

Reformulasi Design Kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi Tentang Tanggungjawab Sosial Perusahaan Perspektif Budaya Lokal.

Dimas Imaniar ^{1*}

¹ Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi

* dimasimaniars@gmail.com

Abstract. Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan salah satu upaya yang dilakukan sang perusahaan buat menunjukkan tanggung jawab sosial menjadi salah satu perwujudan etika dalam membangun kinerja jangka panjang. Berhasilnya tanggungjawab sosial perusahaan tidak akan lepas asal kiprah dan pengusaha, pemerintah dan masyarakat sendiri. Tanggungjawab sosial perusahaan tidak hanya terbatas pada konsep hadiah bantuan dana pada lingkungan sosial, namun juga bagaimana perusahaan memperlakukan karyawannya menggunakan tidak diskriminatif, menjaga hubungan baik menggunakan pemasok serta acara yang dijalankan bersifat jangka panjang dan berkelanjutan. Tanggungjawab sosial perusahaan artinya komponen yang dapat mengakibatkan mengapa suatu taktik bisa berhasil pada penerapannya di suatu perusahaan tertentu. Organisasi yang sukses ialah organisasi yang mampu menyesuaikan diri secara budaya terhadap lingkungan, kawasan dimana organisasi tadi beroperasi. Tanggung jawab sosial artinya kewajiban perusahaan buat merumuskan kebijakan, mengambil keputusan serta melaksanakan suatu tindakan yang bermanfaat bagi masyarakat. Pencapaian sasaran organisasi antara lain adalah seni manajemen organisasi, struktur organisasi dan sistem organisasi, kekuatan pada budaya organisasi serta organisasi. Teori yang diangkat ialah teori – teori implementasi kebijakan pemerintah, teori – teori tanggung jawab sosial, budaya lokal serta dilanjutkan pula menggunakan metode penelitian. Penelitian ini bertujuan buat mengungkap hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan budaya wilayah pada kawasan industri menggunakan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Instrumen yang digunakan merupakan pernyataan berdasarkan narasumber melalui wawancara serta FGD.

Keyword: kebijakan, tanggungjawab sosial perusahaan, local wisdom.

1. Pendahuluan

Penerapan CSR tidak lagi disebut menjadi cost, melainkan investasi perusahaan. Disahkannya Undang-Undang Perseroan Terbatas terutama pasal 74, poly pengusaha merasa gerah, sehingga terjadi polemik. Sebenarnya perusahaan tidak perlu mempermasalahkan adanya UU PT tersebut, dan UU PT selayaknya diterapkan tak hanya di perusahaan yang memakai sumberdaya alam yang tidak mampu diperbaharui, karena perusahaan lain pun bisa mengakibatkan kerusakan lingkungan dan sosial budaya, bahkan sektor keuangan seperti lembaga keuangan bank serta bukan bank. banyak industri yang telah merusak lingkungan, melanggar HAM, melakukan pemutusan hubungan kerja sepihak pun masih saja tetap eksis sebab dibantu permodalannya dengan diberi kucuran kredit. Hal ini tentu bekerjasama walaupun secara tidak eksklusif, karena lembaga keuangan tadi sudah membantu perusahaan dalam bidang permodalan. akibat riset nantinya bisa mengetahui bagaimana penerapan kebijakan peraturan Bupati perihal CSR serta memperlihatkan model penyaluran CSR perusahaan lokal buat bidang budaya. contoh ini memungkinkan untuk diterapkan pada Banyuwangi menjadi kota yang sampai waktu ini memiliki kepedulian yang tinggi terhadap pelestarian budaya tata cara dan memiliki puluhan sanggar.

