

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

Dimas Imaniar ^{1*}, Supranoto ², Panca Oktawirani ³

¹ Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi

^{2,3} Universitas Jember

Abstract. Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawab sosial sebagai salah satu perwujudan etika dalam membangun kinerja jangka panjang. Berhasilnya tanggungjawab sosial perusahaan tidak akan lepas dari peran serta pengusaha, pemerintah serta masyarakat sendiri. Tanggungjawab sosial perusahaan tidak hanya terbatas pada konsep pemberian bantuan dana kepada lingkungan sosial, namun juga bagaimana perusahaan memperlakukan karyawannya dengan tidak diskriminatif, menjaga hubungan baik dengan pemasok serta program yang dijalankan bersifat jangka panjang dan berkelanjutan. Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan komponen yang dapat menyebabkan mengapa suatu strategi dapat berhasil dalam penerapannya pada suatu perusahaan tertentu. Organisasi yang sukses adalah organisasi yang mampu beradaptasi secara budaya terhadap lingkungan, tempat dimana organisasi tersebut beroperasi. Tanggung jawab sosial merupakan kewajiban perusahaan untuk merumuskan kebijakan, mengambil keputusan dan melaksanakan suatu tindakan yang bermanfaat bagi masyarakat. Pencapaian sasaran organisasi antara lain adalah strategi organisasi, struktur organisasi dan sistem organisasi, kekuatan dalam budaya organisasi dan organisasi. Oleh karena itu timbul permasalahan utama, bagaimana reformulasi desain kebijakan pemerintah, tanggung jawab sosial perusahaan dengan budaya lokal? Teori yang diangkat adalah teori – teori implementasi kebijakan pemerintah, teori – teori tanggung jawab sosial, budaya lokal dan dilanjutkan juga dengan metode penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan budaya daerah di kawasan industri dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Instrumen yang digunakan adalah pernyataan menurut narasumber melalui wawancara serta *FGD*. Hasil dan luaran dalam kegiatan penelitian ini akan di publikasikan pada jurnal internasional bereputasi.

1. Pendahuluan

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah faktor lain yang dapat menentukan keberhasilan penerapan strategi tertentu pada suatu perusahaan. Organisasi yang sukses adalah organisasi yang mampu beradaptasi secara budaya terhadap lingkungan, tempat dimana organisasi tersebut beroperasi (Mapisangka, A. 2009. hal.20). Tanggung jawab sosial merupakan kewajiban perusahaan untuk merumuskan kebijakan, mengambil keputusan dan melaksanakan suatu tindakan yang bermanfaat bagi budaya masyarakat. Pencapaian sasaran organisasi antara lain adalah strategi organisasi, struktur organisasi dan sistem organisasi, serta kekuatan dalam organisasi tersebut yang mengedepankan budaya daerah dimana organisasi tersebut berada.

Melaksanakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR) menjadi kewajiban setiap perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan maupun memanfaatkan sumber daya alam, termasuk kegiatan usaha yang berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam. Hal yang harus menjadi pedoman utama setiap perusahaan dalam menjalankan program CSR, selain terencana dengan baik dan terintegrasi dengan model bisnis perusahaan, melihat pula dampaknya. Bukan hanya terkesan sekadar menjalankan CSR alias memberikan sumbangan. Jika hanya menyalurkan donasi dari program CSR perusahaan tanpa ada dampak positif, pada ujungnya akan menjadi mubazir. Bahkan, penerima program CSR dari perusahaan, seperti lembaga maupun organisasi masyarakat, menganggap program tersebut hanyalah proyek proposal tahunan.

PT Pertamina Patra Niaga Wilayah Jawa Timur, Bali, dan Nusa Tenggara (Jatimbalinus) dalam menjalankan program CSR-nya di Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Sub *holding commercial &*

