

IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BERBASIS KEBUTUHAN MASYARAKAT

Sukaris

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia
sukaris21@umg.ac.id

ABSTRACT

Although corporate social responsibility has been declared in realizing the three main pillars of development, namely reducing the number of unemployed (pro-job), reducing the number of poor people (pro-poor) and increasing economic growth (pro-growth), however serious efforts need to be made in realizing it, so that community empowerment is based on community needs. The purpose of this study is to determine and analyze the implementation of CSR programs based on community needs. The results of the study show that social responsibility emphasizes the dimensions of developing potential for empowerment and human resource development, institutional cooperation, and sustainable development. The characteristics of the targets of the empowerment program must pay attention to the communities surrounding the company, local potential for growth, capacity building (education and training), the program is sustainable and minimizes charity, provides added value, both economically and socially and to support and synergy with government programs. Identification of the type and level of need empowerment programs that increase independence based on the potential in the community, programs or more specific needs that can be done in a certain period in accordance with the strategic planning and work plan of the company while still based on the performance to be achieved by the company

Key words: *corporate, social, responsibility, needs, community*

PENDAHULUAN

Berkembangnya kompleksitas dinamika perubahan masyarakat desa yang ada saat ini sebagai dampak kebebasan untuk mendapatkan informasi dalam meningkat taraf kesejahteraannya, sehingga setiap individu-warga negara dapat turut serta berperan aktif untuk mengimplementasikan peningkatan kualitas hidup (*quality of life*) masyarakat, serta kemajuan bangsa dan negaranya. Salah satu pihak yang berperan besar dalam pembangunan negara adalah desa.

Desa memiliki peranan untuk mendorong pembangunan dan peningkatan ekonomi dengan mempertimbangkan pula faktor-faktor lingkungan hidup dan dari sinilah Indonesia dibangun. Sedangkan pihak lain yang perannya juga penting adalah dunia usaha, dunia usaha memberikan pengaruh yang besar karena mempekerjakan banyak orang dengan adanya hubungan yang saling bergantung dan mutualism, dimana perusahaan merupakan suatu entitas bisnis yang berorientasi pada keuntungan dan laba (*profit-oriented*)

sedangkan tenagakerjanya dengan kodrat sebagai manusia yang membutuhkan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Hubungan saling bergantung tersebut menjadi tidak seimbang dengan kata lain terdapat *trade off* kepentingan antara pihak yang ingin memaksimalkan keuntungan dengan modal serendah mungkin, sedangkan pihak lain menginginkan balasan (*reward*) yang besar dari pekerjaan yang telah diusahakannya. Namun demikian saat ini sedang berkembang pemikiran yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata (*single-bottom-line*), melainkan juga memperhatikan beberapa aspek seperti finansial, aspek sosial, dan aspek environmental, biasa disebut *triple-bottom-line*. Sinergi dari tiga aspek ini menjadi faktor kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Peran CSR diharapkan dapat mengimplentasikan tiga aspek utama pembangunan (*triple tracks*) yaitu: (1) mereduksi jumlah pengangguran (*pro-job*) (2) mereduksi jumlah penduduk miskin (*pro-poor*) dan (3) meningkatkan pertumbuhan ekonomi (*pro-growth*). Pada tingkat perencanaan implementasi program CSR perusahaan-perusahaan dapat menggunakan berbagai sumber data dan informasi salah satunya dari calon penerima program yang tidak lain adalah masyarakat itu sendiri sebagai subjek yang akan memberdayakan dirinya menuju kualitas hidup yang lebih baik. Pemberdayaan secara umum memiliki makna penting; meningkatkan kemampuan masyarakat dan memberikan ruang pelibatan dalam pengambilan keputusan.

Model pemberdayaan yang berbasis *top down* atau juga disebut

strategi uniformitas terkadang kurang efektif dan kurang sesuai yang dibutuhkan, sehingga alternative lain adalah melakukan upaya perencanaan implementasi *corporate-social-responsibility* berbasis kebutuhan (*bottom up*) tanpa mengesampingkan level kinerja dari perusahaan itu sendiri.

Guna melakukan pemberdayaan masyarakat atas implementasi CSR tentu diperlukan tahapan-tahapan yang sistematis dan terukur salah satunya adalah dengan melibatkan masyarakat dengan pemetaan kebutuhan yang sejalan dengan program CSR perusahaan. Pemetaan program yang dibutuhkan ini diharapkan akan diketahui potensi ekonomi, potensi sosial yang ada dimasyarakat sehingga implementasi CSR lebih efektif dan efisien serta tujuan akhir apa yang dibutuhkan untuk pemberdayaan masyarakat itu sendiri akan diketahui, inilah relevansi penting penelitian yang akan dilakukan.

Penelitian terdahulu juga menjelaskan bahwa kajian pemetaan sosial kaitannya dengan pemberdayaan masyarakat menjadi penting dalam mengetahui apa yang dibutuhkan masyarakat (Sukaris, 2019; Sutikno dkk, 2018; Fahrudin dkk, 2015). Demikian juga penelitian terkait dengan isu pemberdayaan dan CSR juga telah banyak dilakukan (Yulianti, 2018; Herawati & Sunyata 2017; Murni dkk 2017)

Berdasarkan fenomena dan kondisi yang telah disajikan maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana permasalahan-permasalahan sosial ekonomi dalam masyarakat?, Bagaimana potensi sosial ekonomi dan peluang-peluang lain yang dapat dikembangkan menjadi faktor pemicu dan pendorong pemberdayaan masyarakat?,

Bagaimana karakteristik yang menjadi sasaran program pemberdayaan?, Bagaimana jenis dan tingkat kebutuhan program pemberdayaan yang dapat meningkatkan kemandirian berdasarkan potensi dalam masyarakat?

