

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT LOKAL
MELALUI PROGRAM
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

Su'adah

Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Malang

Abstract

Strategy of empowering the community towards people who self-reliant, autonomy, able to overcome the crisis and culture is something that is needed now, but the various efforts that have been implemented empowerment has not yielded significant, it can happen because of the empowerment strategy that is used has not touched the basic elements of empowerment. effective empowerment model needs there is strong synergy between government and elements of society, especially companies whose life is sustained by community support, so the company must have a concern with empowerment of the surrounding communities, known as Corporate Social Responsibility program.

PENDAHULUAN:

Sejak digulirkannya reformasi sampai sekarang ternyata belum mampu melakukan pembenahan secara signifikan tentang peningkatan taraf hidup masyarakat di tanah air, terutama dalam pengentasan kemiskinan dan penghapusan pengangguran. Angka kemiskinan masih tinggi, pengangguran juga masih banyak, pada hal kemiskinan dan pengangguran sangat berpotensi menjadi bom waktu dikemudian hari, walaupun pada decade terakhir ini ada penurunan, namun penurunan itu sangat kecil. Pada february 2007 Jumlah pengangguran hanya turun 556 ribu menjadi 10,55 juta orang disbanding bulan yang sama tahun lalu 11,10 juta, demikian pula masalah kemiskinan, berbagai upaya penanggulangan kemiskinan sejak lama dilakukan dengan berbagai program mulai dari inpres desa tertinggal (IDT), program pemberdayaan daerah mengatasi dampak krisis ekonomi (PDM-DKE), program kompensasi pengurangan subsidi bahan bakar minyak (PKPS-BBM). Ada juga program penanggulangan kemiskinan yang dijalankan oleh berbagai kementerian dan lembaga ada sekitar kurang lebih 55 program yang dilaksanakan sekitar 19 Departemen sejak tahun 2004. Termasuk juga program penanggulangan kemiskinan yang berbasis pemberdayaan masyarakat pedesaan (PNPM) Raskin,

Askeskin, BOS dan masih banyak lagi program-program penanggulangan kemiskinan.

Program pengentasan kemiskinan sepertinya harus ditingkatkan. Sebab, data per akhir Maret 2010 menunjukkan, jumlah penduduk miskin di Indonesia 31,02 juta orang. Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Rusman Heriawan mengatakan, jumlah tersebut turun 1,51 juta jika dibandingkan dengan angka pada Maret 2009 yang sebesar 32,53 juta. “Artinya, saat ini masih ada 13,33 persen penduduk Indonesia yang hidup di bawah garis kemiskinan,” ujarnya di Kantor BPS kemarin (1/7).

Menurut Rusman, penurunan angka kemiskinan periode Maret 2009-Maret 2010 lebih lambat daripada Maret 2008-Maret 2009. “Kami tidak bisa mengatakan bahwa program pengentasan kemiskinan tidak berhasil, tapi memang agak lambat,” katanya. Rusman menuturkan, salah satu penyebab melambatnya penurunan jumlah penduduk miskin itu, pada Maret 2008-Maret 2009 pemerintah masih menjalankan program bantuan langsung tunai (BLT). “Harus diakui, program BLT cukup efektif mengangkat penduduk dari garis kemiskinan,” terangnya. Rusman menyatakan, seorang penduduk dikatakan miskin jika pengeluaran per harinya berada di garis kemiskinan, yakni di angka Rp 211.762 per kapita per bulan atau rata-rata Rp 7.000 per hari untuk periode Maret 2009-Maret 2010. “Artinya, kalau pengeluaran di bawah Rp 7 ribu per hari, orang itu masuk kategori masyarakat miskin,” paparnya. Rusman menyebut beberapa faktor yang mengakibatkan turunnya jumlah penduduk miskin meski tipis. Salah satunya adalah inflasi yang relatif rendah sehingga harga-harga barang tidak terlalu mahal. “Faktor lain, rata-rata upah harian buruh tani dan bangunan naik 3,27 persen dan 3,86 persen,” sebutnya. Selain itu, naiknya angka produksi padi menjadi faktor penurunan jumlah penduduk miskin. Begitu juga naiknya nilai tukar petani yang naik 2,45 persen pada Maret 2010 jika dibandingkan dengan Maret 2009. “Itu sangat membantu. Sebab, sebagian besar penduduk miskin bekerja di sektor pertanian,” terangnya.