State of the arts dan kebaruan dalam penelitian ini merupakan bagaimana penerapan 3 aspek bidang ke pada sebuah atau satu penelitian, ketiga aspek bidang tersebut mencakup implementasi kebijakan, lalu tanggungjawab sosial perusahaan, serta aspek berikutnya yaitu budaya lokal atau local wisdom. terdapat beberapa penelitian sebelumnya, namun hanya melakukan satu ataupun dua aspek bidang saja yang tanpa dikombinasikan. oleh sebab itu, peneliti mencoba buat mengkolaborasikan asal bidang ilmu administrasi publik yaitu tentang (Implementasi kebijakan pemerintah), bidang ilmu ekonomi usaha (tanggungjawab perusahaan), serta berasal bidang seni budaya (local wisdom).

1.1. Tujuan Khusus Penelitian

Melalui penelitian ini nantinya dapat dicapai sebuah kesepakatan bahwa harapannya perusahaan local dan pemerintah kabupaten akan melakukan training terhadap sanggar-sanggar yang didirikan untuk melestarikan nilai-nilai budaya adat Osing. Pak Wowok, founder Waroeng Kemarang selama ini sudah berperan konkret melestarikan budaya melalui penyaluran CSR Budaya. Meskipun selama ini memang tidak secara eksklusif membina sanggar-sanggar budaya namun perannya sudah konkret dibuktikan menggunakan penyediaan wahana dan prasarana kesenian, mirip gamelan, angklung sandang tari dan barang serta tempat buat berlatih dan melakukan perform. Pak Wowok tidak hanya menyediakan daerah pada Kemiren tetapi juga membantu menyediakan pendanaan waktu pelaku budaya melakukan perform di luar kota bahkan luar negeri.

1.2. Urgensi Penelitian

Sesuai peraturan pemerintah maka tanggung jawab sosial yang awalnya bersifat sukarela sebagai harus bagi semua perusahaan di Indonesia khususnya pada Banyuwangi. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya memiliki peran penting bagi pemerintah. Hal ini dikarenakan pemerintah mempunyai keterbatasan baik dana maupun saat buat mengakomodasi kebutuhan warga dalam rangka akselerasi pembangunan. keberadaan perusahaan yang melaksanakan acara Tanggung Jawab Sosial serta Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya akan dapat membantu pemerintah mewujudkan cita-cita pembangunan yang bisa dirasakan oleh segenap lapisan warga.

1.3. Peta Jalan dan Nilai Strategis



2. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampel dimana pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu yakni sumber data dianggap paling tahu tentang apa yang diteliti. Sedangkan analisa data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Penentuan lokasi dalam penelitian ini yaitu pada Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, DPRD Kabupaten Banyuwangi, Dewan Kesenian Blambangan, serta beberapa perusahaan BUMN yang beradai di Kabupaten Banyuwangi dengan pertimbangan lokasi tersebut memiliki potensi dan pusat dari implementasi kebijakan yang diselenggarakan oleh pemerintah Kabupaten Banyuwangi.

3. Hasil dan Pembahasan

Secara semantik CSR mengandung arti sinkron dengan kata-kata yang terkandung di dalamnya, yaitu “corporate” (korporasi), “social” (kemasya- rakatan), serta “responsibility” (tanggungjawab). dalam arti lebih lugas, CSR mencakup tanggungjawab perusahaan (lembaga profit) terhadap masyarakat disekitar wilayah operasi kegiatannya. berdasarkan pengertian tersebut, tingkat tanggungjawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sebetulnya tergantung di skala serta perspektif perusahaan yang bersangkutan. Secara spesifik, CSR memiliki beberapa definisi, seperti diuraikan dibawah ini (Anonimous, 2005) :

“The notion of companies looking beyond profits to their role in society is generally termed corporate social responsibility (CSR). It refers to a company linking itself with ethical values, transparency, employee relations, compliance with legal requirements and overall respect for the communities in which they operate. It goes beyond the occasional community service action, however,

as CSR is a corporate philosophy that drives strategic decision-making, partner selection, hiring practices, and ultimately brand development” (South China Morning Post, 2002).

“The social responsibility of business encompasses the economic, legal, ethical, and discretionary expectations that society has of organizations at a given point of time” (Archie B. Carroll, 1979).

