua berlabel khusus yakni Aqua 600 mm dan 1.500 mm dijual maka konsumen telah membantu program Aqua dengan menyumbangkan 10 liter air bersih kepada masyarakat yang membutuhkan. Selain itu Aqua akan memperpendek jarak sumber air ke pemukiman penduduk dengan cara menempatkan pipa-pipa ke tempat yang lebih mudah dijangkau. Sehingga jarak tempuh satu jam kini bisa diubah dengan jarak 200 meter saja, karena air bersih akan disalurkan melalui pipa-pipa tersebut.

Aqua telah memberikan akses tersebut kepada 12.000 penerima bantuan di beberapa desa kecamatan Boking dan Amanatun Utara NTT. Dalam program ini sumber mata air pegunungan yang terdapat di desa ditutup dengan menggunakan bangunan dari semen kemudian air tersebut dialirkan ke dusun melalui 11 titik keran air, penyiaran tersebut menggunakan dua prinsip teknologi yakni berdasarkan gravitasi dan pompa hidran. Panjang total pipa yang dibangun adalah 6 km.

Tujuan program ini dikatakan berhasil karena targetnya telah terpenuhi:

- 1) Perbaikan infrastruktur air bersih dan jumlah ketersediaan air bersih, telah dipangkasnya jarak tempuh yang jauh menjadi lebih dekat sehingga mempermudah kebutuhan hidup mereka.
- 2) Terciptanya kesadaran hidup sehat melalui penyuluhan kesehatan.
- 3) Kerjasama dengan *stakeholder* lokal untuk mendukung keberlanjutan program.

Oleh karena itu, sebuah kegiatan dikatakan termasuk CSR jika memiliki ciri:

- a. Identifikasi yakni Aqua harus bisa memprioritaskan kegiatan tersebut untuk orang-orang yang benar-benar membutuhkan (*needs*) dibandingkan keinginan (*wants*), disini Aqua berprioritas untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat untuk masyarakat NTT, hal ini menunjukkan bahwa disamping Aqua adalah sebuah perusahaan besar yang juga memiliki komitmen

- terhadap masyarakat dengan memberikan kontribusi yakni melakukan kegiatan untuk mengatasi kelangkaan air bersih salah satunya di NTT.
- b. *Continuity* yakni kegiatan yang bersifat terus menerus atau berkesinambungan. Hal ini dikarenakan untuk dapat mengubah perilaku dan mindset masyarakat tentang pentingnya air bersih sehingga untuk merubah kedua hal tersebut dibutuhkan jangka waktu yang panjang, Kegiatan Aqua ini bertajuk WASH (*Water Access, Sanitation, Hygiene Program*) didalamnya terdapat program '1 liter untuk 10 liter' dan dilanjutkan dengan program 'satu untuk sepuluh' dengan jangka waktu hingga 2020 untuk membantu daerah-daerah yang sedang mengalami krisis air bersih.
 - c. *Empowering* yakni kegiatan yang dilakukan menekankan pada aktivitas tersebut dilakukan oleh masyarakat yang bersangkutan. Yakni Aqua memberikan
 - d. penyuluhan penyuluhan kesehatan untuk membekali masyarakat dalam pengelolaan dan pemanfaatan air bersih yang benar. Dalam pelaksanaan fisik Aqua juga melibatkan masyarakat karena tiap dusun memiliki komite air yang bertugas merawat instalasi. Sebanyak 127 komite air telah dibekali dengan berbagai keterampilan agar masyarakat dapat mengelola sarana air bersih, memberikan edukasi melalui kegiatan seperti pemutaran film, pertunjukan drama.

3. PT Sari Husada¹⁷

Di Provinsi Yogyakarta, PT. Sari Husada merupakan perusahaan yang cukup baik dalam melaksanakan program CSR. PT. Sari Husada merupakan salah satu Perusahaan terkemuka di Indonesia, dan juga merupakan salah satu anak perusahaan dari Danone Internasional. PT Sari Husada adalah perusahaan yang memproduksi berbagai jenis produk bernutrisi untuk ibu dan anak-anak Indonesia dengan harga terjangkau dan standar internasional. Misalnya adalah Lactamil, SGM, SGM Eksplor, dll.

Sari Husada menerapkan Nilai-Nilai Grup Danone yang merupakan prinsip-prinsip dasar yang memberi jalan tentang bagaimana cara

¹⁷ <http://www.sarihusada.co.id/Inisiatif-Keberlanjutan-Sarihusada>, diakses 2 Juli 2015

bertindak setiap hari, cara bekerja dan berkembang bersama, bagaimana cara berhubungan, bagaimana cara membeli dan menjual produk, serta bagaimana cara merekrut karyawan. Ada empat nilai inti yang terwujud dalam dasar tingkah laku dalam pekerjaan di Sari Husada, yang dikenal dengan '*HOPE*' yaitu *HUMANISM* (Kemanusiaan), *OPENNESS* (Keterbukaan), *PROXIMITY* (Kedekatan), *ENTHUSIASM* (Antusiasme). Sejak awal, PT. Sari Husada, bahkan ketika masih bernama NV Saridele di era tahun 1954an, perusahaan yang diprakarsai Pemerintah Indonesia dan UNICEF ini memang merindukan semua anak Indonesia yang berkecukupan gizi dan nutrisi, sehingga tampil sosok generasi Indonesia yang unggul. Oleh sebab itulah sampai sekarang, perusahaan ini tetap berupaya agar produk susu nutrisinya itu tetap bisa dijangkau oleh masyarakat Indonesia di semua lapisan.

Sarihusada menetapkan tiga landasan utama dalam membangun strategi pelaksanaan program CSR jangka panjang, yaitu bisnis inti perusahaan sebagai penyedia produk bergizi, mempertimbangkan rencana pembangunan pemerintah dan potensi kerja sama dengan beragam kelompok pemangku kepentingan.

Ketiga landasan itu mengarahkan program CSR pada tiga pilar utama yang meliputi gizi dan kesehatan, pendidikan, serta pemberdayaan ekonomi perempuan. Kemudian tiga pilar itu menghasilkan lima kelompok program, yaitu gizi dan kesehatan, pendidikan ibu dan anak, pemberdayaan ekonomi masyarakat, pelestarian lingkungan, dan kepedulian bencana dan kondisi khusus.

Jenis program CSR yang dilaksanakan Sari Husada bervariasi mulai dari kegiatan di sekitar pabrik hingga pelibatan dan pembangunan masyarakat umum. Fokus program diarahkan pada peningkatan status gizi ibu dan anak yang selaras dengan misi utama perusahaan. Program tersebut dibangun berdasarkan pemahaman terhadap masalah sosial yang sedang terjadi di Indonesia. Pada akhirnya, setiap program dilaksanakan dengan melibatkan dan bekerja sama dengan LSM, pemerintah maupun masyarakat sendiri.

Sebagai bagian dari Danone, Sari Husada juga bekerja sama dengan *Danone Ecosysteme Fund* melaksanakan berbagai inisiatif sosial. *Danone Ecosysteme Fund* merupakan dana untuk memperkuat ekosistem Danone dan menciptakan nilai sosial dan ekonomi melalui kemitraan inklusif yang terdiri dari 5 lingkup program: *sourcing, territory, micro-distribution, caring service, recycling*.

Beberapa program yang dilaksanakan Sari Husada bekerja sama dengan *Danone Ecosysteme Fund*, antara lain:

1) Warung Anak Sehat (WAS)

Proyek sosial yang didanai oleh Danone Ecosysteme bersama Sarihusada dan Dompet Dhuafa yang telah dimulai sejak awal tahun 2011. Konsep WAS adalah: kami mengidentifikasi wanita di daerah dengan isu malnutrisi yang ingin menjadi pengusaha mikro (Ibu WAS), lalu kami memberikan mereka pelatihan usaha mikro, ilmu akuntansi, keamanan makanan, nutrisi, hingga motivasi. Kemudian, kami menyediakan kredit mikro untuk membantu mereka membuka warung kecil bernama "Warung Anak Sehat" dimana mereka akan menjual produk makanan sehat dan berbagi pengetahuan mereka tentang pola makan seimbang anak-anak kepada ibu-ibu lainnya.

2) Merapi Project

Bermitra dengan Danone Ecosysteme Fund, Merapi Project merupakan sebuah program pemberdayaan masyarakat di bidang peternakan dan pertanian sebagai upaya pemulihian pasca bencana erupsi Gunung Merapi melalui penyediaan fasilitas modern peternakan dan pertanian serta fasilitas belajar bagi petani dan peternak. Fasilitas terpadu seluas 1,7 hektar yang terdiri dari perkandangan modern yang mampu menampung 240 ekor sapi perah dilengkapi dengan milking equipment, laboratorium mini, cooling unit, biogas digester.

Selain bekerjasama dengan Danone, PT. Sari Husada bermitra dengan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) dalam pendampingan program CSR di Desa Badran.¹⁸ Hal ini dilakukan sebagai bentuk upaya pengembangan masyarakat yang berkelanjutan. Selain diarahkan untuk menciptakan kemandirian warga setempat dalam peolaksanaan program CSR, juga diarahkan untuk meningkatkan kesehatan warga terutama dalam perbaikan gizi. PT. Sari Husada juga bermitra dengan pemerintah DIY agar mendapatkan harus ada dukungan dalam bentuk kebijakan-kebijakan dan regulasi pelaksanaan program CSR. Kemitraan yang dibentuk ini diharapkan mampu menyatukan seluruh warga desa, terutama dalam pencapaian peningkatan kualitas hidup mereka.

¹⁸ Hasil penelitian pada tanggal 4 s/d 10 Mei 2015 di PT. Sari Husada Yogyakarta.

Kemitraan yang dibangun antara PT. Sari Husada dan PKPU bertujuan untuk meningkatkan kemandirian warga setempat dengan mempertahankan nilai-nilai kelokalan, seperti gotong royong dan guyub. Kunci keberhasilan pelaksanaan CSR memang terletak pada keterlibatan dari warga setempat dengan pihak-pihak terkait. Semangat saling memiliki dan menjaga ini menjadi dasar pelaksanaan aktivitas harian warga sesuai dengan program CSR yang diberikan oleh PT Sari Husada yaitu: PAUD, posyandu, dan pondok gizi.

Selain melakukan pendampingan, PKPU juga berupaya untuk mengubah *mindset*, pola hidup, dan gaya hidup warga desa Badran agar pencapaian program CSR dapat maksimal. Meskipun disadari hal tersebut membutuhkan waktu yang cukup panjang, namun bersama PT Sari Husada PKPU terus berupaya membangun kapasitas masyarakat, menjalin kemitraan, mengupayakan pelegalan PAUD, dan melakukan transformasi nilai-nilai positif pada warga setempat.

V. Penutup

Penerapan program CSR merupakan salah satu bentuk implementasi dari konsep tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*). Diperlukan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) agar perilaku pelaku bisnis mempunyai arahan yang bisa dirujuk dengan mengatur hubungan seluruh kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang dapat dipenuhi secara proporsional, mencegah kesalahan-kesalahan signifikan dalam strategi korporasi dan memastikan kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat diperbaiki dengan segera.

Dengan pemahaman tersebut, maka pada dasarnya CSR memiliki fungsi atau peran strategis bagi perusahaan, yaitu sebagai bagian dari manajemen risiko khususnya dalam membentuk katup pengaman sosial (*social security*). Selain itu melalui CSR perusahaan juga dapat membangun reputasinya, seperti meningkatkan citra perusahaan maupun pemegang sahamnya, posisi merek perusahaan, maupun bidang usaha perusahaan.

Pada hakikatnya CSR adalah nilai yang melandasi aktivitas perusahaan, dikarenakan CSR menjadi pijakan komprehensif dalam aspek ekonomi, sosial, kesejahteraan dan lingkungan perusahaan. Perusahaan tidak boleh mengimplementasikan CSR secara parsial,

misalnya berupaya memberdayakan masyarakat lokal, sedangkan disisi lain kesejahteraan karyawan yang ada di dalamnya tidak terjamin, atau perusahaan tidak disiplin dalam membayar pajak, suburnya praktik korupsi dan kolusi, atau mempekerjakan anak.

Dalam hal ini perlu ditegaskan bahwa CSR berbeda dengan charity atau sumbangan sosial. CSR harus dijalankan di atas suatu program dengan memerhatikan kebutuhan dan keberlanjutan program dalam jangka panjang. Sementara sumbangan sosial lebih bersifat sesaat dan berdampak sementara. Semangat CSR diharapkan dapat mampu membantu menciptakan keseimbangan antara perusahaan, masyarakat dan lingkungan. Pada dasarnya tanggung jawab sosial perusahaan ini diharapkan dapat kembali menjadi budaya bagi bangsa Indonesia khususnya, dan masyarakat dunia dalam kebersamaan mengatasi masalah sosial dan lingkungan.

Dalam konteks penerapan CSR, *stakeholder* wajib dirangkul dan dilibatkan baik dalam tahap perencanaan, implementasi dan evaluasi. Jikapun *stakeholders* tidak dilibatkan dalam proses perencanaan, setidaknya mendapatkan kontribusi berupa dampak positif dari program yang dilaksanakan.

Jikapun Pemda ingin membenahi pola pelaksanaan CSR perusahaan, salah satu langkanya adalah melakukan koordinasi dan sinkronisasi program yang sejalan didasarkan basis data dan kebutuhan yang terukur. Selain itu pemerintah wajib melakukan evaluasi sejauhmana pelaksanaan CSR yang perusahaan lakukan, sudah memberdayakan masyarakat lokal atau malah membuat dependensi baru, lalu Pemda memberikan catatan perbaikannya dalam bentuk rekomendasi yang sifatnya berkelanjutan.

Dalam pembuatan Perda CSR, pihak DPRD maupun pemerintah terkadang tidak memperhatikan pihak yang menjadi objek yang dikenai tanggungjawab Perda, dalam hal ini perusahaan. Seharusnya pemerintah memahami konstruksi berpikir perusahaan, karena akan menjadi kontradiktif ketika pada satu sisi daerah berupaya menarik investor untuk menanamkan modalnya, sedangkan disisi lain akibat terlalu banyaknya aturan, biaya formal maupun informal, malah membuat investor enggan menanamkan investasinya.

Keputusan manajemen perusahaan untuk melaksanakan program-program CSR secara berkelanjutan, pada dasarnya merupakan keputusan yang rasional. Sebab implementasi program-

program CSR akan menimbulkan efek lingkaran emas yang akan dinikmati oleh perusahaan dan seluruh *stakeholder*-nya. Melalui CSR, kesejahteraan dan kehidupan sosial ekonomi masyarakat lokal maupun masyarakat luas akan lebih terjamin. Kondisi ini pada gilirannya akan menjamin kelancaran seluruh proses atau aktivitas produksi perusahaan serta pemasaran hasil-hasil produksi perusahaan. Sedangkan terjadinya kelestarian lingkungan dan alam selain menjamin kelancaran proses produksi juga menjamin ketersediaan pasokan bahan baku produksi yang diambil dari alam.

Bila CSR benar-benar dijalankan secara efektif maka dapat memperkuat atau meningkatkan akumulasi modal sosial dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Modal sosial, termasuk elemen-elemennya seperti kepercayaan, kohesifitas, altruisme, gotong royong, jaringan dan kolaborasi sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi. Melalui beragam mekanismenya, modal sosial dapat meningkatkan rasa tanggung jawab terhadap kepentingan publik, meluasnya partisipasi dalam proses demokrasi, menguatnya keserasian masyarakat dan menurunnya tingkat kekerasan dan kejahatan.

Tanggung jawab perusahaan terhadap kepentingan publik dapat diwujudkan melalui pelaksanaan program-program CSR yang berkelanjutan dan menyentuh langsung aspek-aspek kehidupan masyarakat. Dengan demikian realisasi program-program CSR merupakan sumbangan perusahaan secara tidak langsung terhadap penguatan modal sosial secara keseluruhan. Berbeda halnya dengan modal finansial yang dapat dihitung nilainya kuantitatif, maka modal sosial tidak dapat dihitung nilainya secara pasti. Namun demikian, dapat ditegaskan bahwa pengeluaran biaya untuk program-program CSR merupakan investasi perusahaan untuk memupuk modal sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adi, Isbandi Rukminto. 2008. Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat. Jakarta: Rajawali Press.
- Rudito, Bambang. 2007. Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains.
- Daniri, Mas Achmad. 2005. Good Corporate Governance, Konsep dan Penerapannya Dalam Konteks Indonesia. Jakarta: PT Ray Indonesia.
- Effendi, Muhammad Arief. 2009. Implementasi GCG melalui CSR. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Fajar, Mukti. 2010. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia. Studi tentang Penerapan Ketentuan CSR pada Perusahaan Multinasional, Swasta Nasional & BUMN di Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fox, T., Ward, H., Howard, B. 2002. *Public Sector Roles in Strengthening Corporate Social Responsibility: A Baseline Study*. The World Bank.
- Hadi, Nor. 2011. Corporate Social Responsibility. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Harahap, Yahya. 2010. Implikasi CSR bagi pembangunan. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Kartini, Dwi. 2013. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kotler, Philip, Lee, dan Nancy. 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good for Your Cause*. New Jersey: John Willey & Sons Inc.

- Lako, Andreas. 2011. Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi. Jakarta: Erlangga.
- Prijono, Onny S. dan A.M.W Pranarka. 1996. Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan dan Implementasi. Jakarta: CSIS
- Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility*, Antara Teori dan Kenyataan. Jakarta: MedPress.
- Rahmatullah dan Trianita Kurniati. 2011. Panduan Praktis Pengelolaan CSR. Yogyakarta: Samudera Biru.
- Rudito, Bambang. 2004. *Corporate Social Responsibility; Jawaban Bagi Pembangunan Indonesia Masa Kini*. Jakarta: ICSD.
- Rudito, Bambang dan Melia Famiola. 2007. Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains.
- Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Suharto, Edi .1997. Pembangunan, Kebijakan Sosial dan Pekerjaan Sosial: Spektrum Pemikiran, Bandung: Lembaga Studi Pembangunan-STKS
- Suharto, Edi. 2005. Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat. Bandung: Refika Aditama.
- Suharto, Edi. 2010. CSR dan COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan Di Era Globalisasi. Bandung: Alfabeta.
- Susanto,A.B.2009.*Reputation-Driven, Corporate Social Responsibility*, Pendekatan Strategic Management dalam CSR. Jakarta: Esensi Erlangga Grup.
- Tjokrowinoto, Moeljarto. 1993. *Politik Pembangunan: Sebuah Analisis Konsep Arah dan Strategi*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana.
- Urip, Sri. 2014. Strategi CSR, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Untuk Peningkatan Daya Saing Perusahaan di Pasar Negara Berkembang. Tangerang Selatan: Literati.
- Wibisono, Yusuf. 2007. Membedah Konsep dan Aplikasi CSR. Gresik: Fascho Publishing.

Yusuf, Eva Zhoriva & Lesley Williams. 2007. Manajemen Pemasaran, Studi Kasus Indonesia. Seri Manajemen Pemasaran No. 16. Jakarta: Lembaga Manajemen PPM.

Dokumen

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal
Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
World Business Council for Sustainable Development. 1998.
Corporate Social Responsibility. WBCSD Publication. UK

PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM UPAYA MEREDAM KONFLIK SOSIAL

Mohammad Teja

I. Pendahuluan

Kesepakatan *World Summit on Sustainable Development* di Johannesburg Afrika Selatan 2002 dalam rangka memberikan dorongan kepada seluruh perusahaan di seluruh dunia untuk terciptanya pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). Perusahaan tidak saja dituntut untuk memenuhi kepentingan seluruh pemilik modal tetapi juga dituntut untuk memenuhi kewajibannya kepada seluruh *stakeholder* termasuk di dalamnya adalah masyarakat. Di Indonesia secara yuridis telah dinyatakan dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menjelaskan tanggung jawab sosial dan lingkungan dari perusahaan atas eksistensinya dalam kegiatan bisnis yang harus lebih memperhatikan masyarakat melalui program-program *corporate social responsibility* (CSR)¹.

Begini pesatnya penanaman modal, baik yang berasal dari dalam maupun luar Indonesia beberapa tahun belakangan ini menunjukkan kegiatan CSR sudah mulai diarahkan kepada pemberdayaan masyarakat dengan tujuan mengurangi permasalahan sosial dan ekonomi, bukan lagi berupa sumbangan, belas kasih (*charity*) yang diharapkan dapat membangun kesadaran masyarakat untuk berdaya demi peningkatan kesejahteraan mereka. CSR dilakukan selain untuk meningkatkan citra yang baik bagi perusahaan juga merupakan investasi sosial yang memiliki implikasi terhadap kelancaran kegiatan perusahaan tersebut. Terlebih lagi, industri atau korporasi memiliki peran dalam mendorong pertumbuhan ekonomi

¹ Mapisangka, Andi, Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat, JESP, Vol. 1, No. 1, 2009

yang sehat dengan mempertimbangkan faktor-faktor keberlanjutan lingkungan hidup².

Di Indonesia, eksistensi korporasi di suatu daerah justru menjadi cacatan hitam, sebagai contoh industri ekstraktif (minyak, gas, dan pertambangan lainnya, terutama pada jaman Orde Baru). Dalam catatan kejadian konflik yang melibatkan korporasi seperti tambang misalnya, yang terjadi dalam selang waktu tahun 1998-2003 yakni seperti Kaltim Prima Coal, Unocal, Kideco Jaya Agung, Kelian Equatorial Mining, Tinto Harun, Indomuro Kencana, Expans Tomori Sulawesi, Permata Karya Graha Sakti, Meares Soputan Mining, Prima Lestari, Pulau Indah Teknik, Inco, Newmont Minahasa Raya dan Nusa Tenggara, Freeport Indonesia, Newcrest Halmahera dan Exxon Mobil di Aceh (Berita Buana, 20 Maret 2003). Kritikan tegas terus muncul dari berbagai pihak dan lembaga-lembaga non-pemerintah (LSM) maupun masyarakat yang akhirnya menimbulkan konflik³. Tidak hanya pada industri ekstraktif, konflik masyarakat dengan perusahaan terjadi juga dalam area perkebunan, baik persoalan kepemilikan tanah adat, juga dengan masyarakat sekitar wilayah perkebunan.

Pentingnya keikutsertaan masyarakat dalam melaksanakan implementasi program kegiatan CSR tentunya menjadi faktor penting sebagai ukuran suksesnya kegiatan tersebut, dalam banyak kasus seperti yang pernah diteliti oleh (Tahyudin, 2001; Ngadisah, 2002; Alfitri, Yenrizal, & Hakim, 2004; Nanlohy, 2005; Wahyudi & Muzni, 2005; Alfitri, 2010)⁴. Dalam penelitian tersebut terungkap bahwa banyak perusahaan yang tidak melibatkan masyarakat sekitar dalam melaksanakan kegiatan CSR yang berujung pada ketidakharmonisan hubungan masyarakat dengan perusahaan tersebut. Kehadiran korporasi/perusahaan di tengah masyarakat (biasanya lokasi

² Siregar, N, Chairil, Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi CSR Pada Masyarakat Indonesia, 2007, hal. 285.

³ Dalam Aini, Nur Desy, 2012. Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Penyelesaian Konflik di Indonesia, dalam Proceeding Konferensi Nasional, "Bisnis, Media dan Perdamaian: Mendorong Peran Bisnis dan Media dalam Resolusi Konflik dan Pengembangan Perdamaian", 29 September 2012, FISIP, UPN Veteran, Yogyakarta.

⁴ Raharjo, Tri Susanto, Relasi Dinamis Antara Perusahaan Denan Masyarakat Lokal, https://www.academia.edu/8682462/RELASI_DINAMIS_ANTARA_PERUSAHAAN_DENGAN_MASYARAKAT_LOKAL diakses pada 10 September 2015

perusahaan berada di tengah masyarakat miskin) memunculkan harapan besar terhadap perbaikan kesejahteraan mereka, lapangan pekerjaan misalnya, peluang-peluang sumber pendapatan bagi masyarakat dan sebagainya, terlebih lagi masyarakat beranggapan bahwa perusahaan sudah meraup keuntungan yang besar dari eksplorasi yang dilakukan melalui pemanfaatan sumber daya alam di daerahnya.

Memang, konflik yang terjadi antara masyarakat dan korporasi tidak bisa disamakan dengan konflik-konflik yang terjadi di Ambon, Poso dan Aceh, meskipun begitu konflik yang terjadi akibat pengabaian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakatnya jika dibiarkan berlarut akan merugikan kedua belah pihak. Dalam tulisan ini penulis mencoba memaparkan bagaimana dan apa saja potensi konflik antara masyarakat dengan korporasi, dan bagaimana CSR dapat memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar dalam memberdayakan serta meningkatkan kesejahteraan mereka. Studi menggunakan pendekatan kualitatif, sementara data-datanya dikumpulkan melalui studi literatur dan wawancara mendalam (*in-depth interview*) di Bandung, Sukabumi, dan Yogyakarta tentang kegiatan-kegiatan korporasi dalam mengimplementasikan CSR.

II. Konflik dan Perjuangan Masyarakat

Tanggung jawab moral perusahaan kepada komunitas atau masyarakat di luar lingkungan tempat perusahaan tersebut beroperasi merupakan pendefinisian CSR, meskipun banyak definisi mengenai tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan sosial yang merupakan komitmen perusahaan dalam menjaga keberlangsungan lingkungan dan masyarakatnya atas dampak dari kegiatan operasional mereka.

Dalam menjamin keberlangsungan usaha korporasi, CSR menjadi sangat penting kedudukannya, baik dalam perusahaan itu sendiri, maupun bagi masyarakat. Keberpihakan perusahaan terhadap kondisi lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sekitarnya merupakan kewajiban bukan lagi tanggung jawab yang seharusnya menjadi target utama selain keuntungan perusahaan. Hal yang sama diungkapkan oleh Ambadar (2008)⁵ tanggung jawab

⁵ Ambadar, Jackie., 2008. CSR dalam Praktik di Indonesia. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) adalah sebuah konsep manajemen yang menggunakan konsep "*triple bottom line*" yaitu keseimbangan antara mencetak keuntungan, harus seiring dan berjalan selaras dengan fungsi-fungsi sosial dan pemeliharaan lingkungan hidup demi terwujudnya pembangunan yang suistainable (keberlanjutan). Dalam kegiatannya, implementasi program CSR tidak dapat dipungkiri masih ada perusahaan yang melakukan kegiatan *charity*, meskipun sifatnya sesaat tetapi kegiatan ini masih ditoleransi, apalagi untuk masyarakat miskin yang memang membutuhkan bantuan yang mendesak misalnya kebutuhan pangan (kelaparan), bencana alam dan orang sakit. Kegiatan CSR yang sekarang didorong adalah penguatan kemandirian masyarakat. Masyarakat diajak untuk membangun potensi yang ada dalam diri mereka dan lingkungannya untuk membangkitkan kesejahteraan mereka, bangun dari keadaan ekonomi yang buruk⁶.

Tanggung jawab perusahaan merupakan filosofi yang menjadi mesin penggerak operasional perusahaan. CSR juga menunjukkan suatu komponen penting dari komitmen yang lebih luas terhadap pembangunan yang berkelanjutan dan pengelolaan *triple bottom lines (people, profit, planet)* dari kinerja sosial, ekonomi dan lingkungan (Sedyono, 2002)⁷. Porter dan Kramer (dalam Suharto, 2007) mengatakan bahwa perusahaan tidak berfungsi secara terpisah dari masyarakat sekitarnya. Faktanya, kemampuan perusahaan untuk bersaing sangat tergantung pada keadaan lokasi dimana perusahaan itu beroperasi. Sebab CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom lines*, yaitu *profit, people and plannet* (3P): a) *profit*, Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang. b) *people*, Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan,

⁶ Lihat Saidi, Zaim dan Hamid Abidin. 2004. Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia. Piramedia. Jakarta.

⁷ Dalam Hendrastuti, Fenny, 2010, Persepsi Penerima Program Terhadap Program Corporate Sosial Responsibility (CSR) PT. Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk, Skripsi, Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Tidak diterbitkan.

pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat. c) *plannet*, Perusahaan peduli terhadap lingkungan hayati. Beberapa program CSR yang berpijakan pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana pengembangan pariwisata.⁸

Penguasaan sumber daya alam oleh korporasi untuk kepentingan dan keuntungan ekonomi semata tanpa memperhatikan kebutuhan nafkah, baik secara individu, keluarga dan masyarakat lokal akan menumbuhkan kecemburuan dan konflik yang pada waktunya akan meledak (laten). Berkurangnya atau terbatasnya masyarakat dalam pemenuhan kehidupan tentunya tidak bisa dibiarkan begitu saja oleh perusahaan. Apalagi jika konflik terjadi, kerugian perusahaan dalam melakukan kegiatannya akan terbatas (merugi), banyak kasus-kasus protes masyarakat yang berujung pada kerusakan, penutupan jalan hingga tak beroperasinya perusahaan tersebut akibat dari tidak diperhatikannya kebutuhan masyarakat sekitar oleh pemilik korporasi. Masyarakat merasa kehadiran perusahaan di tengah-tengah mereka tidak memberikan kompensasi dan kontribusi yang berarti dan merugikan masyarakat akibat dari eksloitasi sumber daya alam oleh pihak korporasi. Ditambah lagi dengan kontribusi perusahaan kepada masyarakat untuk membangun kondisi sosial yang baik tidak tercapai dan berbuntut meruginya perusahaan tersebut.

Untuk menganalisa konflik antara masyarakat dan korporasi penulis menggunakan teori konflik, Singgih⁹ misalnya mengatakan bahwa asumsi dasar teori konflik adalah bahwa masyarakat atau organisasi berfungsi sedemikian rupa, sehingga individu dan kelompoknya berjuang untuk memaksimalkan keuntungan yang diperolehnya. Mereka memainkan fungsinya sedemikian rupa, sama seperti organ dalam tubuh makhluk hidup. Selanjutnya ia menjelaskan terdapat empat hal yang penting dalam memahami teori konflik sosial;

⁸ Suharto, Edi. 2007. Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). Refika Aditama. Bandung.

⁹ Singgih, Ujianto, Prayitno., 2012, Sosiologi, Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan, Azza Grafika dan Nadi Pustaka. Hal.40

- a. Kompetisi yang terjadi akibat kelangkaan sumber daya sehingga yang menjadi dasar interaksi manusia bukanlah konsensus atau kesepakatan bersama seperti yang ditawarkan fungsionalisme,
- b. Ketidaksamaan struktural dalam kekuasaan, perolehan yang ada dalam struktur sosial,
- c. Individu dan kelompok yang ingin mendapatkan keuntungan dan berjuang untuk mencapai revolusi,
- d. Perubahan sosial yang terjadi sebagai hasil dari konflik antara kepentingan yang saling berkompetensi dan bukan sekedar adaptasi.

Tiap konflik mulanya dipicu oleh satu masalah tertentu. Akan tetapi, sebenarnya peristiwa yang terjadi dilatarbelakangi oleh suatu konteks situasi atau kondisi yang lebih umum, meliputi; aspek sosial, politik dan ekonomi yang tidak dapat diterima oleh masyarakat. Konflik biasanya bersumber dari beberapa aspek, seperti; adanya perubahan sosial, perbedaan kewenangan (otoritas), perbedaan kepentingan, dan perbedaan kultural. Di setiap masyarakat selalu terdapat konflik, karena ada kepentingan di antaranya yang memiliki kekuasaan otoritatif, berupa kepentingan untuk memelihara atau mengukuhkan *status-quo* dengan pihak yang ingin merubahnya¹⁰.

Konflik dapat di klasifikasikan ke dalam bentuk dan jenis-jenis konflik Soekanto (1993:72), karena konflik mempunyai beberapa bentuk khusus, meliputi: (a) Konflik pribadi; (b) Konflik rasial; (c) Konflik antar kelas sosial; dan (d) Konflik politik antar golongan dalam satu masyarakat maupun antar negara-negara yang berdaulat. Konflik sosial bisa dilihat dari bentuknya, bahkan bisa dilihat dari jenis dan tipenya. Susan (2009:89) mengemukakan, bahwa ada 2 (dua) jenis konflik, yaitu: (a) Dimensi vertikal atau —konflik atas, yaitu konflik antara elit dan massa—rakyat. Elit dimaksud bisa untuk para pengambil kebijakan di tingkat pusat, kelompok bisnis atau aparat militer; (b) Konflik horizontal, yakni konflik yang terjadi dikalangan masyarakat sendiri, seperti konflik antar agama dan konflik antar suku.

¹⁰ Thomas, Agus Sikwan, Syf. Ema Rahmaniah, 2010, Konflik Sosial Antara Perusahaan Perkebunan Sawit PT. Borneo Ketapang Permai Dengan Masyarakat Desa Semayang Kecamatan Kebayan, Kabupaten Sanggau, Jurnal Tesis-UNTAN-PSS.

Dalam membahas berbagai situasi konflik, Lewis Coser membedakan konflik yang realistik dan yang tidak realistik¹¹. Konflik yang realistik "berasal dari kekecewaan terhadap tuntutan-tuntutan khusus yang terjadi dalam hubungan dan dari perkiraan kemungkinan keuntungan para partisipan dan yang ditujukan pada objek yang dianggap mengecewakan". Para karyawan yang mengadakan pemogokan melawan manajemen merupakan contoh dari konflik realistik, sejauh manajemen memang berkuasa dalam hal kenaikan gaji serta berbagai keuntungan buruh lainnya. Sedangkan konflik yang tidak realistik adalah "konflik yang bukan berasal dari tujuan-tujuan saingan yang antagonis tetapi dari kebutuhan untuk meredakan ketegangan, paling tidak dari salah satu pihak". Seperti contoh dalam masyarakat yang buta huruf pembalasan dendam lewat ilmu gaib sering merupakan bentuk konflik non-realistik: sebagaimana halnya dengan pengkambinghitaman yang sering terjadi dalam masyarakat yang telah maju. Dalam hubungan-hubungan antar-kelompok, pengkambinghitaman digunakan untuk menggambarkan keadaan dimana seseorang tidak melepaskan prasangka (*prejudice*) mereka melawan kelompok yang benar-benar merupakan lawan dan dengan demikian menggunakan kelompok pengganti sebagai objek prasangka.

Konflik bagi Coser merupakan pola-pola atau tanda-tanda dari hubungan yang hidup, begitu juga sebaliknya, jika kehidupan tidak menghadapi situasi konflik maka hidup itu sendiri akan statis, tidak adanya konflik juga bisa diartikan sebagai penyembunyian masalah-masalah, menyumbatan harapan-harapan yang pada akhirnya akan menimbulkan persoalan yang lebih kompleks. Menurut Coser juga, konflik memiliki muatan positif fungsional, sejauh ia bergerak melawan struktur.¹² Konflik dapat meledakan ketegangan yang terjadi dalam suatu kelompok yang memantapkan keutuhan dan keseimbangan, dia menjelaskan dari hasil pengamatan terhadap masyarakat yang ternyata terdapat hubungan antara peningkatan konflik dalam kelompok dengan peningkatan interaksi dengan dan ke dalam masyarakat secara keseluruhan.

¹¹ Poloma, Margaret M., 1994, Sosiologi Kontemporer, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta. Hal. 111 – 114.

¹² Ibid., 115-117.

Bilamana kelompok kecil dengan ikatan kuat berjuang melawan musuh dari luar, maka kelompok tersebut tidak memberikan toleransi pada perselisihan internal.¹³ Biasanya masyarakat lokal dalam menghadapi perusahaan (pihak luar) mereka akan memperkuat organisasi dalam diri mereka sendiri untuk memperjuangkan kesepakatan/tujuan mereka sendiri demi kepentingan bersama. Dengan begitu, konflik merupakan sarana bagi keseimbangan kekuatan, dan lewat sarana yang demikian kelompok-kelompok kepentingan mempertahankan kelangsungan masyarakat¹⁴.

Secara mikro, konflik bisa dianalisa tidak hanya bersifat ideologis, tidak dimulai dengan pandangan politis bahwa konflik baik atau buruk. Adalah Randall Collins, menjelaskan bahwa konflik sebagai fokus berdasarkan alasan realistik bahwa konflik mungkin adalah proses sentral di dalam kehidupan sosial. Meskipun ia sadar bahwa sosiologi tidak akan berhasil pada level mikro saja¹⁵. Collins percaya bahwa orang-orang berusaha memaksimalkan "status subjektifnya" dan kemampuan mereka dalam melakukan hal tersebut tergantung dari sumber-sumber daya mereka. Dia melihat orang-orang bersifat mementingkan diri; oleh karena itu pembenturan mungkin terjadi karena sekumpulan kepentingan pada dasarnya bertentangan. Collins mendesak kita untuk memikirkan manusia sebagai hewan yang dimotivasi oleh kepentingan diri, tindakannya dapat dilihat sebagai manuver untuk memperoleh berbagai keuntungan agar mereka dapat mencapai kepuasan dan menghindar dari ketidakpuasan. Situasi ketidaksetaraan, kelompok-kelompok yang mengendalikan sumber-sumber daya besar kemungkinan mencoba mengeksplorasi kelompok-kelompok yang sedikit memiliki sumber daya.¹⁶

Sementara konflik adalah terbangunnya hubungan-hubungan beberapa pihak dalam arena dan struktur sosial tertentu akibat adanya perbedaan kepentingan dan tujuan sebagai bentuk penerjemahan kebutuhan yang diperjuangkan secara individual dan maupun kolektif (Susan, 2009, Bartos and Wehr, 2003; Burton,

¹³ Ibid., 117

¹⁴ Ibid., 120

¹⁵ Ritzer, Georgr, 2012, Teori Sosiologi, Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern. Pustaka Pelajar.

¹⁶ Ibid., 462-463

1990)¹⁷ Pendapat lain tentang konflik menurut Dahrendorf bahwa, konflik hadir dalam masyarakat dan konteks wilayah sosial (*social field*) yang mana ada hubungan-hubungan sosial khusus seperti arena sosial pertentangan, arena sosial sekolah, arena sosial perkantoran, dan arena sosial industri. Dahrendorf menyebutnya sebagai “*integrated into a common frame of reference*” (Dahrendorf, 1959: 165). Berbagai dimensi konflik tersebut memiliki karakter sosiologis dan dinamika yang unik. Pada level praktis seperti pada usaha pemecahan masalah, setiap konteks dimensi konflik membutuhkan model pengelolaan konflik yang spesifik juga. Dalam kaitannya dengan konflik dalam konteks wilayah sosial industri, Ralf Dahrendorf melalui buku fenomenalnya mengenai *Conflict and Industrial Conflict* (1959) memperlihatkan bagaimana konflik industrial terbangun melalui proses dari ketidakpuasan individual buruh, menuju pada ketidakpuasan kolektif yang tidak terorganisir, dan sampai pada tingkat pengorganisasian ketidakpuasan kolektif buruh dalam rangka perjuangan untuk mencapai tujuan¹⁸.

Dalam kaitannya dengan tulisan ini, teori Dahrendorf dalam proses ketidakpuasan masyarakat terhadap korporasi dapat dilakukan melalui kesamaan persoalan yang ada di tengah masyarakat, misalnya kemiskinan, akibatnya timbul kecemburuan yang dapat berasal dari ketimpangan pendapatan, struktur sosial yang membedakan di antara kedua belah pihak. Kesamaan rasa pada akhirnya dapat menyatukan kepentingan bersama dari masyarakat lokal untuk melakukan tindakan mengurangi ketidakadilan tersebut.

III. Potensi Konflik Masyarakat dan Korporasi

Dibeberapa kasus yang terjadi, konflik masyarakat dengan perusahaan terjadi karena korporasi lalai melakukan fungsi sosialnya ditengah masyarakat. Lokasi pendirian pabrik sebuah perusahaan biasanya berada dalam wilayah luar ibu kota yang masyarakatnya masih membutuhkan pemenuhan kehidupan kesehariannya (makan). Kurangnya kebijakan yang tidak berpihak kepada masyarakat, termasuk program-program penanggulangannya

¹⁷ Susan, Novri, 2009, Sosiologi Konflik & Isu-isu Konflik Kontempore, Jakarta, Kencana Prenada Media Group.

¹⁸ Dalam Sutinah, 2009, Konflik Industrial, Suatu Kajian Kritis Terhadap Konflik Industrial,

serta pelibatan masyarakat untuk berpartisipasi dan berperan merupakan potensi-potensi utama kemunculan konflik antar masyarakat dan perusahaan. Kehadiran korporasi sudah pasti menyebabkan distribusi penguasaan sumber daya yang timpang, dimana kegiatan perekonomian dikuasai sepenuhnya oleh pemilik modal (perusahaan), dan melahirkan berbagai macam bentuk diskriminasi tanpa memperdulikan kondisi sosial masyarakat disekitar, akibatnya membentuk kelompok yang terjebak dalam kemiskinan (*poverty trap*) deprivasi (*social deprivation*), terisolasi, ketidakberdayaan dan ketiadaan akses kepada sumber daya alam, sarana dan prasarana sosial ekonomi dan kesenjangan¹⁹.

Terutama dalam aspek ekonomi, konflik yang terjadi antara masyarakat dan korporasi merupakan sebab paling banyak terjadi di Indonesia. Masing-masing berupaya untuk memenangkan kepentingan terutama kepentingan ekonomi masyarakat lokal terhadap korporasi (Prayogo dalam Achwan dkk, 2004)²⁰. Sebagai pihak yang sering disebut “tereksplorasi” dan diidentikkan dengan kemiskinan sementara pihak pemilik modal sebagai penggerak sumber daya alam, pemilikan sumber ekonomi dan sebagai pihak yang merusak lingkungan, merupakan akar dari konflik yang kapan saja bisa muncul diperlakukan.

Secara umum ada empat faktor penyebab konflik yang menyangkut penggunaan lahan di Indonesia (Konsorsium Pembaruan Agraria, 2013).²¹

Faktor-faktor tersebut di antaranya adalah:

1. Pemberian izin lokasi oleh pemerintah dan penetapan kawasan hutan secara sepihak oleh Kementerian Kehutanan.
2. Pengelolaan lahan BUMN di wilayah perkebunan warisan kolonial yang terdapat di beberapa propinsi yang menjadikan perkebunan menjadi sektor komoditi utamanya seperti Sumatera Utara, Sumsel dan Lampung.

¹⁹ Mulyadi, Mohammad., 2011., Kemiskinan, Identifikasi Penyebab dan Strategi Penanggulangannya, Publica Institute. Hal. 21

²⁰ Op.cit., dalam Aini, Nur Desy, 2012.

²¹ Dalam Basri, dan Nurhamlin, 2014, Konflik Masyarakat dan Perusahaan Perkebunan Serta Alternatif Penyelesaiannya di Kabupaten Rokan Hulu. <http://repository.unri.ac.id/xmlui/handle/123456789/5742> diakses pada 14 Agustus 2015.

3. Pemberian izin lokasi yang berada di atas tanah-tanah masyarakat.
4. Tidak adanya kehendak yang kuat dari pemerintah untuk menyerahkan pengelolaan kepada masyarakat. Padahal, secara turun temurun masyarakat adat telah lama memiliki dan menguasai lahan hutan di Indonesia dengan prinsip kelestarian lingkungan.

Persoalan yang paling mendasar dalam konflik antara masyarakat petani dengan perusahaan perkebunan disebabkan oleh kebijakan pemberian ijin oleh pemerintah (pusat maupun daerah) yang tidak melakukan koordinasi dengan masyarakat setempat, diabaikannya hak-hak masyarakat terhadap tanah merupakan masalah yang paling sensitif. Ujungnya adalah, penolakan atas beroperasinya perusahaan tersebut oleh masyarakat yang tidak jarang konflik berakhir dengan kekerasan dan menyebabkan kematian. Berdasarkan identifikasi terhadap kasus-kasus konflik di Riau yang melibatkan masyarakat dengan perusahaan oleh Tim Litbang FKPMR (Forum Komunikasi Pemuka Masyarakat Riau) pada tahun 2003-2007²², penyebab terjadinya konflik pertanahan adalah:

- a) Tapal batas pertanahan yang tidak jelas
- b) Perambahan hutan oleh masyarakat maupun perusahaan
- c) Kontrak yang dinilai masyarakat tidak dipenuhi oleh perusahaan
- d) Penyerobotan tanah masyarakat oleh perusahaan
- e) Kecemburuhan sosial karena kelompok tani yang dikelola oleh perusahaan secara ekonomi baik dan lebih mendapat perhatian dari pihak perusahaan
- f) Ganti rugi yang tidak menemukan kesepakatan antara kedua belah pihak masyarakat dan perusahaan, dan
- g) Perebutan tanah antara sesama warga.

Jika dihitung, nilai dari pendapatan industri pertambangan dan perkebunan memang besar jika dibandingkan dengan industri sektor lain, namun nilai tersebut tentunya tidak sebanding dengan dampak yang ditimbulkan oleh kegiatan tersebut. Kerusakan hutan dan sumber daya lainnya mengganggu kehidupan masyarakat sekitarnya, baik di hutan, pesisir, dan keanekaragaman hayati yang

²² Ibid., Dalam Basri, 2014

dimiliki Indonesia baik yang berada di darat maupun dilaut. Belum lagi kerusakan budaya luhur dan kearifan tradisional yang dimiliki masyarakat adat, polusi terhadap sungai, tanah dan udara yang dikarenakan pengelolaan terhadap pembuangan limbah industri pertambangan yang salah. Sehingga masyarakat yang berada dalam lingkungan tersebut terganggu kesehatannya. Belum lagi potensi konflik yang bisa kapan saja muncul akibat ketidakpedulian korporasi terhadap masyarakat sekitar.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dimas, Idris dan Fitriyah (2014)²³ menemukan bahwa konflik yang terjadi antara kelompok masyarakat (Persatuan Pemilik Lahan) lokal dan perusahaan mengenai lahan antara lain disebabkan oleh, a) tidak adanya sosialisasi kepada pemerintah daerah dan masyarakat tentang batasan aturan Kawasan Hutan yang ditetapkan oleh Pemerintah Pusat, b) persoalan administrasi pertanahan di tingkat desa yang tidak tertib, c) kepemilikan lahan oleh masyarakat yang tergabung dalam Persatuan Pemilik Lahan tidak disertai bukti kepemilikan, sehingga tuntutan ganti rugi dianggap melanggar hukum, d) sosialisasi yang dilakukan perusahaan tidak optimal mengenai identifikasi pemilik lahan yang akan digunakan untuk menambang, e) orientasi keuntungan ekonomi yang tinggi pada nilai ganti rugi lahan terhadap perusahaan tambang yang memicu munculnya oknum pemain tanah dan tidak jarang bersikap arogan untuk mendapatkan tanda tangan pemerintah daerah pada surat keterangan tanah tanpa didasari lokasi yang jelas, f) masyarakat dan perusahaan tidak bersedia mengajukan konflik ini ke pengadilan guna mendapatkan kepastian hukum.

Sejak jaman Orde Baru, sebenarnya pemerintah sudah mulai melakukan penambahan devisa melalui usaha perkebunan, pembukaan perkebunan kelapa sawit dan perkebunan karet melalui dua strategi, pertama melalui rehabilitasi perkebunan negara yang ada, dan strategi kedua adalah membangun perkebunan karet dan kelapa sawit melalui pola Perkebunan Inti Rakyat (PIR) yang dananya diperoleh dari pinjaman yang disediakan oleh Bank Dunia

²³ Dimas, Bagus., Idris, Adam., Fitriyah, Nur. 2014, Analisa Konflik Lahan Pertambangan Batubara, "Studi Kasus Wilayah Pertambangan di Kecamatan Marangkayu- Kabupaten Kutai Kartanegara", ejurnal Administrative Reform, 2 (2):

(Soetrisno dan Winahyu, 1991)²⁴. Pelibatan masyarakat melalui PIR bukan sebagai buruh perkebunan, tetapi sebagai pekebun yang mandiri, dan pemerintah diberikan tugas untuk menampung hasil perkebunan yang dilakukan oleh masyarakat tersebut. Dan mendorong swasta untuk memanamkan modal mereka di sektor perkebunan. Salah satunya adalah perusahaan PTPN 2 yang membuka pengembangan lahan sawit di desa Wambas, Distrik Arso, Kabupaten Keerom, Provinsi Papua.

Dalam penelitian tersebut masyarakat lokal desa Wambes sebelumnya merupakan masyarakat yang hidup dari pertanian subsisten, sejak masuknya perusahaan PTPN 2, masyarakat beralih pekerjaan menjadi buruh kelapa sawit dengan harapan perubahan kehidupan yang lebih baik. Tetapi yang terjadi bukanlah demikian, perjuangan mereka tidak mendapatkan perhatian dari pihak perusahaan, perusahaan mendapatkan keuntungan yang berlimpah sedangkan masyarakat lokal miskin di atas tanahnya sendiri. Masyarakat hanya diberikan janji-janji untuk mendapatkan upah maksimal dan penyediaan fasilitas kesehatan dan pendidikan²⁵.