Data BPS juga menunjukkan, persentase penduduk miskin daerah perkotaan dan pedesaan tidak terlalu berubah selama periode tersebut. Pada Maret 2009 sekitar 63,38 penduduk miskin terdapat di pedesaan. Lalu, pada Maret 2010, jumlah penduduk miskin di pedesaan naik tipis ke angka 64,23 persen. Peningkatan persentase penduduk miskin di pedesaan tersebut menjadi sorotan BPS. Setelah dikalkulasi, selama periode Maret 2009-Maret 2010 jumlah penduduk miskin di daerah perkotaan berkurang 0,81 juta, dari 11,91 juta

pada Maret 2009 menjadi 11,10 juta pada Maret 2010. Sementara itu, di daerah pedesaan, jumlah penduduk miskin hanya berkurang 0,69 juta, dari 20,62 juta pada Maret 2009 menjadi 19,93 juta pada Maret 2010.

“Artinya, penurunan jumlah penduduk miskin di perkotaan lebih banyak daripada pedesaan. Memang kita tidak bisa langsung mengatakan bahwa kebijakan penanganan kemiskinan kita pro-urban (penduduk di perkotaan, Red). Tapi, tampaknya, program pengentasan kemiskinan seperti BLT, raskin (beras untuk masyarakat miskin, Red), atau jamkesmas (jaminan kesehatan masyarakat, Red) lebih dinikmati penduduk miskin di perkotaan yang lebih terkonsentrasi daripada penduduk miskin di pedesaan yang tersebar,” imbuh dia. Rusman menambahkan, naik turunnya jumlah penduduk miskin sangat dipengaruhi harga bahan pangan. “Yang memprihatinkan, penduduk miskin kita menempatkan rokok sebagai komoditas kedua yang dikonsumsi setelah bahan pangan. Bahkan, data menunjukkan, persentase penduduk miskin yang mengonsumsi rokok lebih tinggi daripada penduduk tidak miskin yang mengonsumsi rokok.” (JawaPos, Jum’at, 2 Juli 2010).

Angka Penduduk Miskin di Indonesia

Maret 2008-Maret 2009	Maret 2009-Maret 2010
32,53 juta orang	31,02 juta orang
63,38 persen dipedesaan	64,23 persen di pedesaan

Sumber : Jawapos Jum’at, 2 Juli 2010

Sejauh ini, sebenarnya berbagai kalangan telah merintis upaya pemberdayaan masyarakat diberbagai bidang kegiatan, seperti pemberdayaan ekonomi rakyat, pengentasan kemiskinan, pendidikan, kesehatan, pemulihan social-ekonomi masyarakat akibat konflik, dan sebagainya. Hal itu terutama dirintis oleh kalangan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), meskipun akhir-akhir ini pemerintah juga ikut ambil bagian di dalamnya. Namun patut dihargai, berbagai upaya itu masih banyak mengandung kelemahan karena belum matangnya pilihan strategi pemberdayaan yang diambil. (Lambang Trijono, 2001:216).

Berbagai program diatas pada kenyataannya tidak membuahkan hasil yang menggembirakan, belum lagi berbagai bencana alam menimpa masyarakat yang pada akhirnya menjadikan masyarakat miskin semakin tidak berdaya

terutama masyarakat pedesaan yang memang belum secara luas tersentuh pembangunan. Apalagi jika paradigma pembangunan yang konvensional masih dipertahankan maka masyarakat pedesaan semakin termarginalisasi pada hal masyarakat Indonesia mayoritas berada di pedesaan.