trading Pertamina itu melakukan pemetaan dan melihat kondisi sosial sebelum melaksanakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan. PT. Pertamina Patra Niaga Wilayah Jatimbalinus melaksanakan program CSR diawali dengan pemetaan sosial yang ada di masyarakat secara geografis dan juga demografis. Salah satu contohnya, perusahaan itu, melalui Integrated Terminal Tanjung Wangi Banyuwangi, sejak tahun 2019 menggelontorkan program CSR di Lingkungan Papring, Kelurahan/Kecamatan Kalipuro. Di kampung Lingkungan Papring, perusahaan milik negara itu membangun rumah bambu untuk menjadi tempat berkumpulnya warga untuk melakukan aktivitas dan menggali kreativitas. Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan. Disahkannya Undang-Undang Perseroan Terbatas terutama pasal 74, banyak pengusaha merasa gerah, sehingga terjadi polemik. Sebenarnya perusahaan tidak perlu mempermasalahkan adanya UU PT tersebut, dan UU PT selayaknya diterapkan tidak hanya pada perusahaan yang menggunakan sumberdaya alam yang tidak bisa diperbaharui, karena perusahaan lain pun bisa menimbulkan kerusakan lingkungan dan sosial budaya, bahkan sektor keuangan seperti lembaga keuangan bank dan bukan bank. Banyak industri yang telah merusak lingkungan, melanggar HAM, melakukan pemutusan hubungan kerja sepihak pun masih saja tetap eksis karena dibantu permodalannya dengan diberi kucuran kredit. Hal ini tentu berhubungan walaupun secara tidak langsung, karena lembaga keuangan tersebut telah membantu perusahaan dalam bidang permodalan.

Hasil riset nantinya dapat mengetahui bagaimana penerapan kebijakan peraturan Bupati tentang CSR serta menawarkan model penyaluran CSR perusahaan lokal untuk bidang budaya. Model ini memungkinkan untuk diterapkan di Banyuwangi sebagai kota yang hingga saat ini memiliki kepedulian yang tinggi terhadap pelestarian budaya adat dan memiliki puluhan sanggar.

State of the arts dan kebaruan dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan tiga aspek bidang ke dalam sebuah atau satu penelitian, ketiga aspek bidang tersebut meliputi implementasi kebijakan, kemudian tanggungjawab sosial perusahaan, dan 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 untuk mengkolaborasikan dari bidang ilmu administrasi publik yaitu mengenai (Implementasi kebijakan pemerintah), bidang ilmu ekonomi bisnis (tanggungjawab perusahaan), dan dari bidang seni budaya (*local wisdom*).

2. Metode Penelitian

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 (Pertamina, PLN), BUMS, Kampung batara papring, sanggar seni yang berada di Kabupaten Banyuwangi, dengan pertimbangan lokasi tersebut memiliki potensi dan pusat dari reformulasi kebijakan yang diselenggarakan oleh pemerintah Kabupaten Banyuwangi.

3. Hasil dan Pembahasan

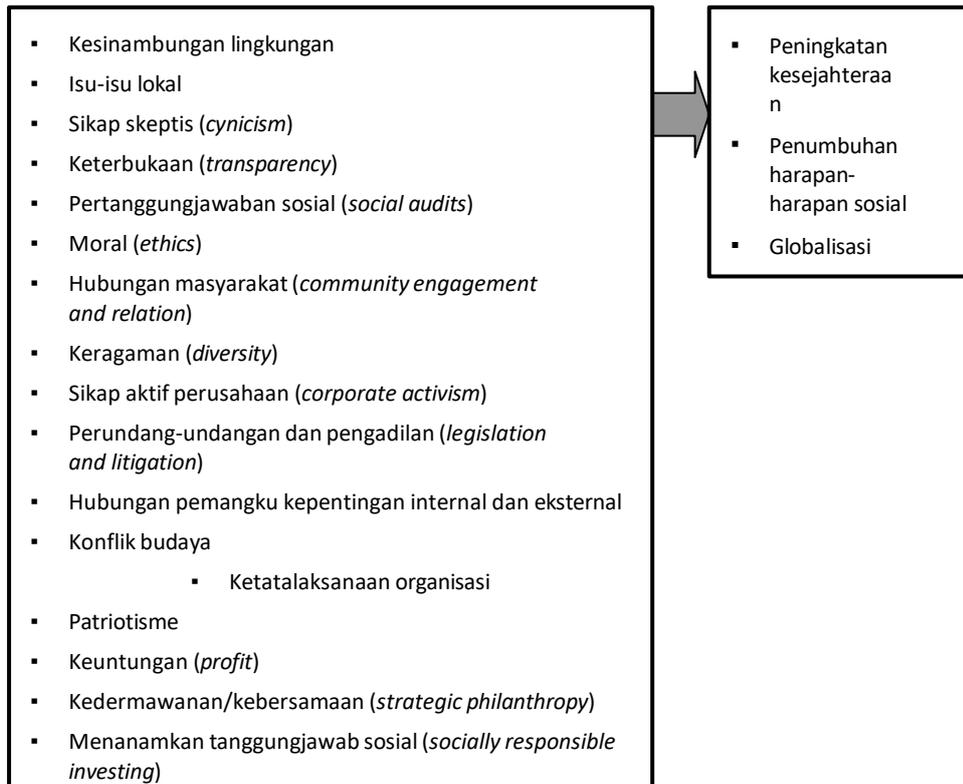
Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep bisnis yang menggabungkan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan ke dalam kebijakan dan praktik bisnis perusahaan (Paramita. Ratna. 2017). Konsep CSR tidak sepenuhnya baru, ternyata perkembangan sejarah CSR dapat kita telusuri kembali hingga abad ke-18. Sejarah CSR dimulai dari abad ke-18. Seorang pengusaha tekstil di Inggris, bernama Robert Owen, memperkenalkan konsep tanggung jawab sosial perusahaan yang terinspirasi oleh prinsip-prinsip humanisme dan keadilan sosial. Robert Owen menyediakan tempat tinggal yang layak, kesehatan, dan pendidikan gratis untuk karyawan-karyawannya. Hal itulah yang menjadi dasar seperti apa yang sekarang kita kenal sebagai praktik CSR perusahaan.