TINJAUAN PUSTAKA

Corporate Social Responsibility

Kehidupan bisnis dapat berlangsung lama dan dalam jangka panjang, bisnis harus memberi jawaban kepada kebutuhan masyarakat dan member i pada masyarakat. Kesadaran ini adalah suatu akibat dari suksesnya suatu masyarakat di dalam memecahkan masalah ekonomi yang besar, yang bertitik dari kelaparan, penyakit dan kemiskinan. Untuk itu harus diberi definisi dari suatu hubungan baru antara dunia usaha (bisnis) dan masyarakat untuk membawa kegiatan usaha lebih dekat pada keinginan sosial sehingga tercapai suatu kehidupan yang lebih bermutu. Manfaat keterlibatan bisnis dalam masalah sosial menghasilkan kondisi lingkungan serta memberi hal yang positif bagi pengelola bisnis (Simorangkir,2003).

Holme and Watts dalam Hadi (2011) mengartikan *corporate-social-responsibility* (CSR) adalah komitmen berkelanjutan oleh bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangsih pada pembangunan ekonomi dalam turut serta untuk meningkatkan kualitas kehidupan tenaga kerja dan keluarganya, serta masyarakat lokal (sekitar perusahaan) dan masyarakat pada umumnya.

Istilah CSR digunakan sejak tahun 1970-an dan menjadi dikenal setelah kehadiran buku *cannibals with FORKS: The triple Botton Line in 21st Century Business* (1998) karya John Elkington (Hadi, 2011) dengan

mengembangkan tiga komponen penting pengembangan berkelanjutan, yakni pertumbuhan ekonomi, perlindungan lingkungan dan keadilan sosial yang ditugaskan oleh Komisi Lingkungan dan Pembangunan dunia (WCED), Elkington mengemas CSR dalam 3 fokus yakni 3P, yang merupakan *profit* (keuntungan), *planet* (lingkungan) dan *people* (masyarakat). Perusahaan yang baik tidak sekedar ingin memperoleh keuntungan ekonomi semata (*profit*) tetapi juga ingin memberikan dan memiliki kepedulian terhadap isu-isu lingkungan (*planet*) dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (*people*).

Secara umum CSR sebagai upaya meningkat mutu kehidupan (*quality of life*) dengan memampukan manusia sebagai bagian anggota masyarakat untuk menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat dinikmati, menggunakan serta memelihara lingkungan hidup secara bijak atau dengan pemahaman lain merupakan usaha-usaha perusahaan dalam mengelola proses usaha untuk mentransformasi dampak positif pada kelompok masyarakat atau citra yang baik. Ghana dalam Hadi (2011) memberikan batasan mengenai "*corporate-social-responsibility* sebagai upaya dalam memberikan kapasitas membangun para pelaku usaha menuju terjaminnya *going concern corporate*, yang didalamnya termasuk upaya peka (*respect*) terhadap adopsi sistemik berbagi budaya (kearifan lokal) ke dalam strategi bisnis pelaku usaha, termasuk ketrampilan karyawan, masyarakat dan pemerintah.

Perkembangan konsep CSR memperoleh dasar yang relatif kuat dengan dua perkembangan berikut ini: Pertama, dalam fakta empiris agen pemerintah tidak selamanya bisa

menjalankan kesejahteraan masyarakat secara memuaskan. Kedua, pasar terkadang belum dapat mendistribusi sumber daya secara lebih efisien. Hal itu terjadi apabila, salah satu tindakan agen pasar, ternyata menimbulkan akibat bagi kesejahteraan atau kondisi pihak lainnya. Sayangnya, akibat ini tidak selalu menjadi fokus agen yang bersangkutan. Kegiatan ekonomi seyogyanya dapat berkontribusi positif bagi perubahan masyarakat sekitar lingkungan perusahaan itu sendiri.

Perubahan tersebut tentunya dilandasi oleh kemauan yang tulus yang lahir dari dalam diri pelaku usaha/perusahaan. Hal ini tentunya bertujuan pengaturan sumber daya-ekonomi dan sumber daya-sosial dalam pelaksanaannya untuk menopang pembangunan dengan kriteria utama yaitu efisien dan merata, maka dalam Pengertian yang lebih luas, CSR dapat dimengerti sebagai konsep yang lebih “manusiawi” artinya bahwa organisasi dipandang sebagai *a moral agent* yang mana sebuah organisasi bisnis, harus menjunjung tinggi moralitas (Nussahid, 2006)

Untuk itu terdapat tiga pilar penting dalam mendorong pertumbuhan CSR yang mampu menstimulus pembangunan ekonomi yang sustain. Pertama adalah mencari pola CSR yang efektif untuk mencapai tujuan yang diharapkan (unsur lokalitas), yang kedua mengkalkulasi kapasitas SDM dan institusi untuk menstimulasi pelaksanaan CSR (masyarakat, pembuat UU, pekerja, pelaku bisnis), dan yang ketiga adalah regulasi (peraturan dan perundang-undangan) serta kode etik dalam iklim usaha. Pada akhirnya tiga pilar ini tidak akan mampu bekerja dengan baik tanpa dukungan sektor publik

untuk menjamin bahwa pelaksanaan CSR oleh perusahaan sejalan dan seiring dengan strategi pengembangan dan pembangunan sektor publik (www.suaramerdeka.co.id).

