

## ***CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) SEBAGAI ALTERNATIF PENDANAAN BAGI PELAKU USAHA***

**Senen Machmud**  
**STIE Pasundan Bandung**  
**Email: senen\_machmud@stiepas.ac.id**

### ***Abstract***

*Implementation of Corporate Social Responsibility is basically driven by several major motivation is to improve the efficiency of private sector funding sources by directing the user to effectively and support the activities of national development without compromising the principle of cost recovery. In this case, the limitations of the government to finance regional development can be resolved through a win-win solution. Sources of funds owned by the government and private companies from corporate funds Social Responsibility can then be used more effectively and directed to activities that can help the welfare of the community, especially the micro, small and medium enterprises. In other words, the government can focus as a facilitator which is an obligation of the government is bridging the interests of private parties.*

***Keywords:*** *corporate social responsibility; micro, small and medium enterprises*

### **Abstrak**

Pelaksanaan *corporate social responsibility* pada dasarnya didorong oleh beberapa motivasi utama yaitu meningkatkan efisiensi sumber dana pihak swasta dengan mengarahkan penggunaannya untuk kegiatan yang efektif dan menunjang pembangunan nasional tanpa mengesampingkan prinsip *cost recovery*. Dalam hal ini, keterbatasan pemerintah dalam membiayai pembangunan daerah dapat teratasi melalui *win-win solution*. Sumber-sumber dana yang dimiliki oleh pemerintah dan perusahaan swasta dari dana *corporate social responsibility* selanjutnya dapat digunakan secara lebih efektif dan diarahkan kepada kegiatan yang dapat membantu kesejahteraan masyarakat khususnya pelaku usaha mikro, kecil dan menengah. Dengan kata lain, pemerintah dapat memfokuskan diri sebagai fasilitator yang merupakan kewajiban pemerintah yang menjembatani kepentingan pihak swasta.

***Kata kunci:*** *corporate social responsibility, pelaku usaha*

## **PENDAHULUAN**

Setiap organisasi yang ada baik organisasi besar atau kecil, pemerintahan maupun non pemerintahan pasti membutuhkan dana untuk menyelenggarakan segala kegiatan yang ada pada organisasi tersebut. Pada pemerintahan, misalnya pemerintahan daerah juga butuh dana untuk kegiatan pembangunan di daerah tersebut. Di Indonesia, anggaran pemerintah daerah di sebagian besar daerah masih sangat terbatas. Apalagi pemenuhan kebutuhan masyarakat daerah yang terus meningkat setiap tahunnya sehingga menimbulkan permasalahan pada pengelolaan keuangan pemerintahan daerah. Permasalahan yang muncul yaitu masalah pembiayaan pembangunan daerah dalam mengembangkan wilayah.

Pola pembiayaan pembangunan pemerintahan daerah masih mengandalkan anggaran yang bersumber dari dana konvensional seperti pajak dan retribusi. Pemerintahan masih mengandalkan peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) dalam mengatasi keterbatasan dana pembangunan. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintahan daerah belum mampu dalam hal keuangannya. Sistem alokasi penyusunan anggaran pembangunan menggunakan sistem incrementalism system dan line item yaitu alokasi anggaran pembangunan yang diberikan kepada instansi-instansi pemerintahan berdasarkan besaran anggaran yang digunakan tahun lalu dimana teknis penggunaannya diserahkan pada instansi bersangkutan.

Dalam rangka meningkatkan peran serta masyarakat, kalangan dunia usaha, dan organisasi non-pemerintah dalam mencapai tujuan pembangunan di Jawa Barat, pemerintah berupaya mengoptimalkan kegiatan berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*) pembangunan dengan menggunakan sumber-sumber pendanaan yang terutama berasal dari kalangan dunia usaha dan perbankan.

Penggunaan dana pembangunan khususnya yang bersumber dari masyarakat disamping sebagai salah satu alternatif pembiayaan pembangunan daerah yang dapat mengurangi ketergantungan terhadap sumber pembiayaan konvensional, juga bertujuan untuk mendorong masyarakat yang memperoleh manfaat dari adanya pembangunan prasarana umum agar turut menanggung biayanya. Hal ini tentunya dapat memberikan manfaat ganda bagi pemerintah daerah dimana selain dapat mengatasi keterbatasan dana pembangunan, juga dapat membuat masyarakat untuk ikut menjaga dan memelihara setiap pembangunan yang dilakukan karena dana yang digunakan sebagian berasal dari

mereka, yang tentunya tidak ingin merusak infrastruktur yang dibangun dengan menggunakan sebagian dana dari mereka.