Studi yang dilakukan Thomas dkk (2015) mengenai konflik antara perkebunan sawit dengan masyarakat lokal Desa Semayang Kecamatan Kembayang Kabupaten Sanggau disebabkan oleh perubahan struktur sosial-ekonomi masyarakat dari sistem perlادangan tradisional atas potensi kekayaan alam ke sistem kapitalis melalui pola inti dan plasma, yang pada akhirnya mendorong terbaginya masyarakat atas struktur sumber daya. Pengrusakan kantor dan penganiayaan karyawan perusahaan tersebut terjadi. Persoalan konversi lahan menjadi salah satu sebab konflik, dan perubahan dalam beberapa kasus di Indonesia, perusahaan diharapkan untuk dapat lebih memperhatikan pendekatan kemasyarakatan yang lebih kompromis alih-alih pemaksaan dan penyerobotan yang dapat menimbulkan perlawanan dan penolakan dari masyarakat yang tentunya akan berakibat kerugian di kedua belah pihak.

²⁴ Dalam Atek, Genoveva, Liboria, 2014, Perjuangan Masyarakat Lokal di Tengah Pengembangan Lahan Sawit, (Studi Kasus Perusahaan Kelapa Sawit di Desa Wambas, Distrik Arso, Kabupaten Keerom, Provinsi Papua, KRITIS, Jurnal Studi Pembangunan Interdisiplin, Vol. XXIII No. 1.

²⁵ Ibid.,

Marjinalisasi masyarakat akibat kehadiran korporasi sudah bisa dipastikan akan memicu gesekan-gesekan kecil hingga berujung perusakan aset publik dan korporasi sendiri jika tidak cepat disadari oleh kedua belah pihak. Kejadian di Sukabumi misalnya, masyarakat menggugat Chevron, masyarakat yang berasal dari Kecamatan Kalapanunggal dan Kebandungan mengadakan aksi mogok makan agar perusahaan tersebut mengabulkan tuntutan warga. Tuntutan warga antara lain adalah pemutusan hubungan kerja antara Chevron dengan kontraktor PT Tripatra, yang berasal dari luar daerah, transparansi jumlah dana CSR, perubahan sistem perekrutan tenaga kerja serta optimalisasi pemberdayaan perusahaan lokal belum juga dilaksanakan oleh Chevron sehingga warga mengambil tindakan untuk mogok makan 11 (sebelas) hari lamanya.

Pada saat itu, warga beranggapan bahwa Chevron tidak mempunyai niat baik dengan mengirimkan pihak ketiga untuk berunding dengan warga masyarakat, alih-alih malah mengutus pihak ketiga yang diwakilkan oleh aparat Pemda Kabupaten Sukabumi, kepolisian termasuk aparat TNI²⁶.

Dalam unjuk rasa yang berbeda, warga masyarakat mengadukan nasibnya meminta Pemerintah Kabupaten Sukabumi turun tangan untuk menyelesaikan ganti rugi sekitar 500 rumah warga yang rusak akibat mobilitas Perusahaan Chevron, meskipun begitu pihak Chevron masih melakukan penelitian sebab dari kerusakan tersebut²⁷. Insiden yang terjadi baru-baru ini di wilayah Chevron Geothermal Salak adalah kebakaran 7 rumah warga. Masyarakat menuduh perusahaan telah lalai karena perusahaan tersebut tidak sigap dengan alasan birokrasi untuk memberikan bantuan mobil pemadam kebakaran saat terjadi kebakaran²⁸.

Tuntutan masyarakat terhadap korporasi sangatlah besar, seperti kasus-kasus di atas masyarakat berharap dan menuntut

²⁶ Gugat Chevron, Warga Sukabumi Masih Mogok Makan, <http://www.antaranews.com/berita/182007/gugat-chevron-warga-sukabumi-masih-mogok-makan>, diakses pada 14 Agustus 2015.

²⁷ Protes Chevron, Warga Kelapanunggal Lakukan Aksi Jahit MULUT, <http://www.republika.co.id/berita/nasional/jawa-barat-nasional/12/05/21/m4deo2-protes-chvron-warga-kalapanunggal-lakukan-aksi-jahit-mulut>, diakses pada 14 Agustus 2015

²⁸ Chevron Diminta Tidak Birokratis Soal Peminjaman Mobil Damkar, <http://radarsukabumi.com/?p=160210> diakses pada 20 September 2015.

kepada perusahaan untuk ikut berperan dalam setiap kegiatan yang ada di masyarakat. Persoalan yang kemudian muncul adalah bagaimana manajemen perusahaan tersebut menyikapi dan menyusun strategi untuk ikut berperan aktif disetiap persoalan yang ada dalam masyarakat.

Kasus paling mutakhir adalah kasus PT Chevron yang dapat memicu konflik horizontal antara masyarakat Garut dengan Kabupaten Bandung, dugaan PT Cevron melakukan pembalakan liar untuk memenuhi kebutuhan air sumur serta pasokan air yang sudah mulai berkurang di Kabupaten Bandung karena dialihkan ke Garut. Indikasi sulitnya air di Kabupaten Bandung disekitar Desa Cihawuk, Kecamatan Kertasari dikarenakan adanya kerusakan pipa dan pengalihan. Persoalan lain yang cukup penting adalah, Chevron berada di dua wilayah yang berbeda, Garut dan Kabupaten Bandung. Dalam persoalan ini, Pemerintah Provinsi Jawa Barat diharapkan untuk turun tangan untuk menyelesaikan persoalan tersebut.²⁹ Konflik bukan hanya dapat terjadi antara masyarakat dan perusahaan, dalam kasus ini, konflik horizontal dapat terpicu karena persoalan sumber daya alam yang sangat penting.

Sebagai proses instrumental, konflik menurut Coser dapat menjadi proses pembentukan, penyatuan dan pemelihara struktur sosial. Yang pada akhirnya dapat memperkuat identitas kelompok dan memberikan perlindungan supaya tidak melebar ke dalam dunia sosial disekelilingnya. Perusahaan dapat menjadi *outgroup* dan menjadi musuh bersama bagi masyarakat, yang menjadikan mereka lebih kuat dalam memberikan tekanan kepada tingkatan struktural yang lebih besar³⁰. Mudahnya masyarakat menghimpun kekuatan adalah, kesamaan nasib dan wilayah tersebut, dalam masyarakat yang homogen (desa) dan belum banyak organisasi masyarakat yang memiliki kepentingan beragam, maka keutuhan dan kekuatan kelompok masyarakat (kohesi) dapat menjadi lebih kuat, hal ini berbeda dengan kondisi masyarakat yang heterogen (kota) dan banyak memiliki organisasi kemasyarakatan, meskipun konflik

²⁹ Kasus Chevron Bisa Picu Konflik, <http://www.pikiran-rakyat.com/bandung-ray/2011/09/19/159045/kasus-chevron-bisa-picu-konflik> diakses pada 20 September 2015

³⁰ Tumengkong, Selvie, M., Teori Sosiologi Suatu Perspektif Tentang Teori Konflik Dalam Masyarakat Industri, Universitas Sam Ratulangi, 2012

dapat juga terjadi (bahkan sering terjadi) pada masyarakat yang beragam terutama di kota, masyarakat di desa dapat menancapkan konflik tertentu lebih dalam dan mampu mempertahan keadaan tersebut lebih lama sampai tuntutannya terpenuhi.

Masyarakat yang berada disekitar lokasi operasional perusahaan adalah salah satu pihak yang dapat memengaruhi keberadaan dan keberlanjutan suatu perusahaan, oleh karenanya perusahaan perlu menjaga keseimbangan dengan masyarakat yang berada di sekitar lokasi operasional untuk menjaga eksistensinya (Rahmawati dan Sumarti, 2011).³¹

IV. Manfaat CSR untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat

Ada tiga wilayah kegiatan CRS perusahaan yang ditelaah dalam studi ini, yakni kegiatan CSR di Kota Bandung, Kabupaten Sukabumi, dan Kota Jogjakarta. Praktik CSR di masing-masing tempat itu, tentu saja memiliki titik tekan yang berbeda-beda, meskipun tujuan utamanya adalah untuk menyejahterahkan masyarakat. Secara detail, kegiatan CSR di tiga wilayah itu sebagai berikut.

A. Kegiatan CSR Kota Bandung

Tidak ada standar baku dalam mengimplementasikan kegiatan CSR kepada masyarakat, bahkan setiap perusahaan/korporasi memiliki cara dan target yang berbeda dalam mewujudkannya. Pengaruh geografi, masyarakat, jenis usaha/bisnis dari perusahaan tersebut tentunya dapat memberikan pengaruh yang besar dalam melaksanakan kegiatan ini. Ketersediaan sumber daya yang ada dalam perusahaan itu sendiri sangat mempengaruhi prioritas dan tujuan tentang capaian seperti apa kegiatan CSR tersebut.

Dengan demikian harus ada keseimbangan keuntungan komunitas (*community benefits*) dengan keuntungan bisnis (*business benefits*) yang dapat diperoleh dari percampuran antara filantropi murni dan pendekatan bisnis (*business sponsorship approach*) yang melahirkan filantropi strategis (*strategic philanthropy*). Pemerintah bertindak sebagai katalisator dalam proses implemantasi CSR ini.

³¹ Rahmawati dan Sumarti, Titik, 2011, Analisa Tingkat Partisipasi Peserta Program CSR Pemberdayaan Ekonomi PT Arutmin Indonesia, Sodality, Jurnal Transdisipliner Sosiologi, Komunikasi dan Ekologi Manusia, Vol 3, No. 5.

Program tersebut harus didasarkan atas koordinasi dan kesepakatan antara perusahaan sebagai penyandang dana bagi pemenuhan kebutuhan masyarakat dengan pemerintah sebagai regulator³².

Pelaksanaan CSR di Kota Bandung³³ dilakukan melalui 3 program inti, pertama adalah kolaborasi yang membutuhkan campur tangan dari semua pihak. Pemerintah, swasta, akademisi, masyarakat dan komunitas. Kesemuanya diajak bersama untuk memberikan sumbangsihnya dalam mengurangi beban pembangunan atas kebutuhan masyarakat dalam pelayanan dan infrastruktur yang belum terpenuhi. Terlebih lagi Kota Bandung sebagai kota wisata membutuhkan pembangunan image sebagai kota yang maju demi mengejar harapan ideal kota yang maju.

Bagi Kota Bandung potensi yang dimanfaatkan dapat dikerjakan secara bersama, sehingga sumber daya termanfaatkan secara baik dan kreatif. Beban pemerintah dapat dikurangi sehingga potensi keuangan (APBD) dapat termanfaatkan dengan maksimal. Semua kebutuhan masyarakat diakomodir, sehingga masyarakat dapat merasakan langsung dampaknya. Oleh karena itu Pemerintah Kota Bandung selalu mensinergikan program CSR dengan kebijakan-kebijakan yang telah dibuat. Misalnya kegiatan makan malam bersama dengan keluarga prasejahtera yang wajib dilakukan oleh semua SKPD yang ada di Kota Bandung.

Pemerintah Kota Bandung dalam melaksanakan dan menerima program CSR dari pihak swasta sangat berhati-hati dan tertib administrasi, hal ini disebabkan kepada asumsi bahwa CSR dapat menjadi bentuk lain dari gratifikasi. Dukungan Pemerintah Kota Bandung kepada DPR RI dalam membuat undang-undang tentang CSR agar kedepannya semua pihak dapat terlindungi secara hukum. Bentuk CSR di Kota Bandung juga diarahkan pada bentuk hibah, jika dilakukan dengan bentuk uang akan masuk kas Pemkot Bandung yang pemanfaatan dana tersebut akan melalui proses administrasi yang cukup lama dan berbelit.

Pelibatan Pemerintah Kota Bandung dalam kegiatan CSR ke depan diharapkan hanya sebatas kepada pengawasan saja, kebebasan dalam melakukan dan memilih program CSR diberikan

³² A.B. Susanto, 2007, Corporate Social Responsibility. A strategic Management Approach, The Jakarta Consulting Group, Jakarta. Hal. 69-70

³³ Laporan Penelitian Tim Kesejahteraan Sosial, P3DI Setjend DPR RI tahun 2015.

seluasnya kepada perusahaan tersebut. Tujuannya adalah memudahkan *stakeholder* yang ingin berinvestasi dan melakukan kegiatan CSR di Kota Bandung.

Sedangkan terkait inovasi, Pemkot Bandung sangat menginginkan agar program-program CSR yang dilakukan dapat bersinergi dengan regulasi hukum yang ada sehingga dalam implementasinya dapat terlindungi dan berlangsung dengan baik. Terutama dalam melindungi pemberian bantuan CSR berupa hibah dan barang yang berasal dari luar negeri. Sampai saat ini belum ada aturan main yang jelas tentang bantuan dari luar negeri, sehingga perlu dilakukan dipikirkan kembali mekanisme dan landasan hukum yang kuat untuk mengelolanya.

Beberapa contoh CSR berupa inovasi: Di Tahun 2014 PT Telkom menyediakan wifi yang dapat diakses secara gratis oleh masyarakat Kota Bandung di beberapa titik terpilih. Kemudian di tahun 2015 dikembangkan oleh Pemkot Bandung agar pemeliharaannya masuk anggaran APBD. Sampai saat ini penyimpanan servernya dilakukan di tempat-tempat milik pemerintah seperti tempat ibadah dan taman-taman kota. Selain itu ada juga bentuk CSR lain yang dikemukakan oleh Pemkot Bandung, antara lain: penyediaan alat olahraga, rumah pemotongan ternak, dan alat-alat yang mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Harapan besarnya adalah, masyarakat Kota Bandung dapat mengembangkan dan membangun perekonomian mereka melalui pemberian informasi melalui internet demi kesejahteraan mereka sendiri. Implementasi CSR di kota bandung juga memiliki kendala yang cukup berarti, misalnya dalam upaya memonitoring kegiatan-kegiatan CSR, kurangnya sumber daya manusia (baik sebagai operator maupun pengawas kegiatan) serta kesekretariatan yang sampai saat ini belum ada untuk memonitori kegiatan tersebut.

B. Pelaksanaan CSR di Kabupaten Sukabumi

Sebagai komitmen bersama antara pemerintah daerah, perusahaan dan masyarakat, peran perusahaan dalam membangun dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat, mengingat kedua perusahaan tersebut adalah perusahaan/korporasi yang sumber kegiatan bisnis mereka adalah mengambil sumber daya alam di

wilayah Kabupaten Sukabumi³⁴. Dalam melakukan kegiatan CSR, Kabupaten Sukabumi sudah memiliki Perda Kabupaten Sukabumi No. 6 Tahun 2014 tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Kemitraan dan Bina Lingkungan dan Peraturan Bupati Sukabumi No. 2 Tahun 2015 tentang Penyelenggaraan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Kemitraan dan Bina Lingkungan di Kabupaten Sukabumi.

Dalam melakukan implementasi program CSR aparat pemerintahan yaitu kecamatan memegang peranan penting dalam pelaksanaannya, seperti kegiatan CSR yang dilakukan PT Chevron di Kecamatan Kalapanunggal. Bentuk CSR yang dilakukan adalah bidang pendidikan, kesehatan dan pemberdayaan masyarakat. Di Kecamatan Kalapanunggal, Chevron bersama masyarakat membangun madrasah, sanitasi publik, perbaikan kantor desa, dan pipanisasi air bersih. Juga dilakukan pembangunan jalan, dimana masyarakat yang mengerjakan sendiri dengan difasilitasi oleh perusahaan. Selain itu ada pemberian bantuan ternak secara bergulir untuk bentuk CSR di kelompok-kelompok masyarakat. Disini dilakukan pendampingan agar ternak yang dihasilkan juga sehat dan bagus.

Pentingnya pendampingan yang dilakukan dalam pemberdayaan masyarakat, terutama dalam program implemtasi kegiatan CSR menjadi penting karena transfer teknologi dan pengetahuan kepada masyarakat membutuhkan motivasi untuk berkembang, harapannya adalah kegiatan peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal dapat berkembang dengan baik, mulai dari produksi hingga pemasarannya. Selain itu pengetahuan terhadap pentingnya pendidikan dan hidup sehat harus melibatkan masyarakat agar tercapat target program CSR perusahaan tersebut.

Sedangkan PT Aqua Golden Mississipi Tbk Mekarsari³⁵ melakukan CSR di Desa Nangerang Kecamatan Cicurug, dalam bentuk program akses air bersih dan penyehatan lingkungan. Tujuannya untuk meningkatkan akses masyarakat terhadap air bersih dan sarana sanitasi yang sehat; meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan penerapan 5 perilaku higinitas dan sanitasi. Program ini banyak mendapatkan dukungan dari berbagai

³⁴ Laporan Penelitian Tim Kesejahteraan Sosial, P3DI Setjend DPR RI tahun 2015.

³⁵ Laporan Penelitian Tim Kesejahteraan Sosial, P3DI Setjend DPR RI tahun 2015

pihak, mulai dari sumbangan berupa kendaraan pengangkut sampah, tambahan pipa dan aksesoris meter air, sampai biaya transportasi pengangkutan pipa ke sumber air. Menurut perusahaan, terhitung dari 2011-2012 program tersebut telah berjalan dengan baik, dimana 92% masyarakat sudah menggunakan jamban keluarga, sekitar 20 dari 28 RT telah bebas dari aktivitas buang air besar di sembarang tempat, akses air bersih meningkat dari 17% menjadi 74%, dan angka penduduk yang terjangkit diare menurun dari 29% menjadi 11% terutama di kalangan balita.

Kegiatan yang dilakukan oleh dua perusahaan di atas secara berkala melaporkan kemajuan dan kerja mereka dalam masyarakat kepada pemerintah daerah. Perusahaan mengevaluasi apa saja yang sudah dikerjakan dan merencanakan kembali program-program untuk tahun ke depan. Isu tentang gratifikasi juga muncul di Kabupaten Sukabumi, oleh karena itu bantuan dana atau kegiatan diarahkan untuk diserahkan dan dilaksanakan langsung bersama masyarakat setempat.

C. Pelaksanaan CSR di Yogyakarta

Sebagai salah satu anak perusahaan dari Danone Internasional, PT Sari Husada yang sebenarnya diprakarsai oleh Pemerintah Indonesia dan Unicef mengharapkan semua anak Indonesia terpenuhi kebutuhan gizi dan nutrisinya. Hingga saat ini Sari Husada terus melakukan inovasi terhadap semua produk-produknya dengan harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat kita. PT Sari Husada³⁶ dalam semua kegiatan peningkatan dan pemberdayaan masyarakat dilakukan sesuai dengan *core* bisnisnya saat ini, oleh karenanya kegiatan CSR Sari Husada menekankan pada kegiatan bidang kesehatan dan pendidikan.

Di bidang pendidikan PT Sari Husada mendirikan PAUD, sedangkan di bidang kesehatan melakukan CSR dalam bentuk Posyandu dan Pos Peningkatan Gizi warga desa Badran. Banyak inisiatif-inisiatif sosial yang dilakukan, dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Rumah Sri Kandi yang dibentuk difokuskan untuk pendidikan anak, kesehatan balita dan kesehatan warga Desa Badran. Untuk mendampingi pelaksanaan

³⁶ Laporan Penelitian Tim Kesejahteraan Sosial, P3DI Setjend DPR RI tahun 2015

program tersebut Sari Husada bekerja sama dengan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) di Desa Badran. Menciptakan kemandirian masyarakat setempat dalam menjaga kesehatan dan meningkatkan sumber daya manusia yang baik menjadi tujuan utama implementasi kegiatan CSR melalui mempertahankan nilai-nilai lokal, seperti gotong royong dan guyub. Keterlibatan warga sangat menentukan sukses tidaknya kegiatan tersebut dengan mengajak masyarakat mengubah *mindset*, pola hidup, dan gaya hidup mereka, dan pekerjaan ini bukanlah hal yang mudah dan memakan waktu yang cukup lama.

Dampak yang terlihat setelah dilakukannya program-program CSR Sari Husada adalah masyarakat cepat tanggap jika ada balita yang mengalami kurang gizi, penanganan yang cepat oleh kader-kader posyandu, baik dari segi pendampingan pemberian gizi seimbang kepada balita tersebut. Selain itu mereka juga membuat pedoman atau panduan bagi para ibu untuk mendampingi warga lain yang mengalami kasus-kasus serupa.

Fokus utama PT Sari Husada dalam pelaksanaan CSR adalah perbaikan kondisi ekonomi warga desa Badran. Kekuatan ekonomi dianggap sebagai dasar dalam penguatan program-program yang dilakukan. Selain melibatkan semua pihak, PT Sari Husada juga membuat *progress reports*-nya mulai dari sebelum sampai setelah dilakukannya CSR. Sehingga dapat terlihat adanya perkembangan dan kemajuan dalam proses CSR ini. Tahun ini pelaksanaan CSR sudah dilakukan autopilot oleh para kader yang telah diberikan kemampuan untuk mengaplikasikan program CSR secara berkelanjutan. Ini disebut sebagai proses diseminasi nilai-nilai dalam Rumah Srikandi, yang selanjutnya diharapkan dapat ditiru oleh pada warga desa lainnya.

Keseriusan perusahaan dalam mengelola CSR adalah dengan dibentuknya divisi CSR dalam manajemen perusahaan tersebut. Sebenarnya, implementasi kegiatan CSR dapat berjalan dengan baik harus melibatkan semua unsur, baik perusahaan, masyarakat dan pemerintah. Proses pemilihan program yang tepat bagi masyarakat harus ditentukan dan dimusyawarahkan bersama. Di satu sisi, perusahaan akan mudah memonitoring dan mengerahkan sumber daya yang ada, di sisi lain pemerintah daerah juga dapat mensinergikan program-programnya agar tidak tumpeng tindih

atau mampu memberikan dukungan terhadap pencapaian rencana pemerintah.

V. Penutup

Konflik yang terjadi antara perusahaan/korporasi dengan masyarakat tentunya dapat dihindari jika pemerintah, perusahaan dan masyarakat duduk bersama guna meminimalisir gesekan yang mungkin bisa terjadi ke depan. Peran korporasi dalam membangun kesejahteraan masyarakat lokal dalam upaya memberdayakan mereka menjadi tugas penting perusahaan dan masuk dalam prioritas bisnis bagi perusahaan tersebut. Diikutsertakan masyarakat dalam rencana pembangunan sebuah perusahaan/kawasan industri tertentu diperlukan guna menghindari penolakan dari masyarakat yang dapat berakibat kelangsungan operasional perusahaan.

Beralihnya mata pencarian hidup masyarakat lokal biasanya dipicu oleh kehadiran korporasi di area mereka. Sumber daya alam yang semakin sempit dan terbatas, menurunnya tingkat kesejahteraan masyarakat dalam kawasan tersebut jika tidak cepat diantisipasi sudah bisa dipastikan akan menambah kuat kohesi masyarakat untuk melakukan tindakan yang dapat merugikan perusahaan dan bahkan masyarakat itu sendiri.

Masyarakat berharap besar pada perusahaan untuk selalu ikut bagian dalam kegiatan kemasyarakatan, oleh karenanya kegiatan CSR yang hanya berupa sumbangan (*charity*) tidak akan memberikan bekas yang berarti kepada masyarakat. Perubahan paradigma perusahaan dan masyarakat tentunya dapat dirubah, meskipun memerlukan waktu yang tidak sebentar, pendampingan dari perusahaan yang secara kontinyu merupakan salah satu cara yang sedang efektif untuk memberdayakan masyarakat.

Kerjasama antara semua pihak, swasta, pemerintah dan masyarakat tentunya dapat menjadi tolak ukur keberhasilan setiap program CSR, diharapkan pemberdayaan masyarakat diharapkan didukung oleh penerapan *good governance* dan penegakan hukum, koordinasi lintas sector/instansi vertical serta horizontal. Dalam pemilihan sasaran program CSR, perusahaan dan pemerintah harus lebih memperhatikan kebutuhan dan manfaatnya bagi masyarakat itu sendiri terutama masyarakat lokal yang berada dalam wilayah perusahaan tersebut. program-program CSR diarahkan kepada

program kegiatan jangka panjang dan berkelanjutan terutama dalam peningkatan sumber daya manusia sehingga mereka dapat mandiri dan memberikan contoh kepada masyarakat lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- A.B. Susanto, 2007, *Corporate Social Responsibility. A strategic Management Approach*, the Jakarta Consulting Group, Jakarta.
- Achwan, R, Nugroho, H, & Prayogo, D. 2004. "Overcoming Violent Conflict: Peace and Development Analysis in Central Kalimantan, West Kalimantan and Madura" Jakarta: UNDP, Lab Sosio UI and Bappenas, dalam Aini, Nur Desy, 2012.
- Aini, Nur Desy, 2012. Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Penyelesaian Konflik di Indonesia, dalam Proceeding Konferensi Nasional, "Bisnis, Media dan Perdamaian: Mendorong Peran Bisnis dan Media dalam Resolusi Konflik dan Pengembangan Perdamaian", 29 September 2012, FISIP, UPN Veteran, Yogyakarta.
- Ambadar, Jackie., 2008. *CSR dalam Praktik di Indonesia*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Atek, Genoveva, Liboria, 2014, Perjuangan Masyarakat Lokal di Tengah Pengembangan Lahan Sawit, (Studi Kasus Perusahaan Kelapa Sawit di Desa Wambas, Distrik Arso, Kabupaten Keerom, Provinsi Papua, KRITIS, Jurnal Studi Pembangunan Interdisiplin, Vol. XXIII No. 1.
- Dimas, Bagus., Idris, Adam., Fitriyah, Nur. 2014, Analisa Konflik Lahan Pertambangan Batubara, "Studi Kasus Wilayah Pertambangan di Kecamatan Marangkayu- Kabupaten Kutai Kartanegara", ejurnal Administrative Reform, 2 (2):
- Hendrastuti, Fenny, 2010, Persepsi Penerima Program Terhadap Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk, Skripsi, Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Tidak diterbitkan.

- Mapisangka, Andi, Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat, JESP, Vol. 1, No. 1, 2009
- Mulyadi, Mohammad., 2011., Kemiskinan, Identifikasi Penyebab dan Strategi Penanggulangannya, Publica Institute.
- Poloma, Margaret M., 1994, Sosiologi Kontemporer, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Prayitno, Ujianto Singgih, 2012, Sosiologi, "Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan, Azza Grafika dan Nadi Pustaka. Hal.40
- Rahmawati dan Sumatri, Titik, 2011, Analisa Tingkat Partisipasi Peserta Program CSR Pemberdayaan Ekonomi PT Arutmin Indonesia, Sodality, Jurnal *Transdisipliner Sosiologi, Komunikasi dan Ekologi Manusia*, Vol 3, No. 5.
- Ritzer, Georgr, 2012, Teori Sosiologi, Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern. Pustaka Pelajar.
- Saidi, Zaim dan Hamid Abidin. 2004. Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia. Piramedia. Jakarta.
- Siregar, N, Chairil, Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi CSR Pada Masyarakat Indonesia, 2007, hal. 285.
- Suharto, Edi. 2007. Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). Refika Aditama. Bandung.
- Susan, Novri, 2009, Sosiologi Konflik & Isu-isu Konflik Kontempore, Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Sutinah, 2009, Konflik Industrial, Suatu Kajian Kritis Terhadap Konflik Industrial,
- Thomas, Agus Sikwan, Syf. Ema Rahmaniah, 2010, Konflik Sosial Antara Perusahaan Perkebunan Sawit PT. Borneo Ketapang Permai Dengan Masyarakat Desa Semayang Kecamatan Kebayan, Kabupaten Sanggau, Jurnal Tesis-UNTAN-PSS.
- Tumengkong, Selvie, M., Teori Sosiologi Suatu Perspektif Tentang Teori Konflik DSalam Masyarakat Industri, Universitas Sam Ratulangi, 2012

Internet

Basri, dan Nurhamlin, 2014, KOnflik Masyarakat dan Perusahaan Perkebunan Serta Alternatif Penyelesaiannya di Kabupaten Rokan Hulu. <http://repository.unri.ac.id/xmlui/handle/123456789/5742> diakses pada 14 Agustus 2015.

Chevron Diminta Tidak Birokratis Soal Peminjaman Mobil Damkar, <http://radarsukabumi.com/?p=160210> diakses pada 20 September 2015.

Gugat Chevron, Warga Sukabumi Masih Mogok Makan, <http://www.antaranews.com/berita/182007/gugat-chevron-warga-sukabumi-masih-mogok-makan>, diakses pada 14 Agustus 2015.

Kasus Chevron Bisa Picu Konflik, <http://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raja/2011/09/19/159045/kasus-chevron-bisa-picu-konflik> diakses pada 20 September 2015

Protes Chevron, Warga Kelapanunggal Lakukan Aksi Jahit MULut, <http://www.republika.co.id/berita/nasional/jawa-barat-nasional/12/05/21/m4deo2-protes-chveron-warga-kalapanunggal-lakukan-aksi-jahit-mulut>, diakses pada 14 Agustus 2015

Raharjo, Tri Susanto, Relasi Dinamis Antara Perusahaan Denan Masyarakat Lokal, https://www.academia.edu/8682462/RELASI_DINAMIS_ANTARA_PERUSAHAAN_DENGAN_MASYARAKAT_LOKAL diakses pada 10 September 2015

Laporan Penelitian

Laporan Penelitian Tim Kesejahteraan Sosial, P3DI Setjend DPR RI tahun 2015, Implementasi Coorporate Social Responsibility Untuk Kesejahteraan Masyarakat (Studi di Provinsi Jawa barat dan Provinsi DI Yogyakarta)

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: SINERGI PEMERINTAH, PERUSAHAAN, DAN PUBLIK DALAM PEMBANGUNAN SOSIAL

Herlina Astri

I. Pendahuluan

Keterbatasan sumber daya maupun pendanaan, mencari solusi terhadap suatu masalah dan penyediaan kebutuhan masyarakat, sering mengalami hambatan. Beberapa contoh dapat dilihat pada masalah sosial yang dialami masyarakat antara lain: kesenjangan ekonomi, mewabahnya penyakit, bencana alam, dan sebagainya. Meskipun tanggung jawab utama dalam mengatasi hal tersebut ada pada Pemerintah, baik Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah, namun sesuai hal ini juga merupakan tanggung jawab semua pihak sebagai anggota masyarakat. Beberapa proyek strategis dibawah tanggung jawab Pemerintah, tentu dapat dibiayai oleh APBN maupun APBD, selebihnya dibutuhkan pelibatan dunia usaha dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) untuk bersama-sama mengatasi masalah tersebut.

Kecenderungan beberapa tahun ke belakang, *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak lagi dipandang sebagai *cost center* tapi sudah menjadi bagian dari strategi usaha untuk meningkatkan keuntungan dan pertumbuhan usaha yang stabil. CSR lahir atas desakan masyarakat karena ada perilaku perusahaan yang biasanya mengabaikan tanggung jawab sosial seperti perusakan lingkungan, eksplorasi sumber daya alam, mengemplang pajak, menindas buruh, dan sejenisnya. Dapat dikatakan pada beberapa kasus yang terjadi, perusahaan berdiri secara berseberangan dengan kenyataan kehidupan sosial. Namun, saat ini situasi semakin berubah, konsep dan praktik CSR sudah menunjukkan gejala baru sebagai suatu strategi perusahaan yang dapat memacu menstabilkan pertumbuhan usaha secara jangka panjang.

Jelas dalam hal ini Pemerintah memerlukan dukungan dunia usaha dan masyarakat pada umumnya dalam mengatasi penyakit dan masalah masyarakat tersebut. Dunia usaha juga sudah menempatkan CSR sebagai strategi usaha dalam meningkatkan keuntungan dan pertumbuhan usaha yang stabil. Namun, yang menjadi persoalan adalah upaya yang sudah dilakukan oleh suatu perusahaan bisa jadi tumpang tindih dengan perusahaan yang lain atau bisa juga hanya terfokus pada masalah tertentu saja. Dalam kaitan ini, Pemerintah Daerah, dunia usaha, dan LSM seyogianya melakukan upaya bersama dalam mengatasi penyakit dan masalah sosial tersebut. Harapan kita tidak lain tuntasnya penanggulangan penyakit dan masalah sosial yang ada, sekaligus terjadi sinergi yang saling menguntungkan antara Pemerintah, Dunia Usaha, dan masyarakat pada umumnya.

II. Kebijakan dan Manfaat CSR

Setidaknya terdapat tiga alasan penting mengapa perusahaan harus melaksanakan CSR, khususnya terkait dengan perusahaan ekstraktif.¹ *Pertama*, perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan harus menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial berfungsi sebagai kompensasi atau upaya timbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, disamping sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidak nyamanan pada masyarakat.

Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, setidaknya izin untuk melakukan operasi yang sifatnya kultural. Wajar bila perusahaan juga dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan. *Ketiga*, kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindarkan konflik sosial.

¹ Wibisono, Yusuf. (2007) *Membedah Konsep Dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.

Potensi konflik itu bisa berasal akibat dari dampak operasional perusahaan atau akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.

CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya.² Beberapa definisi tentang CSR yang saat ini meluas di masyarakat, salah satu aspeknya adalah komitmen berkelanjutan dalam menyejahterakan komunitas lokal masyarakat sekitarnya. Dalam mewujudkan pencapaian tersebut, *Organization Economic Cooperation and Development* (OECD) menyepakati beberapa pedoman bagi perusahaan multinasional dalam pelaksanaan CSR. Pedoman tersebut berisi kebijakan umum, sebagai berikut:³

1. Memberikan kontribusi untuk kemajuan ekonomi, sosial, dan lingkungan berdasarkan pandangan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan.
2. Menghormati hak-hak asasi manusia yang dipengaruhi kegiatan yang dijalankan perusahaan tersebut sejalan dengan kewajiban dan komitmen pemerintah di negara tempat perusahaan beroperasi.
3. Mendorong pembangunan kapasitas lokal melalui kerja sama yang erat dengan komunitas lokal, termasuk kepentingan bisnis, selain mengembangkan kegiatan perusahaan di pasar dalam dan luar negeri sejalan dengan kebutuhan praktik perdagangan.
4. Mendorong pembentukan *human capital*, khususnya melalui penciptaan kesempatan kerja dan memfasilitasi pelatihan bagi para karyawan.
5. Menahan diri untuk tidak mencari atau menerima pembebasan diluar yang dibenarkan secara hukum yang terkait dengan sosial lingkungan, kesehatan dan keselamatan kerja, perburuhan, perpajakan, insentif finansial, dan isu-isu lain.
6. Mendorong dan memegang teguh prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) serta mengembangkan dan menerapkan praktik-praktik tata kelola perusahaan yang baik.

² *Ibid.*

³ *Ibid.* Hlm. 42.

7. Mengembangkan dan menerapkan praktik-praktik sistem manajemen yang mengatur diri sendiri secara efektif guna menumbuhkembangkan relasi saling percaya diantara perusahaan dan masyarakat tempat perusahaan beroperasi.
8. Mendorong kesadaran pekerja yang sejalan dengan kebijakan perusahaan melalui penyebarluasan informasi tentang kebijakan-kebijakan itu pada pekerja termasuk melalui program-program pelatihan.
9. Menahan diri untuk tidak melakukan tindakan tebang pilih (*diskriminatif*) dan *indispliner*.
10. Mengembangkan mitra bisnis, termasuk para pemasok dan subkontraktor, untuk menerapkan aturan perusahaan yang sejalan dengan pedoman tersebut.
11. Bersikap abstain terhadap semua keterlibatan yang tak sepatutnya dalam kegiatan-kegiatan politik lokal.

Dengan melaksanakan pedoman tersebut diharapkan CSR dapat memberikan manfaat yang lebih optimal. Wibisono menguraikan beberapa manfaat yang diterima dari pelaksanaan CSR, yaitu:⁴

1. Bagi Perusahaan

Ada empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. *Pertama*, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. *Kedua*, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*). *Ketiga*, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. *Keempat*, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).

2. Bagi masyarakat

Praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau

⁴ *Ibid.* Hlm. 99.

masyarakat lokal, praktik CSR akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.

3. Bagi lingkungan.

Praktik CSR akan mencegah eksplorasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya.

4. Bagi negara

Praktik CSR yang baik akan mencegah apa yang disebut "*corporate misconduct*" atau malpraktik bisnis seperti penyuapan pada aparat negara atau aparat hukum yang memicu tingginya korupsi. Selain itu, negara akan menikmati pendapatan dari pajak yang wajar (yang tidak digelapkan) oleh perusahaan.

CSR mengalami pergeseran paradigma dalam pelaksanaannya, yang berorientasi penguatan pengembangan kesejahteraan masyarakat lokal. Terdapat tiga tingkat kegiatan program CSR dalam usaha memperbaiki kesejahteraan masyarakat yakni:⁵

1. *Kegiatan program CSR yang bersifat charity.* Bentuk kegiatan seperti ini ternyata dampaknya terhadap masyarakat hanyalah "menyelesaikan masalah sesaat" hampir tidak ada dampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, selain lebih mahal, dampak jangka panjang tidak optimal untuk membentuk citra perusahaan, dari sisi biaya, promosi kegiatan sama mahalnya dengan biaya publikasi kegiatan. Walaupun masih sangat relevan, tetapi untuk kepentingan perusahaan dan masyarakat dalam jangka panjang lebih dibutuhkan pendekatan CSR yang berorientasi pada peningkatan produktifitas dan mendorong kemandirian masyarakat.
2. *Kegiatan program CSR yang membantu usaha kecil secara parsial.* Saat ini makin banyak perusahaan yang menyadari pentingnya pendekatan CSR yang berorientasi pada peningkatan produktivitas dan mendorong kemandirian masyarakat, salah satu bentuk kegiatannya adalah membantu usaha kecil, tetapi bentuk kegiatan perkuatan tersebut masih parsial, memisahkan kegiatan program yang bersifat pendidikan,

⁵ Tiga Tingkat Kegiatan CSR, Lihat: <https://goodcsr.wordpress.com/about/tiga-tingkat-kegiatan-program-csr/>, diakses tanggal 20 Maret 2015.

ekonomi, infrastruktur dan kesehatan. Walaupun lebih baik ternyata pada tingkat masyarakat kegiatan ini tidak dapat diharapkan berkelanjutan, bahkan cenderung meningkatkan kebergantungan masyarakat pada perusahaan, sehingga efek pada pembentukan citra ataupun usaha untuk menggalang kerjasama dengan masyarakat tidak didapat secara optimal.

3. Kegiatan program CSR yang berorientasi membangun daya saing masyarakat, program CSR akan memberi dampak ganda untuk perusahaan dan masyarakat karena:
 - a. Dari awal dirancang untuk meningkatkan produktivitas (sebagai ukuran daya saing) guna meningkatkan daya beli sehingga meningkatkan akses pada pendidikan dan kesehatan jangka panjang, untuk itu perlu diberikan penekanan pada keberlanjutan penguatan ekonomi secara mandiri (berjangka waktu yang jelas).
 - b. Memberikan dukungan besar pada pendapatan masyarakat maka kegiatan perkuatan dilakukan pada rumpun usaha spesifik yang saling terkait dalam rantai nilai, setiap pelaku pada mata rantai nilai pada dasarnya adalah organ ekonomi yang hidup, perkuatan dilakukan untuk meningkatkan metabolisme (aliran barang, jasa, uang, informasi dan pengetahuan) dalam sistem yang hidup tersebut yang pada gilirannya akan meningkatkan *performance* setiap organ. Pendekatan CSR yang *smart* adalah dengan mengambil peran sebagai fasilitatif-katalistik sehingga kegiatan CSR lebih efisien memberikan dampak pada rumpun usaha dalam satu rantai nilai.
 - c. Program pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur dirancang sinergis dengan penguatan ekonomi sehingga mampu meningkatkan indeks pembangunan manusia pada tingkat lokal.

III. Pelaksanaan Kebijakan CSR di Indonesia

Di Indonesia pelaksanaan CSR telah diatur didalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pada Pasal 74 Ayat (1), (2), (3), dan (4). Dalam pasal tersebut diatur bagaimana tanggung jawab perusahaan dengan lingkungan sosial dan lingkungan hidup sehingga perusahaan bertanggung jawab

dalam permasalahan sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dari pelaksanaan kegiatan perusahaan. Adanya undang-undang ini tidak secara langsung memaksa perusahaan untuk melaksanakan CSR, karena isi undang-undangnya juga belum memberikan kejelasan terhadap sanksi jika sebuah perusahaan tidak melaksanakan CSR.

Sama halnya dengan UU Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal Pasal 15 huruf (b) yang menegaskan setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan CSR, lalu Pasal 16 huruf (d) mengatakan setiap penanaman modal bertanggung jawab menjaga kelestarian lingkungan. Artinya perusahaan penanaman modal berkewajiban memprogramkan kegiatan CSR sehingga dapat meningkatkan jaminan kelangsungan aktivitas perusahaan karena adanya hubungan yang serasi dan saling ketergantungan antara pengusaha dan masyarakat. Berdasarkan kedua UU tersebut, memang belum diatur secara rinci pelaksanaan CSR di Indonesia sehingga banyak perusahaan melaksanakan CSR-nya secara tidak berkelanjutan dan akuntabel apalagi transparansi.

Penentuan kebijakan pada kegiatan CSR perusahaan harus menjadikan bagian integral dari program pembangunan masyarakat Indonesia seutuhnya. Sebaliknya, pihak perusahaan juga harus terlibat secara aktif dan memiliki pemikiran untuk menjadi bagian dari komunitas kegiatan CSR. Tidak bersifat tertutup atau eksklusif ditengah masyarakat namun perusahaan juga harus secara aktif dan komunikatif kepada komunitas mereka. Hal inilah menjadikan suatu komitmen perusahaan untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan terhadap komunitas perusahaan. Dengan lebih banyak memberikan perhatian kepada lingkungan atau komunitas, hal ini mampu terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang dan juga keterlibatan komunitas dalam sebuah perusahaan.

Diberlakukannya UU yang wajibkan program-program CSR di Indonesia, pada umumnya disikapi secara beragam. Masih banyak perusahaan yang memahami CSR sebagai *cost* bukan investasi. Padahal banyak penelitian telah menunjukkan bahwa perusahaan yang melaksanakan CSR dengan baik ternyata bisa bertahan lama. Aneka regulasi di Indonesia dengan segala kelebihan dan kekurangannya, menimbulkan optimisme juga kekhawatiran. Optimisme, karena berbagai pihak memandang besarnya potensi CSR dalam mendukung

pemerintah meningkatkan kesejahteraan. Kekhawatiran muncul, karena bagaimana pun perusahaan "terikat" oleh aturan CSR baik di level pemerintah pusat, provinsi, hingga daerah. Padahal hampir di semua perusahaan, CSR dianggarkan dari 'keuntungan perusahaan', belum semua perusahaan menganggarkannya secara khusus, karena bagaimanapun *core* perusahaan adalah bisnis.

Para pelaku usaha pun berasumsi bahwa kewajibannya mensuskeskan program pemerintah dengan membayar berbagai macam jenis pajak. Sebetulnya diikat oleh aturan apapun, CSR tidak akan maksimal jika perusahaan sendiri belum paham dengan makna CSR, belum menempatkan staf secara khusus sebagai pengelola CSR, belum memiliki struktur CSR, belum memiliki *code of conduct*, belum memiliki sistem administrasi CSR. Oleh karenanya yang terjadi saat ini banyak pihak berebut memanfaatkan dana CSR. Kita pahami bahwa *core* perusahaan adalah bisnis, bukan hanya melakukan CSR. Sangat besar kemungkinan investasi-investasi di Indonesia akan berpindah ke negara lain, karena banyak ikatan yang semakin menambah beban modal perusahaan.

IV. Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik

Pembangunan suatu negara tidak hanya tanggung jawab pemerintah dan pelaku usaha saja. Diperlukan kerja sama dengan seluruh masyarakat untuk menciptakan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Perusahaan berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan faktor lingkungan hidup. Saat ini dunia usaha tidak hanya memperhatikan keuntungan yang didapatkan, namun juga harus memperhitungkan aspek sosial, dan lingkungan. Ketiga elemen inilah yang kemudian bersinergi membentuk konsep pembangunan berkelanjutan.

Kegiatan CSR sangat beragam bergantung pada proses interaksi sosial, bersifat sukarela didasarkan pada dorongan moral dan etika, dan biasanya melebihi dari hanya sekadar kewajiban memenuhi peraturan perundang-undangan. Pada praktiknya, CSR selalu disesuaikan dengan kemampuan masing-masing perusahaan dan kebutuhan masyarakat. Idealnya terlebih dahulu dirumuskan bersama antara tiga pilar yakni pelaku usaha, pemerintah dan masyarakat setempat, atau dapat dikatakan sebagai sebuah kemitraan.

Terkait bentuk kemitraan antara perusahaan dengan pemerintah, seringkali mengalami kendala dalam penyatuan persepsi tentang CSR. Padahal dengan melakukan CSR bersama, baik pelaku usaha maupun pemerintah akan sama-sama memperoleh manfaatnya. Bagi pelaku usaha tentunya akan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal, meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis, dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko. Sedangkan bagi pemerintah tentunya akan mendapatkan keuntungan berupa adanya partisipasi pihak perusahaan dalam mendukung program-program pemerintah, dalam hal peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Steurer (2009) memberikan beberapa alasan kenapa pemerintah memiliki kepentingan di dalam isu CSR.⁶ Pertama, hal ini sejalan dengan konsep pembangunan berkelanjutan. Motivasi ini berkaitan dengan politik luar negeri seperti program pengembangan sumber daya manusia. Kedua, kebijakan CSR dianggap sebagai pelengkap yang menarik dalam peraturan yang lain misalnya di Indonesia dalam UUPT, disini pemerintah dapat menunjukkan kepeduliannya pada isu sosial dan lingkungan meskipun peraturan tentang tanggung jawab sosial perusahaan ini hanya mendapatkan porsi yang sangat sedikit di dalam undang-undang tersebut. Ketiga, pelaksanaan CSR masih sebatas pada asas sukarela sehingga pemerintah perlu memberikan penekanan agar pelaksanaan CSR lebih mendapat fokus perhatian dari perusahaan. Keempat, banyak pendekatan dalam pelaksanaan CSR menggunakan konsep program kemitraan sehingga akan membuka potensi keterlibatan masyarakat secara luas. Hal ini sangat berkaitan dengan pengelolaan hubungan dan peran dengan pemangku kepentingan secara luas misalnya bisnis, pemerintah dan masyarakat sipil.

O'Rouke (2004) memberikan penjelasan lebih detail tentang kategori peran pemerintah di atas.⁷ Pertama, mandating adalah

⁶ Steurer, R. (2009). The Role Of Governments In Corporate Social Responsibility: Characterising Public Policies On CSR In Europe. Springer Science+Business Media, LLC.

⁷ O'Rourke, D. (2004). Opportunities And Obstacles For Corporate Social Responsibility Reporting In Developing Countries. The World Bank And International Finance Corporation OECD, 2004, OECD Principles Of Corporate Governance, OECD Publication Service.

ketika pemerintah secara legal memberikan mandat melalui UU atau peraturan pemerintah. Sehingga pemerintah dapat melakukan pengawasan dari segi pelaporan CSR baik evaluasi laporan maupun melakukan *cross check* terhadap isi laporan. *Kedua, facilitating* ketika pemerintah memberikan suatu rujukan dalam pelaksanaan maupun pelaporan CSR dan penyebarluasan informasi CSR. *Ketiga, partnering* dimana pemerintah terlibat dalam proses promosi inisiatif kerja sama multi-stakeholder atau kerja sama dengan masing-masing perusahaan. Pemerintah dapat menjadi fasilitator dialog antar pemangku kepentingan. *Keempat, endorsing* dalam hal pelaporan program CSR melalui usaha yang positif. Fox et.al (2002) mendeskripsikan peran sektor publik yang dapat diadopsi oleh pemerintah dalam isu CSR yaitu *mandatory* (peran legislasi), *facilitating* (misalnya petunjuk dalam hal konten pelaporan CSR), *partnering* (proses penguatan dengan multi-stakeholder), dan *endorsing* (publikasi dan pemberian penghargaan). Sebagai contoh adalah pemberian penghargaan CSR.

Pelaksanakan kegiatan-kegiatan CSR di Indonesia ternyata masih dihadang banyak persoalan teknis. Pemerintah sampai kini belum memiliki rancangan induk atau master-plan CSR, sehingga peran pemerintah seringkali kontra produktif. Padahal, pemerintah seharusnya lebih aktif memosisikan diri sebagai fasilitator agar perusahaan-perusahaan juga dapat menjalankan kegiatan-kegiatan CSR-nya lebih efektif. Satu hal yang kemudian menjadi poin penting dalam CSR yaitu "apa bentuk dari CSR itu sendiri". Sampai saat ini, banyak perusahaan yang ingin melakukan CSR namun bingung dalam memilih bentuk kegiatannya. Pada akhirnya bentuk dari CSR menjadi tidak bervariasi, terlebih hanya sedikit perusahaan yang memiliki tim CSR dalam organisasi perusahaannya.