Banyak pengamat menyatakan strategi pembangunan konvensional model pertumbuhan, kapitalisme dan modernism yang dipraktekkan banyak Negara termasuk Indonesia bukannya menghasilkan kemandirian, kebebasan, keberdayaan masyarakat tetapi justru menimbulkan ketergantungan, dominasi dan ketidakberdayaan masyarakat. Dengan melihat kondisi seperti itu saat ini sangat diperlukan suatu pemberdayaan masyarakat menuju masyarakat yang mandiri otonom, mampu dan berdaya mengatasi krisis mereka sendiri.

Tanggung jawab pemberdayaan masyarakat tidak hanya di pundak pemerintah saja tapi masyarakat sendiri dengan segala kekuatan dan potensi yang ada harus dikerahkan untuk menuju pemberdayaan, sejauh ini sebenarnya berbagai kalangan telah merintis upaya pemberdayaan masyarakat diberbagai bidang kegiatan seperti pemberdayaan ekonomi rakyat, pengentasan kemiskinan, pemberdayaan politik, pemberdayaan pendidikan dan swasta dalam membangun dan mengentaskan kemiskinan menuju keberdayaan, terutama perusahaan-perusahaan besar, karena mereka besar tidak terlepas adanya kebijakan pemerintah yang lebih menguntungkan mereka dari pada masyarakat kecil.

Tumbuh kembangnya perusahaan tidak terlepas dari dukungan masyarakat disekitarnya, majunya perusahaan harus dibarengi dengan kemajuan kesejahteraan masyarakat disekitarnya sehingga tercipta rasa aman untuk berusaha dan rasa aman bagi masyarakat dengan adanya perusahaan. Perusahaan harus memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap publik terutama masyarakat yang tinggal disekitar perusahaan, sebab masyarakat adalah sumber dari segala sumber yang dimiliki dan direproduksi oleh perusahaan. Tanpa masyarakat perusahaan bukan hanya tidak berarti tetapi juga tidak akan berfungsi, demikian pula masyarakat tanpa perusahaan sulit memenuhi kebutuhan terutama dalam hal lapangan kerja.

Program pemberdayaan masyarakat desa yang dilakukan oleh perusahaan merupakan program pengembangan aspek social ekonomi dan pengentasan kemiskinan, salah satu wujud kepedulian perusahaan dalam bersinergi dengan pemerintah dalam rangka memberdayakan masyarakat sekarang ini yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility*.

PEMBERDAYAAN KOMUNITAS LOKAL:

Sejak krisis moneter melanda Indonesia pada pertengahan tahun 1997 sampai sekarang nampaknya masih banyak kendala untuk bangkit kembali, paradigma pembangunan yang berorientasi ke pertumbuhan ekonomi sudah mulai harus dibenahi. Muncul kesadaran yang kuat dikalangan akademisi dan praktisi akan pentingnya memberdayakan masyarakat untuk mengatasi krisis sosial ekonomi. Kesadaran demikian muncul karena krisis sosial ekonomi selama ini dipahami sebagai akibat dan ketidakberdayaan masyarakat dalam menghadapi goncangan krisis regional dan global yang menghantam Indonesia selama ini.

Masyarakat Indonesia begitu rentan, lemah, sangat tergantung dan tidak memiliki daya tahan yang cukup kuat menghadapi goncangan krisis itu sehingga begitu krisis global dan regional menghantam masyarakat maka masyarakat Indonesia langsung jatuh terpuruk menjadi korban krisis (L. Triyono. 215) berbagai protes, demonstrasi dan tuntutan agar masyarakat sipil lepas dan cengkraman dominasi negara menuju keberdayaan, kemandirian dan otonomi masyarakat sipil merupakan gerakan umum yang menggejala di masyarakat kita.

Strategi pemberdayaan masyarakat menuju masyarakat yang mandiri, otonom, mampu dan berdaya mengatasi krisis merupakan sesuatu yang sangat tepat dan diperlukan saat ini, meskipun saat ini upaya itu boleh dibilang agak terlambat, sehingga langkah-langkah strategi untuk keluar dari krisis tidak dipersiapkan jauh sebelumnya, upaya merancang strategi demikian itu sangatlah berharga, setidaknya hal itu bisa dijadikan pijakan untuk mulai memikirkan langkah-langkah strategi dalam upaya melakukan pemberdayaan masyarakat. Kebijakan pemberdayaan masyarakat secara nasional dibutuhkan dewasa ini bukan semata karena alasan kebutuhan jangka pendek untuk mengatasi krisis tetapi lebih jauh dari itu, untuk strategi kemandirian sosial ekonomi masyarakat dalam jangka panjang (L.Triyono, 2001;216).