Konsep CSR di Indonesia sudah dikenal dan diimplementasikan di Indonesia sejak tahun 1970-an. Dalam pengertiannya CSR masih dipandang sebagai idiologi yang bersifat amal (*charity*) dari pihak pengusaha kepada masyarakat (komunitas) di sekitar tempat beroperasinya perusahaan. Selain itu banyak pihak mengidentikkan CSR dengan *community-development* (CD-pengembangan masyarakat).

CSR tidak dapat disederhanakan hanya sebatas pengembangan masyarakat sekitar (CD) saja karena sesungguhnya secara historis keberadaan *community-development* dan CSR memiliki peran yang berbeda. *Community development* merupakan kerelaan perusahaan dalam berkontribusi positif bagi masyarakat sekitar lokasi perusahaan, sedangkan keberadaan CSR muncul sebagai sebuah reaksi atas keinginan masyarakat yang didasarkan pemahaman bahwa adanya perusahaan di suatu tempat akan dapat mengurangi hak-hak masyarakat setempat. CSR merupakan sesuatu hal yang lebih dari hanya sekedar memberikan kontribusi dalam bentuk bantuan bagi warga atau masyarakat sekitar lokasi usaha (Simorangkir, 2007).

Wibisono (2007:8) secara etimologi CSR di Indonesia diterjemahkan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam konteks lain, CSR sering juga dinyatakan sebagai tanggung-jawab-sosial korporasi atau tanggung jawab bidang sosial dunia usaha. Namun apabila disebut salah satunya darinya,

konotasinya pastilah kembali kepada CSR. Kendati tidak mempunyai definisi tunggal, konsep ini menawarkan sebuah kesamaan, yaitu keberlanjutan antara perhatian terhadap sisi ekonomis dan perhatian terhadap sisi sosial serta lingkungan, (konsep *economic, sustainability, environment sustainability* dan *social sustainability*).

Pernyataan lebih lengkap tentang CSR dinyatakan oleh Carrol dengan teori Piramida CSR. Menurutnya, tanggung jawab perusahaan dapat dilihat berdasarkan empat tingkatan (ekonomis, hukum, etis dan filantropis) yang merupakan satu kesatuan. Selanjutnya Weeden dan Svendsen berpendapat CSR sebagai konsep yang memiliki gagasan tanggung jawab dunia usaha, yang mengenal kinerja etis, ramah lingkungan, berjiwa sosial bisnis, dan mengedepankan hubungan baik dengan semua pemangku kepentingan (Badaruddin, 2007).

Dalam pembukaan Undang-undang Dasar Republik Indonesia yang menyatakan: “Negara melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa serta mewujudkan keadilan sosial” Selanjutnya juga tercermin dalam Pasal 33 ayat (3) UUD 1945, menyatakan, “Bumi air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh Negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Nussahid (2006) menyatakan peran sosial BUMN dapat dilihat dari dimensi ganda yang melekat padanya. Menurut hasil diskusi Kelompok Tangier pada 1981, sebuah institusi digambarkan sebagai BUMN jika mempunyai dua dimensi: dimensi

publik (public dimension) dan dimensi badan usaha. Dimensi publik, BUMN mensyaratkan bukan saja pemilikan dan pengawasan oleh publik, tetapi juga menggambarkan konsep mengenai *public purpose* (bertujuan publik, masyarakat). Sementara dimensi badan usaha bertautan dengan konsep komersial (bidang usaha).

Sejalan dengan hal tersebut landasan hukum telah diterbitkan oleh Kementerian BUMN yaitu: Keputusan Menteri BUMN Nomor Kep-236/MBU/ 2003 tanggal 17 Juni 2003 tentang “Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Pelaksanaan Bina Lingkungan”. Dana dari program kemitraan ini diambilkan dari penyisihan 1-3% laba bersih diperoleh BUMN. Kita berharap agar kebijakan tersebut menyesuaikan dengan perkembangan ekonomi dan kondisi lingkungan sosial masyarakat sekitar BUMN berdomisili (Effendi, 2013).

Selanjutnya berdasarkan Lampiran Surat Edaran Menteri BUMN Nomor SE- 433/MBU/ 2003 tanggal 16 September 2003 tentang Petunjuk Pelaksanaan Program Kemitraan BUMN dengan usaha kecil dan program bina lingkungan antara lain diatur mengenai pembentukan Unit PKBL yang merupakan bagian dari organisasi perusahaan secara keseluruhan. Fungsi PKBL adalah sebagai pelaksana pembinaan seperti; kegiatan evaluasi, distribusi, penagihan, pelatihan, monitoring, promosi, dan fungsi administrasi dan keuangan. Masalah koordinasi telah diatur dalam Pasal 11 ayat (1) butir b keputusan Menteri BUMN tersebut, minimal dalam bentuk menyampaikan daftar calon mitra binaan yang akan diberikan dana pinjaman kepada BUMN koordinator untuk menghindari duplikasi pinjaman.