Gambar 2. Kegiatan budaya oleh ketua kampung batara papring Widie Nurmahmudy.

Pada awal abad ke-20 atau 1900-an, perusahaan-perusahaan besar di Amerika Serikat mulai membentuk departemen sosial atau “filantropi perusahaan”. Departemen tersebut bertanggung jawab dalam menyediakan bantuan keuangan untuk organisasi amal dan kegiatan sosial lainnya. Pada tahun 1953, seorang profesor ekonomi, Howard Bowen, menulis sebuah buku yang berjudul “*Social Responsibilities of the Businessman*”. Buku tersebut membahas sebuah konsep “tanggung jawab sosial perusahaan” dan sebagai awal dari praktik CSR modern. Pada tahun 1960-an dan 1970-an, praktik CSR mulai diadopsi oleh perusahaan-perusahaan besar di seluruh dunia. Pada tahun 1971, Milton Friedman, seorang ekonom terkenal, menulis sebuah artikel yang berjudul “*The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*” yang menentang konsep tanggung jawab sosial perusahaan. Artikel ini memicu perdebatan tentang tanggung jawab sosial perusahaan dan memberikan kontribusi besar terhadap pengembangan konsep CSR modern.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam prakteknya CSR harus sejalan dengan peraturan hukum, mendatangkan manfaat, bersifat etis, menghormati nilai-nilai sosial, dan memenuhi aspek akuntabilitas. Dengan kata lain, CSR merupakan tanggungjawab suatu organisasi perusahaan (korporasi) atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan yang sifatnya transparan, etis, konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan harapan para pemangku kepentingan, sesuai dengan hukum yang berlaku, sejalan dengan norma-norma perilaku internasional, dan terintegrasi dalam ketatalaksanaan organisasi perusahaan. Dengan demikian, minimal ada tujuh unsur tanggungjawab sosial perusahaan, yaitu lingkungan, hak azasi manusia, perburuhan, pemberdayaan masyarakat, tata kelola organisasi (*organizational governance*), isu konsumen, dan praktek kegiatan bisnis yang sehat. Secara skematis, aspek-aspek yang terkandung dalam CSR dapat diperhatikan pada Gambar 1.



Gambar 3. Elemen-elemen Penting CSR dalam Perspektif Global (adaptasi dari Anonymous, 2005)

Model CSR di Indonesia

Sejarah CSR perusahaan di Indonesia dimulai sejak awal tahun 2000-an. Dalam beberapa dekade terakhir, semakin banyak perusahaan di Indonesia yang menyadari pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka dalam kegiatan bisnis mereka. Pada tahun 2007, Indonesia memperkenalkan regulasi mengenai CSR dalam Pasal 74 Undang-Undang No. 40 tentang Perseroan Terbatas. Undang-undang tersebut memperkenalkan konsep tanggung jawab sosial perusahaan dan mewajibkan setiap perusahaan untuk memperhatikan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari kegiatan bisnis yang mereka lakukan. Perusahaan juga diharapkan untuk membantu kebutuhan masyarakat setidaknya di sekitar lokasi perusahaan yang dioperasikan.