Sangat disayangkan karena sebetulnya CSR memiliki potensi yang luar biasa untuk mendukung program-program pemerintah. Diperlukan *grand design* CSR bagi para pelaku usaha dalam mewujudkan program CSR ini sehingga setiap CSR yang dilakukan memiliki pengaruh yang cukup signifikan. Salah satu contoh apabila seluruh perusahaan melakukan CSR dalam bentuk mendirikan sekolah, namun ternyata jalan menuju sekolah tersebut masih sangat buruk, dan juga ternyata jumlah siswa dalam daerah tersebut hanya sedikit. Karenanya hal tersebut dirasakan menjadi kurang efektif. Pemerintah seharusnya membuat suatu *grand design* CSR

untuk masing-masing daerah yang menjadi panduan bagi para pelaku usaha yang akan melakukan CSR. *Grand design* memudahkan pelaku usaha memperoleh panduan dalam pelaksanaan CSR seperti bentuk CSR apa saja yang dirasakan akan memberikan dampak yang luas. Bentuk CSR tersebut harus terkoordinasi sehingga mendukung satu dengan yang lainnya. Misalnya pembangunan sekolah untuk menunjang sektor pendidikan, pembangunan puskesmas untuk menunjang sektor kesehatan, pembangunan jalan untuk sektor infrastruktur, penghijauan kembali lahan-lahan gundul untuk mendukung sektor lingkungan hidup. Dalam *grand design* tersebut pemerintah dapat menetapkan sektor apa saja yang dapat diberikan untuk program CSR, wilayah mana saja yang paling membutuhkan CSR tersebut. Dengan terintegrasinya program CSR dari perusahaan dengan program pemerintah, maka diyakini CSR akan memberikan peran yang besar dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat.

V. Pelaksanaan CSR yang Baik

Seperti halnya pendefinisian CSR yang beragam, pendapat terkait dengan lingkup penerapannya juga beragam. Misalnya lingkup penerapan CSR gagasan *Prince of Wales International Business Forum* yang mengusung lima pilar.⁸ *Pertama*, upaya perusahaan untuk menggalang dukungan sumber daya manusia, baik internal maupun eksternal. Caranya dengan melakukan pengembangan dan memberikan kesejahteraan pada mereka. *Kedua*, memberdayakan ekonomi komunitas. *Ketiga*, menjaga harmonisasi dengan masyarakat sekitar agar tidak terjadi konflik. *Keempat*, mengimplementasikan tata kelola yang baik. *Kelima*, memperhatikan kelestarian lingkungan.

Sumber yang lain menyatakan, bahwa hasil penelitian atas praktik CSR di tujuh negara Asia mengklasifikasikan CSR mereka dalam tiga aspek, yaitu:

- i. Keterlibatan dalam komunitas. Yang termasuk dalam aspek ini antara lain: pengembangan masyarakat, pendidikan, pelatihan kegiatan keagamaan dan olah raga.

⁸ Anis Ulfiyatin. Implementasi *Corporate Sosial Responsibilities* (CSR) dalam Era Modernisasi dan Globalisasi. Lihat: <http://sustainabledevelopmentinstitute.blogspot.com/2010/08/implementasi-corporate-sosial.html>, diakses tanggal 20 Maret 2015.

- ii. Pembuatan produk yang bisa dipertanggungjawabkan secara sosial. Yang termasuk dalam aspek ini antara lain: kesehatan dan keselamatan kerja, proses dan produk yang ramah lingkungan, termasuk kepedulian terhadap konservasi lingkungan hidup.
- iii. Hubungan pekerja. Yang termasuk dalam aspek ini antara lain kesejahteraan dan keterlibatan pekerja.

Umumnya, perusahaan-perusahaan yang telah berhasil menerapkan CSR menggunakan tahap sebagai berikut:

1. Perencanaan

Perencanaan ini terdiri dari tiga langkah utama, yaitu: a) *Awareness building*, merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai arti penting CSR dan komitmen manajemen; b) *CSR assessment*, merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapan CSR secara efektif, dan c) *Membangun CSR manual building*, yaitu dengan menyusun pedoman secara manual atau pedoman implementasi CSR itu sendiri.

2. Tahap Implementasi

Pada tahapan ini, ada tiga pertanyaan yang mesti dijawab yaitu: a) Siapa orang yang akan menjalankan?, b) Apa yang mesti dilakukan?, dan c) Bagaimana cara melakukan dan alat apa yang diperlukan? Dalam istilah manajemen popular, pertanyaan tersebut diartikan menjadi proses *organizing, staffing, directing, controlling, dan evaluating*.

3. Tahap Evaluasi

Setelah program CSR diimplementasikan, langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi program. Yang selalu harus dilakukan secara konsisten dan berkala sewaktu-waktu. Evaluasi dilakukan bukan untuk mencari-cari kesalahan. Justru tahapan ini dilakukan untuk bahan pertimbangan pengambilan keputusan dan kebijakan ke depannya.

4. Pelaporan

Pelaporan diperlukan dalam rangka membangun sistem informasi baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan

mengenai perusahaan. jadi selain berfungsi untuk keperluan para pemegang saham atau *shareholder*, juga untuk *stakeholder* lainnya yang memerlukan.

Dalam hal ini, semua pihak diharapkan mampu mensosialisasikan CSR sehingga setiap orang mengerti konsep CSR yang benar, yaitu bagaimana agar mereka bisa peduli pada kehidupan sosial dan lingkungannya. Pelaku usaha yang peduli dan punya hati nurani untuk melaksanakan CSR secara berkala, akan bisa berkembang dan eksis dalam waktu yang lama. Penilaian pada pelaksanaan CSR yang baik, jangan hanya menggunakan rupiah atau angka sebagai ukuran. Tetapi yang terpenting adalah kualitasnya, apakah sudah *build in* dalam prosesnya atau tidak.

CSR menjadi hal fundamental bisnis dan telah menjadi perhatian semua pihak. Mereka memahami bahwa program CSR yang kuat akan menjadi elemen penting untuk mencapai perusahaan yang baik dan kepemimpinan yang efektif. Perusahaan nantinya akan menentukan dampak kehadirannya terhadap sosial dan lingkungan sekitar secara langsung berhubungan dengan *stakeholder*. Khususnya investor, karyawan, konsumen, bisnis partner, pemerintah dan masyarakat.

Menurut Thiel⁹ (2010) ada beberapa kunci pokok yang mendorong CSR agar dapat berjalan lebih baik, yaitu:

1. *Enlightened self interes*. Perusahaan hendaknya menciptakan sinergi dan etika, membangun hubungan sosial dan pasar ekonomi global yang berkelanjutan, tenaga kerja dan masyarakat yang dapat bekerja sama.
2. *Social investment*. Perusahaan hendaknya berkontribusi terhadap infrastruktur fisik, modal sosial, untuk meningkatkan bagian kerja bisnisnya.
3. *Transparancy and trust*. Perusahaan yang memiliki rating persepsi rendah di masyarakat, maka untuk meningkat harapannya perusahaan harus lebih terbuka, akuntabel, dan memperbaiki laporan ke masyarakat tentang lingkungan dan sosial mereka.

⁹ Thiel, Monica. 2010. Innovation in Corporate Social Responsibility from Global Business Leaders at Panasonic, Thomson Reuters and Nanyang Business School, American Journal of Economics and Business Administration 2 (2):194-200.

4. *Increased public expectation of business.* Perusahaan global diharapkan bekerja lebih dan memberikan kontribusi terhadap ekonomi melalui pajak dan penyediaan lapangan kerja (Anonim, 2004).

Thiel¹⁰ (2010) juga melakukan penelitian di Singapura, ia menemukan ada 7 kunci yang harus dipelajari untuk menghasilkan model CSR yang inovator. Tujuh kunci tersebut adalah:

1. CSR dimulai dari Individual. Hasil penelitian menemukan bahwa banyak faktor membuat implementasi CSR efektif, tapi faktor individual yang berkeinginan untuk memperbaiki negeri, perusahaan dan masyarakat ke arah yang lebih baik. Untuk diharapkan kepada pemimpin global/ perusahaan mengaitkan CSR dengan pekerja individual, kepemimpinan dan nilai organisasi sebagai inti strategi bisnis global.
2. Pelaksanaan CSR yang efektif adalah harus secara kolektif dan kolaboratif. keseluruhan praktik CSR global menginginkan pemimpin perusahaan global beserta karyawannya secara simultan berpengetahuan budaya secara bersamaan. Dengan demikian, isu-isu global yang kompleks dapat dipecahkan dengan sukses ketika global dan para pekerja individual untuk berkolaborasi.
3. CSR dapat meningkatkan *return on investment* ketika ekonomi, sosial dan lingkungan berkinerja sama. Jika kinerja ekonomi baik akan berkontribusi untuk bidang sosial. Karena itu, kinerja ekonomi, penting untuk meningkatkan keunggulan bersaing dan kualitas hidup hal tersebut dikarenakan ekonomi, keunggulan bersaing, dan masyarakat dan sumber daya alam saling berkaitan. Dengan demikian, terjadi peningkatan ketika organisasi global terintegrasi dengan ekonomi, sosial dan kinerja lingkungan telah sama.
4. *Human Research Development* (HRD) dapat memacu *cross cultural* CSR dalam sebuah organisasi global. Sumber daya manusia merupakan modal strategik yang sangat penting dalam perencanaan strategi ekonomi. Sumber daya manusias yang profesional akan membantu kompetensi antar budaya dan manajer untuk bekerja lebih efektif dalam mengelola para

¹⁰ Ibid.

pekerja dengan budaya beragam.¹¹ Karena itu HRD berperan dalam meningkatkan daya saing organisasi perusahaan global melalui implementasi CSR yang baik.

5. CSR menginginkan etika individu, penegakan hukum, mekanisme pengawasan, struktur, sistem dan praktik bisnis.
6. CSR menginginkan para pemimpin global mereka mengintegrasikan antar lintas budaya CSR dalam budaya organisasi. Gaya negoisiasi budaya, dimana berpijak pada negoisiasi strategis dan taktik yang dilakukan manajer dari berbagai manajer yang berbeda budaya merupakan aspek yang sensitif manajemen.¹² Karena itu CSR yang efektif dalam organisasi global yaitu bagaimana pemimpin global memadukan antar lintas budaya dalam budaya organisasi.
7. CSR menginginkan dukungan dan intervensi pemerintah. Dukungan pemerintah dan intervensi CSR penting untuk masyarakat dan bisnis global yang berkelanjutan.

Kegiatan CSR dapat berjalan jika program yang dibuat oleh para pelaku usaha benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalamnya. Tanpa dukungan semua elemen, program CSR tersebut hanya dianggap sebagai bentuk "penebusan dosa" dari pemegang saham saja. Melakukan kegiatan CSR akan memberikan dampak positif dan manfaat yang lebih besar, baik bagi pelaku maupun *stakeholder* yang terkait. Program CSR diharapkan mampu membentuk atau menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih mandiri dan sejahtera.

VI. Penutup

Program CSR tidak selalu merupakan promosi perusahaan yang terselubung. Jika ada iklan atau kegiatan publik lainnya tentang CSR, itu merupakan imbauan pada para pelaku usaha secara umum untuk melakukan CSR. Diharapkan cara tersebut dapat memberikan pancingan pada pelaku usaha lain untuk berbuat hal yang sama

¹¹ Ghazali Syamni. 2012. Penerapan Program Corporate Social Responsibility di Provinsi Aceh: Kasus PT Arun NGL Lhokseumawe. Eco-Entrepreneurship Seminar & Call for Paper "Improving Performance by Improving Environment" Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, hlm. 3

¹² Ibid.

bagi kepentingan masyarakat luas. Jika hal itu dilakukan, maka para pelaku dunia sendiri yang akan menikmati keberlanjutan dan kelangsungan usahanya dengan baik.

Bahkan saat ini penerapan CSR di Indonesia semakin meningkat baik dalam kuantitas maupun kualitasnya. Keragaman kegiatan dan pengelolaan CSR semakin bervariasi, dilihat dari kontribusi finansial, jumlahnya semakin besar. Namun tidak dipungkiri bahwa dalam proses perjalannya, CSR di Indonesia juga memiliki banyak masalah dan kendala yang dihadapinya, diantaranya CSR belum tersosialisasi dengan baik di masyarakat. Hal ini menyebabkan program CSR belum bergulir sebagaimana mestinya, mengingat masyarakat umum belum memahami dengan benar makna program CSR itu.

CSR dapat diwujudkan dengan kerja sama yang baik antara pemerintah dan pelaku usaha, untuk menciptakan masyarakat yang sejahtera dan mandiri. Sangat diperlukan usaha dan kerja keras untuk memberikan pemahaman yang benar tentang konsep CSR pada semua pihak. Selain itu tidak ada ruginya merencanakan CSR terlebih dahulu sebelum mendirikan sebuah perusahaan. Pelaksanaan CSR hendaknya tidak hanya memberikan "ikan" kepada masyarakat, tetapi "kail" sehingga setelah pelaksanaan CSR usai masyarakat masih tetap dapat melanjutkan, tanpa ketergantungan dengan perusahaan yang memberikan bantuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anis Ulfiyatin. Implementasi *Corporate Sosial Responsibilities* (CSR) dalam Era Modernisasi dan Globalisasi. Lihat: <http://sustainabledevelopmentinstitute.blogspot.com/2010/08/implementasi-corporate-sosial.html>, diakses tanggal 20 Maret 2015.
- Ghazali Syamni. 2012. Penerapan Program Corporate Social Responsibility di Provinsi Aceh: Kasus PT Arun NGL Lhokseumawe. Eco-Entrepreneurship Seminar & Call for Paper "Improving Performance by Improving Environment" Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.
- O'Rourke, D. (2004). Opportunities And Obstacles For Corporate Social Responsibility Reporting In Developing Countries. The World Bank And International Finance Corporation OECD, 2004, OECD Principles Of Corporate Governance, OECD Publication Service.
- Steurer, R. (2009). The Role Of Governments In Corporate Social Responsibility: Characterising Public Policies On CSR In Europe. Springer Science+Business Media, LLC.
- Thiel, Monica. 2010. Innovation in Corporate Social Responsibility from Global Business Leaders at Panasonic, Thomson Reuters and Nanyang Business School, American Journal of Economics and Business Administration 2.
- Tiga Tingkat Kegiatan CSR, Lihat: <https://goodcsr.wordpress.com/about/tiga-tingkat-kegiatan-program-csr/>, diakses tanggal 20 Maret 2015.
- Wibisono, Yusuf.(2007) *Membedah Konsep Dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.

KONTRIBUSI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT

Dinar Wahyuni

I. Pendahuluan

Di Indonesia, kemiskinan masih menjadi persoalan yang berlangsung hingga saat ini. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan, pada bulan Maret 2014, jumlah penduduk miskin di Indonesia mencapai 28,28 juta orang atau sekitar 11,25 persen. Jumlah penduduk miskin berkurang sebesar 0,32 juta orang jika dibandingkan dengan penduduk miskin pada September 2013 sebesar 28,60 juta orang.¹ Namun demikian, penurunan angka kemiskinan belum menunjukkan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara merata. Terbukti sepanjang bulan Februari hingga Agustus 2014, jumlah pengangguran di Indonesia bertambah 0,09 juta orang dari 7,15 juta orang meningkat menjadi 7,24 juta orang. Penyerapan tenaga kerja hingga Agustus 2014 masih didominasi penduduk bekerja dengan pendidikan rendah yaitu Sekolah Dasar sebanyak 54 juta dan Sekolah Menengah Pertama sebanyak 20,4 juta. Penduduk bekerja dengan pendidikan tinggi hanya sebesar 11,2 juta yang terdiri dari 3 juta lulusan diploma dan 8,3 juta lulusan sarjana.²

Kemiskinan menjadi persoalan nasional yang bersifat multidimensi karena telah menyentuh tatanan kehidupan mendasar masyarakat, tidak hanya dari segi ekonomi, tetapi juga segi sosial dan budaya. Oleh karena itu, diperlukan peran serta dari semua

¹ BPS: Maret 2014, Jumlah Penduduk Miskin Indonesia Capai 28 juta, <http://www.beritasatu.com/nasional/193810-bps-maret-2014-jumlah-penduduk-miskin-indonesia-capai-28-juta.html>, diakses 6 Mei 2015.

² 7,24 Juta Orang Indonesia Adalah Pengangguran, <http://nasional.kontan.co.id/news/724-juta-orang-indonesia-adalah-pengangguran>, diakses 6 Mei 2015.

komponen bangsa untuk menanganinya. Meskipun Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial Pasal 4 telah mengamanatkan tanggung jawab negara dalam pembangunan kesejahteraan sosial, namun pemenuhan kesejahteraan sosial merupakan tanggung jawab seluruh komponen bangsa. Prinsip keadilan sosial yang dianut negara kita mencerminkan usaha bersama seluruh komponen bangsa dalam mewujudkan kesejahteraan sosial. Pembangunan kesejahteraan sosial menjadi tanggung jawab pemerintah, masyarakat, lembaga swadaya masyarakat, dan dunia usaha.

Pemerintah berupaya untuk mendorong peran dunia usaha dengan mengeluarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang wajibkan perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk memasukkan dana tanggung jawab sosial dan lingkungan ke dalam anggaran perseroan. Dengan demikian, perusahaan terutama yang menggunakan sumber daya alam dalam menjalankan usahanya, diharapkan untuk lebih berkontribusi dalam pembangunan kesejahteraan sosial melalui kebijakan dana tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

CSR sebenarnya bukan hal yang baru bagi perusahaan. Konsep CSR terus berkembang sehingga belum ada definisi standar mengenai CSR. Komitmen CSR pada intinya merujuk pada aspek-aspek perilaku perusahaan, termasuk kebijakan dan program perusahaan yang menyangkut dua elemen kunci, yakni: 1) *good corporate governance* termasuk etika bisnis, manajemen sumber daya manusia, jaminan sosial bagi pegawai, serta kesehatan dan keselamatan kerja; dan 2) *good corporate responsibility* diantaranya pelestarian lingkungan, *community development*, perlindungan hak asasi manusia, perlindungan konsumen, relasi dengan pemasok, dan penghormatan terhadap hak-hak pemangku kepentingan lainnya.³

Dengan demikian, konsep utama CSR adalah perilaku perusahaan dalam menjaga keseimbangan tujuan ekonomi

³ Edi Suharto, *CSR & COMDEV, Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*, Bandung: Alfabeta, 2010, hlm. 3-4.

(laba perusahaan), lingkungan, dan sosial dengan tetap mempertimbangkan kepentingan *shareholder* dan *stakeholder* yang terkait. Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan pertama kali dikemukakan oleh Howard R. Bowen yang dikembangkan dalam konsep *Cost Benefit Ratio versus Social Benefit Ratio*. Emil Salim kemudian ikut mengembangkan konsep tersebut dengan kesimpulan bahwa setiap perusahaan berskala besar hendaknya jangan hanya bermotivasi mencapai profit sebesar-besarnya dengan membandingkan *cost* dan *benefit*; tanpa melihat sama sekali ratio antara *cost* dengan *social benefit*; keberadaan perusahaan terhadap lingkungan. Perusahaan hendaknya mampu menjadi sentral pertumbuhan ekonomi lingkungan.⁴

Perkembangan konsep CSR sejalan dengan berkembangnya *sustainable development*. CSR bukan hanya bentuk kepatuhan terhadap perangkat hukum tetapi menjadi strategi baru perusahaan agar semakin berkelanjutan. Artinya, perusahaan terutama yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam akan dapat bertahan apabila memperhatikan keberlanjutan lingkungan sebagai salah satu faktor produksinya. Dengan demikian, pelaksanaan CSR akan membawa keuntungan baik bagi perusahaan maupun masyarakat di sekitarnya. Perusahaan akan mendapat keuntungan dari kepercayaan publik dan loyalitas konsumen sehingga terbangun modal sosial. Sedangkan masyarakat di sekitarnya memperoleh manfaat dari program-program CSR seperti pemberdayaan masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan.

Persoalannya kemudian adalah apakah perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia terutama yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam sudah menjalankan CSR dengan program pemberdayaan masyarakat dalam bingkai *sustainable development*?

II. Permasalahan

PT Freeport Indonesia (PTFI) merupakan perusahaan modal asing asal Amerika Serikat yang mengoperasikan tambang tembaga,

⁴ Soeharsono Sagir dalam Elvinaro Ardian & Dindin M. Machfudz, *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR Berlipat-Lipat*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011, hlm.39-40.

emas, dan perak dan berlokasi di Kabupaten Mimika, Provinsi Papua. Menurut eksekutif Freeport McMoran (induk perusahaan Freeport Indonesia), George A. Maley, bukit Grasberg, bukit tambang di Papua memiliki deposit emas terbesar di dunia. Sedangkan kandungan bijih tembaga nilainya US\$ 40,3 miliar dan masih akan memberikan keuntungan selama 45 tahun lagi. Sementara ongkos produksi tambang emas dan tembaga di Papua merupakan yang termurah di dunia.⁵ Namun, kondisi tersebut bertolak belakang dengan kemiskinan yang dialami masyarakat asli Papua di sekitar area pertambangan. Di tengah perusahaan pertambangan emas terbesar di dunia, masih terdapat masyarakat yang hidup dengan keterbatasan ekonomi. Fenomena kesenjangan kehidupan antara perusahaan dengan masyarakat sekitar menjadi hal umum yang terjadi di Mimika. Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan permasalahan sebagai berikut: "Bagaimana kontribusi CSR PTFI dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat di sekitar pertambangan? PTFI mengklaim telah menyisihkan dana 1 persen dari pendapatan kotor perusahaan sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Karena itu tulisan ini akan mengkaji sejauh mana pelaksanaan CSR PTFI dalam konteks pemberdayaan ekonomi masyarakat.

III. *Corporate Social Responsibility* dalam Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun memberikan manfaat bagi *stakeholder*.⁶ *Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan.⁷

Asumsi dasar dari teori *stakeholder* adalah perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial sekitarnya. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas

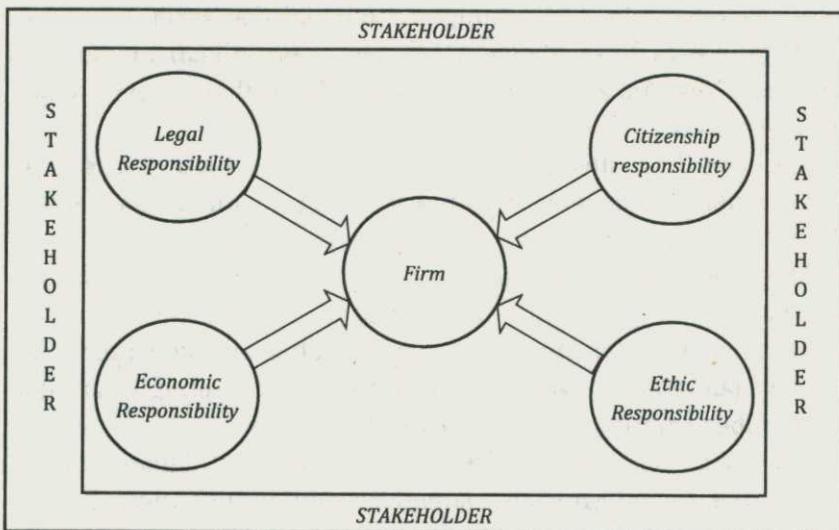
⁵ *Ibid*, hlm.xi.

⁶ Imam Ghazali, dan Anis Chariri, *Teori Akuntansi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007, hlm. 409.

⁷ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011, hlm. 93-94.

usaha dan jaminan *going concern*.⁸ Dengan demikian, menurut teori *stakeholder* bahwa suatu perusahaan harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Salah satunya diwujudkan dalam bentuk CSR. Keberadaan CSR dari suatu perusahaan diharapkan akan meminimalkan terjadinya konflik dengan masyarakat.

Sejalan dengan teori *stakeholder*, Nor Hadi menggambarkan konsepsi segi empat tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *stakeholder* sebagai berikut.



Gambar 1. Rentang Tanggung Jawab Perusahaan⁹

Gambar 1 menunjukkan bahwa perusahaan merupakan bagian dari masyarakat yang lebih luas (*stakeholder*) sehingga eksistensinya tidak dapat dipisahkan dengan kepentingan *stakeholder*. Operasional perusahaan harus dipertanggungjawabkan baik secara norma etika, legal, ekonomi maupun bertindak untuk kepentingan masyarakat. Artinya, secara etika, perusahaan menjalankan usahanya sesuai dengan etika bisnis yang sehat. Sedangkan secara legal, perusahaan harus memenuhi aturan legal formal yang telah ditetapkan. Tanggung jawab secara ekonomi berkaitan dengan tujuan utama perusahaan yakni *profit*. Dalam hal ini perusahaan bertanggung

⁸ Adam C.H. dalam Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011, hlm. 94-95.

⁹ *Ibid*, hlm. 33.

jawab terhadap para *shareholder*. Sementara tanggung jawab terhadap *citizen* berkaitan dengan masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Perusahaan adalah pihak yang memanfaatkan sumber daya alam untuk kegiatan perusahaan. Karena itu, perusahaan harus bertanggung jawab atas berbagai dampak yang muncul akibat aktivitas usahanya. Perusahaan harus memberikan sebagian keuntungannya untuk kesejahteraan masyarakat di sekitar dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat operasional perusahaan sehingga keberlanjutan lingkungan dan sosial akan terjaga.

Selanjutnya Gray menyebutkan agar perusahaan mengetahui apa yang diinginkan oleh *stakeholder*, perusahaan harus dapat menilai *substantive environment* yang terdiri atas:

- a. *Primary level* menggambarkan interaksi medium perusahaan manufaktur dengan lingkungan yang memiliki hak untuk mendapatkan informasi pertanggungjawaban.
- b. *Secondary level* menggambarkan interaksi sosial perusahaan dalam penggunaan infrastruktur, pengaruh estetika, kesehatan karyawan, dan kepuasan status, opsi konsumen dan kesejahteraan, advertensi, sampah sisa, teknologi baru, dan sumber-sumber serta *social opportunity cost*.
- c. *Tertiary level* menggambarkan interaksi dalam sistem organisasional yang lebih kompleks yaitu berhubungan dengan kualitas kebebasan, sikap (moral, pendidikan, budaya dan estetika), tingkat informasi (berita), warisan budaya, dunia kerja, sistem pilihan individu, kesehatan, lingkungan, dan sistem hukum yang adil.¹⁰

IV. Memahami Konsep Dasar Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Robert Chambers berpendapat bahwa pemberdayaan masyarakat adalah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan yakni *people centered, participatory, empowering and sustainable*. Sejalan dengan Chambers, Craig dan Mayo juga berpendapat bahwa konsep pemberdayaan termasuk dalam pengembangan masyarakat dan terkait konsep kemandirian, partisipasi, jaringan

¹⁰ Imam Ghozali dan Anis Chariri, *Op.cit*.

kerja dan pemerataan.¹¹ Sementara Payne menjelaskan tujuan dari pemberdayaan adalah keadilan sosial dengan memberikan ketentraman kepada masyarakat yang lebih besar dan persamaan politik dan sosial melalui upaya saling membantu dan belajar melalui pengembangan langkah kecil guna tercapainya tujuan yang lebih besar.¹² Dengan demikian, pemberdayaan merupakan upaya menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk memanfaatkan potensi dan peluang yang ada secara mandiri dalam rangka mencapai kesejahteraan hidup yang berkelanjutan. Atau dengan kata lain pemberdayaan adalah upaya memampukan dan memandirikan masyarakat.

Dalam pandangan Kartasasmita, upaya pemberdayaan masyarakat harus dilakukan dengan:

- a. Menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang. Setiap manusia memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Dari sinilah upaya pemberdayaan dilakukan, yakni dengan membangun kesadaran akan potensi yang dimiliki.
- b. Upaya itu harus diikuti dengan memperkuat potensi yang dimiliki masyarakat, misalnya membuka akses masyarakat sehingga mudah mengambil peluang yang ada.
- c. Pemberdayaan bukan hanya penguatan individu anggota masyarakat tetapi juga pranatanya. Menanamkan budaya modern seperti kerja keras, hemat, keterbukaan, tanggung jawab merupakan bagian pokok dari upaya pemberdayaan ini. Selain itu pemberdayaan dilakukan dengan pembaharuan lembaga sosial dan mengintegrasikan ke dalam pembangunan.
- d. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan.
- e. Memberdayakan juga berarti melindungi. Pemberdayaan harus dapat mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang serta eksplorasi yang kuat atas yang lemah.¹³

¹¹ Alfitri, *Community Development: Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011, hlm. 22.

¹² *Ibid*, hlm. 23.

¹³ *Ibid*, hlm. 25-26.

Azis merinci tahapan yang seharusnya dilalui dalam pemberdayaan. *Pertama*, membantu masyarakat dalam menemukan masalahnya. *Kedua*, melakukan analisis terhadap permasalahan tersebut secara mandiri. *Ketiga*, menentukan skala prioritas masalah. *Keempat*, mencari penyelesaian masalah yang sedang dihadapi, misalnya dengan pendekatan sosio kultural yang ada dalam masyarakat. *Kelima*, melaksanakan tindakan nyata untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Dalam tahap ini upaya pemberdayaan juga harus bisa merespon perubahan masyarakat untuk mengantisipasi persoalan yang akan timbul dalam pelaksanaan program. *Keenam*, mengevaluasi seluruh rangkaian dan proses pemberdayaan itu untuk dinilai sejauh mana keberhasilan dan kegagalannya.¹⁴

Dari berbagai pandangan mengenai konsep pemberdayaan, maka dapat disimpulkan, bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah upaya memandirikan masyarakat melalui penguatan sumber daya manusia (*capacity building*) dan menempatkan masyarakat sebagai subjek dan objek ekonomi dalam rangka mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan. Karena itu pemberdayaan ekonomi bersifat lokal spesifik dan pendekatan yang digunakan sesuai dengan karakteristik permasalahan ekonomi lokal.

Dalam konteks CSR, program CSR dalam bentuk pemberdayaan ekonomi masyarakat harus didasarkan pada kebutuhan riil masyarakat yang telah dikomunikasikan dengan seluruh *shareholder* dan *stakeholder* terkait, sehingga program pemberdayaan akan menyentuh permasalahan yang dihadapi masyarakat. Prinsip penting dari pemberdayaan adalah mengadopsi kearifan lokal yang dimiliki masyarakat. Dalam hal ini, masyarakat diberikan kesempatan untuk mengelola lahan sesuai dengan adat kebiasaannya, sedangkan perusahaan berperan menciptakan iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang dengan membuka akses terhadap sumber produksi yang penting.

V. Kondisi Perekonomian Masyarakat di Sekitar Areal Pertambangan

Masyarakat yang mendiami areal sekitar pertambangan terdiri suku asli yang terdiri dari dua suku terbesar, yaitu suku Kamoro

¹⁴ *Ibid*, hlm. 26-30.

dan suku Amungme serta lima suku kekerabatan, yakni suku Dani, Damal, Nduga, Moni, dan Mee. Suku Kamoro menempati dataran rendah dan pantai. Wilayah di mana mereka tinggal merupakan daerah yang kaya akan sumber daya alam, yakni antara Teluk Etna hingga Sungai Otakwa, dan antara dataran pantai hingga 50 mil ke arah pegunungan. Suku Kamoro sangat bergantung kepada alam sehingga sering disebut suku peramu atau pengumpul. Pola hidupnya berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya dengan kano sebagai sarana transportasi dan komunikasi. Sedangkan suku Amungme umumnya tinggal di dataran rendah di sekitar Kota Timika, Distrik Agimuga dan pegunungan di sekitar Distrik Tembagapura. Permukiman suku Amungme berada di suatu daerah yang dianggap aman dan tidak berpindah-pindah. Mereka menetap di lokasi tersebut secara turun-temurun.

Secara umum, kondisi perekonomian masyarakat di wilayah ini didominasi oleh sektor pertambangan. Bahan tambang di Kabupaten Mimika merupakan cadangan terbesar ketiga di dunia untuk tembaga, sedangkan emas yang terbesar di dunia. Kondisi ini menjadikan Pendapatan Domestik Regional Bruto Daerah (PDRB) atas dasar harga konstan di Kabupaten Mimika yang tertinggi berasal dari sektor pertambangan, yakni sebesar 82,70 persen dari total PDRB kabupaten pada tahun 2011.¹⁵ PDRB dapat menggambarkan kondisi perekonomian di suatu wilayah pada waktu tertentu. Bukan hanya PDRB yang tinggi, sejumlah indikator lainnya menunjukkan Mimika lebih beruntung dibandingkan kabupaten lainnya, misalnya, dana bagi hasil sumber alam.

Kehadiran perusahaan pertambangan PTFI sangat mempengaruhi perekonomian masyarakat di sekitarnya. Sejak dibukanya kerja sama pertambangan antara PTFI dengan Pemerintah Indonesia, pencapaian PDRB terus mengalami kenaikan terutama dari sektor pertambangan. Perekonomian masyarakat sangat bergantung dari aktivitas pertambangan PTFI. Sampai kontrak karya kedua antara pemerintah dan PTFI berakhir, cadangan biji tambang Grasberg 2,6 miliar di areal 202.950 hektar sanggup menggerakkan perekonomian di daerah tersebut.

¹⁵ <http://regionalinvestment.bkpm.go.id/newsipid/ekonomipdrb.php?ia=9112&is=43>, diakses 3 Juni 2015.

Ironisnya, pencapaian PDRB yang tinggi tidak diiringi dengan pemerataan kesejahteraan masyarakatnya. Tercatat untuk 2012, jumlah rumah tangga miskin di Mimika adalah 34.745 jiwa atau sekitar 18,40 persen dari jumlah total penduduk Mimika yang sebesar 220.359 ribu jiwa.¹⁶ Disinyalir penduduk miskin didominasi oleh penduduk asli yang tinggal di pedalaman.

Tabel 1. Jumlah Penduduk Miskin di Kabupaten Mimika Tahun 2008-2011

Tahun	Garis Kemiskinan	Penduduk Miskin	
		Jumlah (000)	Percentase
2008	279.520		26,63
2009	354.241	35,65	24,74
2010	385.267	41,8	22,57
2011	385.267	34,74	18,4

Sumber: Mimika Dalam Angka 2012

Berdasarkan tabel 1, jumlah penduduk miskin di Mimika terus mengalami peningkatan setiap tahunnya dari tahun 2008 sampai tahun 2011. Hanya pada tahun 2010 dan 2011 penduduk miskin berada di angka yang sama. Berbagai faktor disinyalir menjadi penyebab masih banyaknya penduduk miskin di kabupaten yang tergolong kaya. Salah satunya adalah akses pendidikan. Tingkat pendidikan di Mimika masih rendah. Kondisi geografis yang dikelilingi pegunungan dan lautan menjadi kendala masyarakat dalam memperoleh pendidikan. Selain itu, fasilitas pendidikan masih terbatas jumlahnya.

Tabel 2. Fasilitas Pendidikan di Kabupaten Mimika Tahun 2011

Kecamatan	Fasilitas Pendidikan			
	SD	SLTP	SMA	SMK
Mimika Barat	3	1	1	-
Mimika Barat tengah	8	1	-	-
Mimika Barat Jauh	6	1	-	-

¹⁶ Legislator Tidak Kaget Angka Kemiskinan Mimika Tinggi, <http://bintangpapua.com/index.php/lain-lain/papua/papua-selatan/item/10749-legislator-tidak-kaget-angka-kemiskinan-mimika-tinggi>, diakses 30 Juni 2015.

Kecamatan	Fasilitas Pendidikan			
	SD	SLTP	SMA	SMK
Mimika Timur	12	1	-	2
Mimika Timur Tengah	5	1	-	-
Mimika Timur Jauh	4	1	-	-
Mimika Baru	41	17	7	5
Kuala Kencana	8	4	1	1
Tembagapura	6	2	-	-
Agimuga	4	1	-	-
Jila	4	1	-	-
Jita	3	1	-	-
Jumlah	104	32	9	8

Sumber: Mimika Dalam Angka 2012

Tabel 2 menunjukkan bahwa fasilitas pendidikan di Mimika belum merata. Fasilitas pendidikan masih terpusat di Mimika Baru. Bahkan SMA dan SMK hanya terdapat di empat distrik, yakni Distrik Mimika Baru, Kuala Kencana, Mimika Timur, dan Mimika Barat. Hal ini menjadi kendala sebagian siswa di pedalaman yang ingin melanjutkan pendidikan ke jenjang SMA atau SMK. Dampaknya adalah penurunan jumlah siswa di tingkat pendidikan yang lebih tinggi. Tahun 2011, jumlah murid SD sebanyak 37.521 orang, jumlah murid SMP sebanyak 9.134 orang, jumlah murid SMA sebanyak 2.219 orang dan jumlah murid SMK sebanyak 3.125 orang. Sedangkan jumlah guru di tingkat SD sebanyak 1.202 orang, SMP sebanyak 484, SMA sebanyak 202 orang dan SMK sebanyak 239 orang. Rasio murid terhadap banyaknya guru di tingkat SD sebesar 31,21, tingkat SMP sebesar 18,87, tingkat SMA sebesar 10,99 dan tingkat SMK sebesar 13,08.¹⁷ Rendahnya pendidikan masyarakat asli Papua berpengaruh pada Indeks Pembangunan Manusia (IPM). IPM Kabupaten Mimika masih berada pada kelompok tertinggal. Sektor-sektor perekonomian selain pertambangan belum berkembang sehingga aktifitas masyarakat asli Mimika masih bergantung pada bantuan dan subsidi dari PTFI.

¹⁷ BPS Kabupaten Mimika, *Mimika Dalam Angka 2012*, Mimika: BPS Kabupaten Mimika, 2012, hlm 88-91.

VI. Kontribusi CSR PTFI dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Sejak tahun 1996 PTFI telah berkomitmen untuk menyisihkan sebagian dari pendapatannya untuk kesejahteraan masyarakat khususnya masyarakat Amungme dan Kamoro serta masyarakat lima suku kekerabatan di sekitar areal PTFI, melalui dana kemitraan PTFI untuk pengembangan masyarakat. Dana kemitraan ini dikelola dan disalurkan oleh sebuah organisasi yang bernama Lembaga Pengembangan Masyarakat Amungme dan Kamoro (LPMAK). LPMAK dikelola oleh sebuah Badan Pengurus dan sebuah Badan Musyawarah yang terdiri dari wakil-wakil pemerintah daerah, tokoh Papua, pemimpin lokal masyarakat Amungme dan Kamoro, dan PTFI.

Sampai tahun 2014, LPMAK telah mengelola dana kemitraan dari PTFI senilai 1 persen dari pendapatan kotor perusahaan. Dana ini digunakan untuk mendukung tiga program yakni pendidikan, kesehatan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Program pemberdayaan ekonomi bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan khususnya di bidang ekonomi. Program ini dilakukan dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia, memperkuat basis ekonomi daerah dan memanfaatkan sumber daya daerah secara efesien dan berkelanjutan. Adapun kegiatan dari pemberdayaan ekonomi masyarakat Mimika adalah sebagai berikut.

A. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Desa

Pemberdayaan ekonomi berbasis desa dilakukan melalui pemanfaatan potensi sumber daya alam yang ada di masing-masing desa. Masyarakat Mimika terdiri dari masyarakat Amungme dan Kamoro serta lima suku kekerabatan dengan karakteristik yang berbeda. Karena itu, upaya pemberdayaan dilakukan sesuai dengan kearifan lokal setempat dengan mengoptimalkan peran masyarakat sebagai subyek dan obyek ekonomi.

1. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir

LPMAK melalui Biro Ekonomi Suku Kamoro bekerjasama dengan Keuskupan Timika melakukan program pemberdayaan ekonomi

rumah tangga dengan menggiatkan aktivitas ekonomi nelayan. Program ini ditujukan untuk nelayan suku Kamoro di wilayah pesisir Mimika. Proses pemberdayaan dimulai dengan menumbuhkan kesadaran nelayan akan potensi yang ada di wilayahnya. Kabupaten Mimika berbatasan langsung dengan Laut Arafura. Berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan, wilayah perairan laut Kabupaten Mimika merupakan bagian dari WPPNRI 718. Estimasi potensi sumber daya ikan di WPPNRI 718 mencapai 13 persen dari potensi sumber daya ikan laut nasional. Udang dan ikan demersal memiliki kontribusi terhadap produksi perikanan laut nasional masing-masing sekitar 45 persen dan 20 persen.¹⁸ Selain sebagai daerah penangkapan ikan untuk armada pukat udang, wilayah pesisir Kabupaten Mimika juga kaya akan kepiting bakau yang menjadi salah satu komoditas andalan masyarakat lokal. Potensi usaha penangkapan untuk komoditi tersebut sangat besar karena memiliki harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan produk perikanan lainnya.

Setelah nelayan sadar akan potensi lautnya yang sangat besar, maka akses nelayan untuk mengambil peluang yang ada harus dibuka. Beberapa langkah yang dilakukan antara lain: penyediaan kredit usaha melalui Koperasi Maria Bintang Laut. Selama ini kendala utama dalam mengembangkan perekonomian masyarakat nelayan adalah terbatasnya sarana dan prasarana aktivitas ekonomi nelayan. Mata pencarian nelayan yang sarat dengan ketidakpastian membuat nelayan kesulitan dalam memperoleh modal. Dengan adanya bantuan modal usaha, diharapkan dapat membantu nelayan untuk meningkatkan aktivitas ekonominya. Selain bantuan modal usaha, nelayan juga mendapat bantuan kredit lunak peralatan tangkap berupa mesin ketinting, jaring, dan *cooler box*. Cara pembayaran kredit dipotong dari penjualan ikan sebesar maksimal 30 persen dari nilai penjualan. Pengembalian dana ini dikelola oleh Koperasi Maria Bintang Laut yang akan digunakan untuk pengembangan dan peningkatan sarana nelayan.

Kartasasmita mengatakan bahwa menanamkan budaya modern seperti kerja keras, hemat, dan tanggung jawab merupakan bagian

¹⁸ Keputusan Menteri Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 54 Tahun 2014 Tentang Rencana Pengelolaan Perikanan Wilayah Pengelolaan Perikanan Negara Republik Indonesia 718.

Sampai dengan akhir tahun 2012, jumlah petani yang terlibat dalam usaha ini mencapai 92 petani dari Distrik Tsinga, Hoea, dan Aroanop, yang terdiri dari 21 petani binaan dan 71 petani mandiri. Sementara itu jumlah pohon dan areal yang dikembangkan terus meningkat setiap tahunnya. Pada 2012, penambahan pohon kopi yang ditanam mencapai 3.687 pohon sehingga total pohon kopi mencapai 19.659 pohon. Sedangkan produksi kopi mencapai 3.215 kg dengan total penjualan Rp441.283.000 meningkat 38 persen dari penjualan tahun 2011.²¹

3. Pengembangan Perkebunan Kakao

Potensi sumber daya alam yang cukup beragam di Mimika terus digali CSR PTFI untuk pemberdayaan masyarakat lokal. Di samping sektor perikanan dan tanaman hortikultura di wilayah pegunungan, pohon kakao juga berpotensi untuk dikembangkan. Kakao Papua diakui mempunyai kualitas yang baik. Karena itu, PTFI melalui Yayasan Jayasakti Mandiri (YJM) bekerja sama dengan pemerintah daerah setempat, beberapa pengusaha lokal, dan masyarakat lokal berupaya mengembangkan usaha perkebunan kakao. Budidaya kakao telah berlangsung sejak tahun 2010 di Satuan Pemukiman 6 Kampung Naena Muktipura (SP 6) dengan luas lahan sekitar 62 hektar. Namun program pengembangan kakao dengan areal yang lebih luas baru dimulai tahun 2011 di Kampung Utikini Baru (SP 12).

Setelah tercipta iklim yang memungkinkan potensi masyarakat lokal berkembang, maka proses pemberdayaan dilanjutkan dengan memperkuat potensi yang dimiliki masyarakat dengan cara penyediaan berbagai input serta pembukaan akses ke dalam berbagai peluang yang akan membuat masyarakat berdaya. Terkait hal ini, YJM memberikan bibit dan pupuk gratis kepada setiap petani binaan. YJM juga menyediakan fasilitas pendukung program pengembangan kakao antara lain: membangun gudang penyimpanan kakao berkapasitas 60 ton dilakukan, 10 unit fasilitas pembibitan kakao dengan kemampuan produksi 150 ribu bibit per tahun serta fasilitas klinik kakao yang dilengkapi kebun percontohan dan ruang pelatihan bagi petani.²² Sedangkan dalam pemasaran, YJM telah menyediakan Koperasi Buah

²¹ *Ibid.*

²² Mendorong Kemandirian Ekonomi Warga Papua Melalui Kakao, <http://www.antarapapua.com/berita/449866/mendorong-kemandirian-ekonomi-warga-papua-melalui-kakao>, diakses 24 Juni 2015.

Dewa. Selama ini persoalan utama petani adalah pemasaran hasil produksi. Terbatasnya akses pasar dan transportasi mendorong petani terpaksa menjual hasil produksinya kepada tengkulak dengan harga di bawah harga pasar. Dalam konteks inilah, upaya pemberdayaan dilakukan. Seperti dikatakan Kartasasmita bahwa memberdayakan juga berarti melindungi. Petani sebagai pihak yang lemah harus dilindungi dari eksloitasi pihak yang lebih kuat. Upaya pemberdayaan harus dapat mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang serta eksloitasi yang kuat atas yang lemah. Karena itu, YJM berupaya membantu petani dengan membeli dan memasarkan biji kering kakao. YJM juga melakukan kerja sama dengan pabrik coklat Mars Makassar untuk pemasaran kakao petani.

Pemberdayaan ekonomi harus mampu meningkatkan kapasitas masyarakat. Hal ini dapat dicapai melalui pelatihan dan pendampingan bagi petani. Pelatihan dan pendampingan ini bertujuan mentransfer pengetahuan dan keterampilan kepada petani terkait pengembangan kakao. Selama proses pelatihan, petani pemula akan didampingi oleh petani yang sudah berpengalaman. YJM menyelenggarakan pelatihan pengembangan usaha kakao bekerja sama dengan pemerintah daerah setempat dan pengusaha lokal yang berpengalaman di bidangnya. Saat ini petani binaan YJM berjumlah 236 petani. Sementara lahan yang telah ditanami kakao sekitar 135 hektar yang tersebar di empat distrik, yaitu Distrik Kuala Kencana, Iwaka, Mimika Baru dan Kwamki Naramo. Dari program pelatihan dan pendampingan, diharapkan akan tercipta kemandirian petani sehingga mengurangi ketergantungan akan berbagai program bantuan.

4. Pengembangan Pertanian Berkelanjutan dan Ketahanan Pangan

Sagu merupakan makanan pokok masyarakat Kamoro yang tinggal di wilayah pesisir selatan Mimika. Kehidupan masyarakat Kamoro tidak dapat dilepaskan dari 3S, yakni sungai, sampan, dan sagu. Namun dalam perkembangannya, beras mulai dikenal masyarakat Kamoro. Dengan dalih beras lebih mudah diperoleh dibandingkan sagu dan proses pengolahan sagu hingga menjadi makanan siap saji membutuhkan waktu lama dan kerja keras, masyarakat Kamoro beramai-ramai beralih ke beras sebagai makanan pokok. LPMAK melihat perubahan pola konsumsi pangan ini akan menimbulkan

masalah di kemudian hari karena masyarakat hanya mengandalkan *supply* beras dari luar, sedangkan produksi beras nasional semakin tidak seimbang dengan jumlah konsumsi. Oleh karena itu, LPMAK berupaya mengembangkan model pertanian berkelanjutan dalam rangka peningkatan ketahanan pangan masyarakat lokal. Pertanian berkelanjutan adalah pertanian yang menggunakan input lokal yang tinggi dengan mengurangi ketergantungan pada penggunaan input luar. Model pertanian ini dikembangkan sesuai dengan komoditas unggulan masyarakat asli dataran tinggi dan dataran rendah Kabupaten Mimika. Dengan adanya program ini akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan dan keberlanjutan mata pencarian masyarakat asli.

Untuk masyarakat di dataran rendah, LPMAK bekerja sama dengan Universitas Negeri Papua dan Institut Pertanian Bogor mengembangkan sagu untuk meningkatkan nilai tambah sagu. Program ini telah dirintis sebelumnya oleh PTFI bekerja sama dengan Keuskupan Timika dan masyarakat Kampung Nayaro pada tahun 2006 yang dikenal dengan program Dusun Sagu Tanam (DST). DST merupakan upaya awal untuk mencapai ketahanan pangan yang berbasis pada kearifan lokal. DST dilakukan dengan cara penanaman dan pembibitan sagu unggul di Kampung Nayaro. Area DST sekitar 85 hektar dan sudah ditanami lebih dari 2000 pohon sagu unggul yang pada umur 5 tahun mampu memproduksi 800 sampai dengan 1000 kg sagu basah/pohon. Sedangkan sagu lokal yang ada di Kabupaten Mimika hanya sekitar 250 kg/pohon.²³

Selama program pertanian berkelanjutan dijalankan, pendampingan petani terus dilakukan. Tujuannya untuk mentransfer pengetahuan dan ketrampilan kepada petani dalam usaha budidaya tanaman pangan lokal dengan memanfaatkan lahan yang ada di sekitar tempat tinggal mereka. Tantangan terbesar yang dihadapi tim pendamping adalah mengubah perilaku masyarakat asli dengan budaya pertanian ekstraktif menjadi pertanian menetap yang intensif. Karena itu, tim pendamping petani di samping harus memiliki kemampuan teknis budidaya pertanian, juga memiliki kemampuan memahami budaya masyarakat asli sehingga dapat diterima dan dipercaya masyarakat tersebut.