Apabila program ini dapat di praktekkan secara baik dan dilakukan pengorganisasian dengan maksimal, maka keberadaan program kemitraan-PKBL dapat menjangkau pengusaha kecil sebagai mitra binaan secara lebih luas, sehingga dampak simultan kepada semua pihak dapat dinikmati secara nasional. Sudah saatnya perusahaan meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat sekitar sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap publik, hingga perusahaan dapat mempertahankan *corporate sustainability*. Akhirnya semua program CSR tersebut di implementasikan secara profesional dan transparan sehingga CSR benar-benar bermanfaat bagi pemberdayaan ekonomi masyarakat disekitar lokasi perusahaan.

CSR jika dicermati lagi dapat dimaknai sebagai komitmen dalam mengoperasikan bisnis dengan focus apada aspek sosial, norma-norma dan etika yang berlaku, tidak hanya pada lingkungan sekitar, tetapi juga pada lingkup internal dan eksternal. Selain itu, CSR pada masa yang akan datang memiliki kontribusi yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Tujuan CSR

Rangkaian kegiatan CSR bertujuan untuk meraih sasaran utama yaitu image positif perusahaan, *image* positif ini dapat diukur berikut:

1. Kepercayaan

Dalam perkembangan dan kemajuan suatu perusahaan tidak terlepas dari dukungan masyarakat (*public*) yaitu adanya kepercayaan (*trust*), artinya kepercayaan merupakan kelanjutan nafas kehidupan sebuah organisasi bisnis.

2. Realistik

Realistik bermakna sesuatu yang dapat diwujudkan, dapat dinilai dan hasilnya dapat dinikmati serta dipertanggung jawabkan dengan perencanaan yang matang dan sistematis bagi audiens (penerima program).

3. Kerjasama saling menguntungkan

Suatu kegiatan yang dilaksanakan agar dapat mendatangkan keberhasilan dan keuntungan diantara pihak-pihak yang terlibat.

4. Kesadaran

Adanya kesadaran khalayak tentang dan perhatian terhadap produk yang dihasilkan maupun terhadap perkembangan perusahaan.

Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan adalah sebuah proses dan tujuan (Ife, 1995; Suharto 2007). Makna pemberdayaan sebagai tujuan, yakni keberdayaan, sejatinya adalah indikator keberhasilan pemberdayaan sebagai sebuah proses.

Sebagai proses, pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan dan keberdayaan kelompok lemah-tertentu dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami masalah kesejahteraan.

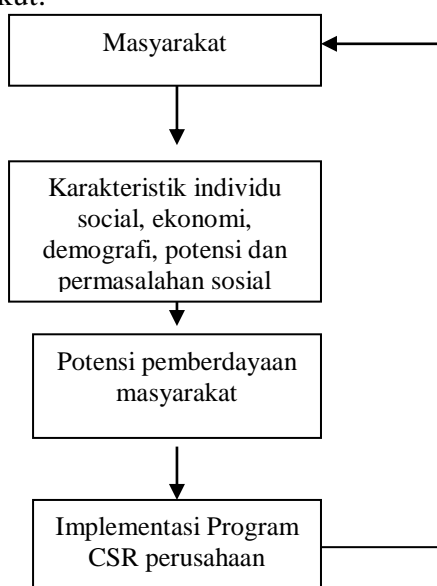
Sebagai tujuan, maka pemberdayaan menunjuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh sebuah perubahan sosial; yaitu masyarakat yang mandiri, memiliki pemahaman, pengetahuan dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi, maupun sosial seperti memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan aspirasi, mempunyai pekerjaan, terlibat dalam kegiatan sosial masyarakat, dan mandiri dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya.

Pemberdayaan masyarakat lebih dari sekedar penguatan ekonomi masyarakat. Ia mencakup peningkatan partisipasi warga dalam ranah politik dan penguatan kapasitas masyarakat untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan aspirasi, kemampuan dan sumberdaya yang dimilikinya. Agar CSR mampu memberdayakan masyarakat, maka perlu diketahui elemen-elemen keberdayaan (Suharto, 2010). Elemen-elemen ini bisa dikembangkan bukan saja untuk merumuskan indikator keberdayaan. Melainkan pula, untuk merancang strategi yang tepat dalam membuat program COMDEV.

Pemberdayaan masyarakat yang menyeluruh adalah pemberdayaan yang memiliki karakteristik; (1). Berbasis lokal; (2) berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat; (3) berbasis kemitraan; (4). menyeluruh; dan (5) berkelanjutan (Asian Development Bank; dalam Vitayala, 2000).

METODOLOGI PENELITIAN

Tahapan penelitian yang dibangun sebagaimana disajikan dalam gambar berikut:



Gambar 1: Model Penelitian

Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, karena metode pengambilan data menggunakan instrumen survei dan wawancara mendalam (*indept interview*) dan Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *triangulation* yaitu penggabungan analisis data yang sumbernya dari metode, sumber data, subjek peneliti dan teori. Sedangkan pengambilan data kualitatif dilakukan dengan Survei, kuesioner dan wawancara mendalam (*indept interview*) dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). dengan unit analisis adalah actor-aktor social CSR, Analisis data menggunakan teknik analisa kualitatif Miles dan Huberman (1992) melalui tahapan analisa data yang dimulai dari pengumpulan data, mereduksi, menyajikan, dan kesimpulan dari data yang terdiri dari penarikan kesimpulan dan verifikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil wawancara dengan informan disajikan berdasarkan tujuan penelitian sebagai berikut;

1. Mengidentifikasi permasalahan-permasalahan sosial ekonomi
2. Mengidentifikasi berbagai potensi sosial ekonomi dan peluang-peluang lain yang dapat dikembangkan menjadi faktor pemicu dan pendorong pemberdayaan masyarakat
3. Mengidentifikasi karakteristik yang menjadi sasaran program pemberdayaan.
4. Mengidentifikasi jenis dan tingkat kebutuhan program pengembangan dan pemberdayaan yang bisa member nilai tambah pada kemandirian berdasarkan potensi dalam masyarakat.