“CSR in about business and other organizations going beyond the legal obligations to manage the impact they have on the environment and society. In particular, this could include how organizations interact with their employees, suppliers, customers, and the communities in which they operate as well as the extent they attempt to protect the environment” (The Institute of Directors, UK, 2002).

Berasal beberapa definisi di atas, bisa disimpulkan bahwa dalam prakteknya CSR harus sejalan menggunakan peraturan aturan, mendatangkan manfaat, bersifat etis, menghormati nilai-nilai sosial, dan memenuhi aspek akuntabilitas. menggunakan istilah lain, CSR artinya tanggungjawab suatu organisasi perusahaan (korporasi) atas dampak asal keputusan serta aktivitasnya terhadap masyarakat serta lingkungan yang sifatnya transparan, etis, konsisten menggunakan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan rakyat, memperhatikan asa para pemangku kepentingan, sinkron menggunakan aturan yang berlaku, sejalan dengan norma-tata cara perilaku internasional, dan terintegrasi pada ketatalaksanaan organisasi perusahaan. menggunakan demikian, minimal ada tujuh unsur tanggungjawab sosial perusahaan, yaitu lingkungan, hak azasi manusia, perburuhan, pemberdayaan warga, tata kelola organisasi (organizational governance), isu konsumen, dan praktek kegiatan bisnis yang sehat. Secara skematis, aspek-aspek yang terkandung dalam CSR dapat diperhatikan di Gambar 1.

Gambar 1. Elemen-elemen Penting CSR dalam Perspektif Global (adaptasi dari Anonimous, 2005)



Sinergi Program CSR Dengan Kebijakan Pemerintah

CSR boleh dikatakan sudah menjadi kebutuhan yang dirasakan bersama antara global perjuangan, pemerintah, serta masyarakat sesuai prinsip kemitraan dan kerjasama. pada satu sisi, CSR artinya taktik yang wajib dilakukan supaya perusahaan bisa mempertahankan kelangsungan kegiatannya. pada sisi lainnya, CSR sebagai krusial, diantaranya sebab pesatnya perkembangan ekonomi, semakin kompleksnya duduk perkara sosial, serta cukup belum melembaganya tanggungjawab sosial di beberapa perusahaan.

Sehubungan menggunakan berita di atas, Departemen Sosial (Depsos, 2005) memberikan empat kriteria acuan klasifikasi program CSR. Keempat kriteria acuan tadi artinya : (1) tata cara serta tata nilai warga ; (2) aturan serta peraturan perundang-undangan yang berlaku; (3) praktek usaha dan budaya perusahaan; dan (4) perspektif individu. penjelasan selengkapnya ihwal keempat kriteria tersebut diuraikan pada bawah ini.

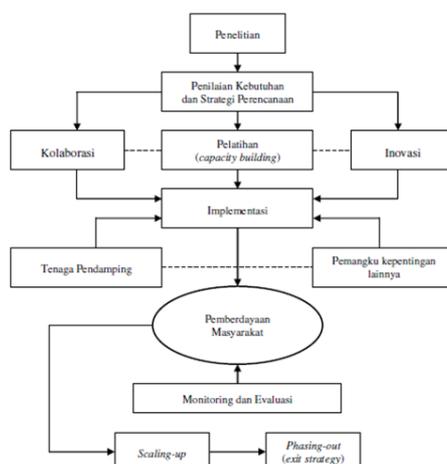
Pertama, norma dan rapikan nilai masyarakat penting buat dipertimbangkan mengingat keberadaan dan penerapannya berbeda antar wilayah dan antar etnis. oleh sebab itu, implementasi program CSR wajib sejiwa serta sejalan menggunakan tata cara serta tata nilai masyarakat di tempat perusahaan beroperasi. Hal ini perlu dijadikan catatan karena introduksi perubahan atau kegiatan adakalanya sensitif terhadap norma serta rapikan nilai suatu masyarakat ke 2, asal aspek aturan dan peraturan perundang-undangan, acuan pembagian terstruktur mengenai program CSR diantaranya berdasarkan pada : (1) Undang-Undang angka 6 tahun 1974 ihwal Ketentuan-ketentuan pokok Kesejahteraan Sosial; (2) Undang-Undang angka 1 tahun 1995 perihal Perseroan Terbatas; (3) Undang-Undang angka 19 tahun 2003 wacana BUMN; (4) Peraturan Pemerintah angka 25 tahun 2000 ihwal kewenangan Pemerintah sentra dan kewenangan daerah Otonom; (5) Undang-Undang nomor 32 tahun 2004 tentang pemda; serta (6) Undang-Undang nomor 40 tahun 2007 ihwal Perseroan Terbatas, khususnya menyangkut Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan.