Pemerintah Indonesia memperkenalkan Keputusan Presiden Nomor 59 tentang Pedoman Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan pada tahun 2012. Keputusan ini memberikan pedoman dan kriteria tentang pelaksanaan CSR di Indonesia dan menetapkan bahwa setiap perusahaan harus melaporkan aktivitas CSR mereka secara teratur. Perusahaan di Indonesia juga didorong untuk menerapkan praktik bisnis berkelanjutan yang mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan mereka.

Menurut penelitian PIRAC tahun 2001, dana CSR di Indonesia mencapai lebih dari 115 miliar rupiah dari 180 perusahaan yang digunakan untuk 279 kegiatan sosial yang terekam di media massa. Jika kita melihat angka rata-rata perusahaan yang menyumbangkan untuk kegiatan CSR cukup mengembirakan. Mereka mengeluarkan sekitar 640 juta rupiah atau sekitar 413 juta per kegiatan. Angka tersebut cukup kecil jika dibandingkan dengan dana CSR di Amerika Serikat. Sebagai perbandingan, pada tahun 1998, Amerika Serikat mengeluarkan dana CSR sekitar 203 miliar dollar atau sekitar 2.030 triliun rupiah (Saidi, 2004).



Gambar 4. Kunjungan civitas akademika Untag Banyuwangi di Kampung batara

Perjalanan sejarah CSR di Indonesia, tidak terlepas dengan peraturan yang mengikatnya. Ada beberapa dasar hukum CSR di Indonesia baik itu secara langsung maupun tidak langsung yang diatur dalam undang-undang dan peraturan seperti: UU No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, yang berisi setiap orang memiliki hak untuk berperan dalam mengelola dan memelihara lingkungan hidup. Sehingga, keikutsertaan masyarakat dalam mendukung CSR diperlukan untuk menjaga kelestarian lingkungan hidup. UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, yang mewajibkan perusahaan untuk memperhatikan kesejahteraan dan keselamatan kerja karyawan. UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, tentang kewajiban perusahaan untuk melaksanakan kegiatan CSR sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan. UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang mewajibkan perusahaan untuk memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dalam operasinya. Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, yang mengatur tentang pelaksanaan CSR oleh perusahaan. Selain itu, beberapa organisasi seperti *Global Reporting Initiative (GRI)* dan [ISO 26000](https://www.iso.org/standard/54554/) menyediakan panduan dan kerangka kerja bagi perusahaan dalam melaksanakan praktik CSR.

Model CSR yang telah berjalan di Kabupaten Banyuwangi perspektif budaya daerah

Melaksanakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSR) menjadi kewajiban setiap perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan maupun memanfaatkan sumber daya alam, termasuk kegiatan usaha yang berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam. Hal yang harus menjadi pedoman utama setiap perusahaan dalam menjalankan program CSR, selain terencana dengan baik dan terintegrasi dengan model bisnis perusahaan, melihat pula dampaknya. Bukan hanya terkesan sekadar menjalankan CSR alias memberikan sumbangan. Jika hanya menyalurkan donasi dari program CSR perusahaan tanpa ada dampak positif, pada ujungnya akan menjadi mubazir. Bahkan, penerima program CSR dari perusahaan, seperti lembaga maupun organisasi masyarakat, menganggap program tersebut hanyalah proyek proposal tahunan.



Gambar 5. PT. Pertamina melaksanakan kegiatan CSR di kampung batara papring Banyuwangi

PT Pertamina Patra Niaga Wilayah Jawa Timur, Bali, dan Nusa Tenggara (Jatimbalinus) dalam menjalankan program CSR-nya di Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Sub *holding commercial & trading* Pertamina itu melakukan pemetaan dan melihat kondisi sosial sebelum melaksanakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan. PT. Pertamina Patra Niaga Wilayah Jatimbalinus melaksanakan program CSR diawali dengan pemetaan sosial yang ada di masyarakat secara geografis dan juga demografis. Salah satu contohnya, perusahaan itu, melalui Integrated Terminal Tanjung Wangi Banyuwangi, sejak tahun 2019 menggelontorkan program CSR di Lingkungan Papring, Kelurahan/Kecamatan Kalipuro. Di kampung Lingkungan Papring, perusahaan milik negara itu membangun rumah bambu untuk menjadi tempat berkumpulnya warga untuk melakukan aktivitas dan menggali kreativitas.