KONSEP PEMBERDAYAAN

Secara konseptual pemberdayaan atau pemberkuasaan (*empowerment*) berasal dari kata "*Power*" (kekuasaan atau keberdayaan). Karenanya ide utama pemberdayaan bersentuhan dengan konsep mengenai kekuasaan (Edi.S, 2005;57). Kekuasaan sering kali dikaitkan dengan kemampuan kita untuk

membuat orang lain melakukan apa yang kita inginkan terlepas dan keinginan dan minat mereka, selanjutnya menurut Suharto (Edi.S;58) dikatakan pemberdayaan menunjuk pada kemampuan orang khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam :

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

Pemberdayaan masyarakat juga diartikan sebagai upaya untuk membantu masyarakat dalam mengembangkan kemampuan sendiri sehingga bebas dan mampu untuk mengatasi masalah dan mengarnbii keputusan secara mandiri. Dengan demikian pemberdayaan masyarakat ditujukan untuk mendorong terciptanya kekuatan dan kemampuan lembaga masyarakat untuk secara mandiri mampu mengelola dirinya sendiri berdasarkan kebutuhan masyarakat itu sendiri serta mampu mengatasi tantangan persoalan dimasa yang akan datang (A.Sumartiningsih 2002;50).

Pemberdayaan masyarakat dengan demikian tidaklah dapat dicapai dalam waktu sekejap, tetapi pemberdayaan itu memerlukan proses. Proses yang dimaksud adalah dengan memberikan kemenangan (*authority*) aksesibilitas terhadap sumber daya dan lingkungan yang akomodatif. Ginanjar Kartasasmita dalam (Agnes.S.2002;50) mengatakan bahwa dasar pandangan strategi pemberdayaan masyarakat adalah bahwa upaya yang dilakukan harus diarahkan langsung pada akar persoalannya, yaitu meningkatkan kemampuan rakyat. Bagian yang tertinggal dalam masyarakat harus ditingkatkan kemampuannya dengan mengembangkan dan mendinamisasikan potensinya, dengan kata lain memberdayakannya. Pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini di pandang lebih luas dan hanya semata-mata memenuhi kebutuhan dasar (*Basic needs*) atau menyediakan mekanisme untuk mencegah proses pemikiran lebih lanjut.

Keberdayaan masyarakat adalah unsur dasar yang memungkinkan suatu masyarakat bertahan dan secara dinamis mengembangkan diri mencapai kemajuan, memberdayakan masyarakat mengandung arti adanya upaya untuk meningkatkan harkat martabat lapisan masyarakat yang dalam kondisi belum mampu melepaskan diri dan perangkap kemiskinan dan keterbelakangan. (Agnes.S.2002;51).

Usaha pemberdayaan harus diikuti dengan memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat. Dalam rangka ini diperlukan langkah-langkah yang lebih positif dan tidak hanya sekedar menciptakan iklim dan suasana. Pemberdayaan bukan hanya meliputi penguatan individu anggota masyarakat, tetapi pranata-pranatanya, menanamkan nilai-nilai seperti kerja keras, hemat, keterbukaan, kebertanggungjawaban adalah bagian pokok dan upaya pemberdayaan ini (Ginanjari. K. dalam Agnes. S. 2002;5 1)

INDIKATOR KEBERDAYAAN

Untuk mengetahui fokus dan tujuan pemberdayaan secara operasional maka perlu diketahui berbagai indikator keberdayaan yang dapat menunjukkan seseorang itu berdaya atau tidak sehingga ketika sebuah program pemberdayaan sosial diberikan segenap upaya untuk dapat dikonsentrasikan pada aspek-aspek apa saja dan sasaran perubahan (misalnya keluarga miskin) yang dioptimalkan Schuler. Hashemi dan Riley (Edi. S, 2005; 63) mengembangkan delapan indikator pemberdayaan yang mereka sebut sebagai *Empowerment Index* atau Index pemberdayaan:

- 1) Kebebasan mobilitas: Kemampuan individu untuk pergi keluar rumah atau keluar wilayah tempat tinggalnya, seperti ke pasar, fasilitas medis, bioskop, rumah ibadah, kerumah tetangga. Tingkat mobilitas ini dianggap tinggi jika individu mampu pergi sendirian.
- 2) Kemampuan membeli komoditas kecil: Kemampuan individu untuk membeli barang-barang (beras, minyak tanah, minyak goreng, bumbu) kebutuhan dirinya (minyak rambut, sabun mandi, rokok, bedak, shampoo). Individu dianggap mampu melakukan kegiatan ini terutama jika dapat membuat keputusan sendiri tanpa meminta ijin pasangannya, terlebih jika ia dapat membeli barang-barang tersebut dengan menggunakan uangnya sendiri.
- 3) Kemampuan membeli komoditas besar: Kemampuan individu untuk membeli barang-barang sekunder atau tersier, seperti lemari pakaian, TV,

radio, koran, majalah, pakaian keluarga. Seperti halnya indikator diatas, point tinggi diberikan individu yang dapat membuat keputusan sendiri tanpa meminta ijin pasangannya, terlebih jika ia dapat membeli barang-barang tersebut dengan menggunakan uangnya sendiri.

- 4) Terlibat dalam pembuatan keputusan-keputusan rumah tangga. Mampu membuat keputusan secara sendiri maupun bersama suami atau istri mengenai keputusan-keputusan keluarga.
- 5) Kebebasan relative dan dominasi keluarga.
- 6) Kesadaran hukum dan politik.
- 7) Keterlibatan dalam kampanye dan protes-protes: Seseorang dianggap berdaya jika ia pernah terlibat dalam kampanye atau bersama orang lain melakukan protes misalnya terhadap kekerasan dalam rumah tangga, gaji yang tidak adil, penyalahgunaan bantuan sosial atau penyalahgunaan kekuasaan polisi dan pegawai pemerintah.
- 8) Jaminan ekonomi dan kontribusi terhadap keluarga: Memiliki rumah, tanah, aset produktif, tabungan. Seseorang dianggap memiliki poin tinggi jika ia memiliki aspek-aspek tersebut secara sendiri atau terpisah dan pasangannya.

STRATEGI PEMBERDAYAAN

Upaya pemberdayaan yang selama ini dilakukan ternyata belum membuahkan hasil, karena hampir semua upaya belum menyentuh elemen dasar pemberdayaan yang sudah dilakukan. Seperti yang dikatakan Lambang T : Program pemberdayaan yang ada belum mengarah ke proses perubahan structural atau pembebasan yang melibatkan penggunaan kekuasaan secara efektif melalui proses pengambilan politik secara kolektif untuk terbebas dari dominasi dan hambatan struktural yang ada. Lebih jauh dikatakan :

Merancang strategi pemberdayaan pada dasarnya adalah soal bagaimana kita mengelola dan menggunakan kekuasaan dengan tindakan politik tertentu secara efektif untuk terbebas dari hambatan structural yang mendominasi. Pemberdayaan sangatlah membutuhkan basis kekuasaan dan tindakan politik. Tanpa kekuasaan dan tindakan politik mustahil keberdayaan bisa diraih. Sehubungan dengan itu, kemampuan mengenali dan menggunakan sumber-sumber kekuasaan menjadi sangat penting. Seperti disebutkan di muka, kekuasaan (*power*) pada dasarnya menyangkut soal kapasitas atau kemampuan bertindak, baik secara personal maupun kolektif, untuk mempengaruhi atau mengontrol orang lain, meskipun orang lain tidak sepakat dengan kehendaknya.