Ketiga, praktek usaha serta budaya perusahaan adalah acuan penjabaran krusial lainnya karena setiap perusahaan mempunyai ciri praktek usaha dan budaya khusus. Spesifikasi ciri tadi sinkron menggunakan jenis perjuangan (manufaktur, jasa, dsb.), skala unit kerja, kinerja keuangan (financial performance), sensitivitas, sejarah (usang saat) operasional kegiatan, dan cakupan daerah operasi usaha yang selanjutnya berpengaruh terhadap implementasi program CSR baik dalam melayani kepentingan internal (para karyawan serta keluarga mereka) maupun bagi kepentingan eksternal (publik atau rakyat luas).

Keempat, perspektif individu patut dijadikan perhatian mengingat manusia mempunyai latar belakang serta aspirasi yang berbeda antara satu menggunakan lainnya. Hal ini perlu disadari karena sebagian individu mungkin memperoleh manfaat tetapi sebagian lainnya mungkin memperoleh akibat negatif dari implementasi program CSR. oleh karena itu, istilah kunci pada menjawab perspektif individu ini merupakan “partisipasi”, yaitu menjadi tatanan prosedur bagi penerima manfaat (beneficiary) buat agunan kesetaraan (equity) serta kelangsungan (sustainability) program CSR. Acuan pembagian terstruktur mengenai di atas ditujukan guna membantu perusahaan pada proses pengambilan keputusan supaya acara CSR dapat diimplementasikan secara efektif serta efisien, dipertanggungjawabkan kepada segenap pemangku kepentingan, dan berguna baik bagi lingkungan sosial masyarakat maupun bagi perusahaan sendiri.

Rekomendasi Implementasi Program CSR Dalam Perspektif Budaya Lokal

Titik tumpu (entry point) implementasi program CSR ialah partisipasi, fasilitasi, serta intervensi dalam piranti kelembagaan menggunakan muara pemberdayaan rakyat. Mengingat implementasi acara CSR tergantung pada ketersediaan dana, saat, serta energi pihak-pihak yang berkepentingan di dalamnya (terutama perusahaan), maka pemberdayaan masyarakat merupakan konsep pokok yang harus disiapkan terlebih dahulu secara matang. Kerangka acuannya dapat diperhatikan di Gambar 3.



Gambar 3. Konsep Acuan Pemberdayaan Masyarakat

Terdapat tujuh komponen utama yang wajib terdapat pada proses pember- dayaan rakyat, yakni penelitian, training, kerjasama, penemuan, pemangku kepentingan, energi pendamping, serta pengawasan dan evaluasi. semua komponen tersebut diimplementasikan pada konsepsi “partisipatif”.

Pertama, penelitian adalah langkah awal (entry point) penggalian data serta gosip untuk dijadikan panduan pada menentukan planning strategis (strategic plan) sinkron kebutuhan (needs). Metodologi yang dapat digunakan antara lain Participatory Rural Appraisal (PRA), Participatory Learning Action rencana (PLAP), Participatory Action Research (PAR), Participatory Rapid Community Appraisal (PARCA), Focused class Discussion (FGD), serta Benchmark (Baseline Study).