Sinergi Program CSR Dengan Kebijakan Pemerintah Banyuwangi perspektif budaya daerah.

CSR boleh dikatakan telah menjadi kebutuhan yang dirasakan bersama antara dunia usaha, pemerintah, dan masyarakat berdasarkan prinsip kemitraan dan kerjasama. Di satu sisi, CSR merupakan strategi yang harus dilakukan agar perusahaan mampu mempertahankan kelangsungan kegiatannya. Di sisi lainnya, CSR menjadi penting, antara lain karena pesatnya perkembangan ekonomi, semakin kompleksnya masalah sosial, dan relatif belum melembaganya tanggungjawab sosial pada beberapa perusahaan.

Sehubungan dengan isu di atas, Departemen Sosial (Depsos, 2005) memberikan empat kriteria acuan klasifikasi Program CSR. Keempat kriteria acuan tersebut adalah : (1) norma dan tata nilai masyarakat; (2) hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku; (3) praktek bisnis dan budaya perusahaan; dan (4) perspektif individu. Penjelasan selengkapnya tentang keempat kriteria tersebut diuraikan di bawah ini.

Pertama, norma dan tata nilai masyarakat penting untuk dipertimbangkan mengingat eksistensi dan penerapannya berbeda antar wilayah dan antar etnis. Oleh karena itu, implementasi Program CSR harus sejiwa dan sejalan dengan norma dan tata nilai masyarakat di tempat perusahaan beroperasi. Hal ini perlu dijadikan catatan karena introduksi perubahan atau kegiatan adakalanya sensitif terhadap norma dan tata nilai suatu masyarakat.

Kedua, dari aspek hukum dan peraturan perundang-undangan, acuan klasifikasi Program CSR antara lain didasarkan pada : (1) Undang-Undang Nomor

6 tahun 1974 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Kesejahteraan Sosial; (2) Undang-Undang Nomor 1 tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas; (3) Undang- Undang Nomor 19 tahun 2003 tentang BUMN; (4) Peraturan Pemerintah Nomor 25 tahun 2000 tentang Kewenangan Pemerintah Pusat dan Kewenangan Daerah Otonom; (5) Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah; dan (6) Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya menyangkut Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan.

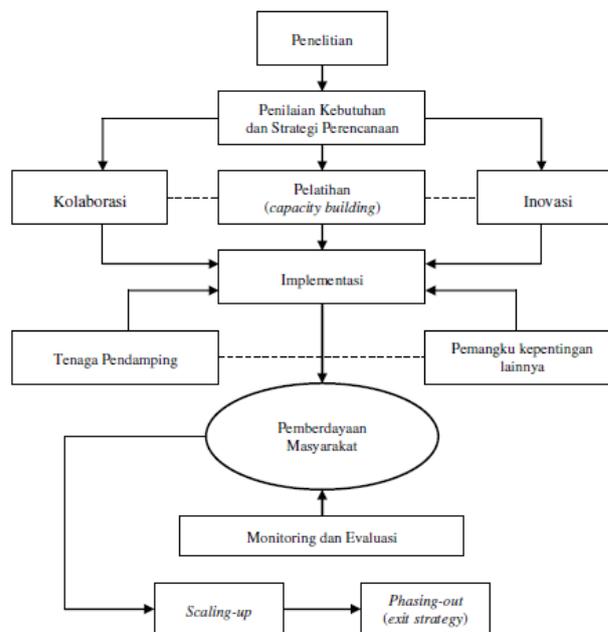
Ketiga, praktek bisnis dan budaya perusahaan merupakan acuan klasifikasi penting lainnya karena setiap perusahaan memiliki karakteristik praktek bisnis dan budaya spesifik. Spesifikasi karakteristik tersebut sesuai dengan jenis usaha (manufaktur, jasa, dsb.), skala unit kerja, kinerja keuangan (*financial performance*), sensitivitas, sejarah (lama waktu) operasional kegiatan, dan cakupan wilayah operasi usaha yang selanjutnya berpengaruh terhadap implementasi Program CSR baik dalam melayani

kepentingan internal (para karyawan dan keluarga mereka) maupun bagi kepentingan eksternal (publik atau masyarakat luas).