²³ <http://www.lpmak.org/program/Ekonomi>, diakses 25 Juni 2015.

PTFI dan LPMAK, didukung oleh Pemerintah Kabupaten Mimika, juga menandatangani perjanjian kerja sama dengan USAID untuk secara bersama membiayai program Aliansi Pembangunan Pertanian Papua (PADA) tahap kedua. Tujuan PADA ini adalah untuk memberikan pelatihan, dukungan infrastruktur, dan bantuan rantai pasokan pertanian kepada para petani dan nelayan di enam daerah percontohan proyek, yaitu: Timika, Kokonao, Agimuga, Jila, Wamena, dan Moanemani.

5. Pengembangan Peternakan

Ternak babi merupakan tradisi masyarakat asli Papua. Karena itu, pengembangan peternakan babi dapat membuka potensi ekonomi masyarakat tujuh suku di sekitar areal PTFI. Di wilayah dataran tinggi, peternakan difokuskan di Kampung Tsinga, Banti, dan Aroanop. Sedangkan di dataran rendah, peternakan berada di Kampung Wangirja dan Utikini Baru.

Peternakan merupakan program kemitraan antara PTFI, LPMAK, dan YJM. YJM sebagai yayasan yang telah berpengalaman dalam bidang peternakan ayam dan babi berperan sebagai pendamping, pelatih sekaligus penyuplai bibit babi kepada para anggota Kelompok Usaha (KU) binaan program ekonomi LPMAK. Dari total 1.426 KU binaan LPMAK, sebanyak 49 persen usaha di bidang budidaya ternak babi. Bentuk dukungan lain YJM dan LPMAK terhadap program pengembangan peternakan diwujudkan dengan membangun laboratorium inseminasi buatan. Langkah ini ditempuh sebagai solusi atas larangan mendatangkan bibit babi dari luar Papua. Laboratorium ini telah dijadikan percontohan dan tempat pelatihan bagi pengembangan peternakan babi di Papua.

Selain babi, peternakan sapi dan ayam juga dikembangkan di wilayah Papua sebagai alternatif perekonomian masyarakat asli. Kondisi iklim yang lembab dan curah hujan yang sangat tinggi di Mimika, terutama di Agimuga, sangat mendukung pengembangan peternakan sapi. Sejak 2012, LPMAK bekerja sama dengan Universitas Negeri Papua Manokwari dan Dinas Peternakan Kabupaten Mimika mengembangkan peternakan sapi dalam skala besar. Sebagai langkah awal, sebanyak 70 ekor bibit sapi bali didatangkan langsung dari Kendari, Sulawesi Tenggara. Setelah 2 tahun bibit sapi betina siap berproduksi. Berbeda dengan sapi, peternakan ayam dikembangkan

di Kampung Hiripau, Nawaripi, dan Timika Jaya. LPMAK memberikan bantuan pembuatan kandang dan berbagai fasilitas pendukungnya, bibit ayam serta pakan ternak selama tiga bulan. Program peternakan dinilai cukup membantu masyarakat asli dalam meningkatkan perekonomian masyarakat asli dan mendukung ketersediaan pangan lokal yang selama ini masih mendatangkan dari luar Mimika.

Sampai dengan tahun 2012, program pengembangan peternakan telah menyerap tenaga kerja sebanyak 439 orang, di mana 91 persen adalah masyarakat asli Papua.²⁴ Untuk keberlanjutan program, YJM memberikan pelatihan tentang usaha peternakan kepada siswa putus sekolah tingkat SMP dan SMU. Selain itu, YJM juga memfasilitasi *Papuan Bridge Program* dan magang siswa SMK Timika di peternakan SP XII. Dengan berbekal pengetahuan dan ketrampilan yang diperoleh, para siswa tersebut diharapkan mampu mengembangkan usaha peternakan secara mandiri.

B. Pembinaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Program Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertujuan untuk mengembangkan kegiatan-kegiatan ekonomi masyarakat lokal dengan memberikan pembinaan dan pendampingan kepada pengusaha-pengusaha Papua yang berpotensi. Sasaran program adalah pengusaha asal Papua yang berpotensi membuka usaha sendiri atau berwirausaha. Peserta program diberikan pelatihan teknis wirausaha, administrasi, pemasaran, dan membantu dalam penyediaan modal usaha. Terkait hal ini, LPMAK menyediakan bantuan teknis dan akses terhadap modal usaha untuk pengusaha asal Papua. Dari program ini, diharapkan dapat meningkatkan kemampuan kompetisi pasar para pengusaha lokal yang berdampak pada penyerapan tenaga kerja dalam jumlah yang lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya. Dampak selanjutnya adalah peningkatan kesejahteraan masyarakat Mimika khususnya masyarakat tujuh suku yang tinggal di sekitar areal PTFI.

C. Dana Bergulir

Program yang dikelola oleh Yayasan Bina Utama Mandiri (YBUM) ini, berfungsi untuk menyalurkan pinjaman dana bergulir bagi

²⁴ PT Freeport Indonesia, *Laporan Keberlanjutan PT Freeport Indonesia Tahun 2012*, Mimika: PT Freeport, 2012, hlm. 65.

pengusaha lokal yang belum memenuhi syarat melakukan pinjaman ke bank. Melalui program dana bergulir ini para pengusaha lokal juga memperoleh pendidikan dan pengetahuan mengenai sistem kemitraan dengan pihak perbankan, sehingga mereka memahami prosedur dan persyaratan dalam pengajuan kredit dengan pihak perbankan ataupun lembaga keuangan formal lainnya. Hingga tahun 2012, secara kumulatif jumlah dana bergulir yang telah disalurkan mencapai Rp35,3 miliar, (sementara pada tahun 2012, YBUM telah menyalurkan dana bergulir sebesar Rp6,9 miliar kepada 52 pengusaha lokal). Melalui program dana bergulir ini, tim UMKM dan YBUM juga mendampingi dan melatih para pengusaha lokal untuk menjalin kerjasama dengan bank. Dengan demikian, mereka akan memahami prosedur dan persyaratan untuk mengajukan pinjaman dengan pihak perbankan ataupun lembaga keuangan formal lainnya.²⁵

VII. Penutup

Pembangunan kesejahteraan sosial merupakan tanggung jawab bersama antara pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha. Oleh karena itu, pemerintah berupaya mendorong peran dunia usaha dalam pembangunan kesejahteraan sosial melalui kebijakan CSR. Persoalannya kemudian adalah apakah perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia terutama yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam sudah menjalankan CSR dengan program pemberdayaan masyarakat dalam bingkai *sustainable development*?

PTFI sebagai salah satu perusahaan yang menjalankan usaha di bidang pertambangan, berupaya melaksanakan CSR dalam rangka pembangunan kesejahteraan sosial. CSR diwujudkan dalam bentuk dana kemitraan bagi pengembangan masyarakat khususnya masyarakat Amungme dan Kamoro serta lima suku kekerabatan di sekitar areal PTFI. Dana kemitraan ini dimanfaatkan untuk mendukung tiga program, yakni pendidikan, kesehatan dan pemberdayaan ekonomi. Program pemberdayaan ekonomi dilakukan melalui pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis desa, pembinaan UMKM, dan dana bergulir. Progam pemberdayaan

²⁵ *Ibid*, hlm. 71.

ekonomi berbasis desa bertujuan untuk mengembangkan keunggulan kompetitif dari masing-masing desa. Program ini mencakup pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir, pemberdayaan ekonomi masyarakat dataran tinggi, pengembangan perkebunan kakao, pengembangan pertanian berkelanjutan dan ketahanan pangan, serta pengembangan peternakan. Sedangkan program pembinaan UMKM dan dana bergulir bertujuan untuk mengembangkan kegiatan-kegiatan ekonomi masyarakat lokal dengan memberikan pembinaan dan pendampingan kepada pengusaha-pengusaha lokal yang berpotensi. Untuk mendukung keberhasilan program, PTFI menjalin kemitraan dengan LPMAK, YBUM, USAID, dan yayasan-yayasan yang dibentuk oleh PTFI.

Berbagai program CSR yang dilaksanakan oleh PTFI menunjukkan bahwa kontribusi CSR PTFI dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat di sekitar areal pertambangan cukup besar. Perusahaan berupaya mewujudkan tanggung jawab sosial dan lingkungannya melalui program-program pemberdayaan sesuai dengan kearifan lokal yang ada. Meskipun sampai saat ini, PTFI masih sulit untuk melakukan pendekatan kepada masyarakat asli Papua, akan tetapi melalui pelaksanaan CSR, perusahaan ini tetap bisa bertahan sampai sekarang. Dengan demikian, program CSR akan memberikan manfaat yang sangat besar, khususnya bagi masyarakat yang selama ini cenderung dirugikan oleh keberadaan perusahaan di lingkungannya, apabila dilaksanakan dengan baik. Berbagai program CSR harus diformulasikan dengan persoalan yang dihadapi masyarakat sehingga terjadi hubungan simbiosis mutualisme antara perusahaan dan masyarakat. Pada akhirnya kegiatan CSR dari suatu perusahaan akan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alfitri, *Community Development: Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- Ardian, Elvinaro & Dindin M. Machfudz, *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR Berlipat-Lipat*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2011.
- BPS Kabupaten Mimika, *Mimika Dalam Angka 2012*, Mimika: BPS Kabupaten Mimika, 2012.
- Ghozali, Imam, dan Anis Chariri, *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007.
- Hadi, Nor, *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Miles, M.B. & A.M. Huberman, *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*, 2nd ed., California: Sage, 1994.
- PT Freeport Indonesia, *Laporan Keberlanjutan PT Freeport Indonesia Tahun 2012*, Mimika: PT Freeport, 2012.
- PT Freeport Indonesia, *Laporan Tahunan 2012: Social Outreach&Local Development*, Mimika: PT Freeport Indonesia, 2013.
- Suharto, Edi, *CSR&COMDEV, Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Keputusan Menteri Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 54 Tahun 2014 Tentang Rencana Pengelolaan Perikanan Wilayah Pengelolaan Perikanan Negara Republik Indonesia 718.

Tulisan dalam internet

7,24 Juta Orang Indonesia Adalah Pengangguran, <http://nasional.kontan.co.id/news/724-juta-orang-indonesia-adalah-pengangguran>, diakses 6 Mei 2015.

BPS: Maret 2014, Jumlah Penduduk Miskin Indonesia Capai 28 juta, <http://www.beritasatu.com/nasional/193810-bps-maret-2014-jumlah-penduduk-miskin-indonesia-capai-28-juta.html>, diakses 6 Mei 2015.

<http://regionalinvestment.bkpm.go.id/newsipid/ekonomipdrb.php?ia=9112&is=43>, diakses 3 Juni 2015.

<http://www.lpmak.org/media/articles/2009/pabrik-es-kaokanao-menjawab-kebutuhan-nelayan>, diakses 23 Juni 2015.

<http://www.lpmak.org/program/Ekonomi>, diakses 25 Juni 2015.

Keadaan Kemiskinan Di Provinsi Papua Maret 2014, <http://papua.bps.go.id/data/brs/file/2014JuliMiskin.pdf>, diakses 8 Mei 2015.

Legislator Tidak Kaget Angka Kemiskinan Mimika Tinggi, <http://bintangpapua.com/index.php/lain-lain/papua/papua-selatan/item/10749-legislator-tidak-kaget-angka-kemiskinan-mimika-tinggi>, diakses 30 Juni 2015.

Mendorong Kemandirian Ekonomi Warga Papua Melalui Kakao, <http://www.antarapapua.com/berita/449866/mendorong-kemandirian-ekonomi-warga-papua-melalui-kakao>, diakses 24 Juni 2015.

BAGIAN KETIGA

IMPLEMENTASI

PENGUATAN KEWIRAUUSAHAAN DI PESANTREN MELALUI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

A. Muchaddam Fahham

I. Pendahuluan

Pada awalnya pesantren¹ adalah institusi pendidikan Islam yang mengemban tiga fungsi utama, yakni fungsi pendidikan (transmisi ilmu-ilmu dan pengetahuan Islam), pemeliharaan tradisi Islam dan reproduksi calon-calon ulama.² Karena tuntutan zaman, fungsi pesantren saat ini juga mencakup sebagai agen perubahan dan pembinaan moral masyarakat.³ Sebagai institusi yang mengemban fungsi agen perubahan dan pembinaan sosial, pesantren berperan untuk memberdayakan santrinya dan masyarakat yang ada di sekitarnya. Namun karena keterbatasan yang dimilikinya, pesantren lebih banyak memberdayakan santrinya, meskipun dalam batas tertentu pesantren tetap berupaya memberdayakan masyarakat sekitarnya, baik dari sisi ekonomi maupun dari sisi pengetahuan keagamaan.

Dalam fungsinya sebagai institusi pendidikan, pesantren dituntut tidak hanya menghasilkan alumni yang menguasai khazanah keilmuan Islam klasik, mulai dari al-Quran, hadis, sejarah Islam, tafsir, fikih, ushul fikih, tauhid, ilmu bahasa Arab, tetapi juga alumni yang menguasai ilmu-ilmu umum, seperti yang diajarkan

¹ Secara sederhana pesantren dapat dipahami sebagai suatu institusi pendidikan Islam yang dijadikan tempat tinggal santri untuk mempelajari, memahami, mendalami, menghayati dan mengamalkan ajaran agama Islam, lihat Zamakhsari Dhofier, *Tradisi Pesantren* (Jakarta: LP3ES, 1994), hlm. 18. Bandingkan dengan Mastuhu, *Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren: Suatu Bagian tentang Unsur dan Nilai Sistem Pendidikan Pesantren* (Jakarta: INIS, 1994), hlm. 6.

² Azyumardi Azra, *Pendidikan Islam: Tradisi dan Modernisasi di Tengah Tantangan Millenium III* (Jakarta: Kencana Prenda Media Group, 2012), hlm. 136.

³ *Ibid.*,

pada sekolah. Tuntutan ini direspon oleh pesantren dengan pendirian institusi madrasah atau sekolah umum di lingkungan pesantren, bahkan tuntutan itu menjadi bagian integral dari proses pendidikan di pesantren. Respon tersebut diberikan oleh pesantren dalam kerangka agar alumni mereka dapat melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi, baik pendidikan tinggi umum maupun pendidikan tinggi agama. Sedari awal pesantren menyadari, karena terkendala oleh faktor ekonomi, tidak semua alumni mereka dapat melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi, karena itu pesantren juga memberikan bekal keterampilan kepada seluruh santri, agar kelak setelah tamat dari pesantren, mereka mampu mandiri dengan cara berwirausaha. Tentu saja, karena keterbatasan sumber daya manusia yang dimilikinya, pendidikan keterampilan yang diberikan oleh pesantren kepada para santrinya juga sangat terbatas.

Ditilik dari sisi itu, pesantren sejatinya memiliki potensi untuk mengembangkan calon wirausahan. Bahkan banyak pesantren, karena keterbatasan dana operasional pendidikan yang diperoleh dari para santrinya, mengembangkan unit usaha untuk menunjang eksistensinya sebagai institusi pendidikan. Pesantren yang mengembangkan unit usaha itu sejatinya menguntungkan institusinya karena secara mandiri mampu membiayai proses pembelajaran yang dilakukannya, selain itu unit usaha yang dikembangkannya, juga menguntungkankan santri dan masyarakat sekitarnya. Pada konteks unit usaha tersebut santri dapat belajar berwirausaha, sementara masyarakat dapat ikut serta memenuhi kebutuhan-kebutuhan unit usaha yang ada di pesantren dengan membuat aneka makanan yang dibutuhkan santri.

Sekilas uraian di atas menunjukkan pesantren memiliki potensi untuk mengembangkan keterampilan berwirausaha bagi para santrinya dan melahirkan calon wirausahan, namun karena keterbatasan yang dimilikinya, tidak semua pesantren mampu mengembangkan potensi-potensi itu. Pesantren memerlukan partner eksternal yang mampu mendorongnya untuk mengembangkan potensi tersebut. Salah satu partner yang saat ini tertarik mendorong pesantren untuk mengembangkan potensi wirausaha adalah PT Bank Mandiri Tbk.

Melalui *corporate social responsibility* (CSR) yang dimilikinya Bank Mandiri menghelat program yang disebut dengan "Wirausaha

Muda Mandiri *Goes to Pesantren*". Program ini digulirkan oleh Bank Mandiri sejak 2012. Dari program tersebut, paling tidak, sudah ada ratusan pesantren di seluruh Indonesia yang sudah dilatih wirausaha.

Kajian ini bertujuan untuk menjelaskan (1) apa alasan yang membuat PT Bank Mandiri Tbk., tertarik untuk mengembangkan wirausaha di pesantren?; (2) apa bentuk kegiatan dan di mana saja kegiatan itu dilaksanakan?; (3) bagaimana program tersebut dilaksanakan? Kajian ini penting dilakukan, mengingat masih jarang tersedia informasi sistematis tentang pelaksanaan CSR BUMN untuk pesantren. Data-data yang diperlukan dalam kajian ini diperoleh dari studi literatur, baik berupa buku, jurnal, majalah, maupun media daring yang menjelaskan tentang program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT Bank Mandiri Tbk di pesantren. Data-data itu kemudian diolah, diklasifikasi, direduksi, dan dianalisis untuk kemudian ditarik sebuah kesimpulan sesuai dengan tujuan kajian ini. Sebelum sampai pada uraian program CSR Bank Mandiri itu, terlebih dahulu diuraikan sekilas tentang pesantren, dilanjutkan dengan uraian tentang wirausaha di pesantren, setelah itu dijelaskan tentang program CSR Bank Mandiri yang dilakukan di beberapa pondok pesantren.

II. Sekilas tentang Pondok Pesantren

Secara umum, pondok pesantren dapat dipahami sebagai institusi pendidikan Islam tradisional yang berupaya mendidik peserta didiknya agar mampu memahami, mendalami, menghayati, dan mengamalkan ajaran Islam dengan menekankan pada urgensi moral-keagamaan sebagai pedoman perilaku sehari-hari. Makna tradisional di sini bukan berarti terbelakang, tidak mengalami perubahan dan penyesuaian dengan tuntutan zaman, tetapi bermakna bahwa lembaga ini telah hidup dan eksis sejak ratusan tahun yang lalu (500-600 tahun), sehingga identik dengan budaya pendidikan hampir mayoritas umat Islam di Indonesia, utamanya yang berdomisili di desa. Budaya tersebut sangat berpengaruh dalam pembentukan karakter dan sikap keberagamaan yang implikatif dalam kehidupan sehari-hari.⁴ Dilihat dari sisi perjalanan

⁴ Mastuhu, *Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren*, hlm. 6

sejarahnya, pondok pesantren merupakan institusi pendidikan Islam yang tertua di Indonesia,⁵ Institusi pendidikan ini dipandang tidak hanya identik dengan makna keislaman tetapi juga mengandung makna keaslian Indonesia (*indigenous*)⁶ yang mampu eksis dan bertahan hingga saat ini.⁷

Secara umum, tidak ada rumusan tertulis yang baku mengenai tujuan pendidikan pesantren. Hampir semua pesantren, terutama pesantren tradisional, tidak merumuskan secara tertulis tujuan pendidikan mereka. Namun tidak berarti pesantren didirikan tanpa tujuan, karena tidak mungkin ia mampu bertahan hingga sekarang tanpa ada tujuan ideal yang hendak diraihnya.⁸

Dapat dikatakan tujuan utama pesantren adalah mencetak kader ulama. Tujuan ini bisa merupakan tujuan dasar awal mula berdirinya pesantren, yaitu untuk mendukung tersebarluasnya ajaran Islam ke wilayah yang lebih luas. Tujuan ini masih bertahan hingga sekarang, di mana orang yang dianggap ulama kebanyakan memang alumni dari pondok pesantren, walaupun tujuan dasar tersebut telah mengalami perluasan makna, yakni mendidik para santri agar kelak dapat mengembangkan dirinya menjadi "ulama intelektual

⁵ Ada dua pendapat mengenai asal-usul pesantren, *pertama*, pondok pesantren berakar pada tradisi Islam sendiri, *kedua*, pondok pesantren merupakan adopsi dari sistem Pondok Pesantren yang diadakan orang-orang Hindu di Nusantara. Tim Departemen Agama RI, *Pola Pengembangan Pondok Pesantren* (Jakarta: Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama Islam, 2003), hlm. 40.

⁶ Nurcholish Madjid, *Bilik-bilik Pesantren: Sebuah Potret Perjalanan* (Jakarta: Paramadina, 1997), hlm. 3.

⁷ Kemampuan pesantren untuk bertahan hingga saat ini, karena pesantren mampu melakukan adaptasi dan penyesuaian terhadap setiap tantangan yang dihadapinya, adaptasi dan penyesuaian itu dilakukan pesantren sejak masa kolonial hingga Orde Baru. Adaptasi dan penyesuaian yang dilakukan pesantren mencakup: *pertama*, pembaruan substansi atau isi pendidikan pesantren dengan memasukkan subjek-subjek umum dan vocational; *kedua*, pembaruan metodologi, seperti sistem klasikal, penjenjangan, *ketiga*, pembaruan kelembagaan, seperti kepemimpinan pesantren, diversifikasi lembaga pendidikan; dan *keempat*, pembaruan fungsi, dari fungsi kependidikan untuk juga yang mencakup fungsi sosial-ekonomi. Lihat Azyumardi Azra, *Pendidikan Islam*, hlm. 136.

⁸ Mohammad Muchlis Solichin, "Rekonstruksi Pendidikan Pesantren sebagai *Character Building* Menghadapi Tantangan Kehidupan Modern," dalam *Karsa* Vol. 20 No. 1 Tahun 2012, hlm. 60.

(ulama yang menguasai pengetahuan umum) dan intelektual ulama (sarjana dalam pengetahuan umum yang menguasai pengetahuan agama).

Namun tidak semua alumni pesantren kemudian mendapatkan sebutan ulama atau kiai karena masyarakat cenderung mengidentikkan ulama dengan kiai dan memberikan sebutan ulama atau kiai pada orang yang mengasuh sebuah pesantren ataupun anak dari seorang kiai. Dalam perspektif ini, ada tujuan pesantren yang lebih fleksibel diberikan oleh Mastuhu, yakni tujuan pendidikan pesantren adalah menciptakan dan mengembangkan kepribadian Muslim, yaitu kepribadian yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan, berakhhlak mulia, bermanfaat bagi masyarakat atau berhikmat kepada masyarakat dengan jalan menjadi kawula atau abdi masyarakat tetapi juga rasul, yakni menjadi pelayan masyarakat sebagaimana kepribadian Nabi Muhammad, mampu berdiri sendiri, bebas, dan teguh dalam kepribadian, menyebarkan agama atau menegakkan Islam dan kejayaan umat di tengah-tengah masyarakat dan mencitai ilmu dalam rangka mengembangkan kepribadian manusia.⁹

Tujuan umum pesantren adalah membina warga Negara agar berkepribadian Muslim sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam dan menanamkan rasa keagamaan tersebut pada semua segi kehidupannya serta menjadikannya sebagai orang yang berguna bagi agama masyarakat dan negara.

Adapun tujuan khusus pesantren adalah sebagai berikut: (1) mendidik santri anggota masyarakat untuk menjadi seorang Muslim yang bertakwa kepada Allah, berakhhlak mulia, memiliki kecerdasan, keterampilan dan sehat lahir batin sebagai warga Negara yang ber-Pancasila; (2) mendidik santri untuk menjadi manusia Muslim selaku kader-kader ulama dan muballigh yang berjiwa ikhlas, tabah, tangguh dalam mengamalkan sejarah Islam secara utuh dan dinamis; (3) mendidik santri untuk memperoleh kepribadian dan mempertebal semangat kebangsaan agar menumbuhkan manusia-manusia pembangunan yang dapat membangun dirinya dan bertanggung jawab kepada pembangunan bangsa dan Negara; (4) mendidik tenaga-tenaga penyuluhan pembangunan mikro (keluarga)

⁹ Mastuhu, *Dinamika*, hlm. 59.

dan regional (perdesaan/masyarakat/lingkungan); (5) mendidik santri agar menjadi tenaga-tenaga yang cakap dalam berbagai sektor pembangunan, khususnya pembagunan mental-spiritual; (6) mendidik santri untuk membantu meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat lingkungan dalam rangka usaha pembangunan masyarakat bangsa.

Pondok pesantren terdiri dari lima unsur utama, yakni kiyai, santri, masjid, pondok dan kitab kuning. Unsur-unsur inilah yang membentuk tradisi unik pesantren.¹⁰ Kiyai merupakan pemimpin, pengasuh dan biasanya pendiri pondok pesantren. ia adalah tokoh sentral pesantren yang menentukan orientasi sistem pendidikan pesantren. dalam menjalankan roda kepemimpinan pesantren kiyai dibantu oleh ustaz dan pengurus santri. ustadz berperan sebagai guru yang menjalankan proses belajar mengajar di pesantren, sementara pengurus yang terdiri dari santri senior berperan dalam mengatur aktivitas keseharian santri di asrama.

Santri merupakan peserta didik yang menuntut ilmu di pesantren. Ada dua kelompok santri, yakni santri yang menetap dan tinggal di asrama pesantren. Santri dalam kategori ini biasanya berasal dari luar desa bahkan kota di mana pesantren tersebut berada. Mereka tinggal dan menetap di pesantren dengan segala bentuk aktivitasnya selama 24 jam. Kategori kedua adalah santri yang tidak tinggal dan menetap di pesantren, mereka pada umumnya berasal dari desa yang ada di sekitar pesantren dan menuntut ilmu di pesantren untuk kemudian kembali ke rumah mereka masing-masing ketika proses pembelajaran di pesantren selesai.

Bagi pesantren, masjid bukan sekadar tempat ibadah, tetapi juga digunakan untuk beragam kegiatan pesantren lainnya, seperti proses pembelajaran. Ia juga biasa digunakan oleh kiyai dan atau ustadz sebagai tempat penyampaian pesan-pesan keagamaan, pembinaan spiritual santri dan masyarakat sekitar pesantren. Di pesantren masjid juga digunakan sebagai tempat diskusi keagamaan.

Pondok merupakan asrama tempat tinggal santri. Asrama itu biasa dihuni antara 10-20 santri tergantung pada besar atau kecilnya asrama yang tersedia. Di asrama itulah para santri berinteraksi dan bersosialisasi. Di berbagai pesantren besar, santri biasa tidak

¹⁰ Dhofier, *Tradisi Pesantren*, hlm. 18.

saja berasal dari satu kabupaten atau kota di Indonesia, tetapi juga berasal dari berbagai kabupaten atau kota di seluruh Indonesia. Karena itu, asrama biasanya dihuni oleh santri yang memiliki latar belakang etnik yang berbeda-beda. Di sitalah mereka saling belajar menghargai dan menghormati perbedaan kultur dan budaya masing-masing. Di setiap asrama kiyai menempatkan seorang pembimbing atau lebih, pembimbing bisa berasal ustaz atau santri senior yang bertugas untuk membimbing kehidupan keseharian santri. Titik tekan kehidupan asrama santri adalah kemandirian, tanggung jawab dan disiplin. Setiap santri harus mampu melayani kebutuhan diri mereka sendiri mulai dari mencuci pakaian, makan, belajar, hingga melaksanakan ibadah sehari-hari. Agar santri memiliki pedoman aktivitas yang jelas dan terukur, asrama memiliki jadwal kegiatan yang cukup padat, jadwal kegiatan itu dimulai sejak mereka bangun pagi hingga tidur di malam hari, dan kegiatan itu harus diikuti dan ditaati oleh santri secara ikhlas dan tanpa paksaan, di sinilah ia belajar untuk berdisiplin.

Kitab kuning merupakan sumber acuan utama sistem pendidikan pesantren tradisional. Pada umumnya, kitab-kitab ini dipahami sebagai kitab-kitab keagamaan Arab, menggunakan aksara Arab, yang dihasilkan para ulama dan pemikir Muslim lainnya di masa lampau, khususnya berasal dari Timur Tengah. Format kitab kuning juga khas dan kertas yang digunakannya berwarna kekuning-kuningan. Dalam amatan Azra kitab kuning sejatinya merupakan kitab-kitab keagamaan berbahasa Arab, Melayu, dan Jawa atau bahasa lokal lain di Indonesia dengan menggunakan aksara Arab, selain ditulis ulama Timur Tengah, juga ditulis ulama Indonesia sendiri.¹¹

Menurut Azra adalah sulit untuk melacak kapan waktu persis terjadinya penyebaran dan pembentukan tradisi awal kitab kuning di Indonesia. Historiografi tradisional dan berbagai catatan baik lokal maupun asing tentang penyebaran Islam di Indonesia, menurut Azra tidak menyebut judul banyak kitab yang digunakan di dalam masa awal perkembangan Islam di Indonesia.¹²

¹¹ Azyumardi Azra, *Pendidikan Islam*, hlm. 143.

¹² *Ibid.*,

Terlepas dari kapan waktu persis kitab kuning tersebar di Indonesia, pada awalnya ciri utama sebuah pondok pesantren adalah pengajaran kitab-kitab Islam klasik. Tapi dengan berdirinya pondok pesantren yang berorientasi modern dan tidak menjadikan kitab-kitab Islam klasik sebagai unsur utama dalam kurikulum pesantrennya, kitab-kitab Islam klasik sekarang tidak bisa dikatakan merupakan ciri utama pendidikan pesantren. Karena itu, yang bisa dikatakan secara pasti adalah kitab-kitab Islam klasik atau *kitab kuning* adalah ciri utama dalam kurikulum pondok pesantren tradisional yang bermazhab Syafi'i.

Kitab-kitab Islam klasik yang menjadi unsur utama kurikulum pendidikan pesantren tradisional terdiri dari beragam ilmu yakni ilmu tata bahasa Arab: nahwu, (*syntax*), sharaf (*morfologi*); fiqh; ushul fiqh; hadis; tafsir; tauhid, tasawuf dan akhlak, sejarah Islam (tarikh) dan balaghah (gaya ungkapan bahasa Arab). Ilmu-ilmu ini juga diajarkan di pesantren modern¹³ tetapi kitab-kitab atau buku-buku yang dijadikan rujukan dalam pembelajaran berbeda. Sebagai perbandingan, di pesantren tradisional kitab fiqh yang digunakan dalam pembelajarannya untuk santri pemula adalah kitab *safinatun najah*, kitab akhlaknya menggunakan *akhlaq lil banin*, kitab hadisnya menggunakan *arbain nawawi*, kitab tafsirnya menggunakan *tafsir Jalalayn*, sementara di pesantren modern kitab fiqh yang digunakan untuk santri tingkat pertama adalah *fiqh al-wadih*, kitab akhlaknya menggunakan *mahfudhat*, yang berisi ungkapan pendek tentang akhlak, kitab hadisnya menggunakan *bulughul maram*, dan kitab tafsirnya menggunakan *tafsir madrasi*.

Selain itu, pengajaran kitab-kitab Islam klasik di pesantren diselenggarakan secara terpisah dari sistem madrasah. Pesantren tradisional yang memiliki institusi madrasah pada umumnya memisahkan antara kurikulum pesantren dan kurikulum madrasah. Kurikulum pesantren menggunakan kitab-kitab Islam klasik, sementara kurikulum madrasah menggunakan kurikulum yang dikeluarkan oleh Kementerian Agama. Dalam kurikulum madrasah pendidikan agama dibagi menjadi beberapa jenis ilmu, yakni qur'an-hadis, aqidah-aklak, bahasa arab dan sejarah peradaban Islam.

¹³ Harus dipahami bahwa ketika dalam tulisan ini disebut pesantren modern maka yang dimaksud adalah pondok modern Gontor dan pondok modern lainnya yang menganut sistem pendidikan pondok modern Gontor.

Buku-buku yang digunakan ditulis dalam bahasa Indonesia kecuali bahasa Arab yang menggunakan baik bahasa Indonesia maupun bahasa Arab.

Berbeda dengan pesantren tradisional, pesantren modern tidak memisahkan antara kurikulum pesantren dengan kurikulum madrasah. Kurikulum pesantren merupakan kurikulum yang disusun sendiri oleh pendiri pesantren dengan menggabungkan antara kurikulum keagamaan dan kurikulum ilmu pengetahuan umum. Karena itu, pesantren modern menyatakan bahwa kurikulum mereka adalah 100% agama dan 100% ilmu pengetahuan umum.

III. Wirausaha di Pesantren

Wirausaha bukanlah sesuatu yang asing bagi pesantren. Wirausaha bahkan merupakan sesuatu yang *inherent* di dalam diri pesantren. Karena sebagai institusi pendidikan yang berupaya memenuhi dan membiayai seluruh aktivitasnya, pesantren dituntut untuk mengembangkan wirausaha agar tidak bergantung baik kepada orang lain maupun pemerintah. Dalam konteks wirausaha itu, ada banyak pesantren yang dapat disebut sebagai contoh di antaranya Pondok Modern Darussalam Gontor Ponorogo, Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan Pondok dan Pesantren Sunan Drajat Lamongan. Ketiga pesantren tersebut, dapat dirujuk sebagai sumber informasi mengenai ikhtiar pesantren dalam mengembangkan wirausahanya.

A. Pondok Modern Gontor

Pondok Modern Gontor Ponorogo Jawa Timur merupakan satu di antara sekian pondok pesantren di Indonesia berupaya mengembangkan potensi wirausaha yang dimilikinya. Pengembangan potensi wirausaha itu dimulai sejak 1970 dengan membuka satu unit usaha, karena unit usaha yang dikembangkan makin bertambah banyak, Pondok Modern Gontor kemudian mendirikan koperasi pondok pesantren (kopontren) La Tansa. Koponten La Tansa, secara resmi, dibuka dan didaftarkan ke Departemen Koperasi dengan No.8371/BH/II/1986, bulan Juli 1996.

Pendirian Koperasi Pondok Pesantren (kopontren) La-Tansa merupakan realisasi dari Panca Jangka Pondok Modern yang ketiga

yakni *khizanatullah*/sumber dana. Pendirian unit-unit usaha bagi Pondok Gontor merupakan ikhtiar penggalian dana melalui usaha demi kemandirian Pondok Gontor. Kopontren ini dikelola oleh santri di bawah kontrol Ketua Yayasan Pemeliharaan dan Pengembangan Wakaf Pondok Modern (YPPWPM) dan Pimpinan Pondok Modern dengan sistem open manajemen.

Kopontren La-Tansa meliputi 30 unit usaha Pondok yang berlokasi di dalam dan di luar kampus yang seluruhnya dikelola oleh santri dan guru Pondok Modern. Keberadaan unit usaha tersebut merupakan pendidikan yang berharga bagi santri dan guru sebagai pengelola di bidang kewiraswastaan, dengan modal keikhlasan, kejujuran, kesungguhan, tanggung jawab, berani berkorban, dan tanpa pamrih, sehingga hasilnya dapat dirasakan bersama “dari santri, oleh santri, dan untuk santri”.

Unit usaha tersebut antara lain: toko buku La Tansa, Wisma Darussalam, La Tansa DC Mantingan, UKK Mini market, Bakso La Tansa, Kantin al-Azhar, Perkulakan dan Mie Ayam, Percetakan Darussalam, Fotocopy Asia, Air Minum La Tansa, Konveksi, Pabrik Es, Teh La Tansa, Es Krim, Pabrik Roti, Wartel Gambia, Wartel al-Azhar, KUK Palen, KUK Besi, BMT La Tansa, BMT Siman, Penggilingan Padi, Kendaraan, Wartel Sudan, Pemotongan Ayam, Apotik La Tansa, Toko Olah Raga La Tansa, Darussalam Coputer Centre, La Tansa Timur DC.¹⁴

Studi Nurul Iman terhadap pengelolaan wakaf Pondok Modern Gontor menyebutkan bahwa usaha perdagangan yang dikelola oleh Koperasi Pondok Pesantren (Kopontren) menyumbang dana sebesar Rp19.294.847.446,- (sembilan belas miliar dua ratus sembilan puluh empat juta delapan ratus empat puluh tujuh ribu empat ratus empat puluh enam rupiah). Hasil usaha perdagangan itu menyumbang sekitar sebesar 35% dari pendapatan pesantren dana iuran santri. Dana yang didapat dari iuran santri sendiri sebesar, Rp35.303.764.104 (tiga puluh lima milyar tiga ratus tiga juta tujuh ratus enam puluh empat ribu seratus empat rupiah).¹⁵

¹⁴ Muhammad Iqbal Fasa, "Manajemen Unit Usaha Pesantren: Studi Kaus Pondok Modern Darussalam Gontor I Ponorogo Jawa Timur" (Yogyakarta: Tesis Magister Ekonomi Islam UIN Sunan Kalijaga, 2004), hlm. 2-3.

¹⁵ Nurul Iman, "Wakaf dan Kemandirian Pendidikan: Studi Pengelolaan Wakaf di Pondok Modern Gontor Ponorogo" dalam Jurnal Studi Kependidikan dan Keislaman *Muaddib* Vol II No. 2 Juli_Desember 2012, hlm. 14.

Unit-unit usaha ekonomi Pondok Gontor dijalankan sesuai dengan prinsip *captive market* dan swakelola, itu berarti bahwa semua kegiatan ekonomi didanai dari internal Pondok, dijalankan oleh santri dan guru, dan jika terdapat keuntungan akan dikembalikan kepada Pondok. Prinsip swakelola dengan melibatkan guru, mahasiswa, dan santri dimasukkan sebagai bentuk pendidikan terhadap nilai-nilai pondok di bidang kemandirian, kewiraswastaan, keikhlasan, dan pengorbanan. Praktik ekonomi tersebut dalam bahasa Gontor disebut sebagai ekonomi "proteksi" yang akan terus dipertahankan dalam rangka keberlangsungan wakaf dan melindungi kepentingan Pondok.¹⁶

B. Pondok Pesantren Sidogiri Pasuruan

Wirausaha yang dikembangkan Pondok Pesantren Sidogiri adalah koperasi pondok pesantren (Kopontren). Selain sebagai sumber pendapatan, Kopontren Sidogiri, juga menjadi salah satu sarana pembelajaran dan implementasi pengetahuan fikih muamalah yang telah dipelajari para santri dari "kitab kuning". Kopontren Sidogiri dirintis oleh KA. Sadoellah Nawawie pada tahun 1961 M dan resmi berbadan hukum sejak tanggal 15 Juli 1997. Semenjak itu, Kopontren tersebut dikelola dengan manajemen yang profesional dan mampu menyumbang sekitar 70% subsidi biaya operasional pendidikan di Pondok Pesantren Sidogiri.¹⁷

Di awal berdirinya, Kopontren Sidogiri hanya berupa kedai makanan dan toko kelontong, pelanggan utamanya adalah para santri. Tidak ingin Kopontren tersebut statis, para pengurus koperasi kemudian berinisiatif untuk mengembangkan usaha koperasi tersebut agar bisa terus tumbuh pesat. Keinginan itu terbukti, kini Kopontren Sidogiri sudah memiliki 36 cabang yang tersebar di Jawa Timur. Jenis usaha yang dikembangkan pun beragam, dengan empat klasifikasi utama: ritel dan grosir, layanan jasa, penyerapan produk Usaha Kecil dan Menengah (UKM), serta industri dan manufaktur.

Kopontren Sidogiri dibagi dalam dua area, yakni *pertama*, kopontren yang ada dalam kompleks pondok yang sasaran utama

¹⁶ Nurul Iman, "Wakaf dan Kemandirian Pendidikan", hlm. 14.

¹⁷ Noor Ahmady, "Pesantren dan Kewirausahaan: Peran Pesantren Sidogiri Pasuruan dalam Mencetak Wirausaha Muda Mandiri," Executive Summary, IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2013.

pelanggannya adalah komunitas santri. Gerak usahanya adalah toko kitab, toko serba ada, dan warung makan; *kedua*, kopontren yang ada di luar pesantren yang sasaran utama pelanggannya adalah masyarakat umum. Gerak usahanya adalah toko serba ada, toko kebutuhan pokok, percetakan dan stationary, pertanian dan perekembunan, warpostel, dan mini market.

Selain usaha-usaha tersebut Kopontren Sidogiri juga bergerak di bidang produksi. Salah satu usaha di bidang ini adalah produksi air minum dalam kemasan (AMDK) dengan merk "Santri" dan "Giriway". Semula pabrik AMDK berada di Desa Pakoren Rembang Pasuruan, kemudian dipindahkan ke desa Umbulan Winongan Pasuruan. Alasan perpindahan itu, terkait keinginan pihak kopontren yang berkeinginan untuk meningkatkan kapasitas produksi. Daerah umbulan terkenal dengan sumber air alaminya yang bersih dan segar, dengan kualitas nomor satu. Pengelola berupaya terus mengembangkan usaha AMDK, upaya pengembangan itu dilakukan dengan cara mendirikan beberapa cabang di berbagai kota di Pulau Jawa dan Madura. Selain itu, pengelola juga berencana memproduksi air minum rasa.

Selain usaha-usaha tersebut, Pesantren Sidogiri juga mendirikan BPR dan BMT. Ada beberapa BMT yang sudah didirikan, di antaranya BMT I di Wonorejo, BMT II di Sidogiri, BMT III (Produksi dan Penjualan Padi), BMT IV Sidogiri (kantor pusat), BMT V di Warungdowo, BMT VI di Kraton, BMT VII di Rembang, BMT VIII (Selep Padi di Jetis), BMT IX di Nongkojajar, BMT X di Grati, dan BMT XI di Gondang Wetan. BPR dan BMT ini bersifat secara organisasi terpisah dengan organisasi pondok pesantren Sidogiri, tetapi secara nilai dan moral, usaha-usaha itu tetap terikat.

Keberhasilan Pondok Pesantren Sidogiri dalam mengembangkan usaha ekonominya tidak terlepas dari dukungan jejaring yang dibangun dengan instansi bisnis lainnya, selain itu, Pondok Pesantren Sidogiri juga menerapkan manajemen kewirausahaan yang variatif, sebagian terintegrasi dengan struktur pesantren dan sebagian lainnya terpisah dari struktur pesantren. Kebijakan tersebut memberikan dampak positif bagi keleluasaan pengembangan usaha yang dilakukan pesantren.¹⁸

¹⁸ *Ibid.*

C. Pondok Pesantren Sunan Drajat

Selain Pondok Gontor dan Sidogiri, Sunan Drajat dapat disebut sebagai contoh pesantren yang sukses mengembangkan wirausaha pesantren. Pondok pesantren ini terletak di Drajat Banjaranyar Paciran Lamongan.¹⁹ Dalam sistem pendidikannya pesantren ini menerapkan ajaran-ajaran Sunan Drajat. Selain menguasai ilmu agama, Sunan Drajat merupakan sosok wali yang menguasai ilmu ekonomi dan perdagangan. Dalam mengajarkan ilmu ekonomi, ia menekankan pentingnya untuk menerapkan kejujuran. Selain itu, salah satu prinsip yang ia tekankan adalah lebih baik memberi daripada meminta kepada orang lain. Penekanan tersebut mampu membawanya sampai ke jenjang kesejahteraan yang melimpah. Singkatnya, pada zamannya, Sunan Drajat merupakan tokoh agama yang menyiarkan agama Islam sembari mengembangkan perekonomian masyarakat setempat²⁰

Karena teladan itulah, Pengasuh Pesantren Sunan Drajat kemudian terdorong untuk menelorkan alumni pesantren yang tidak saja mampu menguasai dan memahami ilmu-ilmu keagamaan tetapi juga mampu berwirausaha. Dorongan pengasuh pesantren untuk memiliki santri yang mampu berwirausaha itu juga didasarkan atas *pertama*, Keinginan pesantren agar para santrinya menerapkan empat pandangan hidup Sunan Drajat, yakni (1) *wenehono mangan marang wong kang luwe* (berikan makanan kepada orang kelaparan); (2) *wenehono busono marang wong kang wudo* (berikan pakaian kepada orang telanjang); (3) *wenehono teken marang wong*

¹⁹ Pesantren ini didirikan pada tahun 1977 dan mengalami perkembangan yang pesat semenjak diasuh oleh Dr. KH. Abdul Ghafur pada awal tahun 1980-an. Dibawah pengasuh DR. KH Abdul Ghofur, Pondok Pesantren Sunan Drajat telah mencapai tingkat perkembangan yang luar biasa, baik dari bidang pendidikan, seni budaya, teknologi maupun agrobisnis. Dibidang Pendidikan terdapat bermacam-macam pendidikan mulai dari TK Muawanah, MI Mu'awanah, MTs Sunan Drajat, SMPN 2 Paciran, MA Ma'arif 7 Sunan Drajat, SMK NU 2 Paciran, SMK NU 1 Paciran, SMK Kelautan, Madrasah Mu'allimin Mu'allimat, STAIRA (Sekolah Tinggi Agama Islam Raden Qosim) dan Ma'had Aly. Di samping pendidikan formal, juga terdapat bidang pendidikan bidang keagamaan, yaitu pengajian kitab kuning, madrasah diniyah, madrasatul Qur'an dan forum kajian kitab salafy.

²⁰ Anonim, "Pondok Pesantren Sunan Drajat", dalam *Tabloid Pesantren*, Edisi 2 Tahun 2013, hlm.21

kang wuto (berikan tongkat kepada orang buta); dan (4) *wewehono payung marang wong kang kudanan* (beri payung kepada orang yang kehujanan). Kedua, keinginan pesantren agar santrinya mampu menjaga keseimbangan antara kehidupan dunia dan akhirat. Bahwa hidup itu harus seimbang antara tuntutan kehidupan dunia dan akhirat. Sebelum masuk ke alam akhirat, manusia hidup di alam dunia, untuk mencari dan mengumpulkan bekal untuk kehidupan akhirat.

Berdasarkan ajaran-ajaran inilah, Pondok Pesantren Sunan Drajat tidak hanya unggul dalam bidang ilmu agama, tetapi juga unggul dalam bidang ekonomi dan bisnis. Pondok pesantren ini menyadari bahwa setelah santri lulus dari pesantren tidak semua santri harus bergelut dalam bidang agama, kalaupun mereka bergelut di bidang agama mereka diharapkan mampu hidup mandiri dengan berwirausaha.

Untuk melatih santri berwirausaha, Pesantren Sunan Drajat kemudian mendirikan berbagai unit usaha. Sampai saat ini setidaknya sudah ada 20 unit usaha yang berhasil didirikan dan dikelola. Tentu saja, tidak semua santri terlibat dalam pengelolaan unit usaha itu, sedikitnya ada 200 santri yang terlibat dalam pengelolaan unit usaha yang didirikannya.

Unit usaha yang didirikan dan dikembangkan Pesantren Sunan Drajat cukup beragam, di antaranya unit usaha pengolahan garam, pertambangan, perikanan, radio FM, pengolahan air minum, TV PERSADA, Penyewaan alat berat, Toserba SMESCO Mart, Mini Market "SUNAN DRAJAT", Peternakan sapi dan kerbau, Peternakan bebek pedaging, konveksi, Pabrik Roti, Furniture, Fotografi, Bertani, Produksi Jus Mengkudu "Sunan", Produksi Minyak Kayu Putih, Penanaman Mengkudu seluas 10 Ha, Kerajinan dari limbah kulit, Pembuatan madu asma' "Tawon Bunga", Koperasi, dan seterusnya.

Sumber dana pengelolaan pendidikan pondok pesantren ini berasal dari hasil pengelolaan unit usaha yang berada dibawah naungan Pondok Pesantren, serta iuran para santri atau siswa setiap bulan. Uang dari unit usaha, untuk pengembangan sarana Pondok Pesantren, sedang uang hasil iuran santri untuk keperluan pelaksanaan program belajar mengajar, termasuk listrik dan kesehatan. Pengembangan usaha saat ini dititikberatkan pada pembangunan industri, adap juga yang menjadi rencana

pengembangan adalah meningkatkan diversifikasi jenis usaha agar lebih produktif, yaitu dengan melakukan kerja sama dengan institusi atau lembaga yang kompeten di dunia usaha, serta menjalin kerja sama dengan perusahaan di seluruh Indonesia khususnya di daerah Lamongan, guna peningkatan kualitas dan kuantitas usaha yang ada. Tanah yang digunakan untuk usaha antara lain, lahan gunung kapur seluas 10 ha, lahan Phosphat seluas 30 Ha, tanah untuk pengembangan agribisnis seluas 30 Ha, tanah wali santri dan alumni yang digunakan untuk pengembangan usaha 300 Ha.