Ada tujuh komponen utama yang harus ada pada proses pember- dayaan masyarakat, yakni penelitian, pembinaan, kerjasama, inovasi, pemangku kepentingan, energi pendamping, serta pengawasan serta evaluasi. seluruh komponen tersebut diimplementasikan pada konsepsi “partisipatif”. Pertama, penelitian artinya langkah awal (entry point) penggalian data serta gosip untuk dijadikan pedoman pada memilih rencana strategis (strategic plan) sesuai kebutuhan (needs).Metodologi yang dapat digunakan antara lain Participatory Rural Appraisal (PRA), Participatory Learning Action Planning (PLAP), Participatory Action Research (PAR), Participatory Rapid Community Appraisal (PARCA), Focused Group Discussion (FGD), dan Benchmark (Baseline Study).

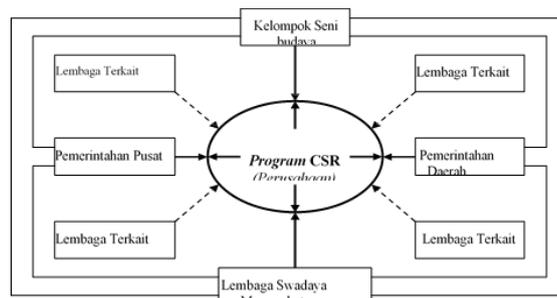
Kedua, pelatihan dengan fokus pengembangan kapasitas (capacity building) terhadap target pemberdayaan. Pelatihan akan berjalan efektif apabila dilengkapi jalinan kerjasama dengan pihak lain yang memiliki kepakaran dan komitmen, serta mengandung muatan inovasi spesifik lokasi. Sinkronisasi semua komponen tersebut diwujudkan dari hasil penelitian.

Ketiga, selain para pemangku kepentingan yang notabene terlibat dan berkiprah dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat, kehadiran tenaga pendamping cukup penting. Tenaga pendamping ini seyogianya gabungan dari petugas instansi pemerintah dan unsur LSM yang tinggal dan kontak langsung dengan masyarakat dalam rangka fasilitasi diskusi dan implementasi pemberdayaan. Disamping itu, tenaga pendamping juga berperan sebagai mediator antara masyarakat dengan sponsor program pemberdayaan.

Keempat, komponen yang tidak kalah pentingnya adalah pengawasan dan evaluasi yang secara partisipatif dilakukan oleh semua pemangku kepentingan dan pihak luar yang bersifat independen. Komponen ini merupakan masukan untuk modifikasi dan penyempurnaan kegiatan pemberdayaan agar pelaksanaannya berjalan efektif dan efisien.

Kelima, kegiatan-kegiatan yang memiliki prospek bagus dan berdayaguna patut dikembangkan (scaling-up). Berikutnya perlu disadari bahwa filosofi pemberdayaan adalah menciptakan kemandirian dan bukan ketergantungan. Konsep pemberdayaan bukan hanya ibarat memberikan kail untuk menangkap ikan, tetapi yang terpenting adalah bagaimana cara menangkap ikannya. Oleh karena itu, pada saat kemandirian telah tercapai (empowerment), maka tiba saatnya untuk melepaskan diri dari masyarakat. Sebelumnya perlu disiapkan langkah-langkah khusus (exit strategy) yang akan diterapkan menjelang tahap itu (phase-out). Pemberdayaan masyarakat bukanlah hal mudah, tetapi juga relatif tidak sulit. Komitmen, kesabaran, serta belajar sambil berbuat (learning by doing) dan berbuat secara berulang (iterative) merupakan kunci pokok dalam pelaksanaan pemberdayaan masyarakat. Hal penting lainnya adalah agar semua proses kegiatan terdokumentasikan secara baik.

Rekomendasi implementasi Program CSR bidang pertanian diilustrasikan pada Gambar 4. Dapat diperhatikan bahwa komponen Program CSR meliputi sponsor (perusahaan), fasilitator (pemerintahan pusat, pemerintahan daerah, dan lembaga terkait baik formal maupun non-formal, termasuk LSM), dan target atau sasaran (kelompok Seni Budaya).



Gambar 4. Rekomendasi Implementasi Program CSR Perspektif budaya lokal.