Identifikasi Permasalahan-permasalahan Sosial Ekonomi

Istilah sosial sering dikaitkan dengan hal-hal yang berkaitan dengan manusia dan masyarakat (baik sebagai individu maupun kelompok) seperti kemiskinan dan berbagai kesenjangan lain. Rudito dan Famiola (2013;43) menjabarkan beberapa titik penting masalah sosial;

1. Sesuatu yang secara luas dipertimbangkan sebagai suatu yang jelek atau buruk dari suatu hal atau kejadian atau tindakan
2. Melibatkan jumlah orang banyak (dalam hal ini komuniti/masyarakat atau organisasi atau kumpulan orang yang memiliki keterikatan baik secara moral, hukum atau administrasi)
3. Sering walaupun tidak selalu, dirasakan telah memberikan kerugian bagi masyarakat atau kelompok tertentu.

Hasil wawancara dengan informan diperoleh masalah-masalah sosial dan ekonomi didalam masyarakat, yang sebelumnya diawali dengan identifikasi beberapa masalah kerentanan social. Kerentanan Sosial dalam masyarakat dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kualitas kesehatan balita dan lanjut Usia (lansia)
2. Banyak usia produktif menganggur dan belum bekerja
3. Usia sekolah yang harus bekerja
4. Masih adanya Pengemis
5. Persepsi Masyarakat berbeda mengenai konsepsi *Community development* (COMDEV) perusahaan
6. Kepadatan penduduk tinggi dan Lahan produktif semakin sempit
7. Peningkatan Ekonomi masyarakat bercirikan kekhasan lokal

8. Pudarnya nilai-nilai dan kearifan lokal baik yang bersifat budaya maupun ekonomi
 9. Pencemaran lingkungan akibat industrialisasi dari transportasi maupun proses *manufacturing*-nya
 10. Program pemberdayaan masyarakat kurang *sustainable* dan cenderung *charity*
 11. Kelompok usaha masyarakat yang relative masih sedikit belum mandiri dan penuh dengan permasalahan klasik yaitu permodalan dan pemasaran serta Manajemen
 12. Kesenjangan keahlian masyarakat
 13. Meningkatnya sikap fatalis masyarakat
 14. Konflik horizontal di masyarakat akibat COMDEV korporasi
 15. Usia produktif cenderung *job seeker* dibandingkan *job creator*
- Lebih lanjut masalah sosial dengan mendasarkan pada kerentanan sosial terangkum sebagai berikut:
1. Pengangguran
 2. Karyawan usia produktif terancam terkena PHK
 3. Banyaknya pengemis, Migrasi, kemiskinan dan sikap fatalis
 4. Konflik horizontal antar desa, Potensi kecemburuan sosial antara desa yang menerima manfaat dari COMDEV dengan desa yang tidak menerima manfaat
 5. Kelompok difabel, Program COMDEV tidak berpihak pada kelompok difabel
 6. Polusi udara, Rendahnya partisipasi masyarakat pada program pembangunan
 7. Konflik sosial (program) antara karang taruna dengan kepala desa
 8. Rendahnya pendapatan Masyarakat perkotaan
 9. Kegiatan COMDEV dan pemberdayaan masyarakat yang tidak *sustainable*

Identifikasi Potensi Sosial Ekonomi dan Peluang-Peluang Lain yang Dapat Dikembangkan Menjadi Faktor Pemicu Dan Pendorong Pemberdayaan Masyarakat

Pada bagian ini diuraikan analisis potensi pengembangan potensi berkelanjutan yang didasarkan pada masalah sosial ekonomi saat ini dan potensi yang sudah ada serta potensi sinergi kelembagaan dan pengembangan berkelanjutan. Identifikasi diuraikan sebagai berikut:

1. Penguatan kelembagaan pusat pusat kesehatan melalui peningkatan kualitas gizi.
2. Kelompok usaha berbasis karang taruna (koperasi, BUMDES) melalui pengembangan jejaring dengan industri kreatif.
3. Perluasan jejaring promosi digital melalui updating website dan pemanfaatan media sosial yang ada dan penggunaan Teknologi Tepat Guna
4. Kelompok usaha berbasis karang taruna (koperasi, BUMDES) melalui pelatihan, pendampingan kelompok usaha berbasis karang taruna
5. Kerjasama lembaga dan stakeholder lain melalui pelatihan-pelatihan menuju keahlian dan kemandirian
6. Kerjasama kelembagaan dalam bentuk forum melalui pembentukan forum komunikasi-komunikasi bersama.
7. Penguatan kader lingkungan melalui pembentukan badan usaha desa berbasis kelompok dan penguatan usaha bersama Melalui BUMDesa.
8. Peningkatan ekonomi masyarakat bercirikan kekhasan local melalui Industri kerudung dan batik, home industry legen, desiminasi,

promosi bersama, kampung batik dan kerudung tulis.