Dari semua unit usaha tersebut, pesantren Sunan Drajat mampu mandiri. Untuk pengembangan unit-unit usaha tersebut, Pondok Pesantren Sunan Drajat menjalin hubungan dan kerjasama dengan pihak lain seperti Kementerian Perindustrian dan Pergadangan Kab. Lamongan, Kementerian Pertanian, Perhutani (khususnya dalam pengembangan usaha pembuatan minyak kayu putih), Komenterian Koperasi Kab. Lamongan (melatih manajemen dan pemasaran), Kamar Dagang dan Industri/KADIN Kab. Lamongan (membantu memperlancar pemasaran berbagai produk unit usaha yang dikembangkan pesantren Sunan Drajat) dan paguyuhan wali santri yang terdiri dari 100 orang yang akan menunjang kelancaran pelaksanaan berbagai program terutama pengadaan sarana dan prasarana. Kesuksesan KH. Abdul Ghafur dalam memberdayakan Pondok Pesantren Sunan Drajat di bidang ekonomi bertumpu pada motto beliau, yakni "Membantu yang lemah dan meminta doanya, membantu yang kuat dan kaya dan menerima sumbangannya, serta menyalurkan hasil sumbangannya untuk kesejahteraan santri dan mengembangkan Pondok Pesantren." Kunci kesuksesan tersebut telah membawanya mendapatkan Piala Kalpataru tahun 2006 sebagai pembina lingkungan terbaik, berkat jasanya mempelopori dalam penghutanan lahan kritis dengan tanaman mengkudu. KH. Abdul Ghaffur juga mendapat penghargaan dari Harian Bisnis Indonesia sebagai pengusaha usaha kecil menengah (UKM) terbaik di Jawa Timur tahun 2007. Pada tahun yang sama, juga mendapat gelar Doktor Honoris Causa dari America Institut of Management Hawai di Amerika.²¹

²¹ *Ibid.*,

IV. Program CSR PT Bank Mandiri

Ada tiga alasan mendasar mengapa PT Bank Mandiri dipandang mampu mengemas konsep *corporate social responsibility* secara penuh melalui program-programnya: *Pertama*, karena Bank Mandiri mampu mengimplementasikan program-program CSR-nya bagi kepentingan pembangunan masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan. *Kedua*, instansi di sektor industri perbankan itu mampu mengarahkan program-program CSR-nya pada pembangunan individu dan lingkungan sosial masyarakat.²² *Ketiga*, rumusan kebijakan dan program CSR-nya fokus pada program-program yang bergerak di bidang pendidikan dan yang selaras dengan tujuan Bank Mandiri. Program kemitraan dan Bina Lingkungan, misalnya merupakan program pemberdayaan sosial masyarakat yang bertujuan meningkatkan kompetensi usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.

Program utama CSR Bank Mandiri adalah program Wirausaha Muda Mandiri. Program ini digulirkan pertama kali tahun 2007 dan mencerminkan wujud kontribusi Bank Mandiri dalam mendukung perkembangan dan pertumbuhan ekonomi bangsa melalui pemberdayaan generasi muda yang berkesinambungan.²³ Sasaran program tersebut adalah mahasiswa. Dalam program ini, mahasiswa diajak untuk berpikir dan berani berwirausaha. Selain itu, program ini juga berupaya menanamkan kesadaran kepada mahasiswa agar setelah menyelesaikan studinya, tidak hanya berpikir untuk sekadar menjadi karyawan, mengingat keterbatasan ketersediaan lapangan kerja di sektor formal. Mendidik mahasiswa untuk menjadi pengusaha, tidak hanya berarti mengharap mereka menjadi individu yang mandiri, tetapi juga mengharap mereka mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang lain di sekitarnya. Karena semakin banyaknya pengusaha dan lapangan pekerjaan yang diciptakan akan mendukung upaya pengentasan kemiskinan dan peningkatan kualitas hidup masyarakat.²⁴

²² Syaifa Tania, "Corporate Social Responsibility di Indonesia Prinsip dan Aplikasi", dalam Nunung Prajarto (Editor), *CSR Indonesia Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik* (Yogyakarta: Fisipol UGM, 2012), hlm. 75-100.

²³ *Ibid.*,

²⁴ *Ibid.*,

Bentuk kegiatan program Wirausaha Muda Mandiri adalah kegiatan workshop, penghargaan, beasiswa, dan pendampingan wirausaha. Para wirausahawan yang telah berhasil di bidangnya diajak untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan dengan para mahasiswa lain yang mengikuti program yang sama. Dari berbagi pengalaman itu, mahasiswa diharapkan terinspirasi dan termotivasi untuk menciptakan lapangan kerja sendiri. Sementara kegiatan penghargaan bertujuan untuk memberi apresiasi kepada generasi muda yang telah melaksanakan kegiatan wirausaha. Penghargaan itu, diharapkan menjadi inspirator sekaligus ikon generasi muda yang mandiri, kreatif, dan sukses. Pemberian beasiswa "Wirausaha Muda Mandiri" dilakukan sebagai bentuk apresiasinya kepada para mahasiswa yang telah berani menjadi wirausahawan. Mengingat saat ini jumlah generasi muda yang berani menjadi pengusaha terhitung masih sedikit dan kerap dihadapkan pada keterbatasan modal usaha, maka pemberian beasiswa ini diharapkan mampu menjadi mengatasi keretbatasan model tersebut.²⁵

Program CSR Bank Mandiri yang berusaha membangkitkan semangat generasi muda untuk menjadi pengusaha itu diwujudkan pula dengan menyusun modul kewirausahaan yang diharapkan dapat diterapkan dalam kegiatan perkuliahan di berbagai universitas. Penyusunan modul ini tidak terbatas hanya pada materi-materi aplikatif, namun juga disesuaikan dengan materi akademik yang diajarkan di bangku perkuliahan. Untuk menyelaraskan materi aplikatif dan akademis dalam modul kewirausahaan ini Bank Mandiri menjalin kerja sama dengan enam perguruan tinggi terkemuka di Indonesia.²⁶

Upaya Bank Mandiri menjalankan program "Wirausaha Muda Mandiri" mencakup rangkaian kegiatan pembinaan dan pengembangan potensi para finalis yang berkompetisi memperebutkan penghargaan "Wirausaha Muda Mandiri". Rangkaian kegiatan pembinaan ini meliputi program pelatihan, pendampingan berwirausaha, pameran, dan publikasi. Dalam program pelatihan dan pendampingan berwirausaha, para finalis secara intensif dan integratif diajak mempertajam sensivitas mereka terhadap aspek

²⁵ *Ibid.*,

²⁶ *Ibid.*,

etika dalam kewirausahaan, tanggung jawab dalam partisipasi pembangunan masyarakat, serta pandangan kewirausahaan sebagai bekal masing-masing finalis dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya. Para finalis juga diberi kesempatan aktivitas promosi produk bisnis melalui berbagai kegiatan pameran yang didukung oleh Bank Mandiri. Di samping itu, Bank Mandiri juga mendukung publikasi mereka di berbagai media sehingga mampu meningkatkan kesadaran masyarakat dan mampu menginspirasi masyarakat luas untuk ikut berwirausaha.

Rangkaian program CSR Bank Mandiri yang dimulai dengan program pelatihan, pendampingan wirausaha, pameran, workshop dan penghargaan yang diberikan kepada finalis-finalis "Wirausaha Muda Mandiri" merupakan investasi berharga yang ditanamkan pada diri masing-masing finalis. Meskipun investasi ini bukan berupa investasi material seperti yang umumnya terjadi dalam relasi antara suatu perusahaan dengan investor, program wirausaha mandiri jelas merupakan aset tidak tampak bagi kelangsungan bisnis Bank Mandiri selanjutnya. Dengan demikian konsep keberlanjutan dalam program ini sangat terasa. Bagi para finalis Wirausaha Muda Mandiri, pengetahuan dan pengalaman yang mereka peroleh dapat menjadi bekal yang baik bagi diri dan bisnis mereka. Selain itu dukungan Bank Mandiri terhadap aktivitas bisnis mereka memungkinkan mereka untuk berkembang lebih besar sehingga mereka nantinya diharapkan dapat semakin membuka peluang lapangan kerja bagi orang lain. Bagi Bank Mandiri sendiri program "Wirausaha Muda Mandiri" ini tentu akan tetap menjadi investasi jangka panjang karena para finalis yang telah berhasil mengembangkan bisnisnya kemungkinan besar akan menjadi nasabah loyal Bank Mandiri.²⁷

A. Wirausaha Muda Mandiri Goes to Pesantren

Paparan tentang tiga pondok pesantren yang memiliki beragam unit usaha di atas, sekali lagi menunjukkan bahwa dunia wirausaha sejatinya bukan suatu yang asing bagi pesantren, dan tiga pesantren yang disebutkan merupakan eksplorasi saja dari berbagai pesantren yang bergelut di bidang wirausaha. Meskipun bergelut di bidang wirausaha, tiga pondok pesantren tersebut sama sekali

²⁷ *Ibid.*

tidak mengabaikan proses belajar mengajar yang ada di pesantren. Justru bidang wirausaha itu, menjadi sarana pembelajaran bagi santri. Selain itu, pesantren tersebut mampu mandiri untuk membiayai operasional pendidikan mereka sendiri. Karena itu, pengembangan wirausaha di pesantren merupakan suatu keniscayaan terutama jika pesantren mau menjadi pesantren yang mandiri secara finansial dalam membiayai operasional pendidikannya, tanpa bergantung pada sumbangan donatur, dermawan, dan pemerintah.

Harus disebutkan, sampai saat ini masih banyak pesantren menghadapi kendala operasional pendidikan, karena biaya operasional pendidikan yang dibutuhkan untuk menjalankan roses belajar mengajar di pesantren tidaklah kecil. Karena itu, hampir semua pesantren pasti mau mengembangkan wirausaha. Persoalannya, tidak semua pesantren mampu untuk itu, akibat keterbatasan sumber daya yang mereka miliki. Di sinilah pesantren membutuhkan mitra untuk pengembangan wirausaha. Salah satu partner yang tertarik untuk mengembangkan potensi wirausaha pesantren adalah PT Bank Mandiri tbk melalui program CSR-nya yang disebut dengan "Wirausaha Muda Mandiri Goes to Pesantren". Pertanyaannya kemudian adalah apa itu program "Wirausaha Muda Mandiri Goes to Pesantren" dan mengapa BUMN tersebut tertarik untuk mengembangkan potensi wirausaha pesantren?

B. Alasan Mengembangkan Potensi Wirausaha Pesantren

Wirausaha Muda Mandiri (WMM) goes to Pesantren merupakan kegiatan yang dilaksanakan dalam bentuk workshop kewirausahaan dan secara khusus dirancang untuk pesantren. Dalam Workshop tersebut santri diberi kesempatan untuk memeroleh materi-materi tentang peluang wirausaha sesuai dengan potensi yang ada di lingkungan sekitar pesantren. Mengapa memilih pesantren?

Pertama, Bank Mandiri melihat pesantren telah melahirkan santri dengan bekal agama yang cukup, akan tetapi, karena tidak memiliki materi dan fasilitas pendukung. hanya beberapa alumni saja yang siap turut serta membangun ekonomi bangsa. Dilihat dari sisi ini, pesantren memiliki potensi besar untuk mencetak wirausaha muda yang potensial. Pesantren memiliki santri yang cukup besar. Ada ribuan pesantren di Indonesia dengan ribuan santri yang dimilikinya. Catatan Kementerian Agama RI Tahun 2011

menunjukkan bahwa jumlah santri di seluruh Indonesia sebanyak 6.523.000 santri. Jika santri-santri ini tidak hanya dididik ilmu-ilmu agama dan umum, tetapi juga dididik wirausaha, pesantren tentu akan melahirkan ribuan calon wirausaha yang agamis.²⁸ Tetapi, karena berbagai peristiwa kekerasan bernuansa agama yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir ini, pesantren justru diterpa isu negatif sebagai tempat pendidikan radikal, agresif, tertutup bagi dunia luar, bahkan sulit menerima perubahan.

Kedua, Bagi Bank Mandiri pesantren merupakan institusi pendidikan yang telah mengakar di tengah-tengah masyarakat. Karena itu, pendidikan pesantren merupakan kekuatan yang tepat untuk membangkitkan semangat santri dalam meraih kemajuan hidup. *Ketiga*, eksistensi pesantren di tengah-tengah masyarakat memiliki fungsi strategis untuk mengembangkan sentra ekonomi serta turut meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Karena itu, pesantren perlu diberi pembinaan dan pendampingan agar mampu mengasah kemampuan bisnis yang sesuai dengan kearifan lokal. Dengan kata lain, bagi Bank Mandiri, pesantren memiliki potensi yang cukup besar untuk dijadikan wadah penciptaan wirausaha baru demi pengembangan usaha berbasis lokal di tengah-tengah masyarakat.

Keempat, Bank Mandiri ingin menunjukkan, pesantren dapat berperan dalam pembangunan perekonomian bangsa. Peran itu ditunjukkan pesantren dengan menciptakan wirausaha baru yang mandiri dan tangguh. Untuk itulah bank mandiri bekerja sama dengan banyak pihak untuk memberikan pendidikan dan pelatihan berwirausaha aplikatif kepada para santri. Kurikulum pelatihan disesuaikan dengan kurikulum yang ada di pesantren sehingga dapat langsung diimplementasikan. *Kelima*, Bank Mandiri ingin

²⁸ Hal itu senada dengan pandangan Direktur Utama Bank Mandiri Zulkifli Zaini, yang menyatakan, kegiatan wirausaha usaha muda goes to pesantren ingin menyebarkan virus kewirausahaan kepada para santri dengan harapan dapat meningkatkan keterampilan dan menumbuhkan jiwa wirausaha mereka. Santri yang telah didik dalam workshop itu diharapkan menjadi wirausaha-wirausaha muda potensial yang agamis. Pandangan itu dikemukakan oleh Zulkifli Zaini pada workshop "wirausaha Muda Mandiri Goes to Pesantren yang diselenggarakan di Pondok Pesantren Qodratullah Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan pada Kamis 13 September 2012.

mendorong pesantren agar dapat berperan dalam perekonomian nasional. Keberadaan pesantren di tengah masyarakat memiliki makna strategis dalam rangka mengembangkan sentra ekonomi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

C. Bentuk dan Pelaksanaan Program Wirausaha Goes to Pesantren

Program "Wirausaha Muda Mandiri Goes to Pesantren" dilaksanakan dalam bentuk workshop peningkatan kewirausahaan. Peserta utamanya adalah para santri dari berbagai pesantren sekitar pelaksanaan workshop. Program dirintis pertama kali di Pesantren al-Yasini Pasuruan dan diikuti oleh sekitar 400 peserta yang berasal dari berbagai pesantren yang terdapat di Pasuruan, Malang, Probolinggo, Situbondo dan Lumajang. Dalam kegiatan ini Bank Mandiri menghadirkan beberapa narasumber seperti Ainur Rofiq (pengusaha nasional), Ridwan Abadi (pemenang kedua Wirausaha Muda Mandiri 2010), Fauzan Hangriawan (pemenang pertama WMM 2010), dan Fauzan T Hananto (finalis WMM), para narasumber itu menyampaikan pengalaman dan kiat-kiat berwirausaha. Workshop kewirausahaan itu juga dirangkai dengan kegiatan-kegiatan lainnya seperti pelatihan usaha kuliner, internet marketing, pertanian, budidaya lele, *entrepreneur camp*,²⁹ magang usaha, serta peningkatan modal usaha para santri pondok pesantren. Khusus untuk kegiatan budidaya lele, pelaksanaannya dilakukan di 8 pesantren di Jawa Timur.³⁰

Setelah dilaksanakan di Pondok Pesantren al-Yasini Pasuruan, program ini juga dilaksanakan di berbagai pesantren di Indonesia, di antara pesantren-pesantren itu adalah Pondok Pesantren API Tegalrejo Magelang, Pondok Pesantren Monanjaya Tasikmalaya, Pondok Pesantren Darussalam Martapura Kalimantan Selatan, Pondok Pesantren Bago Lombok Nusa Tenggara Barat. jumlah santri telah dilatih dalam program tersebut sebanyak 3000 santri dari 50 pesantren di lima kota tersebut.

²⁹ Pelaksanaan *entrepreneur camp* di Pondok Pesantren al-Yasini diikuti oleh 48 pesantren dari wilayah Jawa Timur.

³⁰ <http://csr.bankmandiri.co.id/wirausaha-muda-mandiri-rambah-pesantren-3/>

Pada 2013-2014, Bank Mandiri kembali menggelar workshop wirausaha muda mandiri di Pondok Pesantren A-Nur I Bululawang Malang, Pondok Pesantren al-Hikmah 2 Benda Brebes dan Pondok Pesantren Wali Songo Pontianak Kalimantan Barat, Pondok Pesantren Darunnaim Pontianak, Pondok Pesantren al-Kautsar al-Akbar Medan. Kegiatan WMM Goes to Pesantren juga diselenggarakan Bank Mandiri di Pondok Pesantren Qodratullah di Palembang Sumatera Selatan, kegiatan ini diikuti 700 santri dan santriwati yang berasal dari 20 pondok pesantren se-Sumatera selatan. Kegiatan yang berlangsung satu hari itu menghadirkan tiga pembicara, yakni pengusaha nasional Aunur Raofiq, Sutradara Ipang Wahid, dan Syaiful Hadi.

Bank Mandiri juga menyebarkan virus wirausaha di Pondok Pesantren IMIM Makassar, Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan, Pondok Pesantren Raudlatul Ulum Trangkil Pati Jawa Tengah. Jumlah keseluruhan santri yang telah dilatih Wirausaha Muda Mandiri sejak tahun 2012-2015 sebanyak 7100 santri di 13 kota di seluruh Indonesia.

Selain menghelat workshop, Bank Mandiri juga memberikan bantuan dalam bentuk hibah sebesar Rp200 juta yang digunakan untuk merenovasi masjid dan 50 juta untuk pengadaan komputer. Bantuan tersebut ditujukan untuk meningkatkan kualitas sarana ibadah dan pendidikan di Pondok Pesantren al-Yasini.³¹ Di Pondok Pesantren API Tegalrejo Magelang, Bank Mandiri juga memberikan hibah sebesar Rp200 juta guna keperluan pembangunan asrama *entrepreneur* di Pondok Pesantren tersebut. Di Lombok, Bank Mandiri menyerahkan bantuan sebesar Rp275 juta guna pengadaan sarana pendidikan bagi 10 pesantren di wilayah Lombok Timur.

Di Pontianak Bank Mandiri memberikan bantuan kemitraan kepada 10 pesantren. Sementara di Medan, Bank Mandiri menyerahkan hibah pengadaan sarana pendidikan senilai 50 juta untuk pondok pesantren al-Kautsar al-Akbar dan Rp225 juta untuk 9 pondok pesantren lainnya di wilayah Medan.

Dalam kegiatan WMM goes to Pesantren di Pondok Pesantren Qodratullah Palembang, Bank Mandiri menyalurkan bantuan senilai Rp1,1 miliar kepada 19 pondok pesantren. Masing-masing

³¹ *Ibid.*

memeroleh Rp50 juta guna keperluan pengadaan komputer dan buku perpustakaan. Sementara Pondok Pesantren Qodratullah sebagai tuan rumah pelaksanaan workshop memeroleh dana sebesar Rp100 juta untuk keperluan pembangunan 1 lokal kelas.

V. Penutup

Alasan-alasan yang mendorong Bank Mandiri tertarik untuk melaksanakan kegiatan WMM Goes to Pesantren adalah: *Pertama*, Bank Mandiri melihat, pesantren memiliki potensi besar untuk mencetak wirausaha muda yang potensial. *Kedua*, bagi Bank Mandiri pesantren merupakan institusi pendidikan yang telah mengakar di tengah-tengah masyarakat karena itu pendidikan pesantren merupakan kekuatan yang tepat untuk membangkitkan semangat santri dalam meraih kemajuan hidup. *Ketiga*, Eksistensi pesantren di tengah-tengah masyarakat memiliki fungsi strategis untuk mengembangkan sentra ekonomi serta turut meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Keempat*, Bank Mandiri ingin menunjukkan, pesantren dapat berperan dalam pembangunan perekonomian bangsa. *Kelima*, Bank Mandiri ingin mendorong pesantren agar dapat berperan dalam perekonomian nasional. Karena keberadaan pesantren di tengah masyarakat memiliki makna strategis dalam rangka mengembangkan sentra ekonomi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Wirausaha Muda Mandiri Goes to Pesantren dilaksanakan dalam bentuk workshop kewirausahaan. Peserta workshop berasal dari santri pesantren. Workshop dilaksanakan dengan cara memberikan materi-materi kewirausahaan. Workshop kewirausahaan itu juga dirangkai dengan kegiatan-kegiatan lainnya seperti pelatihan usaha kuliner, internet marketing, pertanian, budidaya lele, *entrepreneur camp*, magang usaha, serta peningkatan modal usaha para santri pondok pesantren. Pemateri workshop berasal dari alumni kegiatan Wirausaha Muda Mandiri. Jumlah keseluruhan santri yang telah dilatih Wirausaha Muda Mandiri sejak tahun 2012-2015 sebanyak 7100 santri di 13 kota di seluruh Indonesia.

A. Rekomendasi

Upaya Bank Mandiri menjalankan program WMM Goes to Pesantren harus diapresiasi karena program tersebut merupakan

kontribusi positifnya kepada pesantren. Ada ribuan santri di seluruh wilayah di Indonesia yang telah dilatih untuk berwirausaha. Meskipun begitu WMM Goest to Pesantren diharapkan jangan hanya sebagai rangkaian kegiatan "Wirausaha Muda Mandiri". Program WMM Goes to Pesantren harus dikemas independen dan terlepas dari bayang-bayang sang induk "Wirausaha Muda Mandiri".

Jika Bank Mandiri memang serius untuk mencetak wirausaha muda yang agamis melalui institusi pesantren, ia harus menjadikan program WMM Goes to Pesantren sebagai program unggulan CSR-nya. Santri yang sudah dilatih perlu dibina melalui pelbagai program pelatihan, pendampingan berwirausaha, pameran, dan publikasi, seperti yang dilakukannya pada program induknya.

Karena banyak jumlah santri yang sudah dilatih, mungkin harus ada semacam seleksi. Santri-santri yang menonjol direkrut kembali dalam program pelatihan dan pendampingan berwirausaha. Para santri tersebut secara intensif dan integratif diajak kembali mempertajam sensivitas mereka terhadap aspek etika kewirausahaan, tanggung jawab dalam partisipasi pembangunan masyarakat, serta pandangan kewirausahaan. Hal demikian sangat penting sebagai bekal mereka dalam melaksanakan aktivitas bisnis.

Rintisan WMM Goes to Pesantren seperti yang dilakukan di Pondok Pesantren al-Yasini Pasuruan perlu dikembangkan kembali. Sehingga workshop kewirausahaan di berbagai pesantren tidak hanya berlangsung sehari tetapi perlu kegiatan-kegiatan lain yang aplikatif dan dapat segera diterapkan dalam praktik wirausaha. Jika hal itu dilakukan impian Bank Mandiri untuk mencetak dan mengembangkan alumni pesantren sebagai wirausaha muda yang agamis akan terwujud bukan sekadar cita-cita yang tak kunjung bisa digapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmady, Noor. 2013. "Pesantren dan Kewirausahaan: Peran Pesantren Sidogiri Pasuruan dalam Mencetak Wirausaha Muda Mandiri," Executive Summary, IAIN Sunan Ampel Surabaya.
- Azra, Azyumardi. 2012. *Pendidikan Islam: Tradisi dan Modernisasi di Tengah Tantangan Millenium III*, Jakarta: Kencana Prenda Media Group.
- Dhofier, Zamakhsari. 1994. *Tradisi Pesantren*, Jakarta: LP3ES.
- Fasa, Muhammad Iqbal. 2004. "Manajemen Unit Usaha Pesantren: Studi Kaus Pondok Modern Darussalam Gontor I Ponorogo Jawa Timur", Yogyakarta: Tesis Magister Ekonomi Islam UIN Sunan Kalijaga.
- Iman, Nurul. 2012. "Wakaf dan Kemandirian Pendidikan: Studi Pengelolaan Wakaf di Pondok Modern Gontor Ponorogo" dalam Jurnal Studi Kependidikan dan Keislaman *Muaddib* Vol II No. 2 Juli_Desember 2012, hlm. 14-48.
- Kementerian Agama RI, *Tabloid Pesantren*, edisi 2/ 2013.
- Madjid, Nurcholish, 1997. *Bilik-bilik Pesantren: Sebuah Potret Perjalanan*, Jakarta: Paramadina.
- Mastuhu, 1994. *Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren: Suatu Bagian tentang Unsur dan Nilai Sistem Pendidikan Pesantren*, Jakarta:INIS.
- Solichin, Mohammad Muchlis. 2012. "Rekontruksi Pendidikan Pesantren sebagai Character Building Menghadapi Tantangan Kehidupan Modern," dalam *Karsa* Vol. 20 No. 1 Tahun 2012, hlm. 60.

Tania, Syaifa, 2012. "Corporate Social Responsibility di Indonesia Prinsip dan Aplikasi", dalam Nunung Prajarto (Editor), *CSR Indonesia Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik*, Yogyakarta: Fisipol UGM.

Tim Departemen Agama RI, 2003. *Pola Pengembangan Pondok Pesantren*, Jakarta: Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama Islam.

<http://csr.bankmandiri.co.id/wirausaha-muda-mandiri-rambah-pesantren-3/> diakses tanggal Juni 2015

CSR MELALUI *MICROFINANCE* UNTUK PEMBERDAYAAN PEREMPUAN

Dina Martiany

"When a destitute mother starts earning an income, her dreams of success invariably center around her children. A woman's second priority is the household. She wants to buy utensils, build a stronger roof, or find a bed for herself and her family. A man has an entirely different set of priorities. When a destitute father earns extra income, he focuses more attention on himself. Thus money entering a household through a woman brings more benefits to the family as a whole." — Muhammad Yunus, Banker to the Poor: Micro-Lending and the Battle Against World Poverty

I. Pendahuluan

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggungjawab Sosial Perusahaan (TSP) yang berkembang selama ini, sejalan dengan prinsip *Sustainable Development/Pembangunan Berkelanjutan*. Konsep *Sustainable Development* ini muncul sejak *United Nations World Commission on Environment and Development* (WCED) Tahun 1987 di Oslo.¹ Pembangunan berkelanjutan mencakup tiga pilar utama, yaitu: pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan.

Keberadaan CSR menunjukkan bahwa perusahaan memegang peranan penting dalam pelaksanaan pembangunan berkelanjutan di suatu negara. Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menjaga kelestarian lingkungan dan memajukan kesejahteraan masyarakat di sekitar tempat usahanya. *International Institute for Sustainable Development* (IISD) menjelaskan bahwa perusahaan berperan dalam

¹ Dalam laporan Komisi tersebut, *"Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future"* atau *"Brundtland Report"*, disebutkan bahwa pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang berprinsip memastikan pemenuhan kebutuhan masa sekarang tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri, <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>. Diakses pada 19 Juni 2015.

pembangunan berkelanjutan dengan mengadopsi strategi bisnis dan kegiatan yang memenuhi kebutuhan perusahaan dan *stake holders* pada masa kini, sekaligus melindungi, mempertahankan, dan meningkatkan sumber daya manusia dan sumber daya alam yang akan dibutuhkan di masa depan.²

Sejalan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan, pada tahun 1994 John Elkington mengemukakan *framework* bisnis berkelanjutan (*sustainable business*)³, yang digambarkan dalam "*Triple Bottom Line (TBL)*". Dalam TBL, unsur suatu bisnis atau usaha dapat dikatakan *sustainable* apabila menjalankan tiga pilar, yaitu: kesejahteraan ekonomi, kualitas lingkungan, dan keadilan sosial. Prinsip TBL tersebut menjadi dasar CSR yang mengedepankan etika kepedulian dan kepekaan perusahaan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

Saidi dan Abidin⁴ menjelaskan tiga tahap yang dapat memotivasi perusahaan untuk melakukan CSR, yaitu: tahap pertama, *corporate charity*, atau dorongan amal berdasarkan motivasi keagamaan; tahap kedua, *corporate philanthropy*, yaitu dorongan kemanusiaan yang biasanya bersumber dari norma dan etika universal; dan tahap ketiga, *corporate citizenship*, yaitu motivasi kewargaan demi mewujudkan keadilan sosial berdasarkan prinsip keterlibatan sosial. Apabila dicermati dari ketiga motivasi tersebut di atas, dapat dilihat adanya pergeseran paradigma CSR yang awalnya bersifat "membantu dan beramal kepada sesama", menjadi paradigma "memberdayakan masyarakat" yang sifatnya lebih berkelanjutan.

CSR melalui pemberdayaan masyarakat semakin banyak dilakukan oleh perusahaan. Sasarannya untuk peningkatan kapasitas kelompok masyarakat yang lemah dan kurang beruntung

² The International Institute for Sustainable Development (IISD), *Business Strategy for Sustainable Development: Leadership and Accountability for the 90s*, 1992, https://www.iisd.org/business/pdf/business_strategy.pdf. Diakses pada 19 Juni 2015.

³ John Elkington. *Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Capstone, Oxford, 1997.

⁴ Zaim Saidi dan Hamid Abidin. *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*, Jakarta: Piramedia. 2004, dalam Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri-Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. Bandung, Refika Aditama, 200. Hal. 106.

(disadvantage group), agar mereka memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dasarnya; melaksanakan kegiatan ekonomi; menjangkau dan memobilisasi sumber daya; serta berpartisipasi dalam kegiatan sosial.⁵ Adapun pemberdayaan masyarakat yang dianggap efektif untuk mengentaskan kemiskinan, salah satunya adalah melalui *microfinance*. Hal ini senada dengan pendapat *Director Leiden Ethnosystems And Development Programme (LEAD)* dari Universitas Leiden, Prof. Dr. L. Jan Slikkerveer, yang mengatakan bahwa *integrated microfinance management* yang dilakukan untuk pemberdayaan masyarakat, termasuk perempuan; akan dapat memberikan dampak bagi masyarakat secara luas, terutama untuk mengentaskan kemiskinan.⁶ Pada tahun 2005, dalam *United Nation World Summit* pun telah dinyatakan adanya pengakuan akan kebutuhan terhadap akses layanan keuangan, khususnya untuk masyarakat miskin, termasuk melalui *microfinance* dan *microcredit*.⁷

Bericara tentang kemiskinan, akan selalu terkait dengan perempuan, baik secara perseorangan maupun sebagai komunitas. Perempuan memegang peranan penting dalam perekonomian rumah tangga miskin, terutama dalam mengelola kebutuhan domestik. Menurut IFAD (*the International Fund for Agricultural Development*)⁸, beberapa tahun ini potensi pemberdayaan dari *microfinance* telah dicanangkan semakin luas, dengan perempuan sebagai aktor utama. Motivasinya adalah keinginan untuk melibatkan perempuan dalam proses pembangunan, agar dapat mencapai hasil pembangunan dan pertumbuhan yang berkelanjutan. *Microfinance* dianggap sebagai

⁵ Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri-Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan* (Corporate Social Responsibility). Bandung, Refika Aditama, 2007. Hal. 110.

⁶ Disampaikan pada saat menjadi *keynote speaker* acara International Seminar: “*Integrated Microfinance Management: Towards Corporate Social Responsibility of Banking Institutions for Sustainable Development in Indonesia*”, di Universitas Padjajaran, 22 Februari 2014, <http://www.unpad.ac.id/2014/02/integrated-microfinance-management-bisa-tekan-angka-kemiskinan/>, diakses pada 18 Juni 2015.

⁷ *Blue Book: Building Inclusive Financial Sectors for Development*, United Nations, Mei 2006, http://www.uncdf.org/sites/default/files/Documents/bluebook_1.pdf, diakses pada 21 Juni 2015.

⁸ IFAD (the International Fund for Agricultural Development), *Women's Empowerment and Microfinance: An Asian Perspective Study*, Desember 2011.

salah satu strategi pemberdayaan perempuan, karena di berbagai belahan dunia masih terdapat fakta bahwa perempuan merupakan kelompok yang lebih miskin dalam populasi masyarakat miskin di dunia; dan kenyataan bahwa mereka lebih banyak membelanjakan pendapatan mereka untuk kesejahteraan keluarga.

Adanya pemikiran logis yang menyatakan *microfinance* potensial untuk pemberdayaan perempuan sama dengan model pemberdayaan ekonomi, dimana *microfinance* membuat perempuan mandiri secara ekonomi dengan memberikan modal dan sumber daya ekonomi di tangan mereka. Kemandirian ekonomi menghasilkan *bargaining power* di dalam keluarga dan komunitas perempuan, dan meningkatkan pengaruh, serta kepercayaan diri perempuan.⁹ Menurut Cheston dan Kuhn¹⁰ dengan memberikan perempuan akses terhadap modal kerja dan pelatihan, *microfinance* akan membantu perempuan memobilisasi kapasitas produktif dirinya untuk mengurangi kemiskinan dan memaksimalkan manfaat ekonomi. Berbagai hasil kajian juga menunjukkan perempuan lebih banyak membelanjakan pendapatan mereka untuk kebutuhan rumah tangga. Oleh karenanya, dengan membantu perempuan menambah pendapatan mereka, maka akan meningkatkan kesejahteraan seluruh keluarga. Selain itu, secara efektivitas, dari catatan/*records* pelaksanaan *microfinance* dapat dilihat bahwa perempuan lebih kooperatif dan berkomitmen dalam mengembalikan pinjaman tepat waktu.

Meskipun demikian positifnya dampak penerapan CSR melalui *microfinance* terhadap pemberdayaan perempuan; namun hal ini bukanlah satu-satunya strategi yang efektif dan dapat dilakukan. Pemberdayaan perempuan yang sesungguhnya tidak dapat terjadi begitu saja, hanya dengan adanya *microfinance* untuk perempuan. Ada persoalan ketidaksetaraan gender yang bersifat struktural di tengah masyarakat, yang dialami oleh perempuan; sehingga membutuhkan penanganan yang integral pula. Kabeer¹¹ menegaskan bahwa

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Susy Cheston dan Lisa Kuhn. *Empowering Women through Microfinance*. UNIFEM, tanpa tahun.

¹¹ Naila Kabeer. *Is Microfinance a 'Magic Bullet' for Women Empowerment?: Analysis Findings from South Asia*, Economic and Political Weekly, 29 Oktober 2005.

bagaimanapun dianggap efektifnya pemberdayaan perempuan dan pengentasan kemiskinan melalui *microfinance*, hal ini tidak dapat menggantikan pentingnya mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang lebih luas dan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi *pro-poor*; pembangunan sosial yang berkeadilan; dan partisipasi demokratis perempuan dalam forum pengambilan keputusan kolektif.

Dari berbagai uraian di atas, dirumuskan permasalahan yang akan dibahas lebih lanjut dalam kajian ini, yaitu: "Bagaimana dampak CSR melalui *microfinance* untuk pemberdayaan perempuan." Dimulai dengan uraian konsep CSR dan *microfinance* yang relevan; deskripsi berbagai kajian mengenai dampak CSR melalui *microfinance* untuk pemberdayaan perempuan; dan penyampaian beberapa contohnya; serta diakhiri dengan bagian penutup, Penutup yang terdiri dari simpulan dan saran

II. Konsep dan Perkembangan CSR

CSR merupakan konsep yang dinamis dan terus berkembang. Sejak beberapa puluh tahun lalu, para akademisi dan praktisi mengemukakan berbagai pengertian dan spektrum CSR. Scermerhorn berpendapat bahwa definisi CSR merupakan suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal.¹² Kotler dan Lee mengemukakan definisi CSR sebagai suatu komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas masyarakat melalui praktik bisnis *discretionary* atau memiliki kebebasan untuk menentukan bentuk kontribusi perusahaan (*Corporate social responsibility is a commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resources*).¹³ Elemen kunci dari definisi ini adalah kata *discretionary*, yang merujuk pada suatu komitmen kesukarelaan/*voluntary* yang dilakukan oleh perusahaan dalam memilih

¹² John. R. Scermerhorn. *Management for Productivity*, New York: John Wiley & Sons. 1993, dalam Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri-Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan* (Corporate Social Responsibility). Bandung, Refika Aditama. 2007. Hal. 102.

¹³ Phillip Kotler dan Nancy Lee. *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2005. Hal. 3.

kontribusi dan mengimplementasikan praktik CSR. Sementara kalimat "kesejahteraan komunitas masyarakat/*community well-being*" dalam definisi tersebut di atas termasuk kondisi manusia dan isu lingkungan.

Menurut Archie. B. Carroll, apapun definisi CSR yang dikemukakan para akademisi dan praktisi, secara konseptualisasi CSR harus memenuhi empat komponen berikut ini:¹⁴

1. *Economic Responsibilities*

Secara historis, suatu bisnis perusahaan dibentuk sebagai entitas ekonomi, yang bertujuan untuk menyediakan barang dan jasa kepada masyarakat. Sebelum ada hal lainnya, perusahaan hanya merupakan unit ekonomi dasar dalam masyarakat kita dengan motif keuntungan bisnis sebagai insentif utama.

2. *Legal Responsibilities*

Suatu bisnis dituntut tidak hanya memiliki motif keuntungan, namun juga harus mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku.

3. *Ethical Responsibilities;*

Tanggung jawab etis ini merupakan harapan masyarakat terhadap perusahaan, walaupun tidak dikodifikasikan dalam hukum. Tanggung jawab etis membentuk norma, standar, dan harapan yang merefleksikan suatu perhatian terhadap apa yang konsumen, pekerja perusahaan (*employee*), dan pemegang saham (*share holders*), dan masyarakat pedulikan sebagai sesuatu yang adil, wajar, dan bermoral. Dilakukan berdasarkan apa yang dianggap prinsip etis dan filosofi moral.

4. *Philanthropy/Discretionary Responsibilities*

Masyarakat mengharapkan perusahaan dapat menjadi warga negara perusahaan yang baik (*good corporate citizen*), dengan melakukan program kemanusiaan yang bermanfaat untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Tanggung jawab ini sifatnya *discretionary* atau *voluntary*, dan sering disebut juga sebagai *Corporate Citizenship*.

¹⁴ Archie B. Carroll. *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, Business Horizons, Juli-Agustus 1991.

Sebagai pedoman terbaru bagi perusahaan dalam menerapkan CSR, pada tahun 2007 telah dikeluarkan ISO 26000 mengenai *Social Responsibility* (SR), sebagai suatu pedoman standar. Keberadaan ISO 26000 bertujuan untuk mendukung pelaksanaan *sustainability development* oleh suatu organisasi sektor publik dan privat. Definisi SR dalam ISO 26000, yaitu:¹⁵

"Tanggung jawab organisasi terhadap dampak yang diakibatkan oleh kebijakan, dan kegiatannya (proses, produk/jasa) terhadap masyarakat dan lingkungan; melalui perilaku yang transparan dan beretika; yang berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; dengan mempertimbangkan ekspektasi semua stakeholders; taat terhadap hukum yang berlaku, konsisten dengan norma internasional; dan terintegrasi dalam proses organisasi."

Sementara itu, di Indonesia, definisi CSR salah satunya termaktub dalam Ketentuan Umum Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perusahaan Terbatas (UU PT), disebutkan bahwa Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Pelaksanaan CSR di Indonesia bersifat wajib dan dijamin ketentuannya dalam beberapa peraturan terkait, yaitu: Pasal 74 UU PT; Pasal 15 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM); Pasal 40 Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi; Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2004 tentang Kegiatan Usaha Hulu Minyak dan Gas Bumi; dan Pasal 2 Ayat (1) Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Seluruh peraturan hukum ini mengikat baik secara langsung maupun tidak langsung bagi perusahaan Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) dan Penanaman Modal Asing (PMA). Khusus untuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN), CSR dikenal dengan istilah Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (BL).

¹⁵ ISO 26000:2010, "Guidance on Social Responsibility, Online Browsing Platform", <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>, diakses pada 23 Juni 2015.

III. Konsep dan Perkembangan *Microfinance*

Sebagai dampak kemiskinan, masyarakat miskin selama ini seringkali terekslusi dari sistem perbankan konvensional dan lembaga keuangan lainnya. Mereka tidak memiliki rekening tabungan di bank, tidak memiliki asuransi, dan tidak memenuhi persyaratan untuk mendapatkan kredit bank (*unbanked*). Hal ini lah yang mendorong munculnya *microfinance*, menjadi suatu strategi pendekatan ekonomi yang menyasar pada masyarakat miskin agar mampu dan berdaya secara ekonomi. Akses yang berkesinambungan terhadap *microfinance* akan dapat membantu mengurangi kemiskinan melalui peningkatan pendapatan, pembukaan lapangan kerja baru, peningkatan akses pendidikan dan kesehatan, serta memberdayakan masyarakat dalam pengambilan keputusan. *United Nations* (UN) bahkan menetapkan Tahun 2005 sebagai *The Year of Microcredit*, dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran dunia internasional mengenai pentingnya *microfinance* dalam mengurangi kemiskinan. Semakin lama *microfinance* pun semakin berkembang di seluruh dunia.

Asian Development Bank (ADB) mendefinisikan *microfinance* (Lembaga Keuangan Mikro/LKM) sebagai lembaga yang menyediakan jasa penyimpanan (*deposits*), kredit (*loans*), pembayaran berbagai transaksi jasa (*payment services*), serta *money transfers* yang ditujukan bagi masyarakat miskin dan pengusaha kecil.¹⁶ Sedangkan bentuk LKM dapat berupa: 1) lembaga formal, misalnya: bank desa dan koperasi, 2) lembaga semi formal, misalnya: organisasi nonpemerintah, dan 3) sumber-sumber informal. Menurut Robinson¹⁷ *microfinance* merujuk pada layanan keuangan skala kecil, terutama kredit dan tabungan yang disediakan untuk: petani, nelayan, dan penggembala; pengusaha kecil/mikro dimana barang diproduksi, didaur ulang, diperbaiki, atau dijual; penyedia layanan jasa; pekerja; orang yang memperoleh pendapatan dari menyewakan lahan kecil, kendaraan, hewan, mesin dan alat-alat; serta untuk individu dan kelompok lainnya, pada tingkat lokal

¹⁶ Asian Development Bank-ADB. *Finance for the Poor: Microfinance Development Strategy*, 2000. Hal 2.

¹⁷ Marguerite S. Robinson. *The Microfinance Revolution: Sustainable Finance for the Poor*. Washington, D.C., USA. International Bank for Reconstruction and Development/THE WORLD BANK. 2001. Hal. 9

di negara berkembang, baik di desa maupun kota. Dimana rumah tangga tersebut memiliki sumber pendapatan lebih dari satu (*multiple sources of income*).

Di Indonesia, keberadaan *Microfinance*/LKM telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro. *Microfinance* didefinisikan sebagai: "lembaga keuangan yang khusus didirikan untuk memberikan jasa pengembangan usaha dan pemberdayaan masyarakat, baik melalui pinjaman atau pembiayaan dalam usaha skala mikro kepada anggota dan masyarakat, pengelolaan simpanan, maupun pemberian jasa konsultasi pengembangan usaha yang tidak semata-mata mencari keuntungan." Adapun tujuan dari *microfinance*, yaitu:

- 1) Meningkatkan akses pendanaan skala mikro bagi masyarakat;
- 2) Membantu peningkatan pemberdayaan ekonomi dan produktivitas masyarakat; dan
- 3) Membantu peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat terutama masyarakat miskin dan/atau berpenghasilan rendah.

Krisnamurthi¹⁸ berpendapat bahwa meskipun terdapat definisi *microfinance* yang berbeda-beda, namun secara umum ada tiga elemen penting dalam berbagai definisi tersebut. **Pertama**, menyediakan beragam jenis pelayanan keuangan. **Kedua**, melayani masyarakat miskin. *Microfinance* dikembangkan pada awalnya memang untuk melayani rakyat yang terpinggirkan oleh sistem keuangan formal yang ada, sehingga memiliki karakteristik konstituen yang khas. **Ketiga**, menggunakan prosedur dan mekanisme yang kontekstual dan fleksibel. Sementara itu, dana pinjaman atau kredit yang disalurkan *microfinance* kepada masyarakat, disebut *microcredit* (kredit mikro).

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, bahwa *microfinance* juga dapat menjadi alternatif bentuk CSR untuk dilakukan suatu perusahaan, terutama untuk pemberdayaan masyarakat di sekitar

¹⁸ Krishnamurti, B. *Pengembangan Keuangan Mikro bagi Pembangunan Indonesia*. Media Informasi Bank Perkreditan Rakyat. Edisi IV Maret 2005. Dalam Ashari. *Potensi Lembaga Keuangan Mikro (LKM) dalam Pembangunan Ekonomi Pedesaan dan Kebijakan Pengembangannya*. Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian, Volume 4 No. 2, Juni 2006, <http://pse.litbang.pertanian.go.id/ind/pdf/ART4-2c.pdf>. Diakses pada tanggal 25 Juni 2015.

tempat usaha. Mengenai hal ini, Kartini¹⁹ menggagas pelaksanaan CSR melalui pola kemitraan antara perusahaan, pemerintah, dan lembaga pendidikan untuk masyarakat kota/kabupaten; yang bertujuan mengatasi kemiskinan. Sebelum program dimulai, terlebih dahulu harus ditentukan daerah binaan. Apabila daerah binaan telah ditentukan; kemudian dapat disalurkan program CSR dalam bentuk *microfinance* perorangan, *microfinance* kelompok, pelatihan pengusaha mandiri, pemberian beasiswa, program penguatan bisnis komunitas, dan program filantropi strategik.

IV. Pemberdayaan Perempuan Melalui *Microfinance*

Menurut Sen²⁰, pemberdayaan (*empowerment*) dapat direfleksikan dalam rangkaian kemampuan (*capability*) seseorang, yang dipengaruhi oleh faktor karakter pribadi dan pengaturan sosial. Pemberdayaan adalah kapasitas untuk memenuhi kemampuan ini dan bukan hanya sekedar memiliki pilihan untuk berbuat. Kata kunci dari definisi tersebut, terletak pada "kemampuan". Menurut Mayoux, pemberdayaan terkait dengan suatu proses perubahan internal; dan Kabeer melihat pemberdayaan sebagai kapasitas dan hak untuk membuat keputusan. Komponen pemberdayaan terdiri dari perubahan (*change*), pilihan (*choice*), dan kekuatan (*power*).²¹ Dalam perspektif kebijakan, World Bank mengidentifikasi empat elemen pemberdayaan: akses terhadap informasi, inklusi dan partisipasi, akuntabilitas, dan kapasitas organisasi/kelompok lokal. Sementara menurut *The United Nations Development Fund for Women* (UNIFEM), pemberdayaan perempuan terdiri dari: kemampuan untuk memilih dan melatih *bargaining power*, dengan membangun perasaan bahwa dirinya berarti (*self-worth*); serta keyakinan terhadap kemampuan diri untuk memastikan perubahan yang diinginkan, dan hak untuk mengontrol hidupnya sendiri.²²

¹⁹ Dwi Kartini. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasinya di Indonesia*. Bandung: Refika Aditama, 2009. Hal. 117.

²⁰ Dalam IFAD (the International Fund for Agricultural Development), *Women's Empowerment and Microfinance: An Asian Perspective Study*, Desember 2011. Hal. 11

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.*

Untuk mencapai tujuan pemberdayaan perempuan, dibutuhkan akses terhadap sumberdaya material, manusia, dan sosial; agar perempuan mampu menyusun pilihan strategis hidupnya. Selama ini, perempuan bukan hanya mengalami ketidakberuntungan dalam hal akses terhadap sumberdaya material, seperti: kredit, properti, dan uang; namun perempuan juga seringkali terekslusi dari sumberdaya sosial, seperti: pendidikan atau pengetahuan dalam isu lainnya. Terhambatnya perempuan dari berbagai akses tersebut, mengakibatkan terciptanya kondisi ketidaksetaraan gender di tengah keluarga dan masyarakat. Perempuan seringkali mengalami diskriminasi, seperti marginalisasi, subordinasi, stereotipe/pelabelan, dan kekerasan (fisik, psikis, seksual, dan ekonomi).

Sementara itu, Longwe²³ menggambarkan lima tingkatan/level pemberdayaan perempuan, sebagai berikut:

- 1) Kesejahteraan/pemenuhan kebutuhan dasar (*Welfare*);
- 2) Keterbukaan akses (*Access*), antara lain: pendidikan, keterampilan, informasi, dan kredit;
- 3) Kesadaran kritis (*Conscientisation*) terhadap hak-hak perempuan;
- 4) Pergerakan (*Mobilization*) atau partisipasi dalam pengambilan keputusan, baik di tingkat rumah tangga, kehidupan bermasyarakat, dan area publik/politik; dan
- 5) Kontrol terhadap sumber daya, implementasi dalam pengambilan keputusan, dan termasuk keterwakilan dalam lembaga pengambilan keputusan (*Control*).