Keempat, perspektif individu patut dijadikan perhatian mengingat manusia memiliki latar belakang dan aspirasi yang berbeda antara satu dengan lainnya. Hal ini perlu disadari karena sebagian individu mungkin memperoleh manfaat tetapi sebagian lainnya mungkin memperoleh dampak negatif dari implementasi Program CSR. Oleh karena itu, kata kunci dalam menjawab perspektif individu ini adalah “partisipasi”, yaitu sebagai tatanan mekanisme bagi penerima manfaat (*beneficiary*) untuk jaminan kesetaraan (*equity*) dan kelangsungan (*sustainability*) Program CSR. Acuan klasifikasi di atas ditujukan guna membantu perusahaan dalam proses pengambilan keputusan agar Program CSR dapat diimplementasikan secara efektif dan efisien, dipertanggungjawabkan kepada segenap pemangku kepentingan, dan bermanfaat baik bagi lingkungan sosial masyarakat maupun bagi perusahaan sendiri.

Rekomendasi Implementasi Program CSR Dalam Perspektif *Lokal Wisdom*

Titik tumpu (*entry point*) implementasi Program CSR adalah partisipasi, fasilitasi, dan intervensi dalam piranti kelembagaan dengan muara pemberdayaan masyarakat. Mengingat implementasi Program CSR tergantung pada ketersediaan dana, waktu, dan tenaga 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 pada Gambar 3.



Gambar 6. Konsep Acuan Pemberdayaan Masyarakat

Terdapat tujuh komponen pokok yang harus ada dalam proses pemberdayaan masyarakat, yakni penelitian, pelatihan, kerjasama, inovasi, pemangku kepentingan, tenaga pendamping, serta pengawasan dan evaluasi. Semua komponen tersebut diimplementasikan dalam konsepsi “partisipatif”.

Pertama, penelitian merupakan langkah awal (*entry point*) penggalan data dan informasi untuk dijadikan pedoman dalam menentukan 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)*.

Terdapat tujuh komponen pokok yang harus ada dalam proses pemberdayaan masyarakat, yakni penelitian, pelatihan, kerjasama, inovasi, pemangku kepentingan, tenaga pendamping, serta pengawasan dan evaluasi. Semua komponen tersebut diimplementasikan dalam konsepsi “partisipatif”.

Pertama, penelitian merupakan langkah awal (*entry point*) penggalan data dan informasi untuk dijadikan pedoman dalam menentukan 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.

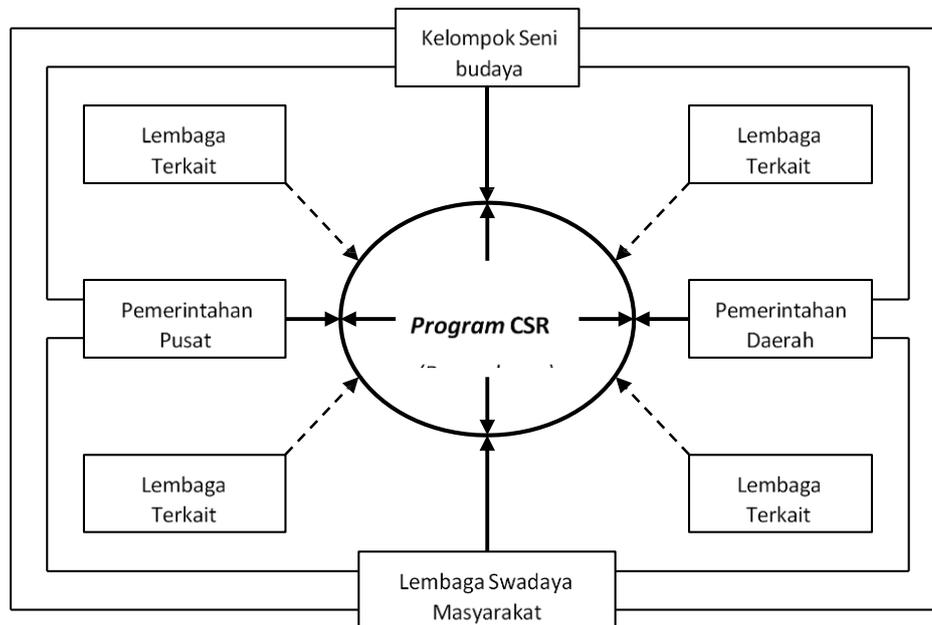
Kelima, kegiatan-kegiatan yang memiliki prospek bagus dan berdayaguna patut dikembangkan (*scaling-up*). Berikutnya perlu disadari bahwa filosofi pemberdayaan adalah menciptakan kemandirian dan bukan ketergantungan. Konsep pemberdayaan bukan hanya ibarat memberikan kail untuk menangkap ikan, tetapi yang 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*).