9. Penguatan nilai-nilai kearifan local yang bersifat budaya dan ekonomi melalui lembaga dan individu penggiat budaya serta merevitalisasi fungsi kelompok-kelompok sosial lokal.
10. Pengurangan emisi karbon melalui gerakan kabupaten sehat dengan penghijauan dan kampong organik dan sehat, serta pembentukan wisata edukasi bank sampah (3R).
11. Pengembangan Industri rumah tangga melalui pengembangan jejaring dengan industri kreatif, Perluasan jejaring promosi digital dan Updating website serta pemanfaatan media sosial yang ada dengan Penggunaan Teknologi Tepat Guna.
12. Penguatan lembaga-lembaga (organisasi pendukung); BKM, PKK, KOPWAN, koperasi melalui pengembangan jejaring dengan industry, perluasan promosi melalui pengembangan *e-commerce* serta didukung dengan pendampingan dan monitoring yang berkelanjutan.
13. Kepedulian stakeholder melalui penguatan konsepsi melalui forum-forum formal dan informal (*open house*)
14. Adanya forum komunikasi dan lembaga lain melalui penguatan dan peningkatan forum komunikasi masyarakat

Identifikasi karakteristik yang menjadi sasaran program pemberdayaan.

Identifikasi karakteristik yang menjadi sasaran program pemberdayaan, dalam wawancara dengan informan diperoleh informasi bahwa pada awalnya yang menjadi sasaran program penerima manfaat

berpersepsi bahwa COMDEV hanya *charity* dan bantuan yang bersifat instan serta tidak berkelanjutan, dan di perkuat pandangan dari *stakeholder* yang menganggap perusahaan wajib membagi sebagian keuntungannya pada masyarakat. Disatu sisi masyarakat yang dilingkupi banyak perusahaan semakin dimanjakan akan dana COMDEV. Hal tersebut justru tidak mengedukasi penerima manfaat secara substansi COMDEV itu sendiri.

Informan juga menginformasi penerima manfaat yang seharusnya mendapatkan manfaat program COMDEV adalah masyarakat disekitar perusahaan yang secara geografis terkena dampak langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu perusahaan melaksanakan program COMDEV dengan menitikberatkan pada tipologi yang diintegrasikan secara utuh (*charity, capacity building, infrastructure* dan *empowering*) dimana masing-masing tipe memiliki bobot yang di masukkan dalam rencana strategi yang *breakdown* kedalam rencana kerja.

Didalam rencana kerja maka akan dapat muncul karakteristik penerima program pemberdayaan (COMDEV), secara umum karakteristik masyarakat penerima manfaat berbeda-beda berdasarkan pemetaan yang dilakukan sebelumnya melalui proses partisipatif masyarakat (*bottom up*), setidaknya ada beberapa hal yang menjadi dasar bagaimana karakter calon penerima manfaat yang menjadi sasaran program pemberdayaan adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat sekitar perusahaan yang terdampak langsung aktivitas perusahaan
2. Potensi lokal yang dapat dikuatkembangkan
3. Penguatan Kapasitas (pendidikan dan pelatihan-pelatihan)

4. Program yang sustainable dan minimisasi *charity*
5. Memberikan nilai tambah baik secara ekonomi maupun sosial (*outcome*)
6. Mendukung dan sinergi dengan program pemerintah

Identifikasi jenis dan tingkat kebutuhan program pemberdayaan yang dapat meningkatkan kemandirian berdasarkan potensi dalam masyarakat.

Identifikasi program atau kebutuhan yang lebih spesifik yang dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan renstra dan renja perusahaan dengan tetap berpijak pada kinerja yang ingin dicapai perusahaan dan ekspektasi masyarakat yang ingin dipenuhi, secara umum dari hasil wawancara dapat disimpulkan berikut:

1. Perluasan kesempatan pendidikan
Indikator dan program: Terserapnya program beasiswa tidak mampu masyarakat sekitar perusahaan untuk mengikuti pendidikan dari jenjang SMU sampai dengan Perguruan Tinggi
2. Peningkatan kapasitas Tutor pada guru/instruktur pendidikan kelompok bermain dan usia dini
Indikator dan program: Meningkatnya kapasitas pendidik pada pendidikan kelompok bermain dan usia dini
3. Pengembangan Sarana dan Prasarana Pendidikan
Indikator dan program: Peningkatan kualitas dan mutu alat peraga pada kelompok bermain dan usia dini
4. Peningkatan kesempatan Pelatihan perbengkelan atau pada usaha kreatif, koperasi pemuda

- Indikator dan program:
Terbentuknya kelompok-kelompok usaha bersama
5. Pemerataan ekonomi dan investasi pada sector ekonomi kerakyatan
Indikator dan program:
Peningkatan pendapatan masyarakat melalui kelompok usaha bersama, pemberdayaan masyarakat pesisir melalui podaktan dari hulu ke hilir, Peningkatan pendapatan kelompok Masyarakat/aktor sosial, Peningkatan pendapatan masyarakat melalui potensi local, Peningkatan pendapatan kelompok masyarakat melalui produk ber cirri kas daerah/lokal
 6. Peningkatan kesehatan masyarakat rentan
Indikator dan program:
Peningkatan gizi balita dan peningkatan kesehatan lansia
 7. Peningkatan Pelayanan Kesehatan
Indikator dan program: Adanya sinergitas dalam meningkatkan kualitas layanan kesehatan masyarakat
 8. Sistem manajemen pengamanan Lingkungan
Indikator dan program:
Peningkatan kualitas manajemen pengamanan Lingkungan, peningkatan *early warning system* terhadap potensi gangguan keamanan melalui anggota FKPM, Peningkatan rasa kepemilikan dan kepedulian terhadap lingkungan
 9. Sinergitas pembangunan yang berwawasan lingkungan
Indikator dan program:
Menurunnya tingkat polusi dan kelestarian sumber daya alam, Semakin terkendali dan termanfaatkannya limbah melalui daur ulang limbah *industry* dan rumah tangga, Meningkatkan jumlah tenaga kerja terampil