Pemberdayaan perempuan melalui *microfinance* dapat memberikan dampak yang berbeda-beda kepada kelompok perempuan, tergantung pada jenis program, lingkungan sosial, dan kapasitas diri perempuan tersebut. Adanya *microfinance* untuk perempuan diharapkan dapat membantu mengurangi kemiskinan, sekaligus mengatasi permasalahan kesetaraan gender yang terjadi di komunitas perempuan. Apabila merujuk pada level

²³ Sara Longwe. *The Five Levels of the Women's Empowerment Framework*, dalam The Process of Women's Empowerment, <http://www.sarpn.org/documents/d0000055/page6.php>. Dapat dilihat juga pada ILO/SEAPAT's OnLine Gender Learning & Information Module <http://www.ilo.org/public/english/region/asro/mdtmanila/training/unit1/empowfw.htm#aims> diakses pada tanggal 29 Juni 2015.

pemberdayaan menurut Longwe, sebenarnya *microfinance* dapat menjadi contoh model pemberdayaan yang cukup baik. Perempuan dapat memanfaatkan *microfinance* untuk memenuhi kebutuhan dasar dan meningkatkan kesejahteraan (*welfare*); memperluas akses (*access*), antara lain terhadap informasi dan pelatihan keterampilan; dan adanya pengalaman berkelompok berpotensi membangun kesadaran kritis (*consciousisation*) perempuan akan hak-haknya. Meskipun demikian, untuk mencapai level partisipasi dalam pengambilan keputusan (*mobilization*) dan kontrol terhadap sumberdaya, termasuk keterwakilan dalam lembaga pengambil keputusan (*control*); model pemberdayaan *microfinance* harus didukung dengan intervensi pemberdayaan lainnya, seperti: pelatihan usaha, penguatan kapasitas, dan pendidikan politik, serta ditunjang dengan berbagai peraturan yang terkait.

Secara teori dasar, pemberian kredit/modal *microfinance* dianggap dapat memberdayakan perempuan, karena mendorong mereka untuk memperoleh pendapatan, dan berkontribusi secara finansial terhadap rumah tangga dan komunitas mereka. Pemberdayaan ekonomi ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan diri, penghargaan, dan berbagai keuntungan yang seharusnya didapat dari bentuk intervensi pemberdayaan perempuan lainnya. Salah satu contoh sukses penerapan *microfinance* adalah "Grameen Bank" yang dibentuk oleh Muhammad Yunus, seorang ekonom di Bangladesh. Sejak awal pendiriannya, "Grameen Bank" telah menetapkan kelompok perempuan sebagai sasaran utama untuk memperoleh kreditnya. Banyak penelitian menunjukkan bahwa dengan penyaluran *microfinance* melalui perempuan, perbaikan ekonomi rumah tangga lebih mudah terwujud. Kondisi ini juga didukung dengan pengalaman yang menemukan pemahaman bahwa karakter perempuan lebih jujur, teliti, tekun, sabar, dan lebih bertanggung jawab terhadap perekonomian keluarga.

Penyaluran *microcredit* biasanya dilakukan melalui kelompok (*self-help group*), yang terdiri dari beberapa orang dengan latar belakang sama. Keberadaan kelompok ini, membuat mereka menjadi lebih sering bertemu, dan memiliki kesempatan untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan. Sebagai dampak, perempuan dapat belajar dari pengalaman hidup teman sekelompoknya, saling menguatkan satu sama lain, dan saling membantu menyelesaikan

masalah. Hal ini lah yang dapat meningkatkan kepercayaan diri perempuan, posisi tawar, dan peran dalam pengambilan keputusan dalam keluarga dan masyarakat. Meskipun demikian, menurut Kabeer²⁴ berbagai bukti hasil penelitian menunjukkan bahwa analisa yang menyatakan *microfinance* memberi *impact* adanya peningkatan pemberdayaan perempuan dalam pengambilan keputusan, pada kenyataannya tidak terjadi dalam seluruh konteks atau area pengambilan keputusan.

Untuk melihat lebih jauh dampak *microfinance* terhadap pemberdayaan perempuan, terlebih dahulu harus dipahami paradigma terkait *microfinance* dan gender. Bagaimana paradigma yang selama ini mempengaruhi motivasi dan tujuan pelaksanaan *microfinance*, dijelaskan oleh Mayoux²⁵ dalam ketiga klasifikasi paradigma, di bawah ini:

A. *Financial self-sustainability paradigm*

Paradigma ini pada umumnya dimiliki oleh mayoritas lembaga donor. Model *microfinance* yang biasa dilakukan sesuai dengan yang dikembangkan oleh USAID (*the United States Agency for International Development*), World Bank, UNDP (*United Nations Development Programme*), CGAP (*the Consultative Group to Assist the Poor*), dan *Microcredit Summit Campaign*. Pertimbangan utama dalam menyalurkan *microcredit* adalah untuk memberikan layanan keuangan yang berkesinambungan untuk sejumlah besar orang miskin, terutama pelaku usaha mikro dan kecil.

Alasan *microfinance* mengutamakan kelompok perempuan untuk diberikan *microcredit* dikarenakan faktor ekonomis, antara lain: tingkat pengembalian pinjaman oleh perempuan lebih tinggi dan aktivitas ekonomi perempuan mampu memberi kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Paradigma ini menganggap adanya peningkatan akses perempuan terhadap *microfinance* secara langsung akan berdampak pada pemberdayaan ekonomi individu, kesejahteraan, dan pemberdayaan sosial politik. Pemberdayaan

²⁴ Naila Kabeer. *Is Microfinance a 'Magic Bullet' for Women Empowerment?: Analysis Findings from South Asia*, Economic and Political Weekly, 29 Oktober 2005.

²⁵ Linda Mayoux. *Microfinance and the Empowerment of Women: a Review of the Key Issues*, Volume 23 International Labour Office, 1 Juni 2000, ISBN 92-2-112330-8.

dimaknai sebagai pemberdayaan ekonomi, perluasan pilihan individu dan adanya peningkatan kapasitas kepercayaan terhadap diri sendiri.

B. *Poverty alleviation paradigm*

Paradigma ini berdasarkan pada program yang ditujukan untuk pengentasan kemiskinan. Pertimbangan utamanya adalah penurunan angka kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan, dan pengembangan komunitas. Dalam konteks ini, unsur gender atau alasan sasaran *microfinance* diberikan kepada perempuan, dikarenakan tingkat kemiskinan perempuan lebih tinggi dan karena tanggung jawab perempuan terhadap kesejahteraan rumah tangga. Pengentasan kemiskinan dan pemberdayaan perempuan dilihat sebagai dua sisi dari satu koin. Asumsinya adalah dengan meningkatkan akses perempuan terhadap *microfinance*, akan dengan sendirinya meningkatkan pemberdayaan perempuan. Dalam paradigma ini, pemberdayaan dimaknai sebagai peningkatan kesejahteraan, pengembangan komunitas (*community development*), dan berkecukupan.

C. *Feminist empowerment paradigm*

Paradigma ini berdasarkan kebijakan gender dari berbagai *nongovernmental organizations* (NGOs) dan perspektif para konsultan dan peneliti, yang melihat pengaruh gender dari *microfinance*. Hal yang ditekankan dari paradigma ini adalah kesetaraan gender dan hak asasi perempuan. *Microfinance* didorong sebagai pintu masuk atau awal dari strategi yang lebih luas untuk pemberdayaan ekonomi dan sosial politik perempuan. Fokusnya pada kesadaran gender dan organisasi perempuan. Sebagian program dianggap telah dikembangkan dengan efektif, apabila telah mengintegrasikan kesadaran gender dalam programnya dan untuk organisasi perempuan/laki-laki yang telah melakukan perubahan diskriminasi gender. Pemberdayaan didefinisikan sebagai transformasi/perubahan hubungan kekuasaan melalui masyarakat.

Pada umumnya, program *microfinance* tidak dapat diklasifikasikan hanya dalam satu paradigma. Program *microfinance* dengan model yang sama, dapat memiliki perbedaan di kebijakan gender, titik tekan, dan strategi pengentasan kemiskinannya. Dari ketiga paradigma di atas, dapat dilihat bahwa suatu program

microfinance dapat berhasil atau memberikan dampak terhadap perempuan, namun derajat atau levelnya berbeda-beda. Dengan kata lain, *microfinance* dapat memberdayakan perempuan dan membawa perubahan dalam kehidupan perempuan; namun apakah hanya terkait pemberdayaan ekonomi saja, atau dapat menyebabkan pemberdayaan yang lebih luas dan kompleks. Menurut Mayoux²⁶, berdasarkan dengan paradigma yang telah diuraikan di atas, *microfinance* dapat memberikan dampak pemberdayaan perempuan, sebagai berikut:

a) **pemberdayaan ekonomi (*economic empowerment*)**

Paradigma keberlanjutan ekonomi (*the financial sustainability paradigm*) dan pemberdayaan perempuan (*feminist empowerment paradigm*), menekankan pada aktivitas perempuan menghasilkan pendapatan sendiri. Paradigma pemberdayaan perempuan juga melihat pemberdayaan ekonomi individu sebagai faktor yang mempengaruhi pemberdayaan sosial-politik. Sementara itu, paradigma pengentasan kemiskinan (*poverty alleviation paradigm*) menekankan pada peningkatan pendapatan rumah tangga dan penggunaan kredit untuk konsumsi.

b) **peningkatan kesejahteraan (*increased well-being*)**

Dampak yang ingin dicapai dari *microfinance* dengan paradigma pengentasan kemiskinan adalah perempuan dapat meningkatkan pembelanjaan untuk kesejahteraan diri sendiri dan anak-anak. Kontrol perempuan terhadap pembuatan keputusan dilihat sebagai suatu hal yang menguntungkan bagi laki-laki, karena menghindarkan penggunaan keuangan rumah tangga untuk kebutuhan yang tidak produktif dan merugikan. Pada paradigma *financial self-sustainability* dan *feminist empowerment*, peningkatan kesejahteraan merupakan hasil perkiraan pengeluaran dari peningkatan aktivitas ekonomi perempuan dan pendapatan.

c) **pemberdayaan sosial-politik (*social and political empowerment*)**

Microfinance berhasil meningkatkan keterampilan perempuan, mobilitas, akses pada pengetahuan, dan dukungan jaringan, sehingga menyebabkan adanya perpaduan antara peningkatan

²⁶ *Ibid.*

aktivitas ekonomi perempuan dan kontrol terhadap pendapatan. *The financial self-sustainability paradigm* dan *the poverty alleviation paradigm* menganggap pemberdayaan sosial dan politik akan terjadi tanpa adanya intervensi spesifik untuk mengubah relasi gender dalam rumah tangga, komunitas atau di level makro. Sebaliknya, *the feminist empowerment paradigm* mendorong adanya strategi eksplisit untuk mendukung kemampuan perempuan, dalam melindungi kepentingan gender mereka secara individual dan kolektif; baik di rumah tangga, komunitas, dan level makro.

Sementara itu, penyelenggaraan *microfinance* sebagai bentuk CSR dari suatu perusahaan, tentu saja memiliki paradigma dan motivasi yang terkait dengan kepentingan internal perusahaan. Selain menjalankan kewajiban sesuai dengan aturan perundang-undangan yang ada (*legal responsibilities*), CSR juga merupakan wujud tanggung jawab etis (*ethical responsibilities*) dan *philanthropy/discretionary responsibilities*, yang dilakukan terhadap masyarakat sekitar. Berikut ini dipaparkan beberapa contoh pelaksanaan *microfinance* untuk pemberdayaan perempuan sebagai bentuk dari CSR di Indonesia:

- CSR PT. Bank Internasional Indonesia Tbk (BII), dengan nama: "BII Berbagi", untuk pemberdayaan wanita melalui *microfinance*. BII didukung Maybank Foundation memberikan dana bergulir sebesar Rp 1 Miliar kepada Yayasan Mitra Dhuafa (Yamida). Selanjutnya, melalui Koperasi Mitra Dhuafa (Komida) dana *microcredit* disalurkan kepada 1.250 perempuan di tiga tempat, yaitu: Jonggol (Jawa Barat), Sragen (Jawa Tengah), dan Kulon Progo (Yogyakarta).²⁷
- BII juga bermitra dengan Asosiasi Pendamping Perempuan Usaha Kecil (ASPPUK) sejak Desember 2013. Kemitraan ini memungkinkan BII menyatukan lebih dari 2.700 perempuan pengusaha kecil ke dalam ASPPUK di 12 provinsi dan membantu mereka untuk meningkatkan kapasitas produksinya melalui program *microfinance*.²⁸

²⁷ CSR Pemberdayaan Perempuan, <http://www.tempo.co/read/news/2012/06/03/140407905/CSR-Pemberdayaan-Perempuan>, 3 Juni 2012. Diakses pada tanggal 9 Juni 2015.

²⁸ BII Raih Penghargaan CSR untuk Pemberdayaan Perempuan. <http://indonesiacsrssociety.com/bii-raih-penghargaan-csr-untuk-pemberdayaan-perempuan/>, 1 April 2015. Diakses pada tanggal 9 Juni 2015.

- Program CSR Chevron Indonesia Company dengan melakukan pemberdayaan perempuan terkait perubahan iklim, tata kelola perusahaan, pekerja dan sumber daya manusia, isu-isu lingkungan yang lain, serta kemitraan dengan pemangku kepentingan. Salah satu contoh program ini, yaitu kemitraan Chevron dengan Yayasan PEDULI (Pengembangan Ekonomi, Daur Ulang, dan Lingkungan). Program dilaksanakan untuk kelompok perempuan di sekitar area operasi Chevron, di Telaga Sari dan Prapatan; untuk mengolah sampah dari sumbernya menjadi produk yang lebih bermanfaat secara ekonomi dan lingkungan.²⁹

CSR melalui *microfinance* yang dilakukan oleh perusahaan seperti contoh di atas, tentu saja dapat memberikan dampak terhadap perempuan sebagaimana yang diuraikan oleh Mayoux. Namun demikian, sejauh apa derajat pemberdayaan tersebut, tergantung pada berbagai faktor yang telah dijelaskan di atas; apakah untuk pemberdayaan ekonomi, dan/atau peningkatan kesejahteraan, dan/atau pemberdayaan sosial politik perempuan. Bahkan mungkin saja salah satu dari CSR *microfinance* pada contoh di atas, dapat memberikan ketiga dampak tersebut kepada kelompok perempuan sasaran CSR. Hal ini membutuhkan penelitian lebih lanjut dan lebih spesifik. Penelitian dengan perspektif gender, sehingga dapat menganalisis lebih jauh bagaimana dampak suatu program CSR melalui *microfinance* terhadap pemberdayaan perempuan.

V. Penutup

Berdasarkan seluruh uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan perempuan yang seutuhnya tidak otomatis dapat terjadi hanya dengan CSR melalui *microfinance*. Adanya permasalahan ketidaksetaraan gender yang bersifat struktural yang dialami oleh perempuan; membutuhkan penanganan yang integral pula. Upaya pemberdayaan perempuan harus dilakukan dalam berbagai bidang dan didukung dengan adanya kebijakan dan program yang berperspektif gender. Tentu saja, ada upaya atau

²⁹ Susylo Asmalyah. <http://www.antarakaltim.com/print/2565/pengarusutamaan-gender-dalam-pengelaan-csr-migas>, 19 Des 2009. Diakses pada tanggal 8 juni 2015.

intervensi lain yang lebih substansial dibanding *microfinance*, yang lebih berpengaruh untuk perubahan struktural. Tetapi pendekatan tersebut belum tentu lebih efektif dari *microfinance* dalam mengatasi kebutuhan praktis perempuan miskin. Penerapan CSR *microfinance* itu sendiri harus didampingi dengan program pelatihan usaha, pengelolaan keuangan, diskusi dan penguatan kelompok, sosialisasi kebijakan, dan program pendukung lainnya.

Mengembangkan program yang bertujuan untuk pemberdayaan, kesejahteraan, pembangunan ekonomi, dan pembangunan berkelanjutan; akan selalu penuh tantangan. Tidak ada satu pun program yang tepat untuk dilaksanakan pada setiap lingkungan dan populasi, dan tidak ada strategi program yang memiliki hasil identik terhadap seluruh sasaran, termasuk kelompok perempuan. Jumlah pinjaman/kredit (*microcredit*), jangka waktu dan pengembalian, pola penyimpanan, merupakan hal yang krusial terkait kemampuan perempuan untuk mengontrol pendapatan dan investasi dalam suatu rumah tangga.

Microfinance dapat memberikan dampak yang berbeda, walaupun diberikan kepada kelompok dengan struktur yang sama dan telah mendapatkan pelatihan yang sama. Hal ini tergantung pada paradigma yang digunakan dalam penerapan program, apakah menitikberatkan pada keberlanjutan ekonomi (*financial self-sustainability paradigm*), pengentasan kemiskinan (*poverty alleviation paradigm*), atau pemberdayaan perempuan (*feminist empowerment paradigm*). Secara umum, CSR melalui *microfinance* dilakukan berdasarkan paradigma ekonomi, dengan tujuan pemberdayaan ekonomi rumah tangga dan pengentasan kemiskinan.

Meskipun *microfinance* tidak dapat menyelesaikan seluruh permasalahan dan hambatan dalam pemberdayaan perempuan, namun apabila program didesain dan dilakukan dengan baik, maka dapat memberikan kontribusi untuk pemberdayaan perempuan. Bagaimanapun pemberdayaan adalah suatu proses perubahan yang kompleks, yang dapat dialami berbeda-beda oleh setiap orang. *Microfinance* juga tidak selalu berdampak memberdayakan perempuan, tetapi sebagai hasilnya, mayoritas perempuan yang mendapatkan akses *microcredit*, dapat mengalami pemberdayaan dalam derajat tertentu. Misalnya: peningkatan pendapatan keluarga, pemenuhan kebutuhan keluarga, peningkatan

kemampuan perempuan dalam berkomunikasi, sebagai dampak dari hubungannya dengan sesama perempuan di kelompok *microcredit (self-help group)*.

Perempuan seringkali mendapatkan lebih keuntungan nonekonomi dari program dalam bentuk *self-help group*, daripada keuntungan kreditnya. Di antaranya termasuk perluasan bisnis dan jaringan sosial, pengembangan kepercayaan diri, peningkatan kemampuan dalam pengambilan keputusan dalam rumah tangga, peningkatan respek dan penghargaan di rumah tangga dan komunitas. Oleh karena itu, menjadikan kelompok perempuan sebagai target pelaksanaan CSR melalui *microfinance*, selalu menjadi pilihan yang tepat. Namun demikian, sebelum dilaksanakan oleh perusahaan, program CSR melalui *microfinance* hendaknya didesain secara komprehensif. Adanya desain sejak awal akan membantu program lebih tepat sasaran. Pada desain program, dijelaskan strategi yang akan diterapkan dan tujuan pemberdayaan perempuan yang ingin dicapai. Penentuan strategi sejak awal akan mempermudah pencapaian tujuan sesuai dengan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku, Jurnal, dan Artikel

- Ashari. *Potensi Lembaga Keuangan Mikro (LKM) dalam Pembangunan Ekonomi Pedesaan dan Kebijakan Pengembangannya*. Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian, Volume 4 No. 2, Juni 2006, <http://pse.litbang.pertanian.go.id/ind/pdf/ART4-2c.pdf>. Diakses pada tanggal 25 Juni 2015.
- Asmalyah, Susylo. <http://www.antarakaltim.com/print/2565/pengarusutamaan-gender-dalam-pengelaan-csr-migas>, tanpa tanggal. Diakses pada tanggal 8 juni 2015.
- Carroll, Archie B. *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, Business Horizons, Juli-Agustus 1991.
- Cheston, Susy & Lisa Kuhn. *Empowering Women through Microfinance*. UNIFEM, tanpa tahun.
- Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri-Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan* (Corporate Social Responsibility). Bandung, Refika Aditama, 2007. Hal. 110.
- Elkington, John. *Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21st Century Business*, Capstone, Oxford, 1997.
- Kabeer, Naila. *Is Microfinance a 'Magic Bullet' for Women Empowerment?: Analysis Findings from South Asia*, Economic and Political Weekly, 29 Oktober 2005.
- Kartini, Dwi. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasinya di Indonesia*. Bandung: Refika Aditama, 2009. Hal. 117.

Kotler, Philip & Nancy Lee. *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2005. Hal. 3.

Mayoux, Linda. *Microfinance and the Empowerment of Women: a Review of the Key Issues*, Volume 23 International Labour Office, 1 Juni 2000, ISBN 92-2-112330-8.

Robinson, Marguerite S. *The Microfinance Revolution: Sustainable Finance for the Poor*. Washington, D.C, USA. International Bank for Reconstruction and Development/THE WORLD BANK. 2001. Hal. 9.

Dokumen dan Laporan

Asian Development Bank (ADB). *Finance for the Poor: Microfinance Development Strategy*, 2000. Hal 2.

IFAD (the International Fund for Agricultural Development), *Women's Empowerment and Microfinance: An Asian Perspective Study*, Desember 2011.

The International Institute for Sustainable Development (IISD), *Business Strategy for Sustainable Development: Leadership and Accountability for the 90s*, 1992, https://www.iisd.org/business/pdf/business_strategy.pdf. Diakses pada 19 Juni 2015.

United Nations. *Blue Book: Building Inclusive Financial Sectors for Development*, Mei 2006, http://www.unCDF.org/sites/default/files/Documents/bluebook_1.pdf, diakses pada 21 Juni 2015.

United Nations World Commission on Environment and Development. *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future (Brundtland Report)*. Oslo, 1997.

Berita dan Referensi Lainnya

BII Raih Penghargaan CSR untuk Pemberdayaan Perempuan. <http://indonesiacrsociety.com/bii-raih-penghargaan-csr-untuk-pemberdayaan-perempuan/>, 1 April 2015. Diakses pada tanggal 9 Juni 2015.

CSR Pemberdayaan Perempuan, <http://www.tempo.co/read/news/2012/06/03/140407905/CSR-Pemberdayaan-Perempuan>, 3 Juni 2012. Diakses pada tanggal 9 Juni 2015.

Integrated Microfinance Management Bisa Tekan Angka Kemiskinan, <http://www.unpad.ac.id/2014/02/integrated-microfinance-management-bisa-tekan-angka-kemiskinan/>, 24 Februari 2014. Diakses pada 18 Juni 2015.

The International Organization for Standardization (ISO). ISO 26000:2010: Guidance on Social Responsibility, Online Browsing Platform", <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en>, diakses pada 23 Juni 2015.

KONTRIBUSI CSR DALAM PENGELOLAAN SAMPAH

Anih Sri Suryani

I. Pendahuluan

Sampah kini jadi ancaman serius bagi keberlangsungan hidup di Indonesia. Bila tidak dikelola dengan baik, beberapa tahun mendatang sekitar 250 juta rakyat Indonesia akan hidup bersama tumpukan sampah. Kementerian Lingkungan Hidup mencatat rata-rata penduduk Indonesia menghasilkan sekitar 2,5 liter sampah per hari atau 625 juta liter dari jumlah total penduduk. Kondisi ini akan terus bertambah sesuai dengan kondisi lingkungannya.¹ Mengingat makin meningkat angka pertumbuhan penduduk, makin meningkat pula volume timbulan sampahnya.

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah beserta Peraturan Pemerintah Nomor 81 Tahun 2012 tentang Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga, mengamanatkan perlunya perubahan paradigma yang mendasar dalam pengelolaan sampah yaitu dari paradigma kumpul – angkut – buang menjadi pengolahan yang bertumpu pada pengurangan sampah dan penanganan sampah. Kegiatan pengurangan sampah bermakna agar seluruh lapisan masyarakat, baik pemerintah, dunia usaha maupun masyarakat luas dapat turut melaksanakan kegiatan pembatasan timbulan sampah, pendauran ulang dan pemanfaatan kembali sampah atau yang lebih dikenal dengan sebutan *Reduce, Reuse* dan *Recycle* (3R) melalui upaya-upaya cerdas, efisien dan terprogram.

Namun hingga saat ini, berbagai permasalahan dalam pengelolaan sampah masih banyak ditemui dalam 5 aspek pengelolaan sampah, yakni aspek teknik operasional, regulasi, organisasi, pembiayaan

¹ "Indonesia Hasilkan 625 Juta Liter Sampah Sehari," <http://www.tempo.co/read/news/2012/04/15/063397147/Indonesia-Hasilkan-625-Juta-Liter-Sampah-Sehari>, diakses tanggal 6 April 2015.

dan peran serta masyarakat. Dari segi aspek teknik operasional, keterbatasan lahan TPA terutama di kota-kota besar menjadi masalah utama, diperparah lagi 90 persen dari keseluruhan produksi sampah di Indonesia belum mengalami proses daur ulang,² sehingga sampah yang dibuang ke TPA kian hari kian meningkat seiring dengan kenaikan jumlah penduduk. Dilihat dari aspek regulasi, ditetapkannya UU No. 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah merupakan batu loncatan yang bisa menjadi payung hukum dalam pengelolaan sampah di Indonesia.

Dari aspek organisasi/kelembagaan, institusi yang ada seperti dinas kebersihan merupakan aktor utama yang melakukan operasional pengelolaan sampah terutama dalam hal penyapuan jalan, pengangkutan hingga pembuangan akhir. Aspek ini mempunyai peran pokok mengaktifkan, menggerakkan dan mengarahkan sistem manajemen persampahan. Dengan demikian agar terwujud sistem manajemen persampahan yang baik, kompetensi, profesionalisme dan jumlah personil yang berada dalam organisasi tersebut harus mencukupi.

Dukungan dana dan alokasi anggaran pengelolaan sampah di beberapa kabupaten/kota saat ini masih belum optimal. Secara umum pengelolaan sampah masih belum menjadi prioritas yang dibiayai secara penuh dari APBD. *Indonesia Sanitation Sector Development Program (ISSDP)* mencatat bahwa dalam 8 kabupaten/kota di Indonesia, rata-rata anggaran yang dialokasikan untuk sanitasi (sampah, drainase, dan saluran pembuangan) adalah sekitar Rp. 19 miliar pada tahun 2010.³ Jika dibandingkan dengan jumlah penduduk di 8 kota tersebut, anggaran yang dialokasikan rata-rata per kapita per tahun diperkirakan hanya Rp. 47.900,- atau kurang dari 5 USD.⁴ Jumlah tersebut dinilai sangat kurang untuk komponen pengelolaan sampah, mengingat jumlah tersebut juga mencakup anggaran untuk drainase dan sistem saluran pembuangan.

² "90 Persen Sampah Indonesia Belum Didaur Ulang," <http://nationalgeographic.co.id/berita/2011/11/90-persen-sampah-di-indonesia-belum-didaur-ulang>, diakses tanggal 6 April 2015.

³ Majalah Kelopak. 2013. *Pembentukan Persampahan di Indonesia*, InSWA dalam Trisyanti, dkk (2014).

⁴ Trisyanti, dkk. 2014. *Jalan Terjal Bersihkan Negeri, Fakta Sampah dan 12 Kisah Terbaik Pengelolaannya di Indonesia*. Jakarta: Sendang Bumi Wastama.

Aspek terakhir adalah peran serta masyarakat. Peran masyarakat dalam pengelolaan sampah di sumber misalnya dengan program pemilahan dan 3R merupakan hal yang sangat penting. Demikian juga kesadaran masyarakat untuk membuang sampah pada tempatnya, membayar jasa layanan kebersihan dan pengelolaan lingkungan yang bersih dari sampah merupakan hal yang harus senantiasa dijaga dan ditingkatkan. Berbagai bentuk partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sampah misalnya dengan adanya bank sampah, pengomposan, pengelolaan sampah dengan cacing, dsb. merupakan praktik nyata yang perlu didukung dan dikembangkan.

Berbagai persoalan di atas, mendorong berbagai pihak untuk turut terlibat dalam pengelolaan sampah. Apabila pemerintah saja sebagai satu-satunya aktor yang bertanggung jawab penuh dalam hal pengelolaan sampah, mengingat keterbatasan personil dan anggaran yang ada, maka permasalahan persampahan yang ada tidak dapat diselesaikan secara menyeluruh. Demikian juga partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sampah harus tetap didukung tidak hanya oleh pemerintah tapi juga oleh pihak lainnya seperti swasta. Sebagai contoh, keberhasilan bank sampah juga berhubungan dengan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh swasta.

Bertitik tolak dari permasalahan dan kondisi tersebut, tulisan ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam peran CSR dalam pengelolaan sampah, untuk menjawab beberapa pertanyaan antara lain: bagaimana model CSR bidang lingkungan khususnya persampahan? pada tahap pengelolaan sampah yang mana CSR dapat turut berperan? dan bagaimana sejauh ini CSR dilakukan dalam pengelolaan sampah? Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, diharapkan tulisan ini berguna sebagai informasi dan bahan masukan bagi para pengambil kebijakan khususnya dalam bidang persampahan, dan juga pihak-pihak swasta yang akan atau telah melakukan CSR dalam bidang persampahan. Dengan demikian diharapkan peran CSR dalam pengelolaan sampah bisa lebih terarah, tepat sasaran dan turut berkontribusi secara maksimal dalam pengelolaan sampah di Indonesia.

Kajian ini menggunakan metode studi kepustakaan dengan mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber yang kemudian melakukan analisis descriptif data yang dipaparkan secara detail. Sampah dibatasi pada jenis sampah rumah tangga/sampah

domestik. Analisis terhadap kontribusi CSR dalam penanganan sampah dilakukan dengan mempertimbangkan tahapan pengelolaan sampah mulai dari sumber sampai pengelolaan akhir.

II. Pengelolaan Sampah

Sampah adalah sesuatu yang tidak dipergunakan lagi, tidak dapat dipakai lagi, tidak disenangi dan harus dibuang, maka sampah tentu saja harus dikelola dengan sebaik-baiknya, sedemikian rupa, sehingga hal-hal yang negatif bagi kehidupan tidak sampai terjadi.⁵ Definsi lainnya sampah adalah limbah atau buangan yang bersifat padat atau setengah padat, yang merupakan hasil sampingan dari kegiatan perkotaan atau siklus kehidupan manusia, hewan maupun tumbuh-tumbuhan.⁶ Sedangkan berdasarkan lokasinya, sampah dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu: sampah kota (urban), yaitu sampah yang terkumpul di kota-kota besar; dan sampah daerah, yaitu sampah yang terkumpul di daerah-daerah di luar perkotaan, misalnya di desa, di daerah permukiman dan pantai.⁷

Pengelolaan sampah didefinisikan sebagai semua kegiatan yang bersangkut paut dengan pengendalian timbulnya sampah, pengumpulan, transfer dan transportasi, pengolahan dan pemrosesan akhir/pembuangan sampah, dengan mempertimbangkan faktor kesehatan lingkungan, ekonomi, teknologi, konservasi, estetika dan faktor-faktor lingkungan lainnya yang erat kaitannya dengan respon masyarakat.⁸

Menurut Undang-undang No. 18 Tahun 2008 pengelolaan sampah didefinisikan sebagai kegiatan yang sistematis, menyeluruh, dan berkesinambungan yang meliputi pengurangan dan penanganan sampah. Kegiatan pengurangan meliputi: pembatasan timbulan sampah, pendauran ulang sampah, dan/atau pemanfaatan kembali sampah. Sedangkan kegiatan penanganan meliputi: pemilihan,

⁵ Azwar, Azrul. 1990. *Pengantar Ilmu Lingkungan*. Jakarta: Mutiara Sumber Widya,

⁶ Kodoatie, Robert J. 2003. *Manajemen dan Rekayasa Infrastruktur*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

⁷ Hadiwiyoto. Soewedo. 1983. *Penanganan dan Pemanfaatan Sampah*. Jakarta: Yayasan Idayu.

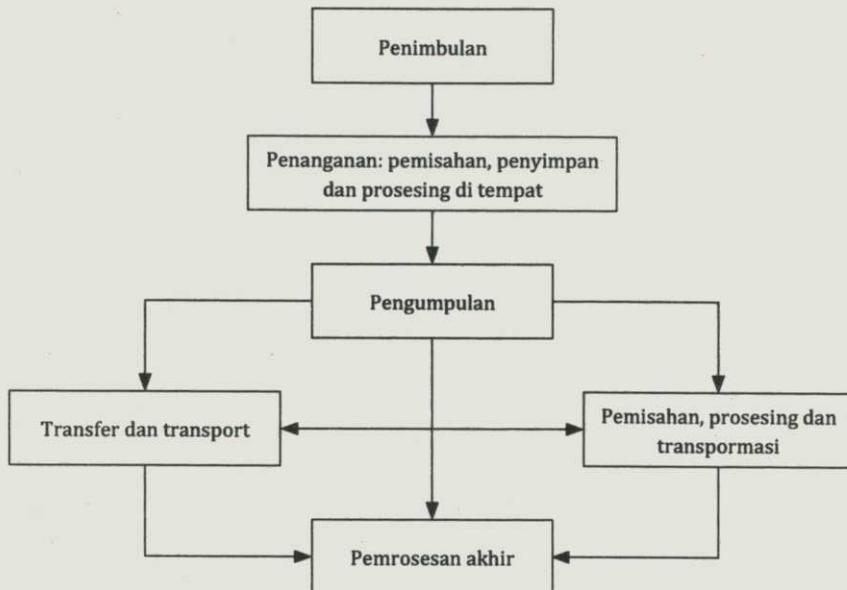
⁸ "Dasar-dasar Pengelolaan Sampah," <http://www.sanitasi.net/dasar-dasar-sistem-pengelolaan-sampah.html>, diakses tanggal 10 September 2015.

pengumpulan, pengangkutan, pengolahan, dan pemrosesan akhir sampah.

Material sampah yang dihasilkan dari kegiatan manusia dikelola untuk mengurangi dampaknya terhadap kesehatan, lingkungan atau keindahan. Pengelolaan sampah juga dilakukan untuk memulihkan sumber daya alam. Pengelolaan sampah bisa melibatkan zat padat, cair, gas, atau radioaktif dengan metoda dan keahlian khusus untuk masing-masing jenis zat. Pengelolaan sampah adalah perlakuan terhadap sampah yang bertujuan untuk memperkecil dan menghilangkan masalah lingkungan yang dapat ditimbulkannya dalam kaitannya dengan lingkungan.⁹

Cara pengelolaan sampah sangat beragam, tergantung pihak yang menangani dan pihak-pihak tersebut memiliki teknik penanganan yang berbeda-beda. Sampah yang terkelola dengan baik akan selalu berputar dan tidak dibiarkan menggunung pada satu lokasi saja. Secara umum pengelolaan sampah digambarkan dalam teknik operasional yang terdiri dari kegiatan pewadahan sampai dengan pembuangan akhir sampah, yang harus dilakukan secara terpadu dengan melakukan pemilahan sejak dari sumbernya. Teknis operasional persampahan meliputi: pewadahan, pengumpulan, pemindahan, pengangkutan, pengolahan sampah, dan pemrosesan akhir (lihat Gambar 1).

⁹ Tyas, Restianingati Vindhya 2009. *Efektivitas Program Pengelolaan Sampah Mandiri Berbasis Komunitas di Kota Surabaya*. Skripsi Sarjana, Ilmu Administrasi Negara FISIP UNAIR, Surabaya.



Gambar 1. Objek Pengelolaan Sampah

III. CSR Bidang Lingkungan

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.¹⁰ Pada saat ini belum adanya kesatuan bahasa terhadap istilah CSR namun secara konseptual semuanya memiliki kesamaan makna. Beragam istilah yang sepadan dengan CSR misalnya *Corporate Responsibility*, *Corporate Citizenship*, *Responsible Business*, *Sustainable Responsible Business*, dan *Corporate Social Performance*.¹¹

Dalam hal *sustainable* lingkungan, lingkungan yang baik, sehat, bersih, dan terpelihara merupakan harapan semua pihak. Isu mengenai kelestarian lingkungan merupakan isu besar dan menjadi isu global yang masih terus diserukan untuk diupayakan dapat

¹⁰ Anggraini, Fr. R. R. 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan*. Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang. 23-26 Agustus.

¹¹ Busyra Azheri. 2012. *Corporate Social Responsibility:Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: Rajawali Pers.

terwujud. Dalam setiap permasalahan lingkungan yang terjadi, salah satu pihak yang kerap disalahkan adalah perusahaan. Aktivitas industri perusahaan sering kali dituding sebagai penyebab utama terjadinya berbagai permasalahan lingkungan. Selain dari aktivitas industri perusahaan, penyebab masalah lingkungan juga timbul dari produk yang dihasilkan oleh kegiatan usaha suatu perusahaan, baik ketika produk itu digunakan, maupun pascadigunakan.

Banyaknya tuntutan dari masyarakat, lembaga swadaya masyarakat (LSM), pemerhati lingkungan, dan organisasi nasional maupun internasional lainnya agar perusahaan memperhatikan masalah lingkungan menguatkan argumen bahwa kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat tergantung pada *sustainability* lingkungan.¹² Dengan anggapan jika lingkungan terjaga, maka keberlangsungan operasional perusahaan juga bisa lebih langgeng. *Sustainability* lingkungan oleh perusahaan dijaga dengan beberapa cara antara lain dengan menggunakan teknologi yang ramah lingkungan demi mengurangi emisi gas buang, pengimplementasian sistem manajemen risiko lingkungan yang efektif, penerapan efisiensi energi pada setiap tahapan operasional, penerapan prinsip-prinsip *eco-labelling*, dan lain-lain.

Peluncuran Buku Model *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bidang Lingkungan oleh Kementerian Lingkungan Hidup, merupakan salah satu tindakan konkret untuk meningkatkan peran serta dunia usaha dalam Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (PPLH). Buku ini diharapkan dapat mendorong dan meningkatkan pelaksanaan tanggung jawab korporasi sebagai tanggung jawab moral yang dilakukan secara sukarela, terprogram dan berkesinambungan.

Pada Tahun 2011 dan 2012 berturut-turut Kementerian Lingkungan Hidup, telah menerbitkan buku Pedoman CSR (*Corporate Social Responsibility*) Bidang Lingkungan dan buku Petunjuk Pelaksanaan CSR Bidang Lingkungan. Penerbitan kedua buku tersebut tidak dimaksudkan untuk membuat koridor tersendiri dalam CSR, namun untuk memberi warna lingkungan terhadap implementasi CSR di Indonesia yang pada umumnya cenderung terfokus pada aspek sosial dan ekonomi. Kebijakan tersebut

¹² "Tanggung Jawab Perseroan Terbatas terhadap Sosial dan Lingkungan," <http://digilib.uinsby.ac.id/730/6/Bab%203.pdf>, diakses tanggal 1 September 2015.

bertujuan untuk menginspirasi dan mendorong perusahaan agar mengarusutamakan aspek lingkungan hidup dalam pelaksanaan CSR-nya.¹³ Dengan demikian diharapkan dunia usaha dapat berkontribusi dalam memperbaiki kualitas lingkungan dengan melibatkan masyarakat untuk ikut berperan dalam pembangunan.

Lebih lanjut lagi buku tersebut dapat dijadikan pedoman bagi pemerintah daerah dan pihak lain yang berkepentingan dalam pembinaan maupun pendampingan kegiatan CSR. Dengan menyajikan 7 (tujuh) alternatif kegiatan CSR bidang lingkungan, perusahaan secara sukarela dapat melakukan salah satu atau lebih program CSR bidang lingkungan, secara sistematis, terintegrasi, dan berkelanjutan. Selanjutnya ketiga unsur ini menjadi dasar/kriteria model CSR bidang lingkungan. Untuk lebih meningkatkan pelaksanaan CSR bidang lingkungan, maka inisiatif selanjutnya adalah memberikan percontohan model-model CSR bidang lingkungan yang dihimpun dan terpublikasi dalam satu buku Model CSR bidang lingkungan.

Berdasarkan petunjuk Praktis Perumusan Kebijakan CSR Bidang Lingkungan, Kebijakan CSR Bidang Lingkungan dapat dirumuskan berdasarkan: penjabaran lebih lanjut dari visi dan misi perusahaan; kesesuaian dengan analisis dampak dan kepentingan pemangku kepentingan; atau kombinasi dari kedua proses di atas. Pengarusutamaan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup dalam setiap kegiatan produksi dan di luar produksi diharapkan menjadi bagian yang terintegrasi dengan proses bisnis perusahaan.

ISO 26000 tentang Tanggung Jawab Sosial (*Social Responsibility*) memberikan panduan tentang prinsip-prinsip lingkungan yang harus dihormati dan didorong oleh perusahaan. Prinsip-prinsip tersebut adalah:¹⁴

- Tanggung jawab lingkungan (*environmental responsibility*),
- Pendekatan ke hati-hatian (*precautionary approach*),
- Pengelolaan risiko lingkungan (*environmental risk management*), dan
- Prinsip pencemar harus membayar (*polluter pays*).

¹³ "Model *Corporate Social Responsibility* Bidang Lingkungan," <http://www.menlh.go.id/model-corporate-social-responsibility-csr-bidang-lingkungan/>, diakses tanggal 1 September 2015.

¹⁴ "Petunjuk Pelaksanaan CSR Bidang Lingkungan," http://www.menlh.go.id/DATA/csr_pi_2012/Part%202.pdf, diakses tanggal 1 September 2015.

Isu yang diangkat di dalam kebijakan CSR Bidang Lingkungan dapat disesuaikan dengan kondisi lingkungan dimana perusahaan berada dan memperhatikan hasil analisis dampak perusahaan terhadap lingkungan. Berkewajiban dengan hal tersebut, kebijakan yang disusun dapat memuat komitmen untuk:¹⁵

- Mematuhi peraturan perundangan di bidang lingkungan yang relevan;
- Menjaga dan meningkatkan kelestarian fungsi lingkungan hidup;
- Menerapkan produksi bersih (*cleaner production*);
- Menerapkan konsep kantor ramah lingkungan (*eco office*);
- Melakukan konservasi energi dan sumber daya alam;
- Memanfaatkan energi terbarukan;
- Mengelola sampah melalui pendekatan *reduce, reuse, recycle*;
- Berperan aktif dalam peningkatan adaptasi perubahan iklim;
- melakukan pendidikan lingkungan hidup;
- Melaporkan kinerja CSR Bidang Lingkungan kepada publik; dan/atau
- Melakukan CSR Bidang Lingkungan secara sistemik, terintegrasi dan berkelanjutan.

Tujuh alternatif CSR Bidang Lingkungan pada Petunjuk Pelaksanaan ini mencakup¹⁶:

1. Produksi Bersih (*Cleaner Production*);
2. Konservasi Energi dan Sumber Daya Alam;
3. Kantor Ramah Lingkungan (*Eco Office*);
4. Pengelolaan Sampah Melalui *Reduce, Reuse, Recycle* (3R);
5. Energi Terbarukan;
6. Adaptasi Perubahan Iklim; dan
7. Pendidikan Lingkungan Hidup.

IV. CSR dalam Pengelolaan Sampah

Begitu banyaknya aspek yang perlu digarap dalam pengelolaan sampah, mulai dari sumber, pengangkutan hingga pembuangan akhir sehingga membutuhkan komitmen yang kuat dari seluruh

¹⁵ Kementerian Lingkungan Hidup. 2012. *Petunjuk Pelaksanaan CSR Bidang Lingkungan*. Jakarta.

¹⁶ *Ibid*

stakeholder, seperti pemerintah, masyarakat, kalangan akademisi, termasuk pihak swasta. Lebih lanjut lagi pada praktiknya pengelolaan sampah tersebut membutuhkan dana yang tidak sedikit. Selama ini pembiayaan pemerintah (baik APBN maupun APBD) seringkali terbatas, hal ini menyebabkan pengelolaan sampah tidak optimal, dan menyebabkan berbagai dampak negatif akibat sampah yang tidak terkelola dengan baik pada akhirnya.

Program CSR tidak selalu diwujudkan dalam bentuk kegiatan amal (*charity*), melainkan juga dapat dilaksanakan dalam program-program pemberdayaan masyarakat dengan melibatkan masyarakat secara langsung sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan CSR yang dilakukan beberapa perusahaan sekarang ini sangat beragam, termasuk kegiatan CSR dalam pembangunan infrastruktur permukiman (bidang Cipta Karya). Di antaranya, program penyediaan air minum dan sanitasi, program pengelolaan sampah, penataan bangunan dan lingkungan, serta pengembangan permukiman.

Berdasarkan buku Petunjuk Pelaksanaan CSR Bidang Lingkungan, salah satu solusi pengelolaan sampah, sebagaimana termaktub dalam Undang-undang No. 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah adalah penerapan sistem *reuse, reduce, dan recycle* (3R). *Reuse* berarti menggunakan kembali sampah yang masih dapat digunakan untuk fungsi yang sama ataupun fungsi lainnya. *Reduce* berarti mengurangi segala sesuatu yang mengakibatkan sampah. *Recycle* berarti mengolah kembali (daur ulang) sampah menjadi barang atau produk baru yang bermanfaat.

Beberapa kegiatan pengelolaan sampah melalui 3R yang dapat dilaksanakan adalah sebagai berikut:¹⁷

- a. Melakukan kajian potensi 3R sampah yang dihasilkan oleh perusahaan;
- b. Melakukan identifikasi sampah yang dihasilkan dari eksternal perusahaan;
- c. Menyusun program pengelolaan sampah yang mengadopsi prinsip 3R dan konsep tanggung jawab sosial dan lingkungan;
- d. Mengembangkan program pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan nilai ekonomis sampah, misalnya pemilahan sampah dan pembuatan kompos bersama atau oleh masyarakat;

¹⁷ Ibid

- e. Melakukan pengembangan, perancangan dan pemasaran produk berbahan baku sampah untuk menunjang konsep 3R.

Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan kegiatan pengelolaan sampah melalui 3R antara lain:¹⁸

- Jumlah sampah yang dibuang (ton/tahun);
- Jumlah sampah didaur ulang (*recycled*) (ton/tahun);
- Jumlah sampah yang berhasil dikurangi (*reduced*) (ton/tahun);
- Jumlah sampah yang digunakan kembali (*reused*) (ton/tahun).

Beberapa kegiatan pengelolaan sampah berdasarkan 3R yang telah dilaksanakan oleh beberapa perusahaan di Indonesia adalah:¹⁹

1. Pengolahan sampah organik dan anorganik di lingkungan masyarakat.
2. Pelatihan pengolahan sampah rumah tangga di lingkungan sekitar.
3. Pengadaan tempat sampah dan gerobak sampah untuk masyarakat dan fasilitas publik.
4. Pembuatan pupuk kandang.
5. Pendirian pusat pupuk organik.
6. Pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan produk daur ulang.

Beranjak dari data di atas, beberapa perusahaan telah menerapkan CSR dalam pengelolaan sampah, terutama dalam hal pemberdayaan masyarakat dalam pelatihan pengolahan dan pemanfaatan sampah seperti pelatihan 3R, pembuatan pupuk kandang dan pengomposan. CSR tersebut telah turut membuka peluang masyarakat untuk dapat berpartisipasi dalam pengelolaan sampah, sekaligus menambah wawasan, pengalaman dan keahlian bagi masyarakat yang terpapar program langsung. Namun dalam hal teknik operasional pengumpulan, pengangkutan, dan pembuangan akhir nampaknya peran CSR tidak begitu besar, mengingat selama ini peran dari lembaga pengelola sampah (seperti Dinas Kebersihan) lebih dominan, karena terkait ketersediaan alat angkut, sumber daya manusia, biaya pengangkutan dan juga kondisi dan situasi Tempat Pengelolaan Akhir (TPA).

¹⁸ Ibid

¹⁹ Ibid

Namun demikian, peluang CSR dalam teknik operasional sebenarnya masih terbuka lebar, terutama dalam hal penyediaan sarana prasarana persampahan. Pada tahapan di sumber sampah, penyediaan tempat sampah yang terpisah terutama area publik merupakan hal yang dapat diakomidir dari dana CSR. Tempat sampah terpisah yang ditempatkan di area publik tersebut selain secara langsung dapat menjadi sarana pengumpul sampah, juga apabila ditempel logo perusahaan pelaku CSR-nya sesuai dengan ketentuan yang berlaku tentu dapat menjadi ajang promosi bagi korporasi sebagai perusahaan yang telah turut serta dan peduli dalam pengelolaan lingkungan khususnya kebersihan lingkungan.

Dalam hal komponen pengumpulan dan pengangkutan ke Tempat Penampungan Sementara (TPS), hal-hal yang dapat menjadi peluang CSR antara lain: pengadaan alat angkut sampah seperti roda sampah, becak motor sampah, *pick up* atau mini *truck* untuk pengumpulan dan pengangkutan sampah dari sumber ke TPS. Selama ini sarana angkut sampah sebagian besar masih mengandalkan dana dari APBD yang kadang tidak sebanding dengan kebutuhan sarana prasarana sesuai dengan jumlah sampah yang ada.