Implementasi program CSR menggunakan melibatkan semua komponen pada atas dirancang berdasarkan mekanisme rekayasa kelembagaan. Langkah-langkahnya diantaranya menjadi berikut :

1. Pembentukan forum (steering committee) yang mengikutsertakan semua komponen perusahaan, pemerintah (semua tingkatan), rakyat dan organisasi rakyat (grup tani), lembaga swadaya masyarakat, serta institusi (pemangku kepentingan) terkait lainnya.
2. Inisiasi korelasi kelembagaan dan organisasi kegiatan berlandaskan nota konvensi bersama (memorandum of understanding). tiga. Perencanaan konsep acara oleh semua pelaksana yang dibahas dalam lembaga rendezvous terencana.
3. Pembahasan perencanaan menggunakan prioritas/penekanan pada informasi-gosip penting, praktis, serta strategis yang berdimensi pemberdayaan warga jangka pendek serta jangka panjang. lima. Pengalokasian dana aktivitas yang dibahas melalui forum, termasuk contohnya berapa kontribusi perusahaan serta pemerintah atau Bila perlu berasal forum terkait lainnya.

4. Kesimpulan

Secara dunia, CSR telah menjadi tuntutan supaya korporasi membagikan tanggungjawab sosial serta perilaku usaha yang sehat. Hal tersebut telah dibicarakan di pertemuan UN global Compact di Jenewa (Swis) tanggal 25 Juli 2007 yang kemudian. Sejalan menggunakan itu, secara nasional, CSR jua sudah mendapat perhatian krusial menggunakan munculnya Undang-Undang nomor 40 tahun 2007 perihal Perseroan Terbatas, khususnya terkait menggunakan Tanggungjawab Sosial serta Lingkungan.

Kendati ada reaksi dari kalangan perseroan, Undang-Undang tersebut perlu diimplementasikan secara konsekuen. hadiah penghargaan serta sanksi (reward and punishment) diiringi dengan proses penegakan hukum (law enforcement) harus diupayakan guna membangkitkan motivasi perusahaan terhadap Tanggungjawab Sosial serta Lingkungan sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Reaksi asal kalangan perusahaan dapat dicarikan solusinya melalui sosialisasi dan urun rembuk antar pemangku kepentingan.

Terkait dengan pembangunan sektor pertanian, seyogianya program CSR bisa dilaksanakan melalui entry point legitimasi peraturan perundang-undangan dan proses pengenalan serta urun rembuk kegiatan. Inisiasi “jemput bola” diiringi kebijakan insentif serta ketentraman sosial asal pemerintah melalui partisipasi masyarakat didukung sang pemangku kepentingan lainnya diperlukan pada rangka mengajak perusahaan buat secara bersama-sama melaksanakan program CSR sektor seni budaya.

Daftar Pustaka*

- [1] Anonimous. 2005. A Guide to Corporate Social Responsibility (CSR). http://www.miami.edu/ethics/pdf_files/csr_guide.pdf (akses tanggal 3 Desember 2007).
- [2] Baker, M. 2007. Corporate Social Responsibility – What does it mean? <http://www.mallenbaker.net/CSRfiles/definition.html> (site last updated on December 9, 2007). Akses tanggal 10 Desember 2007.
- [3] Mapisangka, A. 2009. Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat. JESP 1(1). Marnelly, T.R. 2012. Corporate Social Responsibility(CSR) Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia. Jurnal Aplikasi Bisnis 2 (2).
- [4] Paramita. Ratna. WD. dkk. 2017. Model pengembangan corporate sosial responsibility (csr) budaya: Potret partisipasi perusahaan lokal terhadap pelestarian budaya adat suku osing banyuwangi. Repositori perpustakaan STIE Widya Gama Lumajang.
- [5] Pemerintah RI. 2007. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Jakarta.
- [6] Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi No. 3 Tahun 2014 Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.
- [7] Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi Nomor 14 Tahun 2017 Tentang Pelestarian Warisan Budaya dan Adat Isitiadat di Banyuwangi.