- khususnya untuk perempuan, pada gilirannya meningkatkan pendapatan melalui bank-bank sampah, Menurunnya tingkat polusi dan meningkatnya kelestarian sumber daya alam melalui pendirian *green house*
10. Sinergitas pembangunan yang berwawasan lingkungan
Indikator dan program:
Peningkatan pendapatan keluarga melalui intervensi produk menuju hak paten/haki, Tipe dan jenis program tersebut bukanlah hal yang bersifat atau merupakan harga mati, namun setidaknya sebagai *big guidance* dalam program pemberdayaan masyarakat yang disesuaikan dengan potensi dan karakteristik yang telah dijelaskan sebelumnya.

Pembahasan

Identifikasi permasalahan sosial ekonomi, bahwa permasalahan sosial ekonomi menjadi bagian penting dalam rencana implementasi program COMDEV, karena berangkat dari hal tersebut tercermin kebutuhan akan terselesaikannya permasalahan dalam masyarakat atau dalam istilah lain disebut sebagai pemetaan sosial ekonomi. Rudito dan Famiola (2013;221) pemetaan sosial sebagai sebuah alat yang dapat digunakan memecahkan masalah sosial yang ada didalam kehidupan masyarakat, karena metode ini berusaha menggambarkan dan menganalisis serta memprediksi tindakan dan tingkah laku dari individunya sebagai anggota masyarakat. Dengan metode ini maka dapat diidentifikasi permasalahan sosial yang ada serta dapat diantisipasi kehidupan sosial masyarakat dan menganalisis konflik-konflik yang sedang dan bakal terjadi di masyarakat.

Berbagai masalah sosial ekonomi dan peluang (potensi) dapat dikembangkan menjadi faktor pemicu dan pendorong pemberdayaan masyarakat melalui penguatan kapasitas, baik individu maupun kelembagaan dan kerjasama antar kelembagaan sehingga pengembangan potensi secara berkelanjutan dapat dikuatembangkan lebih komprehensif untuk pembangunan berkelanjutan. Hal ini sebagaimana tertuang dalam isu ke 7 pada ISO 26000 ” *the need for contributions to social and economic development in order to reduce poverty and improve poor social conditions is universally accepted. The critical need to address issues of social and economic development is reflected in the United Nations Millennium Declaration*”.

Ketepatan dalam implementasi program COMDEV merupakan refleksi dari karakteristik menjadi sasaran program pemberdayaan. program COMDEV dapat menitikberatkan pada tipologi diintegrasikan secara utuh (*charity, capacity building, infrastructure dan empowering*). Dengan integrasi maka diketahui kriteria yang tepat dalam mengimplementasikan program COMDEV dan dari tipologi harus dapat menuju tipologi paling tinggi yaitu *empowering*. Suharto (2010;82) pemberdayaan adalah proses dan tujuan yakni keberdayaan masyarakat.

Tingkat kebutuhan program pemberdayaan dapat meningkatkan kemandirian berdasarkan potensi masyarakat, mengisyaratkan COMDEV harus dapat memberdaya masyarakat sehingga perlu diketahui indikator dalam memberdayakan serta mampu mensinergikan kebutuhan masyarakat dan kinerja dari perusahaan melalui perancangan strategi yang tepat dalam membuat program COMDEV itu

sendiri menjadi bagian penting sukses dan tidaknya program, pada sisi kebutuhan yang diusulkan masyarakat jika dapat terealisasi, maka masyarakat akan memiliki sikap kepemilikan atas program tersebut dan kemungkinan keberlanjutannya akan bisa lebih lama. Disisi perusahaan berdasarkan kebutuhan masyarakat akan menjadi masukan berarti yang akan disinkronisasi dengan program perusahaan sesuai dengan rencana strategis perusahaan bidang CSR sehingga keduanya akan berjalan dan memiliki potensi keberlanjutan yang lebih lama dan berhasil. Hal ini juga dinyatakan oleh Saleh & Sukaris (2018;35) bahwa perlu adanya pendekatan yang memberikan edukasi, bernilai tambah, memberikan kinerja dan juga berkelanjutan dalam implementasi 4 pilar program dan tipologi CSR.

Program pemberdayaan yang melibatkan pelatihan yang dimaknai peserta hanya menggugurkan undangan menjadi peserta, sehingga pelatihan pemberdayaan harus benar-benar bermanfaat dan dibutuhkan, agar pelatihan yang dilakukan tidak hanya sebagai rutinitas dan program terjebak pada program semu dan tidak terimplementasi. Seperti jawaban informan bahwa banyak pelatihan setelah selesai maka juga selesai yang sebagian besar tidak menindaklanjutinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Uraian masalah sosial ekonomi menitikberatkan pada masalah yang paling tampak dan berada pada lokasi lingkungan sekitar perusahaan perusahaan dari penyebab, dampaknya yang paling berpengaruh kemudian dihubungkan dengan program *community developmet* perusahaan yang dapat diimplementasikan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dibuat sebuah rekomendasi untuk beberapa pemangku kepentingan sebagai berikut:

1. Pengelola COMDEV/CSR (Pemberi Manfaat)
 - a. Pengelola COMDEV dalam mengimplementasikan program berdasarkan renstra dan Renja perusahaan yang bermuara pada kinerja, keterukuran, evaluasi dan tujuan dari program *community development* (CSR) tanpa mengesampingkan *need assessment* dari masyarakat. kedepan program CSR sebelum implementasi perlu dilakukan pemetaan yang bersifat pemberdayaan yang berjangka panjang (*sustainable*) sehingga manfaat program akan dapat dirasakan, baik dalam peningkatan kualitas hidup dan peningkatan kapasitas (*capacity building*)serta peningkatan nilai tambah ekonomi bagi penerima manfaat program, serta memperhatikan keunggulan setiap potensi calon penerima manfaat (inovasi, nilai lokal)
 - b. Perusahaan berkesinambungan melakukan edukasi kepada masyarakat tentang konsepsi substansi dari COMDEV.
2. *Audience* (Penerima Manfaat/ Masyarakat);

Memberikan usulan program melalui musrenbang dari tiap jenjang kelembagaan sehingga tersinergikan kebutuhan dan kinerja perusahaan sebagai pemilik/pengelola program
3. Pemerintah
 - a. Memberikan acuan untuk menyusun regulasi mengenai implemntasi COMDEV
 - b. Sehingga dapat mendukung program pemerintah kabupaten

dalam pemberdayaan masyarakat sehingga tidak tumpang tindih antar program kegiatan antar perusahaan pemberi manfaat terutama dalam pemberdayaan masyarakat sehingga program COMDEV lebih memberdaya berkelanjutan menuju masyarakat mandiri bukan program instan.

- c. Mengintensifkan fungsi forum CSR kabupaten
4. Pendamping

Peran pendamping perlu diupayakan keterlibatannya dalam hal ini Perguruan tinggi maupun NGO lain, sehingga peran yang dilakukan lebih mampu memperkuat partisipasi masyarakat penerima program dalam proses perencanaan, implementasi maupun monitoring dan evaluasi program.

DAFTAR PUSTAKA

- Badaruddin, (2007), *Corporate Social Responsibility: Tinjauan Konseptual dan Implementasi, disampaikan dalam rangka Focused Group Discussion (FGD) Corporate Social Responsibility (CSR) berbasis HAM*
- Effendi, Muh Arief, (2013) *CSR Melalui Community Development* <http://www.suarakaryaonline.com> diakses 28 Oktober 2013
- Fahrudin, A., Al Amin, M. A., Kodiran, T., Hamdani, A., Afandy, A., & Trihandoyo, A. (2015). Pemetaan Sosial (social mapping) di Wilayah Pesisir Kabupaten Gresik. Bogor (ID): PKSPL-IPB.

- Hadi, Nor, (2011), *Corporate Social responsibility*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Herawati, N., & Sunyata, L. (2017). Model Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Sebagai Bentuk Komunikasi Sosial Csr Perusahaan Untuk Mengantisipasi Munculnya Konflik Antara Perusahaan, Karyawan Dan Masyarakat Lokal Di Kawasan Perbatasan Kalimantan Baratsarawak. *Prosiding Komunikasi, 1(1)*.
- Ife, J. (1995). *Community Development: Creating Community Alternatives, Vision. Analysis and Practice. Australia: Longman.*
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). Analisis data kualitatif.
- Murni, S., Amin, M. J., & Fitriyah, N. (2017). Peranan Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Meningkatkan Pembangunan Masyarakat Desa Di Desa Lung Anai Kecamatan Loa Kulu. *Jurnal Administrative Reform (JAR)*, 3(1), 138-147.
- Nussahid, Fajar (2006), Praktik Kedermawanan Sosial BUMN : Analisis terhadap Model Kedermawanan PT.Krakatau Steel, PT.Pertamina dan PT.Telekomunikasi Indonesia, *Jurnal Galang* Vol.1 No.2, Januari 2006 hal.5
- Rudito, B., & Famiola, M. (2013). CSR (Corporate Social Responsibility). Bandung: Rekayasa Sains.
- Saleh, Moch & Sukaris, (2018) "Corporate Social Responsibility Best Practice PT PJB UP Gresik." *UMG Press*, Gresik.
- Simorangkir O.P, (2003), *Etika : Bisnis, Jabatan dan Perbankan* Rineka Cipta, Jakarta
- Suharto, E. (2007). Kebijakan sosial sebagai kebijakan publik: peran pembangunan kesejahteraan sosial dan pekerjaan sosial dalam mewujudkan negara kesejahteraan (*welfare*) di Indonesia. Alfabeta.
- Suharto, E. (2010). CSR & COMDEV Investasi kreatif perusahaan di era globalisasi. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sukaris, S. (2019). Social-Mapping Sebagai Landasan Perencanaan Pemberdayaan Masyarakat Berkelanjutan. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 2(1), 52-61.
- Sutikno, S., Baihaqi, I., Yusuf, M., & Sari, N. I. (2018). Pemetaan Sosial dan Ekonomi Masyarakat Di Sekitar Kampus ITS Surabaya. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, (2).
- Wibisono Yusuf, (2007), *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, CV.Ashkaf Media Grafika
- Yulianti, D. (2018). Implementasi Program Kemitraan Dalam Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pemberdayaan Masyarakat Untuk Mewujudkan Pembangunan Kesejahteraan. *Sosiologi: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial dan Budaya*, 20(1).