Tahapan berikutnya, sampah dari sumber sebelum diangkut ke TPA akan ditampung sementara di TPS. Berbagai jenis TPS telah ada selama ini, seperti TPS biasa yang hanya menampung sampah sementara tanpa diolah terlebih dahulu, maupun TPST (TPS Terpadu) yang menerapkan pengolahan sampah terlebih dahulu, dan juga TPS 3R dimana di TPS tersebut mulai dilakukan pemilahan, daur ulang bahkan pengomposan. Bentuk TPS pun beragam, dari mulai bak sampah permanen berupa tembok batu bata, kontainer yang bisa dipindahkan dan langsung diangkut dengan *arm roll*, hingga bangunan permanen yang dilengkapi mesin pencacah, *conveyor* dan tempat pemilahan. Bahkan ada juga TPS yang sekaligus difungsikan sebagai bank sampah. Kebutuhan sarana prasarana tersebut di samping selama ini dipenuhi dari anggaran pemerintah pusat melalui Kementerian Pekerjaan Umum atau Lingkungan Hidup dan juga anggaran pemerintah daerah, namun jika pihak swasta dapat turut berpartisipasi menyediakan fasilitas yang dibutuhkan tentu akan sangat membantu dan bermanfaat. Bantuan fisik seperti pembangunan TPS dan penyediaan mesin pencacah, alat

pengomposan dan juga dukungan peralatan di TPS merupakan salah satu alternatif pemanfaatan dana CSR dalam pengelolaan sampah.

Tahapan berikutnya adalah transport/pengangkutan sampah dari TPS ke TPA. Sarana pengangkutan seperti truk tentu sangat diperlukan dalam proses ini. Sehingga peluang CSR dalam komponen pengangkutan ke tempat pemrosesan akhir antara lain pengadaan *loader* dan pengadaan *dump truck, arm roll truck, trailer truck*, dan *compactor truck*. Namun mengingat harga alat angkut tersebut tidaklah murah, tentu membutuhkan komitmen yang tinggi dari perusahaan, khususnya dalam penganggaran sejumlah dana yang dibutuhkan untuk pembeliannya. Mekanisme *sharing* antara berbagai perusahaan bisa dimungkinkan seandainya dana CSR dari satu perusahaan saja tidak mencukupi.

Tahapan akhir dalam pengelolaan sampah adalah pengelolaan sampah di TPA. Metode TPA dengan sistem *open dumping* sudah dilarang keberadaannya, dengan demikian sistem *sanitary landfill* atau minimal *controlled landfill* harus diterapkan di semua TPA yang ada di Indonesia. Pembangunan fisik TPA dengan standar yang telah ditetapkan merupakan tanggung jawab pemerintah pusat, dalam hal ini Kementerian Pekerjaan Umum. Sedangkan setelah diserahterimakan operasional dan pengelolaannya merupakan tanggung jawab pemerintah daerah. Dengan demikian porsi APBN dan APBD sangat dominan dalam pengelolaan sampah di akhir tersebut. Peluang swasta untuk melakukan intervensi dalam bentuk pendanaan sangat kecil dalam tahapan ini. Namun demikian, beberapa sarana prasarana masih diperlukan di TPA, terutama alat berat seperti *bulldozer, excavator* maupun *compactor*. Jika pihak swasta melalui dana CSR-nya dapat membantu pengadaan alat-alat berat tersebut tentu akan sangat membantu. Akan tetapi sekali lagi karena harganya yang relatif tinggi, perlu difikirkan mekanisme pemberiannya serta kepemilikannya terutama ditinjau dari aspek legal, apakah bentuknya hibah murni, pinjaman, sewa (dengan biaya sewa yang rendah), atau bentuk-bentuk lainnya yang dimungkinkan sesuai norma, standard dan ketentuan yang berlaku. Sehingga dapat meminimalisir permasalahan yang dimungkinkan terjadi, alih-alih membantu pengelolaan sampah, pemberian/pengadaan alat tersebut yang bersumber dari CSR malah menjadi permasalahan di kemudian hari.

Dewasa ini, beberapa TPA telah dilengkapi sarana pengolahan sampah, seperti pemilahan, daur ulang, pencacahan dan pengomposan (sama seperti halnya di TPST dan TPS 3R). Oleh karena itu, peluang CSR dapat menjangkau bagian ini. Di samping itu, pemanfaatan gas methan yang dihasilkan TPA untuk sumber energi seperti untuk sumber bahan bakar rumah tangga telah diimplementasikan di beberapa TPA, misalnya TPA Kepanjen Talang Agung Kabupaten Malang, TPA Supit Urang Kota Malang dan TPA Manggar Balikpapan. Program CSR dapat dilakukan dalam penyediaan instalasi gas untuk pemanfaatan gas berskala kawasan bagi warga sekitar.

Selain bagi pemberdayaan masyarakat, pengolahan sampah dari sumber sampai pengolahan akhir, hal lainnya yang tak kalah pentingnya yang patut dipertimbangkan dalam kontribusi CSR bagi pengelolaan sampah adalah perhatian bagi sumber daya manusia yang mengelola sampah. Petugas pengelola sampah atau biasa disebut petugas kebersihan adalah bagian yang tidak terpisahkan dari aspek kelembagaan dalam pengelolaan sampah. Petugas pengelola sampah adalah orang yang melakukan pekerjaan pengumpulan, pengangkutan, pemrosesan, pendaur-ulangan, atau pembuangan dari material sampah.²⁰ Petugas kebersihan selaku garda terdepan dalam pengelolaan sampah sering kali luput dari perhatian terutama dalam hal perlindungan kesehatan dan keselamatan kerja.²¹ Sudah selayaknya perlindungan kesehatan dan keselamatan kerja bagi petugas kebersihan tersebut dilakukan oleh pemerintah selaku penanggung jawab pengelolaan sampah, namun ada kalanya perlindungan yang diberikan belumlah maksimal. Oleh karena itu, apabila pihak swasta dapat turut memberikan perhatian bagi para petugas kebersihan maka hal itu diharapkan dapat meningkatkan tingkat kesehatan dan keselamatan kerja mereka-mereka yang selama ini menanggung risiko kesehatan sedemikian tinggi karena setiap hari bergelut dengan sampah. Bentuk CSR yang diberikan dapat berupa pemeriksaan kesehatan rutin secara gratis,

²⁰ Wikipedia (2010) dalam <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/20777/4/Chapter%20II.pdf>, diakses tanggal 10 Agustus 2015.

²¹ Suryani, Anih Sri. 2014. "Pelindungan Kesehatan Bagi Petugas Pengelola Sampah Studi Kasus Pengelolaan Sampah Di Gianyar Bali," bagian dari buku *Sampah Permasalahan dan Pengelolaannya*. Jakarta: P3DI Setjen DPR RI dan Azza Grafika.

pengobatan gratis, asuransi kesehatan, sosialisasi dan pelatihan implementasi Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) dalam pengelolaan sampah, pemberian pakaian dan alat-alat pelindung diri yang aman sesuai dengan prinsip-prinsip K3, dan sebagainya. Dengan demikian diharapkan para petugas kebersihan mulai dari sumber sampai ke pengolahan akhir dapat menjalankan tugasnya secara baik, tertib, bersih, aman dan terlindung.

V. Contoh Implementasi CSR

A. Pertamina *Green Act*

Pertamina *Green Act* merupakan sebuah kompetisi seni dan kreativitas bagi siswa SMA dan guru dengan gaya hidup hijau sebagai tema utama. Program ini bertujuan untuk menjadikan sekolah-sekolah terbaik untuk menjadi pelopor gerakan peduli lingkungan.²²

Tujuan umum dari program ini adalah untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan ramah lingkungan dan kreativitas dalam rangka memecahkan masalah lingkungan yang ada dalam masyarakat. Rangkaian kegiatan yang dilakukan dalam program *Green Act* diantaranya adalah sosialisasi program, pelatihan, dan kompetisi 3R (*reduce, reuse, recycle*).

Beberapa sekolah telah turut melakukan kompetisi dalam program ini. Pertama yang dilakukan di sekolah-sekolah adalah penghijauan, dan yang kedua, persiapan untuk pengolahan sampah. Pada awalnya memang sulit, karena masih dalam proses pembelajaran. Namun dengan dukungan dari pihak sekolah, akhirnya komunitas pelopor lingkungan mulai terbentuk, terutama dengan hadirnya saung pengolahan sampah menjadi kompos. Untuk Pertamina *Green Act* pada tahun 2011, dari sekian banyak sekolah yang mengikuti kompetisi, tercatat ada 19 SMA yang masuk dalam final, termasuk juara-juara pada tahun sebelumnya.²³ Kegiatan tersebut selain memotivasi pengelolaan sampah di sumbernya (dalam hal ini di sekolah-sekolah), juga ada mengandung unsur

²² "Pertamina dan Lingkungan," <http://www.pertamina.com/social-responsibility/csr-program/pertamina-dan-lingkungan/ContentM>, diakses tanggal 10 September 2015.

²³ "Menyelamatkan Lingkungan Sekitar," <http://www.bumn.go.id/pertamina/berita/714/Menyelamatkan.Lingkungan.Sekitar>, diakses tanggal 10 September 2015.

edukasi dan pembinaan khususnya bagi murid-murid yang terlibat di dalamnya.

B. Program Pelatihan Pengelolaan Sampah Organik dan Anorganik oleh Pertamina di Ende

Kegiatan Pelatihan Pengelolaan Sampah Organik dan Anorganik diselenggarakan pada hari Selasa tanggal 23 September 2014 sampai hari Rabu tanggal 24 September 2014. Kegiatan pelatihan ini akan diisi dengan diskusi panel (dengan narasumber dari Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kabupaten Ende, Badan Lingkungan Hidup Daerah Kabupaten Ende, dan Kantor Pertamanan dan Kebersihan Kabupaten Ende), praktik pengelolaan sampah anorganik, berupa pembuatan tudung saji, pembuatan keranjang ale-ale, dan pembuatan takakura (fasilitator dan pendamping dari KPK dan BLHD Kabupaten Ende), dan praktik pengelolaan sampah organik, berupa pembuatan bokashi dan pembuatan kompos dalam karung (fasilitator dan pendamping dari KPK dan BLHD Kabupaten Ende)²⁴.

Pelatihan ini bertujuan untuk: memberikan pemahaman tentang sampah dan masalah yang ditimbulkan, memberikan pemahaman tentang manajemen pengelolaan sampah organik dan anorganik, dan menumbuhkan ketrampilan kelompok masyarakat dalam pengelolaan sampah.

Peserta pelatihan selain berasal dari kelompok binaan BLHD Kabupaten Ende, juga berasal dari unsur TNI yang merupakan mitra BLHD Kabupaten Ende dalam setiap kegiatan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup. Secara lengkap peserta pelatihan berjumlah 33 orang. Adapun Anggaran dari kegiatan ini bersumber dari dana CSR PT. Pertamina (Persero) TBBM Ende.²⁵ Program CSR tersebut merupakan salah satu contoh kegiatan yang bermanfaat pada pengelolaan sampah pada tingkat pengumpulan sampai TPS, dimana semenjak awal pengelola sampah diajarkan melakukan pemilihan dan melakukan upaya daur ulang.

²⁴ "Kegiatan CSR bidang Lingkungan PT. Pertamina Persero (TBBM) Ende," <http://blhd.endekab.go.id/kegiatan-csr-bidang-lingkungan-pt-pertamina-persero-tbbm-enden/>, diakses tanggal 10 September 2015.

²⁵ *Ibid*

C. Pengelolaan Sampah Aqua

Pengelolaan Sampah Aqua, melakukan inisiatif keberlanjutan di bawah payung Aqua Lestari, bekerjasama dengan Yayasan Kesejahteraan Korpri Provinsi Bali, Universitas Warmadewa, Pemerintah Kabupaten Tabanan, Masyarakat Desa Adat Beraban, Paguyuban Hotel Bali dan Yayasan Trihita Karana, menginisiasi program Pengelolaan Sampah Terpadu Berbasis Masyarakat, di Tanah Lot, Bali sebelumnya AQUA telah melakukan pengelolaan sampah plastik sejak tahun 1993 melalui program PEDULI. Melalui program ini AQUA memberikan manfaat ekonomi bagi pemulung dengan memperkenalkan mesin pencacah. Sedangkan dalam operasionalnya, AQUA sendiri telah menerapkan berbagai inisiatif 3R (*reduce, reuse recycle*). Pengolahan sampah batok kelapa muda diolah menjadi briket yang dapat dijual oleh masyarakat setempat dan menjadi tambahan penghasilan. Bahkan saat ini, sedang dilakukan berbagai uji coba agar briket yang diproduksi dapat sesuai dengan standar yang diinginkan oleh Paguyuban Hotel Bali.²⁶

Pemberdayaan Pemulung Danone mulai tahun 2010, bekerja sama dengan Yayasan Bina Swadaya Karya dan Rumah Sehat Madani, telah mengembangkan program pengelolaan sampah sebagai bentuk tanggung jawab sosial di Bali dalam bentuk Lembaga Pemberdayaan Pemulung (LPP) Bali. Terbentuknya LPP dan terbangunnya *Recycle Bussiness Unit* (RBU) merupakan sebuah wadah dan sentral penampungan hasil barang para pemulung dan menjadi sebuah unit usaha yang saling menguntungkan bagi para pemulung dalam menjual hasil pencarian mereka.

LPP terdiri dari 17 kelompok beranggotakan 272 pemulung. Di LPP telah dibentuk *Micro Finance Unit* (MFU) dan pelayanan kesehatan gratis, dengan tujuan memberikan modal bagi para pemulung dan pelayanan kesehatan secara reguler kepada pemulung dan keluarganya.²⁷ Selain itu, aktivitas pemulung dalam program ini

²⁶ "Pengelolaan Sampah Terpadu untuk Manfaat Ekonomi Masyarakat," <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:KmoJ2E-EfmIJ:www.aqua.com/uploads/files/Press%2520Release/Press%2520release%2520tanah%2520lot.docx+&cd=1&hl=id&ct=clnk&gl=id>, diakses tanggal 10 September 2015.

²⁷ "Selamatkan Lingkungan, Program CSR Aqua Danone Berdayakan Pemulung," <http://www.balipost.co.id/mediadetail.php?module=detailberitaminggu&kid=13&id=74127>, diakses tanggal 10 September 2015.

dilakukan secara beragam. Mulai dari aktivitas pembersihan sampah anorganik, penggilingan sampah botol dan gelas plastik, jual beli hasil pemulung, hingga pembentukan koperasi yang saat ini dalam tahap pengurusan legalitas. Rata-rata sampah yang dikelola di rumah bambu per bulannya mencapai 20 ton, di mana khusus plastik mencapai 18 ton. Di sini juga dilaksanakan program *modern channel*. Para pemulung difasilitasi untuk bisa masuk ke hotel, warung atau restoran. Tentunya, pemulung yang masuk program ini diberikan seragam dan ID Card. LPP didirikan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan pemulung dalam bidang sosial ekonomi dengan turut menjaga dan melestarikan lingkungan. LPP memberdayakan komunitas pemulung melalui inovasi model sosial bisnis, serta menciptakan lapangan pekerjaan yang berkelanjutan dalam kegiatan industri daur ulang.

D. Bank Sampah sebagai Program CSR PLN

Proses pembayaran rekening listrik warga sekitar bank sampah, selama ini dilakukan di loket PPOB di luar wilayahnya. Hal ini kemudian memunculkan biaya tambahan bagi warga, seperti biaya transportasi dan parkir, disamping juga terdapat biaya administrasi yang akan dipungut oleh pemilik loket. Potensi ini, kemudian dilihat oleh Tim CSR-Bina Lingkungan PLN di Surabaya sebagai sebuah peluang yang layak dikemas dalam sebuah desain program aksi CSR-Bina Lingkungan 2012. Pada tahun 2011 melalui program kampung binaan CSR-Bina Lingkungan PLN telah berhasil melakukan pelatihan dan mendorong berdirinya 125 titik bank sampah binaan di Surabaya dan 280 titik bank sampah di Malang.²⁸

Untuk menjaga keberlanjutan program dan mendukung perkembangan bank sampah maka pada tahun 2012, CSR-Bina Lingkungan PLN meluncurkan aksi Program Wirausaha Bersinar "PPOB-Bayar listrik dengan sampah" dan "Bank Sampah Induk". Selain sebagai bentuk keberlanjutan program tahun sebelumnya, aksi program ini juga sebagai bentuk komitmen PLN untuk terus mengembangkan bank sampah dan mencari terobosan agar memberi manfaat bersama antara masyarakat dan perusahaan.

²⁸ "Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan). Struktur Organisasi," <http://www.pln.co.id/?p=129>, diakses tanggal 12 September 2015.

Aksi Program "bayar listrik dengan sampah" dapat membantu pelanggan serta memudahkan masyarakat untuk membayar listrik. Aksi ini bertujuan memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan pendapatan warga dan organisasi atau komunitas di perkampungan, meningkatkan kebersihan lingkungan serta menjaga kelestarian alam. Dengan dibukanya loket bayar listrik di bank sampah, diharapkan dapat meningkatkan pendapatan bank sampah yang diperoleh dari biaya administrasi rekening listrik yang dipungut dari setiap pembayar. Keuntungan ini hasilnya akan kembali dinikmati masyarakat setempat untuk mengembangkan usaha bank sampah. Selain itu pelanggan akan bisa menghemat pengeluaran lainnya baik transportasi maupun parkir dan juga waktu yang lebih cepat karena lebih dekat.

Dengan aksi program Wirausaha Bersinar diharapkan masyarakat akan memperoleh beberapa manfaat lainnya. Pertama diperoleh kawasan atau lingkungan hidup yang bersih, kedua adalah adanya kemudahan dan kedekatan akses masyarakat dalam pembayaran rekening listrik dan yang ketiga adalah peningkatan pendapatan/kas organisasi RT/RW/Komunitas yang diperoleh dari jasa administrasi pencetakan rekening listrik. Peningkatan pendapatan komunitas Bank sampah RT-RW diharapkan akan mampu mendukung turunnya jumlah sambungan ilegal dan tunggakan. Sebagai contoh kasus di Kawasan Margorejo dan Gading Surabaya, sikap warga berubah terhadap sambungan PJU liar di kampung kampung, dengan adanya sumber pendapatan tambahan maka warga mampu berubah sikap dari sambungan PJU kampung yang sebelumnya ilegal ke sambungan resmi PLN, kas yang terkumpul dari bank sampah menjadi sumber dana untuk membayar sambungan listrik yang dipakai sebagai pendukung fasilitas umum.

Selain program "bayar listrik dengan sampah", CSR-Bina Lingkungan PT PLN (Persero) juga mendorong kemampuan produksi dan peningkatan nilai jual produk bank sampah induk. Bank sampah induk adalah bank sampah yang bertugas untuk membina bank-bank sampah unit di RT-RW. Selain membina, bank sampah induk juga sebagai penerima atau pengambilan setoran sampah yang terkumpul di bank sampah unit-unit. Untuk bisa melakukan peran-peran tersebut bank sampah induk perlu terus ditingkatkan kemampuannya, baik secara teknis maupun permodalan.

Peningkatan usaha bank sampah induk dilakukan melalui pengelolaan manajemen pergudangan, pengadaan mesin pencacahan sampah, melalui penambahan mesin-mesin produksi, dan penyediaan alat transportasi, langkah ini akan mempercepat perputaran dan proses pengambilan serta penyetoran sampah ke penerima akhir.

Sebagai contoh, saat ini Bank Sampah Malang (BSM) sebagai salah satu bank sampah induk, telah mampu mengolah sampah menjadi berbagai produk daur ulang dan bahan cacahan plastik. Produk produk ini mampu meningkatkan nilai jual dan keuntungan bank sampah secara signifikan. Di Surabaya peran bank sampah induk sudah dilakukan oleh Bank Sampah Bina Mandiri yang saat ini sudah memiliki 125 bank sampah binaan. Aspek-aspek manajemen persampahan apabila diterapkan dengan optimal di BSM akan turut membantu pengelolaan sampah di Kota Malang.²⁹ Dua bank sampah tersebut merupakan Bank Sampah terbesar di Indonesia, dimana masing-masing sudah memiliki ratusan subbank sampah binaan di kota Malang dan Surabaya. Masing-masing telah mampu melakukan berbagai terobosan usaha dan bekerjasama dengan CSR PLN untuk terus mengembangkan bank sampah di berbagai wilayah.

VI. Penutup

Dalam hal pengelolaan sampah, CSR dapat turut berkontribusi dari mulai hulu dimana sampah tersebut dihasilkan di sumber sampah, sampah ke hilir dimana sampah dikelola di tempat pengelolaan akhir. Sejauh ini CSR lebih banyak terlibat pada tahap pengelolaan sampah di sumber sampai dengan TPS, dimana upaya pemberdayaan masyarakat berupa pelatihan pengelolaan sampah organik dan anorganik, 3R, pengomposan serta daur ulang banyak dilakukan. Sementara dalam tahap pengangkutan dari TPS sampai ke pengelolaan akhir, program CSR belum banyak terlibat.

Sejauh ini telah banyak CSR dari perusahaan-perusahaan besar maupun BUMN yang terlibat dalam pengelolaan sampah, seperti Pertamina, PLN, PT Danone, dsb. Bentuk CSR yang diberikan oleh

²⁹ Suryani, Anih Sri. 2014. "Peran Bank Sampah Dalam Efektivitas Pengelolaan Sampah (Studi Kasus Bank Sampah Malang)," *Jurnal Aspirasi* Vol. 5 No. 1 Tahun 2014. Jakarta: P3DI Setjen DPR RI

perusahaan-perusahaan tersebut biasanya lebih komprehensif dan berkelanjutan serta berupaya merubah paradigma lama dalam pengumpulan sampah dari hanya kumpul-angkut-buang, menjadi dapat dimanfaatkan kembali dengan program 3R dan seminimal mungkin dibuang ke TPA. Pemberdayaan masyarakat misalnya melalui pelatihan pengomposan, pelatihan pemanfaatan bahan daur ulang dan pembentukan bank sampah merupakan salah satu contohnya. Adapun perusahaan-perusahaan yang bersifat lokal bentuk CSR-nya sebagian besar berupa bantuan yang sifatnya penenuhan sarana dan prasarana persampahan seperti penyediaan bak sampah, tong sampah, roda, dan juga alat angkut lainnya.

CSR semestinya bisa menjadi instrumen bagi perusahaan untuk tetap dan semakin kompetitif, serta mampu membawa manfaat yang positif bagi masyarakat luas. Jika dilakukan dengan pendekatan yang sistemik dan terintegrasi dengan *core business* perusahaan dan dikelola secara profesional dan akuntabel, pelaksanaan CSR yang saat ini di Indonesia (total dananya mencapai 10 triliun)³⁰ memiliki potensi yang besar untuk turut menyejahterakan masyarakat tidak saja dalam hal pengelelolaan sampah namun juga mendukung upaya perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup lainnya.

³⁰ Swa Online, 7/12 dalam "Perlu Pendekatan Sistemik dalam Optimalisasi Manfaat CSR," <http://www.menlh.go.id/perlunya-pendekatan-sistemik-dalam-optimalisasi-manfaat-csr/> diakses tanggal 12 September 2015.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Anggraini, Fr. R. R. 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan*. Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang. 23-26 Agustus.
- Azwar, Azrul. 1990. *Pengantar Ilmu Lingkungan*. Jakarta: Mutiara Sumber Widya.
- Busyra Azheri. 2012. *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Damanhuri, Enri, Tri Padmi. 2010. *Pengelolaan Sampah. Diklat Kuliah*. Program Studi Teknik Lingkungan. Institut Teknologi Bandung.
- Hadiwiyoto, Soewedo, 1983, *Penanganan dan Pemanfaatan Sampah*. Jakarta: Yayasan Idayu.
- ISO 14001: 2004. *Environmental management systems— Requirements with guidance for use*.
- ISO 14004: 2004. Environmental management systems — General guidelines on principles, systems and support techniques.
- Kementerian Lingkungan Hidup. 2012. *Petunjuk Pelaksanaan CSR Bidang Lingkungan*. Jakarta.
- Kodoatie, Robert J. 2003. *Manajemen dan Rekayasa Infrastruktur*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Said, E Gumbira. 1987. *Sampah Masalah Kita Bersama*. Jakarta: PT. Medyatama Sarana Perkasa.
- Soemirat, Juli. 1994. *Kesehatan Lingkungan*. Yogyakarta: Gajah Mada Press.

- Suryani, Anih Sri. 2014. "Pelindungan Kesehatan Bagi Petugas Pengelola Sampah Studi Kasus Pengelolaan Sampah Di Gianyar Bali," bagian dari buku *Sampah Permasalahan dan Pengelolaannya*. Jakarta: P3DI Setjen DPR RI dan Azza Grafika.
- Suryani, Anih Sri. 2014. "Peran Bank Sampah Dalam Efektivitas Pengelolaan Sampah (Studi Kasus Bank Sampah Malang)," Jurnal *Aspirasi* Vol. 5 No. 1 Tahun 2014. Jakarta: P3DI Setjen DPR RI
- Trisyanti, dkk. 2014. *Jalan Terjal Bersihkan Negeri, Fakta Sampah dan 12 Kisah Terbaik Pengelolaannya di Indonesia*. Jakarta: Sendang Bumi Wastama.
- Tyas, Restianingati Vinda 2009. *Efektivitas Program Pengelolaan Sampah Mandiri Berbasis Komunitas di Kota Surabaya*. Skripsi Sarjana, Ilmu Administrasi Negara FISIP UNAIR, Surabaya.

Internet

- "90 Persen Sampah Indonesia Belum Didaur Ulang," <http://nationalgeographic.co.id/berita/2011/11/90-persen-sampah-di-indonesia-belum-didaur-ulang>, diakses tanggal 6 April 2015.
- "Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan). Struktur Organisasi," <http://www.pln.co.id/?p=129>, diakses tanggal 12 September 2015.
- "Dasar-dasar Pengelolaan Sampah," <http://www.sanitasi.net/dasar-dasar-sistem-pengelolaan-sampah.html> , diakses tanggal 10 September 2015.
- "Indonesia Hasilkan 625 Juta Liter Sampah Sehari," <http://www.tempo.co/read/news/2012/04/15/063397147/Indonesia-Hasilkan-625-Juta-Liter-Sampah-Sehari>, diakses tanggal 6 April 2015.
- "Kegiatan CSR Bidang Lingkungan PT. Pertamina Persero (TBBM) Ende,"<http://blhd.endekab.go.id/kegiatan-csr-bidang-lingkung-an-pt-pertamina-persero-tbbm-ende/>, diakses tanggal 10 September 2015.
- "Menyelamatkan Lingkungan Sekitar," <http://www.bumn.go.id/pertamina/berita/714/Menyelamatkan.Lingkungan.Sekitar>, diakses tanggal 10 September 2015.

"Model *Corporate Social Responsibility* Bidang Lingkungan," <http://www.menlh.go.id/model-corporate-social-responcibility-csr-bidang-lingkungan/>, diakses tanggal 1 September 2015.

"Pengelolaan Sampah Terpadu untuk Manfaat Ekonomi Masyarakat," <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:KmoJ2E-EfmIJ:www.aqua.com/uploads/files/Press%2520Release/Press%2520release%2520tanah%2520lot.docx+&cd=1&hl=id&ct=clnk&gl=id>, diakses tanggal 10 September 2015.

"Pertamina dan Lingkungan," <http://www.pertamina.com/social-responsibility/csr-program/pertamina-dan-lingkungan/ContentM>, diakses tanggal 10 September 2015.

"Petunjuk Pelaksanaan CSR Bidang Lingkungan," http://www.menlh.go.id/DATA/csr_pi_2012/Part%202.pdf, diakses tanggal 1 September 2015.

"Selamatkan Lingkungan, Program CSR Aqua Danone Berdayakan Pemulung," <http://www.balipost.co.id/mediadetail.php?module=detailberitaminggu&kid=13&id=74127>, diakses tanggal 10 September 2015.

"Tanggung Jawab Perseroan Terbatas terhadap Sosial dan Lingkungan," <http://digilib.uinsby.ac.id/730/6/Bab%203.pdf>, diakses tanggal 1 September 2015.

Swa Online. 7/12, dalam "Perlu Pendekatan Sistemik dalam Optimalisasi Manfaat CSR," <http://www.menlh.go.id/perlunya-pendekatan-sistemik-dalam-optimalisasi-manfaat-csr/> diakses tanggal 12 September 2015.

Wikipedia. 2010. <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/20777/4/Chapter%20II.pdf>, diakses tanggal 10 Agustus 2015.

FAKTOR-FAKTOR YANG PENTING UNTUK KEBERHASILAN PROGRAM CSR: SEBUAH STUDI KUALITATIF

Lukman Nul Hakim

I. Pendahuluan

Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), orang-orang mengenal Desa Badran yang berada di Kelurahan Bumijo Kecamatan Jetis itu sebagai kampung preman. Dengan rumah-rumah yang padat, jalan desa yang sempit, dan banyak dihuni oleh bekas narapidana, sehingga semakin menguatkan *label* desa preman terhadap Desa Badran. Akan tetapi itu dahulu, kini Desa Badran sudah berubah. Desa Badran telah sukses bertransformasi menjadi desa yang jauh lebih sehat dan lebih nyaman. Jika dahulu bahkan ada rasa malu di para warga jika diketahui berasal dari Badran, sekarang tidak lagi. Kisah sukses lainnya datang dari Desa Tegalrejo yang berada di Kabupaten Bantul DIY. Desa Tegalrejo telah berhasil secara signifikan meningkatkan produksi pupuknya hingga mencapai 20%, selain itu desa juga telah membangun 1 rumah produksi pupuk berkapasitas 20 ton perbulan, membangun 1 instalasi biogas ramah lingkungan, dan membangun 1 unit rumah produksi jamur. Berbagai peningkatan tersebut telah berhasil meningkatkan kesejahteraan masyarakat baik di Desa Badran maupun Tegalrejo.

Banyak faktor yang berkontribusi terhadap penyebab kemajuan desa Badran dan desa Tegalrejo. Akan tetapi Desa Badaran dan Tegalrejo memiliki kesamaan, yaitu kedua desa tersebut telah menerima program *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP), yang selanjutnya akan dituliskan CSR. Desa Badran merupakan desa binaan program CSR dari PT. Sari Husada, sedangkan Desa Tegalrejo adalah desa binaan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.

perusahaan-perusahan di India, apakah moral ataukah strategis⁸, dan temuannya mengatakan bahwa di India kedua perspektif tersebut ada dan berimbang jumlahnya. Penelitian Arevalo dan Aravind menyatakan bahwa CSR di India utamanya didorong oleh nilai-nilai moral dan komitmen dari pimpinan manajemen⁹, sedangkan Gautam dan Singh menuliskan bahwa CSR di India pada dasarnya bersifat filantropik.¹⁰ Akan tetapi hasil penelitian lainnya justru menggambarkan bahwa perusahaan-perusahaan di India terlibat di CSR karena demi untuk reputasi, keuntungan finansial dan keuntungan relasional.¹¹ Sementara penelitian oleh Pricewaterhouse Coopers menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR perusahaan-perusahaan di India lebih karena faktor strategis.¹²

Kecenderungan dominannya perspektif strategis daripada moral dapat dipahami. Karena perusahaan bekerja dengan prinsip ekonomi untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Sehingga apapun kebijakan perusahaan seharusnya bermuara pada keuntungan bagi perusahaan.

B. Motivasi Internal vs Motivasi Eksternal

Istilah perspektif moral dan strategis ini digunakan para peneliti bidang ilmu manajemen. Sesungguhnya esensi dari kedua perspektif tersebut dalam ilmu psikologi adalah motivasi. Motivasi terbagi

⁸ G.S. Dhanesh, "Why Corporate Social Responsibility? An Analysis of Drivers of CSR in India," *Management Communication Quarterly*, No. 29 (2015), Hal. 114-129.

⁹ J.A. Arevalo & D. Aravind, "Corporate social responsibility practices in India: Approach, drivers, and barriers," *Corporate Governance*, No. 11 (2011), Hal. 399-414.

¹⁰ R. Gautam & A. Singh, A, "CSR practices in India: A study of top 500 companies," *Global Business and Management Research*, No. 1 (2010), Hal. 41-56.

¹¹ M. Mehra, "Corporate social responsibility in emerging economies," *Journal of Corporate Citizenship*, No. 24 (2006), Hal. 20-22; P. Sagar, & A. Singla, "Trust and corporate social responsibility: Lessons from India," *Journal of Communication Management*, No. 8 (2004), Hal. 282-290; S. Sharma, "Corporate social responsibility in India," *The Indian Journal of Industrial Relations*, No. 46 (2011), Hal. 637-649.

¹² Pricewaterhouse Coopers, "Handbook on corporate social responsibility in India." http://www.pwc.in/en_IN/in/assets/pdfs/publications/2013/handbook-on-corporate-social-responsibility-in-india.pdf. (Diakses pada tanggal 23 Juni 2015)

atas dua yaitu motivasi ekstrinsik dan motivasi intrinsik. Motivasi ekstrinsik yaitu sebuah dorongan yang sumbernya berasal dari luar diri, sedangkan pada motivasi intrinsik dorongan tersebut berasal dari dalam diri. Misalkan pada tindakan seorang pemuda yang membantu seorang buta untuk menyeberang jalan. Jika dorongan untuk membantu tersebut berasal dari rasa empati terhadap kesulitan orang buta tersebut sehingga ingin membantu, maka itu disebut motivasi intrinsik, karena dorongannya berasal dari dalam diri dia sendiri. Akan tetapi jika dorongan keinginan untuk membantu tersebut dikarenakan ingin mendapatkan kesan yang positif dari seorang wanita cantik yang berada didekat orang buta tersebut maka disebut motivasi ekstrinsik. Karena sumber dorongan berasal dari luar diri dia, yaitu sang wanita.

Perspektif moral yang menitik beratkan pada nilai etis, nilai moral, dan "hal yang benar" adalah motivasi intrinsik. Sedangkan perspektif strategis yang lebih pragmatis dan melihat CSR lebih pada manfaat yang akan didapatkan perusahaan, seperti loyalitas karyawan dan loyalitas pelanggan, yang merupakan motivasi ekstrinsik.

Peraturan merupakan upaya negara untuk memberikan motivasi bagi masyarakatnya untuk bertindak sesuai dengan keinginan pemerintah. Dalam peraturan terdapat perintah yang harus ditaati masyarakatnya, yang biasanya disertai konsekwensi, baik itu berupa iming-iming hadiah atau justru ancaman hukuman. Konsekwensi itulah yang menjadi sumber motivator eksternal.

III. Metodologi Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang berupaya mendapatkan gambaran pelaksanaan sebuah kebijakan sosial maka penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Dengan pendekatan kualitatif, diharapkan diperoleh hasil penelitian yang dapat mendeskripsikan secara komprehensif tentang faktor-faktor yang penting pengaruhnya bagi perbaikan kualitas pelaksanaan CSR pada masa mendatang.

Data yang akan dianalisis merupakan perpaduan antara data primer dan data sekunder. Data primer meliputi data-data yang diperoleh dari studi lapangan terkait pelaksanaan CSR. Sedangkan data sekunder meliputi kajian literatur. Data primer akan didapat melalui dua teknik pengumpulan data yaitu *focus group discussion*

dan wawancara. Adapun narasumber FGD dan Wawancara mencakup pihak perusahaan, pemerintah daerah, masyarakat, lembaga swadaya masyarakat, dan Forum Kesos.

IV. Faktor Penentu Keberhasilan CSR

Berdasarkan wawancara dan *focus group discussion* penulis menemukan beberapa faktor yang penting tidak hanya untuk terlaksananya CSR tetapi juga untuk kelancaran dan keberlangsungan program CSR. Peneliti berkesimpulan bahwa faktor yang paling utama adalah komitmen dari para stake holder. Komitmen menjadi sangat penting karena merupakan sumber motivasi dari pelaksanaan CSR. Yang jika komitmennya sudah kuat maka dengan sendirinya faktor-faktor pendukung lainnya akan terbangun dengan baik. Faktor pendukung lainnya yang juga penting adalah faktor komunikasi, kepemimpinan, organisasi pendukung, dan manajemen.

A. Komitmen

Komitmen pemangku kepentingan sangat menentukan implementasi dan keberlangsungan program CSR. Figur-figr sentral pengambil keputusan pada pemangku kepentingan yaitu pihak perusahaan, pemerintah daerah (Pemda) dan masyarakat menjadi faktor kunci keberhasilan program CSR. Secara normatif pengambil keputusan adalah mereka yang memegang jabatan tertinggi dalam sebuah organisasi, akan tetapi pada beberapa kasus ada figur pemimpin informal yaitu orang yang secara jabatan bukan tertinggi akan tetapi pandangan-pandangannya sangat mempengaruhi kebijakan.

Pada perusahaan peran pengambil keputusan dilakukan oleh seorang direktur, manager CSR, atau lainnya tergantung struktur organisasi. Sementara pada Pemerintah Daerah oleh seorang Walikota/Bupati. Sementara pada masyarakat pengambil keputusan kadang adalah orang-orang yang di tuakan dan dihormati meskipun tanpa jabatan misalnya tokoh agama, tokoh adat, dll. Pada program CSR maka komitmen dari para pengambil keputusan tersebut sangat menentukan sejauh mana CSR akan berjalan.

Karena signifikannya peran para pengambil keputusan maka idealnya mereka harus memiliki *sense of altruism*, yaitu suatu

keinginan membantu orang lain secara tulus tanpa pamrih. Komitmen memiliki hubungan yang kuat dengan motivasi. Komitmen yang tinggi hanya akan tercipta ketika seseorang memiliki motivasi yang kuat, dan begitupun sebaliknya, baik itu motivasi internal maupun eksternal. Idealnya motivasi tersebut bersifat internal, akan tetapi terkadang kondisi ideal tersebut tidak terjadi sehingga pemerintah perlu memberikan motivasi eksternal, baik itu motivasi positif seperti berupa hadiah, kompensasi, reward, ataupun yang negatif seperti hukuman.

Pada salah satu kunjungan ke Provinsi Jawa Barat peneliti mengunjungi Pusat Studi Teknologi Informatika Komputer (Pustikom) Persada yang merupakan bentuk CSR dari sebuah perusahaan di daerah Kelapa Nunggal Sukabumi. Lembaga ini termasuk sukses karena telah berhasil menyediakan prasarana yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat sekitar. Akan tetapi dari wawancara mendalam diketahui bahwa ternyata menurut pengelola lembaga pembangunan lembaga itu terlaksana setelah melalui proses perjuangan yang sangat panjang, yaitu setelah masyarakat melakukan serangkaian demonstrasi sebagai bentuk protes atas kurangnya perhatian perusahaan terhadap masyarakat sekitar perusahaan. Bahkan karena tuntutannya tidak kunjung dipenuhi perusahaan demonstrasi tersebut disertai aksi jahit mulut, sehingga akhirnya perusahaan mencapai kesepakatan dengan masyarakat. Salah satu kesepakatannya adalah pemberian fasilitas berupa beberapa perangkat komputer yang kemudian digunakan untuk mendidik masyarakat dalam wadah Pustikom Persada tersebut. Hal ini menunjukkan pentingnya upaya memunculkan komitmen dan motivasi yang diupayakan dari ekternal.

Pada kasus lain, masih disekitar Jawa Barat peneliti mendapati seorang kepala desa yang sangat berjasa karena telah menjadi motor atas keberhasilan program CSR di desanya. Berawal dari keprihatinannya karena seringkali terjadi perkelahian antar warga di desa Nanggerang. Dan perkelahian tersebut dikarenakan sulitnya mendapatkan akses terhadap air bersih. Dengan komitmen dan keyakinan bahwa menjaga ketentraman dan kesejahteraan desa merupakan tanggung jawabnya Bapak Ade Daryadi akhirnya berhasil mengakhiri kelangkaan air bersih di Desa Nanggerang Sukabumi. Rasa komitmen dalam diri Bapak Ade Daryadi merupakan sumber

motivasi internal. Yang jika semua stake holder memiliki komitmen yang bersumber dari motivasi internal seperti bapak Ade Daryadi maka kesejahteraan masyarakat merupakan sebuah keniscayaan.

B. Kepemimpinan

Faktor selanjutnya yang juga sangat kuat kaitannya dengan faktor komitmen diatas, yaitu kepemimpinan. Jika komitmen adalah sebuah rasa, maka pemimpin merupakan orang yang memiliki rasa tersebut. Dari beberapa tempat yang telah sukses melaksanakan CSR semakin memperkuat asumsi peneliti akan pentingnya faktor kepemimpinan pada kesemua stakeholder, baik perusahaan, pemerintah daerah, maupun masyarakat.

Kesuksesan CSR di Kota Bandung misalnya tidak lepas dari kinerja Walikota Bandung Bapak Ridwan Kamil. Dihadapkan pada kondisi harus memperbaiki Kota Bandung akan tetapi belum didukung dengan APBN yang mencukupi membuat Ridwan Kamil mengambil langkah inisiatif yang kreatif, yaitu menggalang dana CSR dari berbagai sumber, bahkan hingga negara-negara eropa. Dengan jaringan luar negeri yang dimilikinya ia berhasil menarik sekitar Rp. 1,7 Trilyun.¹³

Tidak hanya dari luar negeri, Ridwan Kamil juga sukses menarik perusahaan-perusahaan dalam negeri untuk berkontribusi terhadap perkembangan Kota Bandung, salah satunya dengan terbangunnya taman-taman tematik. Seperti contoh taman film, dimana untuk taman ini sumbangan perusahaan tidak hanya untuk pengadaan monitor televisi raksasa dan karpet sintetis untuk tempat duduk penonton, tetapi juga untuk pemeliharaan berbagai fasilitas tersebut. Karena salah satu momok dari aneka program CSR adalah menjaga keberlangsungan (*sustainability*). Menurut aparat Pemerintah Kota Bandung, jika hanya upaya untuk mendapatkan pengadaan barang untuk CSR seperti monitor raksasa adalah hal yang mudah. Justru yang sulit adalah mendapatkan komitmen perusahaan untuk membantu menjaga keberlangsungannya.

Jika di Kota Bandung tokoh penggerak CSR nya adalah pimpinan daerah, maka di Yogyakarta adalah Ketua Forum Kesos-nya,

¹³ P.P. Perdana, "Bandung Dapat CSR Rp. 1,7 T dari Eropa," <http://regional.kompas.com/read/2014/01/21/0657106/Bandung.Dapat.CSR.Rp.1.7.T.dari.Eropa>. (Diakses pada tanggal 23 Juni 2015).

yaitu GKR Mangkubumi yang merupakan putri Sultan Kerajaan Yogyakarta yang juga merupakan Gubernur Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan wawancara dengan pihak perusahaan dan pemerintah daerah di Yogyakarta, faktor ketokohan GKR Mangkubumi yang sebelumnya bernama Gusti Pembayun memiliki peran yang sangat sentral dalam keberhasilan Forum Kesos Yogyakarta mendorong perusahaan-perusahaan di wilayah Provinsi DI Yogyakarta untuk melaksanakan CSR.

Masyarakat Yogyakarta memiliki loyalitas yang tinggi pada kerajaan Yogyakarta. Kenyataan bahwa GKR Mangkubumi merupakan putri Raja Kesultanan Yogyakarta menjadi magnet bagi perusahaan-perusahaan untuk aktif dalam pelaksanaan CSR. Hal ini seperti disampaikan oleh pengurus Forum Kesos Yogyakarta bahwa jika Forum Kesos mengundang kehadiran perusahaan-perusahaan dalam rapat dan dalam undangan tertulis akan dihadiri GKR Mangkubumi maka dapat dipastikan hampir semua perusahaan mengirim utusannya untuk menghadiri kegiatan tersebut. Menurut narasumber, utusan perusahaan bahkan hadir hingga acara benar-benar selesai. Itu adalah sebuah kondisi yang luar biasa mengingat hal itu tidak terjadi sebelumnya.

Akan tetapi menurut pengamatan penulis, keberhasilan GKR Mangkubumi sebagai Ketua Forum Kesos tidak hanya faktor ketokohnya, melainkan juga faktor komitmennya yang besar untuk mendorong perusahaan melakukan CSR. Berdasarkan percakapan langsung dengan GKR Mangkubumi terlihat bahwa GKR Mangkubumi memberikan perhatian yang sangat besar atas pelaksanaan CSR perusahaan-perusahaan khususnya di Yogyakarta, dan ia juga mempunyai visi. Dalam wawancara ia mengatakan bahwa ia mempunyai cita-cita agar Forum Kesos bekerjasama dengan Kadin, sehingga proses pendataan perusahaan dan pemantauan pelaksanaan CSR dapat berjalan lancar.

Contoh kepemimpinan sukses selanjutnya seperti telah dituliskan pada subbab komitmen yaitu Kepala Desa Nanggerang Kecamatan Cicurug Kabupaten Sukabumi. Dengan lokasi desa yang jauh dengan sumber air yaitu 13 kilometer di puncak Gunung Pangrango mengakibatkan Desa Nanggerang krisis air bersih. Kondisi tersebut memaksa warga berjalan sejauh 3 kilometer untuk mendapatkan air. Sejak tahun 1976 aparat desa telah berupaya

mendapatkan air bersih untuk warga akan tetapi tidak berhasil. Pada tahun 2006 Kepala Desa Nanggerang Bapak Ade Daryadi berinisiatif mengajukan proposal pembiayaan air bersih ke perusahaan-perusahaan disekitar desa dan mendapatkan respon positif dari PT. Tirta Investama (produsen Aqua). Puncaknya pada tahun 2011 Aparat Desa bersama PT. Tirta, Pemerintah Kabupaten Sukabumi, Kementerian PU dan masyarakat bekerjasama sehingga akhirnya air bersih berhasil didapat warga, yang pada tahun 2013 telah berhasil membuat sambungan air bersih ke 1200 rumah.

Ridwan Kamil, KGKR Mangkubumi, dan Ade Daryadi menjalankan perannya dari posisi yang berbeda-beda. Namun demikian ketiganya memiliki kesamaan, yaitu kesemuanya mempunyai komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat disekitarnya, mempunyai kreativitas berpikir untuk pemecahan masalah, dan mereka semua tidak berhenti sampai tahap wacana, akan tetapi sampai dengan implementasi.

C. Komunikasi

Faktor selanjutnya yang penting adalah komunikasi. Peneliti bahkan menemukan bahwa permasalahan ataupun potensi permasalahan terkait komunikasi ada pada setiap lapisan. Baik itu komunikasi dalam internal perusahaan, antara perusahaan dengan pemerintah daerah, maupun dengan masyarakat.

Komunikasi di Internal Perusahaan. Perusahaan dapat diklasifikasikan berdasarkan banyak hal. Dari jenis usaha, omset perusahaan, jumlah pegawai, letak geografis, dan lain-lain. Perbedaan karakteristik tersebut turut mempengaruhi cara pandang perusahaan mengenai program CSR. Bahkan pemerintah dan masyarakat juga dapat memiliki cara pandang dan ekspektansi yang berbeda terhadap berbagai klasifikasi perusahaan tersebut terkait pelaksanaan CSR-nya. Sebagai contoh, pemerintah dan masyarakat akan mengharapkan perhatian yang lebih besar dari perusahaan jenis pertambangan daripada perusahaan jasa travel.

Perbedaan-perbedaan itu turut mempengaruhi keseriusan perusahaan memandang program CSR. Beberapa perusahaan besar seperti PT. Freeport, PT. Telkomsel, PT. Bank Mandiri, PT. Aqua Danone, memandang CSR sebagai suatu hal yang serius sehingga mereka membentuk satu divisi khusus CSR, baik itu sebagai divisi

yang mandiri dibawah direktur ataupun subdivisi dalam divisi Human Resource Development (HRD). Sementara program CSR di perusahaan-perusahaan skala kecil umumnya dikelola langsung oleh direktur bahkan pemilik perusahaan.

Perbedaan-perbedaan tersebut pada akhirnya mempengaruhi proses komunikasi perusahaan terkait CSR. Pada perusahaan kecil dimana penanggung jawab CSR adalah direktur ataupun pemilik langsung membuat jalur komunikasi menjadi lebih cepat. Lain halnya pada perusahaan-perusahaan besar, karena meskipun telah ada divisi khusus penanggung jawab CSR akan tetapi pengambil keputusan tetap dilakukan oleh dewan pimpinan, sehingga dalam penelitian kami dilapangan muncul keluhan dari masyarakat lamanya pengambilan keputusan terkait kegiatan CSR. Karena beberapa kegiatan CSR berbatas waktu, dan jika momennya telah terlewati maka kegiatan CSR tersebut kehilangan maknanya.

Berdasarkan temuan dilapangan penulis juga menemukan indikasi adanya masalah komunikasi antara perusahaan, masyarakat dan pemerintah terkait pola penetapan program CSR. Penulis mendapati bahwa pola penetapan program CSR pada perusahaan berbeda-beda. Secara umum dapat diklasifikasikan atas dua, yaitu program CSR yang programnya ditentukan oleh perusahaan (*top-down*), dan yang diusulkan oleh masyarakat ke perusahaan (*bottom-up*).