Kemampuan atau kapasitas demikian bisa bersumber dari banyak hal, atau dikenal dengan sumber-sumber kekuasaan, seperti otoritas, keahlian, pengetahuan moralitas-kultural, dan sumberdaya material ekonomi. Penggunaan sumberdaya-sumberdaya kekuasaan itu memang dalam sisi tertentu bisa menimbulkan kekuasaan memaksa berupa dominasi itu atau *power to*. Dalam kaitannya dengan soal mengelola dan menggunakan sumber-sumber kekuasaan inilah kita melakukan rancangan strategi pemberdayaan. Bagaimana kita mengelola dan menggunakan sumber-sumber kekuasaan secara efektif sehingga kita bisa keluar dari dominasi dan ketidakberdayaan merupakan soal penting dalam menyusun strategi pemberdayaan masyarakat. (Lambang T, 2001;225)

Lain halnya Edy Suharto dalam melihat strategi pemberdayaan masyarakat dikaitkan dengan konteks pekerjaan social, bahwa pemberdayaan dapat dilakukan melalui tiga aras atau matra pemberdayaan (*empowerment setting*):

1. Aras Mikro. Pemberdayaan dilakukan terhadap klien secara individu melalui bimbingan, konseling, stress management, crisis intervention. Tujuan utamanya adalah membimbing atau melatih klien dalam menjalankan tugas-tugas kehidupannya. Model ini sering disebut sebagai Pendekatan yang Berpusat pada Tugas (Task Centered Approach).
2. Aras Mezzo. Pemberdayaan dilakukan terhadap sekelompok Klien. Pemberdayaan dilakukan dengan menggunakan kelompok sebagai media intervensi. Pendidikan dan pelatihan, dinamika kelompok, biasanya digunakan sebagai strategi dalam meningkatkan kesadaran, pengetahuan, keterampilan dan sikap-sikap klien agar memiliki kemampuan memecahkan permasalahan yang dihadapinya.
3. Aras Makro. Pendekatan ini disebut juga sebagai Strategi Sistem Besar (large-system strategy), karena sasaran perubahan diarahkan pada system lingkungan yang lebih luas. Perumasan kebijakan, perencanaan social, kampanye, aksi social, lobbying, pengorganisasian masyarakat, manajemen konflik, adalah beberapa strategi dalam pendekatan ini. Strategi *system* Besar memandang klien sebagai orang yang memiliki kompetensi untuk memahami situasi-situasi mereka sendiri, dan untuk memilih serta menentukan strategi yang tepat untuk bertindak. (Edy Suharto , 2005; 66)

Untuk mencapai tujuan pemberdayaan diatas Edy Suharto menggunakan penerapan pendekatan : Pemungkinan, Penguatan, Perlindungan, Penyokongan dan Pemeliharaan :

1. Pemungkinan: Menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang secara Optimal. Pemberdayaan harus mampu membebaskan masyarakat dari sekat-sekat kultural dan structural yang menghambat.
2. Penguatan: Memperkuat pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki masyarakat dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Pemberdayaan harus mampu menumbuh-kembangkan segenap kemampuan dan kepercayaan diri masyarakat 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 eksploitasi 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 mampu menjalankan peranan dan tugas-tugas kehidupannya. Pemberdayaan harus mampu menyokong masyarakat agar tidak terjatuh ke dalam keadaan dan posisi yang semakin lemah dan terpinggirkan.
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. (Edy Suharto , 2005; 67)

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Tanggungjawab Sosial Perusahaan (TSP) atau yang sekarang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kini semakin berkembang dan diterima secara luas oleh masyarakat kelompok yang mendukung wacana TSP berpendapat bahwa : Perusahaan tidak dapat dipisahkan dan para individu yang terlibat didalamnya, yakni pemilik dan karyawannya. Namun mereka tidak boleh hanya memikirkan keuntungan financial bagi perusahaannya saja. Melainkan pula harus memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap publik khususnya masyarakat yang tinggal disekitar perusahaan. Sebab masyarakat adalah sumber dan segala sumberdaya yang dimiliki dan direproduksi oleh

perusahaan. Bukankah tanpa masyarakat perusahaan bukan hanya tidak akan berarti melainkan pula tidak akan berfungsi? Tanpa dukungan masyarakat perusahaan mustahil memiliki pelanggan, pegawai, dan sumber-sumber produksi lainnya yang bermanfaat bagi perusahaan. Meskipun perusahaan telah membayar pajak kepada negara, tidak berarti telah menghilangkan tanggung jawabnya terhadap kesejahteraan public (Edi.S;101).