CSR merupakan kegiatan pihak swasta sebagai salah satu bentuk tanggungjawab sosial kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini, bentuk peran pemerintah masih terus perlu dikembangkan dalam meningkatkan efektivitas pelaksanaan CSR sehingga sejalan dengan agenda pembangunan daerah tanpa intervensi terlalu jauh terhadap masalah internal perusahaan. Skema CSR diharapkan sebagai salah satu alternative untuk penyediaan dana bagi pelaku usaha kecil menengah yang selama ini terhambat akibat dari keterbatasan penyediaan modal usaha. Analisa difokuskan terutama pada besaran potensi pelaksanaan dari CSR kerjasama dimaksud untuk menyusun rekomendasi dalam pelaksanaannya di masa yang akan datang.

#### **Perspektif Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)**

Kumalahadi (2000) menyatakan pertanggungjawaban sosial bukan merupakan fenomena yang baru, tetapi merupakan akibat dari semakin meningkatnya isu lingkungan di akhir tahun 1980-an. Pertanggungjawaban sosial merupakan manifestasi kepedulian terhadap tanggung jawab sosial dari perusahaan. Schermerhorn (1993) memberi definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan public eksternal.

Menurut Darwin (2004) pertanggungjawaban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility* (CSR)) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. Dengan konsep ini, kendati secara moral tujuan perusahaan untuk mengejar keuntungan adalah sesuatu yang baik, tetapi tidak dengan sendirinya perusahaan dibenarkan untuk mencapai keuntungan itu dengan mengorbankan kepentingan pihak-pihak lain.

Dauman & Hargreaves dalam Hasibuan (2001) membagi areal tanggung jawab perusahaan dalam tiga level yang digambarkan sebagai berikut:

- a. *Basic Responsibility*

Level ini menghubungkan tanggung jawab awal dari suatu perusahaan yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut, seperti: membayar pajak, mematuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan dan memuaskan pemegang saham. Bila pada level ini tanggung jawab tidak terpenuhi maka akan timbul dampak yang sangat serius.

*b. Organizational Responsibility*

Level ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan stakeholder seperti pekerja, konsumen, pemegang saham dan masyarakat sekitar.

*c. Societal Responses*

Level ini menjelaskan tahap ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.

Secara konseptual, Tanggungjawab Sosial Perusahaan (TSP) adalah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (stakeholders) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nuryana, 2005). Meskipun sesungguhnya memiliki pendekatan yang relative berbeda, beberapa nama lain yang memiliki kemiripan atau bahkan identik dengan TSP antara lain, Investasi Sosial Perusahaan (*corporate social Investment/investing*), pemberian perusahaan (*Corporate Giving*), kedermawanan Perusahaan (*Corporate Philantropy*).

Secara teoritis, berbicara mengenai tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh perusahaan, maka setidaknya akan menyinggung 2 makna, yakni tanggung jawab dalam makna *responsibility* atau tanggung jawab moral atau etis, dan tanggung jawab dalam makna *liability* atau tanggung jawab yuridis atau hukum.

### **1. Konsep Tanggung Jawab dalam Makna Responsibility**

Burhanuddin Salam, dalam bukunya “Etika Sosial”, memberikan pengertian bahwa *responsibility is having the character of a free moral agent; capable of determining one’s acts; capable deterred by consideration of sanction or consequences*. (Tanggung jawab itu memiliki karakter agen yang bebas moral; mampu menentukan tindakan seseorang; mampu ditentukan oleh sanksi/hukuman atau konsekuensi). Setidaknya dari pengertian tersebut, dapat kita ambil 2 kesimpulan: a) harus ada kesanggupan untuk menetapkan

suatu perbuatan; dan b) harus ada kesanggupan untuk memikul resiko atas suatu perbuatan. Kemudian, kata tanggung jawab sendiri memiliki 3 unsur: 1) Kesadaran (*awareness*). Berarti tahu, mengetahui, mengenal. Dengan kata lain, seseorang (baca : perusahaan) baru dapat dimintai pertanggungjawaban, bila yang bersangkutan sadar tentang apa yang dilakukannya; 2) Kecintaan atau kesukaan (*affection*). Berarti suka, menimbulkan rasa kepatuhan, kerelaan dan kesediaan berkorban. Rasa cinta timbul atas dasar kesadaran, apabila tidak ada kesadaran berarti rasa kecintaan tersebut tidak akan muncul. Jadi cinta timbul atas dasar kesadaran, atas kesadaran inilah lahirnya rasa tanggung jawab; 3) Keberanian (*bravery*). Berarti suatu rasa yang didorong oleh rasa keikhlasan, tidak ragu-ragu dan tidak takut dengan segala rintangan. Jadi pada prinsipnya tanggung jawab dalam arti *responsibility* lebih menekankan pada suatu perbuatan yang harus atau wajib dilakukan secara sadar dan siap untuk menanggung segala resiko dan atau konsekuensi apapun dari perbuatan yang didasarkan atas moral tersebut. Dengan kata lain *responsibility* merupakan tanggung jawab dalam arti sempit yaitu tanggung yang hanya disertai sanksi moral. Sehingga tidak salah apabila pemahaman sebagian pelaku dan atau perusahaan terhadap CSR hanya sebatas tanggung jawab moral yang mereka wujudkan dalam bentuk *philanthropy* maupun *charity*.