Gambar 7. Kegiatan CSR PT. Pertamina di kampung batara papring Banyuwangi.

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 5. 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 8. Rekomendasi Implementasi Program CSR Perspektif *Local Wisdom*

Implementasi Program CSR dengan melibatkan semua komponen di atas dirancang berdasarkan mekanisme rekayasa kelembagaan. Langkah-langkahnya antara lain sebagai berikut :

1. Pembentukan forum (*steering committee*) yang mengikutsertakan semua komponen perusahaan, pemerintah (semua tingkatan), masyarakat dan organisasi masyarakat (kelompok tani), lembaga swadaya masyarakat, dan institusi (pemangku kepentingan) terkait lainnya.
2. Inisiasi hubungan kelembagaan dan organisasi kegiatan berlandaskan nota kesepakatan bersama (*memorandum of understanding*).
3. Perencanaan konsep program oleh semua pelaksana yang dibahas dalam forum pertemuan berkala.
4. Pembahasan perencanaan dengan prioritas/fokus pada isu-isu penting, praktis, dan strategis yang berdimensi pemberdayaan masyarakat jangka pendek dan jangka panjang.
5. Pengalokasian dana kegiatan yang dibahas melalui forum, termasuk misalnya berapa kontribusi perusahaan dan pemerintah atau bila perlu dari lembaga terkait lainnya.

4. Kesimpulan

Secara global, CSR sudah menjadi tuntutan agar korporasi menunjukkan tanggungjawab sosial dan perilaku bisnis yang sehat. Hal tersebut sudah dibicarakan pada pertemuan UN Global Compact di Jenewa (Swis) tanggal 25 Juli 2007 yang lalu. Sejalan dengan itu, secara nasional, CSR juga telah mendapat perhatian penting dengan keluarnya Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya terkait dengan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan.

Kendati timbul reaksi dari kalangan perseroan, Undang-Undang tersebut perlu diimplementasikan secara konsekuen. Melalui peraturan Bupati Banyuwangi pemberian penghargaan dan sanksi (*reward and punishment*), kemudian kewajiban perusahaan untuk menerapkan CSR yang mendukung budaya daerah Banyuwangi diiringi dengan proses penegakan hukum (*law enforcement*) harus diupayakan guna membangkitkan motivasi perusahaan terhadap Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Reaksi dari kalangan perusahaan dapat dicarikan solusinya melalui sosialisasi dan urun rembuk antar pemangku kepentingan.

Terkait dengan pembangunan sektor pariwisata, seyogianya program CSR dapat dilaksanakan melalui entry point legitimasi peraturan perundang-undangan serta proses sosialisasi dan urun rembuk kegiatan. Inisiasi “jemput bola” diiringi kebijakan insentif dan ketentraman sosial dari pemerintah melalui partisipasi masyarakat didukung oleh pemangku kepentingan lainnya dibutuhkan dalam rangka mengajak perusahaan untuk secara bersama-sama melaksanakan Program CSR sektor seni budaya.

References*

- [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).
- [4] Marnelly, T.R. 2012. Corporate Social Responsibility(CSR) Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia. Jurnal Aplikasi Bisnis 2 (2).
- [5] 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.
- [6] Pemerintah RI. 2007. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Jakarta.
- [7] 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.