Tetapi motif kedermawanan perusahaan seperti apa yang dikatakan oleh: Fajar Nursahid (Jumal Galay 2006) bahwa: Pada umumnya terdapat bias kepentingan perusahaan dalam penyelenggaraan derma sosialnya, hal ini diakui para pengelola program di ketiga instansi BUMN. Ibarat pepatah mengatakan “*No Free Lunch*” (tidak ada makan siang gratis), demikian pula perusahaan memiki pamrih melalui kegiatan sosialnya, Berbagai program sosial perusahaan ke masyarakat diharapkan dapat mendogkrak citra perusahaan dalam jangka panjang dapat berpengaruh terhadap kelancaran bisnis perusahaan itu sendiri. Namun demikian diluar interest tersebut terdapat pula sisi normatif dan etis yang menjadi dimensi lain dan perusahaan melakukan program sosial, salah satunya didasari oleh pandangan bahwa program sosial merupakan upaya “timbal balik” perusahaan kepada masyarakat karena mereka sudah banyak berkorban untuk industri. Perusahaan menyadari bahwa masyarakat setidaknya sudah merelakan lahan yang dimilikinya untuk kepentingan perusahaan, oleh karena itu sebagai imbal baliknya, perusahaan harus memikirkan masyarakat dan memberi mereka kesempatan merasakan pembangunan dari perusahaan.

Imbal balik juga didasarkan pada pertimbangan sifat operasi perusahaan yang menyerap sumber-sumber dan berpengaruh pada lingkungan, oleh karena kondisi lingkungan tidak bisa dikembalikan sebagaimana asalnya, maka perusahaan harus membangun kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar operasi perusahaan. Perusahaan harus maju dan tumbuh bersama masyarakat sehingga keberadaan perusahaan harus memberi manfaat dan menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat sekitarnya.

KONSEP TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Schermenhom memberi definisi tanggungjawab sosial perusahaan (TSP) sebagai suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal. Secara konseptual TSP adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan interaksi mereka

dengan para pemangku kepentingan (*Stakeholders*) (Edi. S; 102)

Meskipun sesungguhnya memiliki pendekatan yang relatif berbeda, beberapa nama lain yang memiliki kemiripan atau bahkan identik dengan tanggung jawab sosial perusahaan ini antara lain Investasi Sosial Perusahaan (*Corporate Social Investment/ investing*), Pemberian Perusahaan (*Corporate Giving*), Kederawanan Perusahaan (*Corporate Philantropy*), Relasi Kemasyarakatan Perusahaan (*Corporate Community Relation*), dan Pengembangan Masyarakat (*Community Development*) (Edi. S. 2007 :103).

Perusahaan memiliki komitmen terhadap venture filantropi, yang kemudian mereka jabarkan kedalam konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR). Untuk melakukan CSR perusahaan memerlukan mitra yang diharapkan memiliki visi dan misi yang sama untuk pembangunan sosial terutama memberikan pelayanan sosial kepada komunitas sesuai dengan prinsip "*Triple Bottom Line*".

Secara konseptual tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal *Triple Bottom Lines* yaitu 3 P : (Edi. S; 105).

- 1) *Profit*. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- 2) *People*. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia, beberapa perusahaan mengembangkan program tanggung jawab sosial perusahaan seperti pemberian beasiswa bagi pelajar disekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga masyarakat.
- 3) *Planet*. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati. Beberapa program TSP yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, pengembangan pariwisata (*ekoturisme*).