Pada program CSR yang kegiatannya disusun oleh perusahaan maka masyarakat hanya bersifat pasif menerima, sehingga *timeframe* kegiatan CSR ditentukan perusahaan sehingga relatif tidak bermasalah. Akan tetapi masalah komunikasi muncul ketika kegiatan CSR diusulkan oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan panjangnya jalur birokrasi di perusahaan, terutama pada perusahaan besar yang memiliki perusahaan cabang ataupun pabrik-pabrik didaerah. Karena pengambil keputusan terkait dana CSR harus dari kantor pusat, sedangkan perusahaan cabang atau pabrik, yang berdekatan dengan warga dan hanya merupakan tempat produksi tidak dapat memutuskan sendiri.

Berdasarkan kondisi permasalahan diatas mengenai pengambilan keputusan tentang program CSR maka yang pertama adalah harus adanya aturan bagi perusahaan-perusahaan agar memiliki orang ataupun divisi yang menangani CSR. Kedua

perusahaan harus memberikan keleluasaan untuk membuat keputusan secara mandiri meskipun dibatasi dengan nominal rupiah tertentu. Sebagai contoh pada perusahaan menengah maka pegawai yang bertanggung jawab atas CSR dapat memutuskan sendiri sebuah program yang membutuhkan dana dibawah Rp. 10 Juta.

Komunikasi antara Perusahaan dan Pemerintah.

Permasalahan komunikasi antara perusahaan dan pemerintah utamanya terkait adanya perbedaan persepsi tentang program prioritas antara perusahaan dan pemerintah. Perusahaan pada umumnya berusaha memberikan program CSR yang sesuai dengan *core business* perusahaan tersebut, akan tetapi hal tersebut tidak selalu sejalan dengan hal yang dianggap prioritas oleh pemerintah. Bagi perusahaan, mereka ingin program CSR yang sesuai dengan bisnis inti mereka karena hal itulah yang paling mereka kuasai sehingga mereka tidak meminjam sumber daya manusia eksternal perusahaan untuk pelaksanaan CSR, selain itu linieritas bisnis dan program CSR juga terkait dengan promosi perusahaan. Misalkan sebuah perusahaan memproduksi susu maka jika bentuk CSR adalah memberikan bantuan susu secara periodik pada masyarakat tentunya diharapkan selain menyehatkan masyarakat maka akan terjadi proses pemasaran. Diharapkan ketika lepas dari program CSR maka anak-anak itu akan terus meminum susu dari produk perusahaan tersebut. Selain itu jika ada publikasi di media massa terkait program CSR tersebut maka produk perusahaan tersebut akan semakin tersebar di masyarakat.

Sementara dari sudut pandang pemerintah, harapannya program CSR akan mendukung program kerja pemerintah. Jika misalkan pemerintah mempunyai target kerja menghapus buta huruf sementara perusahaan susu ingin memberi susu maka akan terjadi ketidak sesuaian antara program CSR pemerintah dengan perusahaan.

Permasalahan lain yang juga kerap muncul adalah pergantian kepemimpinan, baik itu pergantian pemimpin daerah ataupun pergantian pimpinan perusahaan. Pergantian kepemimpinan berarti juga pergantian program kerja dan skala prioritas. Proses transisi kepemimpinan membutuhkan waktu, sehingga berpotensi menghambat pelaksanaan CSR.

Terkait perbedaan program prioritas antara perusahaan, pemerintah dan masyarakat dapat diatasi dengan mengoptimalkan

peran forum CSR. Forum CSR sebaiknya diberikan tugas untuk selalu memperbarui data kebutuhan masyarakat yang kemudian dikomunikasikan ke pemerintah dan perusahaan sehingga dapat menjadi program prioritas.

Sementara untuk permasalahan komunikasi antar perusahaan dan pemerintah daerah dapat diatasi juga melalui peran Forum CSR. Forum CSR harus bisa menjadi jembatan yang baik antara kedua pihak. Satu contoh kongkrit yang positif adalah bagaimana Forum CSR DI Yogyakarta membantu PT. Bank Mandiri dalam perencanaan program CSR nya. Bank Mandiri yang mempunyai misi meningkatkan kesejahteraan rakyat kemudian bekerja sama dengan lembaga SMEDC, sebuah unit kegiatan di Universitas Gadjah Mada yang membantu Bank Mandiri dalam mewujudkan misinya yaitu peningkatan kualitas dan kuantitas hasil panen.

Komunikasi antara perusahaan dan masyarakat. Proses komunikasi berupa sosialisasi dari perusahaan kepada masyarakat juga mengalami beberapa hambatan. Hambatan pertama adalah perusahaan membutuhkan pemerintah daerah dalam rangka mensosialisasikan program CSR mereka. Proses birokrasi akan menjadi lancar dan cepat jika proses kerjasama telah terjalin sebelumnya. Sementara pada kondisi pergantian kepemimpinan maka dapat menghambat.

Permasalahan lain adalah perusahaan selalu membutuhkan *contact person* dari unsur masyarakat ataupun pemerintah daerah. Perusahaan menghadapi kendala sulitnya mendapatkan *contact person* yang memiliki komitmen untuk membantu kelancaran program CSR. Hal ini dapat dimaklumi karena untuk kesibukan ini mereka tidak mendapatkan gaji dan mereka sendiripun mempunyai pekerjaan mereka masing-masing.

Forum CSR sebaiknya memiliki program rutin yang mempertemukan ketiga pihak. Dengan begitu maka akan terjalin komunikasi yang lancar antara berbagai pihak.

D. Lembaga Pendukung

Selain organisasi Forum Kesos yang keberadaannya telah disahkan dengan Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha Dalam Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial,

berdasarkan pengamatan penulis perlu juga diatur tentang lembaga pendukung. Yang dimaksud lembaga pendukung yaitu organisasi yang dapat berperan sebagai pendukung program CSR, memberikan pendampingan dan memastikan segala sesuatunya berjalan lancar dan kerkelanjutan.

Hal ini didasari pengamatan dilapangan bahwa kesuksesan pelaksanaan CSR erat kaitannya dengan adanya pihak yang sangat memahami kondisi di daerah target CSR dan terus memantau perkembangan dengan seksama. Salah satu kunci sukses pelaksanaan CSR PT. Sari Husada dan PT. Bank Mandiri adalah keduanya menggunakan lembaga pendukung untuk pelaksanaan CSR. PT. Sari Husada menggunakan bantuan lembaga Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) untuk program CSR nya di Desa Badran, sedangkan PT. Bank Mandiri menggunakan lembaga *Small-Medium Enterprises Development Centre* (SMEDC) dari Universitas Gadjah Mada.

PT. Sari Husada memilih untuk meminta bantuan lembaga Pos Keadilan Peduli Ummat (PKPU). Menurut PT. Sari Husada aktivitas CSR mereka telah terlaksana jauh hari sebelum adanya dorongan dari pemerintah untuk melakukan CSR. Dewan pimpinan PT. Sari Husada telah memutuskan untuk membantu masyarakat melalui kegiatan yang sejalan dengan *core business* mereka yaitu dibidang kesehatan. Akan tetapi agar pelaksanaan CSR dapat tepat sasaran PT. Sari Husada membutuhkan bantuan lembaga pendukung, yaitu lembaga yang membantu menentukan desa mana yang sebaiknya menerima bantuan yang sesuai dengan filosofi bantuan PT. Sari Husada dibidang kesehatan. Tidak hanya itu lembaga pendukung inilah yang berperan dalam teknis pelaksanaan, karena dapat dipahami bahwa sulit bagi perusahaan untuk merekrut dan menempatkan pegawai yang khusus untuk memastikan program CSR berjalan dengan baik. Karena jika program CSR disatu lokasi telah berhasil maka akan dilanjutkan di lokasi yang berbeda dengan karakteristik permasalahan dan jenis bantuan yang berbeda meskipun sama-sama dibidang medis. Pada lokasi lain maka mungkin lembaga pendukung yang cocok adalah lembaga lainnya, dan bukan PKPU. PKPU adalah sebuah lembaga Kemanusiaan Nasional berpengalaman yang telah berdiri sejak tahun 1999 dan memfokuskan diri pada empat hal yaitu: pengumpulan dana dan bantuan masyarakat, misi penyeleman manusia, rehabilitasi kemanusiaan, dan pembangunan masyarakat.

Berbeda dengan PT. Sari Husada, PT. Bank Mandiri Tbk menggandeng SMEDC UGM untuk mendukung kesuksesan CSR nya. SMEDC UGM merupakan lembaga yang didesain secara spesifik untuk memberdayakan usaha kecil-menengah. Dalam websitenya tertulis bahwa SMEDC UGM lahir sebagai manifestasi dari misi tanggung jawab sosial yang diemban UGM untuk ikut berpartisipasi dalam upaya-upaya pembangunan ekonomi kerakyatan melalui pemberdayaan UKM dan pengembangan kewirausahaan.

SMEDC membantu PT. Bank Mandiri mulai dari memetakan kebutuhan masyarakat, membantu menentukan program, desa yang tepat untuk pelaksanaan CSR, memberikan pelatihan, sampai dengan pendampingan untuk memastikan kesuksesan program. Berkat kerjasama yang baik dari pihak perusahaan, pemerintah daerah dan lembaga pendukung maka Desa Tegalrejo berhasil meningkatkan produksi padinya hingga mencapai 20%, membangun 1 rumah produksi pupuk, sebuah instalasi biogas, dan 1 unit rumah produksi jamur.

Tidak semua program CSR membutuhkan lembaga pendukung. Sebagai contoh Desa Nanggerang di Sukabumi, dimana inisiator program dan pemantauan pelaksanaan program dilakukan oleh aparat desa. Karena memang terdapat perbedaan antara program CSR di Desa Nanggerang dengan Desa Badran ataupun Desa Tegalrejo. Pada Desa Nanggerang, program CSR didasarkan kebutuhan desa yang disuarakan oleh kepala desa dalam bentuk proposal ke perusahaan-perusahaan yang berlokasi disekitar desa. Sementara pada Desa Bandran dan Tegalrejo inisiator awal adalah dari perusahaan yang ingin berkontribusi bagi sekitar. Sehingga mereka yang melakukan pemetaan permasalahan desa.

V. Penutup

CSR merupakan komitmen yang kontinyu dari bisnis untuk bertindak etis dan berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi sambil memperbaiki kualitas hidup dari pegawai dan keluarganya, juga komunitas lokal dan masyarakat.¹⁴ Ide dan semangat yang

¹⁴ I.S. Mijatovic & D. Stokic, "The influence of internal and external codes on CSR practice: The case of companies operating in Serbia," *Journal of Business Ethics*, No. 94 (2010), Hal. 533–552.

sama yang mendorong negara sehingga memang perlu untuk membuat aturan tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Dalam upaya mendukung optimalnya peran CSR dalam pembangunan masyarakat maka dipandang perlu untuk mempelajari secara lebih detail berbagai hal menyangkut pelaksanaan CSR. Berdasarkan *lesson learned* dari beberapa contoh sukses implementasi CSR maka menurut penulis yang paling utama adalah pentingnya usaha untuk memotivasi perusahaan-perusahaan agar aktif melakukan CSR. Pemberian motivasi dapat dilakukan dengan dua pendekatan. Pertama yaitu dengan menanamkan pemahaman tentang pentingnya CSR bagi perusahaan maupun bagi masyarakat, sehingga diharapkan memunculkan motivasi intrinsik. Proses edukasi ini dapat dilakukan dengan mengundang para pemimpin dan pengambil keputusan baik itu pada perusahaan-perusahaan maupun pemerintah daerah, dalam kegiatan diskusi ataupun seminar-seminar.

Kedua, yaitu dengan memberikan motivasi eksternal berupa hadiah (*reward*) atau hukuman (*punishment*). Pemerintah perlu memikirkan berbagai upaya untuk merangsang kepedulian *stake holders*. Dapat dilakukan dengan tawaran hadiah semisal insentif pajak, prioritas pelayanan, dan lain-lain. Dan terakhir pemberian motivasi eksternal dengan ancaman hukuman.

Pada akhirnya semoga CSR dapat berkontribusi secara aktif dan nyata terhadap peningkatan keuntungan perusahaan, peningkatan kesejahteraan masyarakat, dan kelestarian alam. Seperti dituliskan oleh John Elkington¹⁵ bahwa CSR merupakan aktivitas yang mengoptimalkan 3P yaitu *profit* (keuntungan); *people* (kesejahteraan masyarakat), dan *planet* (lingkungan alam). Jika pihak perusahaan, pemerintah daerah, dan masyarakat dapat bersinergi dengan baik dengan memperkuat faktor komitmen, kepemimpinan, komunikasi, dan dukungan lembaga pendukung, maka diharapkan akan tercipta keberlanjutan (*sustainability*) sehingga menguntungkan semua pihak.

¹⁵ Elkington, J. "Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business," (Capstone: Oxford, 1997).

DAFTAR PUSTAKA

- Arevalo, J. A., & Aravind, D. (2011). Corporate social responsibility practices in India: Approach, drivers, and barriers. *Corporate Governance, 11*, 399-414.
- Bansal, P. (2003). From issues to actions: The importance of individual concerns and organizational values in responding to natural environmental issues. *Organization Science, 14*, 510-527.
- Child, J., & Tsai, T. (2005). The dynamic between firms' environmental strategies and institutional constraints in emerging economies: Evidence from China and Taiwan. *Journal of Management Studies, 42*, 95-125.
- Dhanesh, G.S. (2015). Why Corporate Social Responsibility? An Analysis of Drivers of CSR in India. *Management Communication Quarterly, 29*, 114-129.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business*. Capstone, Oxford.
- Jalal. (2013). Sengkarut Wacana CSR di Jakarta. <http://koran.tempo.co/konten/2013/08/02/317759/Sengkarut-Wacana-CSR-di-Jakarta>, diakses pada tanggal 23 Juni 2015.
- Gatra News. (2013). Ahok: Siapa di balik Forum CSR DKI Jakarta. <http://www.gatra.com/nusantara-1/jawa-1/38899-ahok-siapa-di-balik-forum-csr-dki-jakarta.html>, diakses pada tanggal 23 Juni 2015.
- Gautam, R., & Singh, A. (2010). CSR practices in India: A study of top 500 companies. *Global Business and Management Research, 1*, 41-56.

- Heugens, P. M. A. R., Kaptein, M., & Van Oosterhout, J. (2008). Contracts to communities: A processual model of organizational virtue. *Journal of Management Studies*, 45, 100-121.
- International Standard ISO 26000 Guidance on social responsibility (2010)
- Jpnn.com. (2015). Ulama Aceh Diminta Proaktif dalam Pembangunan Desa. <http://www.jpnn.com/read/2015/04/19/298988/Ulama-Aceh-Diminta-Proaktif-dalam-Pembangunan-Desa>, diakses pada tanggal 23 Juni 2015.
- L'Etang J. (1994). Public relations and corporate social responsibility: Some issues arising. *Journal of Business Ethics*, 13, 111-123.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26, 117-127.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2011). Creating and capturing value: Strategic corporate social responsibility, resource based theory, and sustainable competitive advantage. *Journal of Management*, 37, 1480-1495.
- Mehra, M. (2006). Corporate social responsibility in emerging economies. *Journal of Corporate Citizenship*, 24, 20-22.
- Mijatovic & Stokic .(2010). Mijatovic, I.S., & Stokic, D. (2010). The influence of internal and external codes on CSR practice: The case of companies operating in Serbia. *Journal of Business Ethics*, 94(4), 533-552.
- Perdana, P.P. 2014). Bandung Dapat CSR Rp. 1,7 T dari Eropa. <http://regional.kompas.com/read/2014/01/21/0657106/Bandung-Dapat-CSR.Rp.1.7.T.dari.Eropa>. Diakses pada tanggal 23 Juni 2015.
- Pokja AMPL. (2013). Menggandeng Swasta Nanggerang KiniTak Sulit Air Lagi. http://www.ampl.or.id/read_article/menggandeng-swasta-nanggerang-kini-tak-sulit-air-lagi/358, diakses pada 23 Juni 2015.
- Prayogo, D. (2011). *Socially Responsible Corporation: Peta Masalah, Tanggung Jawab Sosial dan Pembangunan Komunitas pada Industri Tambang dan Migas*. Depok, UI Press.

- Pribadi, I.A. (2015). Kriteria Desa Tertinggal harus diperbarui. <http://www.antaranews.com/berita/493097/kriteria-desa-tertinggal-harus-diperbarui>. diakses pada tanggal 23 Juni 2015.
- Pricewaterhouse Coopers. (2013). *Handbook on corporate social responsibility in India*. Retrieved from http://www.pwc.in/en_IN/in/assets/pdfs/publications/2013/handbook-on-corporate-social-responsibility-in-india.pdf
- Ratnasari, M. (2010). CSR Sebagai Suatu Investasi Sosial. <https://www.kemsos.go.id/modules.php?name=News&file=print&id=15819>, diakses pada tanggal 23 Juni 2015.
- Sabir, H.M., Kalyar, M.N., Ahmed, B. Zaidi, H.R. (2012). Factors Affecting Corporate Social Responsibility: An Empirical Study from Pakistani Perspective. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3, 10.
- Sagar, P., & Singla, A. (2004). Trust and corporate social responsibility: Lessons from India. *Journal of Communication Management*, 8, 282-290.
- Sharma, S. (2011). Corporate social responsibility in India. *The Indian Journal of Industrial Relations*, 46, 637-649.
- Siskawati, T. (2013). Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Berbasis Kearifan Lokal (Studi di Desa Gayam Kecamatan Gayam Kabupaten Bojonegoro). <http://administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jap/article/view/222>, diakses pada tanggal 23 Juni 2015
- The Aceh Traffic. (2013). Implementasi CSR Exxon Mobil Gagal. <http://www.acehtraffic.com/2013/12/implementasi-csr-exxon-mobil-gagal.html>, diakses pada tanggal 23 Juni 2015.

EPILOG

CSR merupakan sebuah konsep yang telah lama didiskusikan. Dokumentasi tertua yang berhasil ditelusuri adalah sejak 60 tahun yang lalu¹. Meskipun demikian lamanya waktu tidak berkorelasi dengan kuatnya kesepakatan diantara para ahli tentang konsep CSR. Justru waktu yang panjang telah melahirkan banyak definisi dan perspektif tentang CSR. Bagi DPR RI yang saat ini dalam proses pembuatan Undang undang tentang CSR maka banyaknya perdebatan semakin memperkaya khasanah pemikiran. Harapannya tentu agar terlahir sebuah Undang-undang yang berguna bagi semua pemangku kepentingan. Baik bagi pengusaha, karyawan, pemegang saham, pemerintah maupun lingkungan dan masyarakat.

Saat ini masih terdapat pro dan kontra tentang wacana pengaturan CSR. Pihak yang kontra mengatakan bahwa CSR merupakan sebuah tindakan sukarela untuk membantu masyarakat ataupun untuk melestarikan lingkungan. Sumber motivasi CSR berasal dari internal perusahaan, dari dalam diri elit pengambil keputusan. Sebuah tindakan sukarela tidak semestinya diatur. Aturan dikhawatirkan justru akan mengubar sumber motivasi atau dorongan, jika sebelumnya berasal dari dalam diri, berubah menjadi dari luar diri. Jika sebelumnya niat para pengusaha karena tulus ingin membantu, berubah menjadi membantu hanya karena peraturan.

Dalam perspektif sosiologi, perbedaan pandangan tersebut berkaitan dengan dua dimensi, yaitu dimensi otonomi aktor yang memperlihatkan kerendahanatian dan kedermawanan pelaku usaha dalam mengelola tanggung jawab sosial perusahaannya, dan dimensi kemelekatan struktur yang memperlihatkan kepatuhan pelaku usaha terhadap aturan-aturan formal dalam mengelola tanggung jawab sosial perusahaannya. Oleh karena itu, tidak terdapat pilihan antara keduanya, karena tidak dapat saling meniadakan, dimensi otonomi

¹ Rohani Budi Prihatin. *Corporate Social Responsibility: Konsep dan Perdebatannya*.

aktor dalam tanggung jawab sosial perusahaan mempertimbangkan potensi perusahaan dalam mengerahkan sumber daya melalui jaringan sosial. Di sini, fokusnya adalah keuntungan perusahaan, namun tetap mempertimbangkan didalam konteks struktur sosial tertentu. Sementara struktur sosial, meskipun bervariasi, melalui penetapan aturan-aturan moral yang tertulis senantiasa berusaha membatasi sifat mementingkan diri sendiri dalam diri manusia dengan berbagai cara.²

Adapun buku ini masuk dalam kategori yang pro, atau mendukung agar CSR diatur dalam undang-undang. Karena sesungguhnya CSR bukanlah hanya sekedar *charity*, atau sumbangan sukarela. CSR jauh lebih kompleks dari itu, karena CSR terkait dengan banyak faktor. Diantaranya faktor jumlah uang yang besar yang rutin dikeluarkan perusahaan setiap tahunnya. Faktor lokasi wilayah tempat dimana perusahaan berada. Faktor prinsip keadilan yang harus dirasakan secara merata oleh semua pemangku kepentingan. CSR juga adalah faktor hajat hidup orang banyak, faktor kelestarian lingkungan, faktor harmoni sosial, dll. Jika berbagai faktor dapat berjalan secara sinergis maka yang terjadi selanjutnya adalah meningkatnya kesejahteraan masyarakat.

Program CSR yang tidak memperhatikan kesinambungan program, hanya akan menjadi program-program yang terpisah-pisah, dan hanya seperti memberi 'ikan' kepada masyarakat, yang memberikan dampak yang pendek³. Bukan seperti 'kail' yang memberikan dampak lebih panjang. Program CSR juga sebaiknya memperhatikan faktor lokasi. Sebuah perusahaan sebaiknya melaksanakan program CSR di wilayah sekitar lokasi perusahaan. Karena masyarakat sekitar lah yang paling merasakan dampak dari perusahaan. Dengan mempertimbangkan faktor ini maka akan terhindar terjadinya konflik sosial⁴, yang terjadi justru adanya saling hormat menghormati, saling membantu, dan saling mendukung antara masyarakat dan perusahaan. Kondisi yang kondusif tentunya akan meningkatkan kinerja pegawai dan perusahaan.

² Ujianto Singgih Prayitno, Konseptualisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Perspektif Sosiologi.

³ Herlina Astri Purnamaraya, Corporate Social Responsibility: Sinergi Pemerintah, Perusahaan, Dan Publik Dalam Pembangunan Sosial.

⁴ Muhammad Teja, Peran CSR dalam Upaya Meredam Konflik Sosial.

Program-program CSR juga idealnya tidak ditetapkan secara deduktif yaitu program-program yang ditetapkan dari pusat. Melainkan secara induktif, yaitu dengan menginventarisir kebutuhan-kebutuhan yang disuarakan dari daerah. Karenanya koordinasi antara perusahaan, pemerintah dan masyarakat menjadi faktor yang penting untuk keberhasilan program CSR.

Undang-undang CSR diharapkan juga mengatur tentang implementasi dari peraturan, dengan memperhatikan faktor-faktor yang penting terhadap keberhasilan CSR.⁵ Seperti mengenai tata kelola, organisasi pelaksana, pemantauan, penghargaan, forum CSR, peran pendamping, dan lainnya yang bertujuan agar tumbuhnya kesadaran akan besarnya manfaat CSR bagi perusahaan, pemerintah, dan masyarakat jika dilakukan dengan sinergis.

⁵ Lukman Nul Hakim, Faktor-Faktor Yang Penting Untuk Keberhasilan Program CSR: Sebuah Studi Kualitatif.

INDEKS

A

- Adam Smith, 37
Afrika selatan, 85
Agen, 24, 155
APBD, 101, 102, 111, 204, 212, 214, 215
Assesing social chesion, 63

B

- Bandung, 87, 99, 100, 101, 102, 234
Bank, 28, 96, 149, 188, 190, 193, 205, 214, 220, 221, 222
Howard Rothmann Bowen, 4
BPS, 129
BUMN, 64, 68, 69, 73, 94, 157, 173, 187, 222, 228
Building human capital, 63
Buruh, 6, 38, 39, 40, 91, 93, 97, 111

C

- Charity, 51, 62, 65, 80, 85, 88, 106, 115, 182, 212
Chevron, 98, 99, 103, 197
Chester Barnard, 4
CSR, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 69, 70, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 85, 86, 87, 88, 89, 98, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 111, 112, 113, 114, 115,

- 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 130, 131, 132, 133, 136, 140, 143, 144, 149, 150, 156, 157, 170, 171, 172, 173, 178, 181, 182, 184, 185, 186, 187, 189, 190, 196, 197, 198, 199, 203, 205, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 220, 221, 222, 223, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242

D

- Dana Bergulir, 148, 149, 150, 196
Danone Aqua, 51, 55, 73
Dataran tinggi, 143, 146, 147, 150
Desa, 75, 78, 79, 96, 97, 99, 100, 103, 104, 105, 140, 143, 149, 157, 160, 166, 188, 189, 206, 219, 220, 227, 228, 233, 235, 236, 240, 241
Dimas Idris, 96
Durkheim, 31

E

- Ekonomi, 5, 6, 8, 10, 11, 15, 17, 28, 29, 32, 33, 36, 37, 38, 39, 42, 50, 51, 52, 56, 59, 60, 63, 66, 67, 70, 77, 79, 81, 85, 88, 89, 90, 94, 95, 96, 97, 102, 103, 105, 111, 112, 113,

- 116, 118, 121, 123, 124, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 136, 140, 141, 143, 145, 147, 148, 149, 150, 155, 156, 165, 167, 168, 169, 170, 173, 174, 175, 177, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 206, 209, 212, 219, 220, 230, 241
- Encouraging good governance, 63
Energi sosial, 27
- F**
- Feminist, 194, 195, 196, 198
Financial, 193, 195, 196, 198
Forum, 54, 64, 65, 95, 121, 185, 232, 234, 235, 239
Frederic Engels, 38
Fukuyama, 29, 32, 35
- G**
- Gontor, 163, 164, 165, 167
- H**
- Habitus, 30, 31, 32
- J**
- Jaringan, 24, 25, 26, 27, 35, 36, 37, 81, 134, 195, 199, 234, 248
Jeremy Moon, 4
- K**
- Kakao, 144, 145, 150
Kapitalisme, 26, 37, 38, 39, 41
Karl Marx, 26, 37, 38
Kebijakan, 5, 6, 7, 9, 11, 27, 32, 33, 36, 52, 53, 64, 66, 69, 78, 90, 93, 95, 101, 112, 113, 114, 116, 117, 119, 122, 130, 132, 149, 166, 170, 185, 187, 190, 194, 197, 198, 205, 209, 210, 211, 230, 231, 232
- Keith Davis, 7
Kemiskinan, 33, 36, 57, 65, 74, 93, 94, 129, 132, 138, 142, 170, 183, 184, 185, 188, 190, 191, 194, 195, 198
- Kepemimpinan, 123, 124, 160, 229, 232, 234, 235, 238, 239, 242
Kepercayaan, 24, 25, 26, 29, 30, 32, 33, 37, 54, 59, 70, 81, 131, 184, 192, 193, 194, 199
Kerja sama, 24, 25, 53, 69, 77, 78, 105, 113, 118, 120, 123, 126, 137, 142, 144, 145, 146, 147, 169, 171, 174, 219, 239
Ketahanan Pangan, 143, 145, 146, 150
Keterikatan sosial, 27
Kiyai, 160, 161
Kitab Kuning, 160, 161, 162, 165
Komitmen, 23, 43, 50, 56, 74, 75, 87, 88, 102, 113, 117, 122, 125, 130, 140, 184, 185, 187, 211, 215, 220, 230, 232, 233, 234, 235, 236, 239, 241, 242
Komunikasi, 52, 95, 136, 137, 199, 232, 236, 237, 238, 239, 242
Konflik sosial, 85, 89, 90, 112
Kontribusi, 10, 13, 15, 23, 33, 49, 52, 53, 76, 80, 89, 112, 113, 123, 124, 126, 129, 132, 139, 141, 150, 170, 178, 185, 186, 187, 193, 198, 203, 205, 216, 228
Korporasi, 49, 56, 61, 79, 85, 86, 87, 89, 93, 94, 98, 100, 102, 106, 209, 214
Kualitatif, 29, 87, 227, 231

L

- Lembaga, 15, 58, 60, 69, 86, 111, 130, 135, 140, 149, 157, 169, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 204, 209, 213, 216, 219, 232, 233, 239, 240, 241, 242
Lingkungan, 4, 5, 6, 15, 23, 33, 42, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 62, 63, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 73, 74, 77, 79, 80, 81, 85, 86, 87, 88, 89, 94, 95, 96, 103, 111, 112, 113, 115, 116, 117, 118, 119, 121, 122, 123, 124, 130, 131, 132, 134, 150, 156, 160, 169, 170, 173, 181, 182, 186, 187, 191, 197, 198, 203, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 217, 218, 220, 221, 223, 227, 242
LPMAK, 140, 142, 143, 145, 146, 147, 148, 150
LSM, 77, 86, 111, 112, 209

M

- Manfaat, 8, 10, 16, 23, 24, 33, 35, 49, 51, 52, 53, 62, 65, 66, 68, 69, 70, 73, 75, 76, 87, 100, 112, 114, 125, 131, 132, 133, 150, 182, 184, 219, 220, 221, 223, 231
Masjid, 160, 176
Masyarakat, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 16, 17, 24, 25, 27, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 66, 68, 69, 70, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 85, 86, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 111, 112, 113, 114,

- 115, 116, 117, 118, 119, 121, 123, 124, 125, 126, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 159, 160, 166, 167, 170, 172, 174, 175, 177, 178, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 193, 194, 196, 203, 204, 205, 206, 209, 210, 212, 213, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 227, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242

Microfinance, 181, 183, 184, 185, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199

Modal sosial, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 34, 35, 37, 70, 81, 123, 131

Motivasi, 10, 78, 103, 119, 182, 193, 196, 230, 231, 232, 233, 234, 242

O

- O'Rouke, 119

P

Paradigma, 4, 38, 106, 115, 134, 182, 193, 194, 195, 195, 196, 198, 203, 223

Partisipasi, 24, 30, 32, 81, 119, 134, 135, 140, 172, 178, 185, 190, 191, 192, 205

Pemberdayaan, 30, 32, 42, 49, 51, 52, 55, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 66, 68, 69, 70, 71, 73, 77, 78, 85, 98, 103, 104, 106, 117, 129, 131, 132, 134, 135, 136, 140,

- 142, 143, 144, 145, 149, 150, 170, 181, 182, 183, 184, 185, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 212, 213, 216, 219, 222, 223, 241
- Pembangunan, 28, 36, 37, 42, 52, 56, 57, 58, 60, 65, 66, 70, 71, 73, 77, 85, 88, 101, 103, 106, 111, 113, 116, 117, 118, 119, 121, 130, 134, 135, 139, 140, 142, 143, 147, 149, 159, 160, 168, 170, 172, 174, 176, 177, 178, 181, 182, 183, 185, 187, 198, 210, 212, 214, 215, 228, 233, 240, 241, 242
- Pemerintah, 6, 27, 29, 33, 50, 55, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 73, 77, 78, 80, 86, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 111, 112, 113, 118, 119, 120, 121, 123, 125, 126, 130, 137, 140, 143, 144, 145, 147, 149, 163, 173, 187, 188, 190, 203, 205, 210, 212, 214, 215, 216, 219, 228, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242
- Penanaman modal, 62, 63, 68, 69, 85, 117, 130, 187, 228
- Pendidikan, 28, 33, 68, 71, 73, 77, 89, 97, 103, 104, 115, 116, 121, 129, 134, 138, 139, 140, 149, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 168, 170, 173, 174, 176, 177, 188, 190, 191, 192, 211
- Penelitian, 15, 29, 62, 86, 96, 97, 98, 117, 121, 124, 192, 193, 197, 228, 230, 231, 237
- Penguatan, 57, 59, 61, 69, 81, 88, 89, 105, 115, 116, 120, 135, 136, 155, 190, 192, 198
- Perda, 65, 66, 80, 103
- Perempuan, 55, 77, 181, 183, 184, 185, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199
- Pergeseran, 7, 115, 182
- Perseroan terbatas, 50, 62, 65, 68, 73, 85, 116, 130, 228
- Pertambangan, 86, 95, 96, 132, 136, 137, 139, 149, 150, 168, 236
- Pertamina, 217, 218, 222
- Pertanian, 78, 97, 143, 145, 146, 147, 150, 166, 169, 175, 177
- Perusahaan, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 23, 24, 25, 26, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 41, 42, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 73, 74, 75, 76, 77, 79, 80, 81, 85, 86, 87, 88, 89, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 130, 131, 132, 133, 134, 136, 137, 140, 149, 150, 169, 172, 181, 182, 185, 186, 187, 189, 190, 196, 197, 199, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 220, 222, 223, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242
- Pesantren, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 172, 173, 174, 174, 175, 176, 177, 178
- Pesisir, 95, 140, 141, 145, 150
- Peternakan, 78, 143, 147, 148, 150, 168
- PKBL, 68
- PLN, 220, 221, 222
- Pondok, 79, 157, 158, 160, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 175, 176

Potensi, 5, 36, 55, 57, 59, 61, 65, 69, 70, 77, 87, 88, 93, 96, 97, 101, 113, 117, 119, 120, 135, 136, 140, 141, 144, 147, 156, 163, 171, 173, 174, 177, 183, 212, 220, 223, 236
Poverty, 94, 181, 194, 195, 196, 198
Produksi, 8, 33, 35, 38, 39, 40, 41, 57, 64, 81, 103, 132, 136, 141, 142, 144, 145, 146, 166, 168, 204, 210, 211, 221, 222, 227, 237, 238, 241
Protecting the environment, 64
PTPN, 97
PT . Aqua Golden Misissipi , 51, 73
PT. Bank Mandiri, 227, 236, 239, 240, 241
PT . Djarum, 50, 71, 72, 73
PT . Sari Husada , 50, 76, 77, 78, 79, 104, 105, 227, 240, 241
Publik, 4, 5, 8, 10, 11, 15, 34, 35, 81, 98, 103, 111, 118, 120, 125, 131, 185, 187, 191, 211, 213, 214

R

Ray Broomhill, 5
Riau, 95

S

Sampah, 104, 134, 197, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223
Santri, 156, 159, 160, 161, 162, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 173, 174, 175, 176, 177, 178
Sidogiri, 163, 165, 166, 167
Sinergi, 111, 112, 118, 123
Spirit komunitas, 27

Stakeholder, 5, 14, 69, 75, 80, 85, 102, 120, 123, 125, 131, 132, 133, 134, 136, 212, 228, 234

Strategi, 5, 16, 25, 36, 47, 49, 50, 51, 54, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 69, 77, 79, 96, 99, 111, 112, 124, 131, 174, 175, 182, 184, 188, 194, 196, 198, 199

Strengtening economies, 63

Steurer, 119,

Sukabumi, 87, 98, 100, 102, 103, 104, 233, 235, 236, 241

Sunan Drajat, 163, 167, 168, 169, 176

T

Tanggung jawab sosial, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 17, 23, 24, 25, 26, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 41, 42, 50, 52, 56, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 70, 73, 74, 80, 85, 103, 111, 119, 130, 131, 132, 133, 150, 187, 210, 219, 227, 239, 241

Trust, 32, 37, 123

U

Usaha Mikro, 78, 148, 193

W

Warga negara, 4, 7, 159, 186

Weber, 31

Wirausaha, 148, 156, 157, 163, 165, 167, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 220, 221

Y

Yogyakarta, 76, 87, 104, 196, 227, 228, 234, 235, 239

BIOGRAFI PENULIS

A.Muchaddam Fahham, S.Ag. M.A., Dr., Peneliti Muda Bidang Agama dan Masyarakat pada Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi (P3DI) Sekretariat Jenderal DPR RI. Menyelesaikan S-1 Hukum Islam di Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya (1996), S-2 Sejarah Pemikiran Islam di Program Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2003), S-3 Ilmu Agama Islam di Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2013). Aktif menulis dan meneliti tentang kebijakan keagamaan di Indonesia antara lain tentang zakat, wakaf, haji, agama lokal, pendidikan pesantren, dan hubungan antaragama. Buku yang diterbitkan oleh Teraju (2004) "Tuhan dalam Filsafat Allamah Thabathabai" dan P3DI (2015) tentang Pendidikan Pesantren. Selain menulis dan meneliti ia juga aktif sebagai Tim Pendamping Penyusunan dan Pembahasan Rancangan Undang-Undang antara lain RUU Sistem Perbukuan Nasional (2010-2015), RUU Pengelolaan Zakat (2010-2011), Rancangan Undang-Undang Pengelolaan Keuangan Haji (2014) dan RUU Penyelenggaraan Ibadah Haji (2010-2015).

ANIH SRI SURYANI, ST., MT Peneliti Muda pada Pusat Pengkajian Pengolahan Data dan Informasi (P3DI) Sekretariat Jenderal DPR-RI. Magister Teknik Lingkungan ITB, Sarjana Geofisika dan Meteorologi ITB. Tulisan yang pernah diterbitkan baik dalam jurnal maupun bagian dari buku antara lain berjudul: "Studi Beban Emisi Pencemaran Udara Karbon Monoksida dari Kendaraan Bermotor di DKI Jakarta", "Tantangan Implementasi Konsep *Eco-settlement* dalam Undang-Undang No. 1 Tahun 2011 tentang Perumahan dan Kawasan Permukiman", "Tantangan dalam Implementasi Undang-Undang tentang Pengelolaan Sampah," "Penanganan Asap Kabut Akibat Kebakaran Hutan Di Wilayah Perbatasan Indonesia", "Upaya Penanggulangan Bencana Alam: Suatu Tinjauan Terhadap Kegiatan Kepalangmerahan dalam Peningkatan Kualitas Kesehatan

Lingkungan," "Upaya Peningkatan Kualitas Sanitasi Daerah Pesisir dengan Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat," dan "Peran Bank Sampah dalam Efektivitas Pengelolaan Sampah (Studi Kasus Bank Sampah Malang)." Email: anih.suryani@dpr.go.id.

DINAR WAHYUNI, S.Sos., M.Si., peneliti muda bidang sosiologi pada Pusat Pengkajian Pengolahan Data dan Informasi Sekretariat Jenderal DPR RI. Menyelesaikan pendidikan sebagai Sarjana Sosiatri Universitas Gadjah Mada tahun 2004 dan Magister Sosiologi di institusi yang sama tahun 2007. Minat profesional pada isu-isu masalah sosial, ketenagakerjaan, dan kebijakan sosial. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2015 adalah Analisis Permasalahan Data Kemiskinan: Basis Data Terpadu dan Perdagangan Orang: Faktor Penyebab, Dampak Sosial, Pencegahan, dan Penanganan (Studi Di Provinsi Nusa Tenggara Timur dan Provinsi Kepulauan Riau). Tulisan yang dihasilkan lebih banyak mencermati permasalahan sosial, seperti: 1) Pengembangan Potensi Pariwisata Sebagai Alternatif Pemberdayaan KAT Di Kepulauan Raja Ampat (2014); 2) Kebijakan Pendidikan yang Ramah Terhadap Penyandang Disabilitas (2014), 3) Pencapaian Pendidikan Dasar Di Indonesia Dalam MDGs (2014); dan 5) Migrasi Internasional dan Pembangunan dalam Jurnal Kajian Vol. 18, No. 4, Desember 2013. Peneliti dapat dihubungi di alamat email: hi_dins@yahoo.com.

HERLINA ASTRI, SST., MPSSp. Menyelesaikan Pendidikan Sp-1 Pekerjaan Sosial Klinis di STKS Bandung (2006-2008). Menjadi peneliti Bidang Kerja Sosial pada Pusat Pengkajian, Pengolahan Data, dan Informasi (P3DI) Sekretariat Jenderal DPR RI sejak tahun 2009. Minat profesional di bidang ilmu Pekerjaan Sosial dengan kepakaran Evaluasi program sosial, kebijakan sosial & pelayanan dan kesejahteraan masyarakat. Menjadi anggota tim asistensi untuk RUU tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1997 tentang Penyandang Cacat (2014 dan 2015). Tulisan yang pernah dipublikasikan antara lain 1) "Peningkatan Eksistensi Diri Penyandang Disabilitas Melalui Rehabilitasi Berbasis Masyarakat" dalam Buku "Pemenuhan dan Pelindungan Hak-Hak Penyandang Disabilitas"; 2) "Jalan Panjang Penegakan Aturan Pornografi di Indonesia" dalam buku "Permasalahan Pembangunan: Pasca-Pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono"; 3) "Evaluasi

Pelaksanaan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat di Daerah Perdesaan" dalam Buku "Kebijakan Pemerintahan SBY"; 4) "Meningkatkan Pengawasan Pada Pekerja Anak di Jermal" dalam Buku "Tenaga Kerja: Perspektif Hukum, Ekonomi, dan Sosial. Dapat dihubungi di herlina.astri@gmail.com

LUKMAN NUL HAKIM, S.Psi., M.A., M.Sc. adalah peneliti pertama bidang Kesejahteraan Sosial pada Pusat Pengkajian di Badan Keahlian DPR RI. Menamatkan pendidikan kesarjanaan psikologi dari Universitas Indonesia, dan dilanjutkan Magister Psikologi Sosial Klinis dari University of Jamia Millia Islamia dan Magister Psikologi Perilaku Organisasi dari University of Annamalai, India. Minat professional penelitiannya terkait dengan studi kemasyarakatan, sumber daya manusia dan pengambilan keputusan. Beberapa tulisan yang telah dipublikasi diantaranya: Pembentukan UU Kesehatan Jiwa Sebagai Upaya Mendorong Pembangunan Sosial; Ulasan Konsep: Pendekatan Psikologi Indijinus; Tindak Kekerasan terhadap Jamaah Ahmadiyah Indonesia: Sebuah Kajian Psikologi Sosial; Pengaruh Intensitas Mengikuti Informasi Terorisme terhadap Sikap Mengenai Terorisme. Email: luckey_knap@yahoo.com.

MOHAMMAD MULYADI, A.P., M.Si., Dr. lahir di Makassar, 13 Maret 1976. Menyelesaikan studi Ahli Pemerintahan (AP) di Sekolah Tinggi Pemerintahan Dalam Negeri (STPDN) Jatinangor tahun 1998, Magister Sosiologi Universitas Indonesia tahun 2002, Doktor Ilmu Sosial Universitas Padjadjaran tahun 2008. Saat ini penulis aktif sebagai Peneliti Madya di Pusat Pengkajian Pengolahan Data dan Informasi (P3DI) Setjen DPR RI dan mengajar di beberapa perguruan tinggi di Jakarta. Di samping itu, ia juga menjadi konsultan peneliti di beberapa lembaga pemerintah dan swasta. Aktivitas kesehariannya banyak didedikasikan untuk menulis isu-isu sosial politik dan menjadi pembicara di beberapa seminar, workshop dan bimbingan teknis aparatur pemerintahan daerah dan anggota DPRD Provinsi, Kabupaten/Kota se Indonesia. Tulisannya dalam bentuk buku antara lain: 1) Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan Masyarakat Desa; 2) Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, serta Praktek Kombinasinya dalam Peneltian Sosial; 3) Selamatkan Hati Kita; 4) Organisasi Masyarakat, Konsep dan Aplikasinya dalam Kehidupan Sosial; 5) Metode Penelitian Praktis,

Kuantitatif dan Kualitatif; 6) Kemiskinan, Identifikasi Penyebab dan Strategi Penanggulangannya; 7) Desa, Dinamika Kehidupan Sosial di Desa; 8) Pemberdayaan Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (bagian dari buku); 9) Konsep Dasar dan Perkembangan Indeks Pembangunan Manusia Indonesia (bagian dari buku); 10) Pembangunan Manusia, Analisis Kritis Tentang Upaya Meningkatkan Kualitas Hidup Manusia (bagian dari buku). Penulis dapat dihubungi di alamat Email: mohammadmulyadi@yahoo.co.id

MOHAMMAD TEJA, S.Sos., M.Si., Peneliti Bidang Sosiologi pada Pusat Pengkajian Pengolahan Data dan Informasi (P3DI) Sekretariat Jenderal DPR-RI. Magister Sosiologi Universitas Padjadjaran Bandung tahun 2002. Sarjana Hubungan Internasional Universitas Jayabaya tahun 2000. Ketertarikan penelitian seputar Isu Anak, Orang Cacat, Pluralitas, Pemberdayaan Ekonomi Keluarga dan Masyarakat Miskin, Interaksi Sosial dan Simbolis. Tulisan yang pernah diterbitkan antara lain berjudul: "Pemberdayaan Komunitas Adat Terpencil di Nusa Tenggara Timur Melalui Sektor Pariwisata" Dan "Hilangnya Hak Anak: Studi Kasus Konflik Ahmadiyah." Email: mohammadteja_76@yahoo.co.id dan teja@dpr.go.id

ROHANI BUDI PRIHATIN, S.Ag., M.Si. Dr. Lahir di Banyumas, 7 Juni 1973. Gelar Sarjana Agama (S.Ag.) diperolehnya pada tahun 1996 pada Jurusan Peradilan Agama, Fakultas Syariah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sejak Maret 1998, ia diterima sebagai peneliti bidang sosial pada Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi (P3DI) Setjen DPR RI. Gelar Magister Sains (M.Si.) diperolehnya di Program Pascasarjana Ilmu Sosiologi Universitas Indonesia pada tahun 2002. Sementara gelar Doktor dalam Ilmu Agama Islam diraih pada 2009 dari Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah dengan disertasi berjudul "*Konstruksi Pemberitaan Abu Bakar Ba'asyir: Analisis Framing Terhadap Dugaan Terorisme di Empat Media Nasional*". Sampai saat ini, ia masih aktif terlibat dalam membantu Anggota DPR RI dalam menyusun RUU dan melakukan pengawasan terhadap pemerintah. Keterlibatannya dalam menyusun undang-undang antara lain: UU tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji (1998), UU tentang Wakaf (2004), RUU Pengendalian Dampak Produk Tembakau terhadap Kesehatan (2006), UU tentang Penghapusan Diskriminasi Ras dan Etnis (2008), RUU tentang Zakat

(2008), UU tentang Gelar, Tanda Jasa dan Tanda Kehormatan (2008-2009), RUU Kesehatan (2009), RUU tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (2010) dan RUU tentang Pencarian dan Pertolongan (2012). Sementara keterlibatannya dalam pengawasan DPR RI terhadap pemerintah antara lain dalam Tim Pengawas DPR RI tentang Konflik Poso (2007-2008), Tim Pengawas Pengendalian Lumpur Sidoarjo atau TP2LS DPR RI (2008-2009), dan Tim Pengawas Bencana Provinsi Jawa Barat (2010). Dapat dihubungi melalui email: rohbudbud@gmail.com atau hp: 0818809645.

UJIANTO SINGGIH PRAYITNO, lahir di Jakarta, 19 Nopember 1964. Meraih Doktor Sosiologi dari Universitas Indonesia tahun 2004. Magister Sosiologi dari universitas yang sama tahun 1997, sementara Sarjana Filsafat diraihnya dari Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, tahun 1989. Saat ini bekerja sebagai Peneliti Utama Bidang Studi Masyarakat dan Sosiologi Perkotaan, Pusat Pengkajian dan Pengolahan Data dan Informasi Sekretariat Jenderal DPR RI. Minat profesionalnya adalah penelitian dalam isu-isu Studi Masyarakat, Sosiologi Perkotaan, Sosiologi Ekonomi, Modal Sosial, Keluarga dan Pemberdayaan Perempuan, Pengentasan Kemiskinan, Pengembangan Kapasitas Kelembagaan dan Masyarakat, Penguatan Masyarakat Sipil, dan Sumber Daya Manusia, serta Perancangan Undang-Undang. Telah menulis diberbagai jurnal ilmiah, diantara beberapa buku yang telah diterbitkan adalah: Bartahan Hidup di Tengah Krisis (Nadi Pustaka, 2008), Peran DPR dalam Pencapaian Tujuan Pembangunan Millenium: Studi Kasus DPR RI Periode 2004-2009 (IFPPD, AFPPD, UNFPA, 2009), Memerangi Kmiskinan: Dari Orde Baru sampai Reformasi (P3DI, 2010, Azza Grafika, 2012), Landasan Sosiologi dalam Perancangan Peraturan Perundang-undangan (P3DI, 2011, Azza Grafika, 2012), Implementasi Pembangunan Sosial (Azza Grafika, 2012), Kontekstualisasi Kearifan Lokal dalam Pemberdayaan Masyarakat (P3DI dan Azza Grafika, 2013) dan Perubahan Sosial: Dinamika Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi dalam Kehidupan Masyarakat ((P3DI dan Publica Press, 2014).

HARAP BUKU INI DIKEMBALIKAN PADA
TANGGAL :