MODEL TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Menurut Saidi dan Abidin (Edi. S. 2007: 106) sedikitnya ada empat model atau pola tanggungjawab sosial perusahaan yang umumnya diterapkan di Indonesia:

Pemberdayaan Masyarakat Lokal

- 1) Keterlibatan langsung
Perusahaan menjalankan program TSP secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *Corporate secretare* atau *Public affair* manager atau menjadi bagian dan tugas pejabat *Public relation*
- 2) Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan
Perusahaan mendirikan yayasan sendiri dibawah perusahaan atau grupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan-perusahaan di negara maju. Biasanya perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.
- 3) Bermitra dengan pihak lain
Perusahaan menyelenggarakan TSP melalui kerja sama dengan lembaga sosial atau organisasi non pemerintah, instansi pemerintah, universitas atau media massa baik dalam mengelola dana maupun melaksanakan kegiatan sosialnya.
- 4) Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium
Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat “hibah pembangunan”. Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukung secara proaktif mencari mitra kerja sama dan kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

URGENSI PELATIHAN DALAM PEMBERDAYAAN

Pelatihan merupakan suatu komponen yang tidak terpisahkan dari proses pemberdayaan. Menurut Zimmerman (Agus.S. 2004; 113) menyatakan bahwa suatu proses yang memberdayakan kalau proses itu membantu masyarakat mengembangkan keterampilannya sehingga mereka dapat menyelesaikan masalahnya sendiri dan dapat mengambil keputusan sendiri. Dalam konteks ini, “*membantu masyarakat mengembangkan keterampilan*” dapat disejajarkan atau dapat dilakukan melalui proses pelatihan.

Senada dengan Zimmerman pelatihan, menurut David. M. Fatterman merupakan bagian yang tidak terpisahkan dan proses pemberdayaan. Dia menyatakan bahwa pemberdayaan tidak ubahnya sebagai suatu usaha memberi kail kepada seseorang, memberinya makan beberapa hari, kemudian mengajarnya mengail setelah itu, kedepan orang yang bersangkutan akan menghidupi dirinya.

Pada tingkat pelatihan maka yang perlu dikaji adalah bagaimana “mengajari mengail” orang yang sudah menerima kail itu sehingga kedepan orang tersebut dapat mandiri dengan menghidupi dirinya sendiri. Pada tingkatan ini sebenarnya masih dapat dijabarkan dalam rirician-rincian pertanyaan problematik yang lebih operasional, seperti teknik pelatihan yang diinginkan, subansi pelatihan yang diinginkan, siapa yang perlu dilatih, apa metode pelatihan yang digunakan, apa yang dapat dikembangkan setelah pelatihan serta bagaimana *follow up* dan pelatihan dan sebagainya.

Pelatihan menduduki tempat penting dalam proses pemberdayaan, terutama dalam mengembangkan sumber daya manusia melalui pelatihan keterampilan masyarakat akan menjadi lebih berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Sumartiningsih, 2004 *Pemberdayaan Masyarakat I)esa Meialui Institusi Local*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Edi Suharto, 2004, *Pekerjaan Sosial Di Dunia Industri, Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corpprate Social Responcibility)*, Bandung: Refika Aditama.
- Edi Suharto, 2005, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*, Bandung Refika Aditama.
- Isbandi Rukmito Adi, 2002, *Pemikiran-pemikiran Dalam Pembangunan Kesejahteraan Sosial*, Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Lambang Trijono, 2001, *Strategi Pemberdayaan Komunitas Lokal : Menuju Kemandirian Desa*, (Jumal Ilmu Sosial Ilmu Politik), Yogyakarta, Fakultas Ilmu Sosial Dan ilmu Politik UGM.
- Moeljarto Tjokrowinoto, 2001, *Pembangunan Dilema dan Tantangan*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Sortandyo Wignyosoebroto, 2005, *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat*, Yogyakarta : Pustaka Pesantren Nancy Lee.

Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Philip Kotler, 2005, *Corporate Social Responsibility*, John Wiley & Sons Inc.

Tulus Tambunan, 1999, *Reformasi Industrialisasi Pedesaan*, Jakarta: MEP.

_____, Jurnal Galang, 2006, *Corporate Social Responsibility*, Jakarta:
VIRAC.

_____, Jawa Pos.2010, Penduduk Miskin Masih 31 Juta, Jum'at 2 Juli

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.