## **2. Konsep Tanggung Jawab dalam Makna *Liability***

Berbicara tanggung jawab dalam makna *liability*, berarti berbicara tanggung jawab dalam ranah hukum, dan biasanya diwujudkan dalam bentuk tanggung jawab keperdataan. Dalam hukum keperdataan, prinsip-prinsip tanggung jawab dapat dibedakan sebagai berikut: 1) Prinsip tanggung jawab berdasarkan adanya unsure kesalahan (*liability based on fault*); 2) Prinsip tanggung jawab berdasarkan praduga (*presumption of liability*); 3) Prinsip tanggung jawab mutlak (*absolute liability or strict liability*). Selain ketiga hal tersebut, masih ada lagi khusus dalam gugatan keperdataan yang berkaitan dengan hukum lingkungan ada beberapa teori tanggung jawab lainnya yang dapat dijadikan acuan, yakni :1) *Market share liability*; 2) *Risk contribution*; 3) *Concert of action*; 4) *Alternative liability*; 5) *Enterprise liability*. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan perbedaan antara tanggung jawab dalam makna *responsibility* dengan tanggung jawab dalam makna *liability* pada hakekatnya hanya terletak pada sumber pengaturannya. Jika tanggung jawab itu belum ada pengaturannya secara eksplisit dalam suatu norma hukum, maka termasuk dalam makna *responsibility*, dan sebaliknya, jika tanggung jawab itu telah diatur di dalam norma hukum, maka termasuk dalam makna *liability*.

Munculnya Konsep TSP didorong oleh terjadinya Kecenderungan pada masyarakat industri yang dapat disingkat dengan fenomena DEAF (yang dalam bahasa Inggris berarti Tuli), sebuah akronim dari Dehumanisasi, Equalisasi, Aquariumisasi, dan Feminisasi (Suharto, 2005).

1. **Dehumanisasi industri.** Efisien dan mekanisasi yang semakin menguat di dunia industri telah menciptakan persoalan-persoalan kemanusiaan baik bagi kalangan buruh di perusahaan tersebut, maupun bagi masyarakat di sekitar perusahaan. “Merger mania” dan perampangan perusahaan telah menimbulkan gelombang Pemutusan Hubungan Kerja dan pengangguran, ekspansi dan eksploitasi dunia industri telah melahirkan polusi dan kerusakan lingkungan yang hebat.
2. **Equalisasi hak-hak publik.** Masyarakat kini semakin sadar akan haknya untuk meminta pertanggungjawaban perusahaan atas berbagai masalah sosial yang sering kali ditimbulkan oleh beroperasinya perusahaan. Kesadaran ini semakin menuntut akuntabilitas (*accountability*) perusahaan bukan saja dalam proses produksi, melainkan pula dalam kaitannya dengan kepedulian perusahaan terhadap berbagai dampak sosial yang ditimbulkannya.
3. **Aquariumisasi dunia industri.** Dunia kerja ini semakin transparan dan terbuka laksana sebuah akuarium. Perusahaan yang hanya memburu rente ekonomi dan cenderung mengabaikan hukum, prinsip, etis, dan filantropis tidak akan mendapat dukungan publik. Bahkan dalam banyak kasus, masyarakat menuntut agar perusahaan seperti ini ditutup.
4. **Feminisasi dunia kerja.** Semakin banyaknya wanita yang bekerja semakin menuntut dunia perusahaan, bukan saja terhadap lingkungan internal organisasi, seperti pemberian cuti hamil dan melahirkan, kesehatan dan keselamatan kerja, melainkan pula terhadap timbulnya biaya-biaya sosial, seperti penelantaran anak, kenakalan remaja akibat berkurangnya kehadiran ibu-ibu di rumah dan tentunya dilingkungan masyarakat. Pelayanan sosial seperti perawatan anak (*child care*), pendirian fasilitas pendidikan dan kesehatan bagi anak-anak, atau pusat-pusat kegiatan olah raga dan rekreasi bagi remaja bisa merupakan sebuah “kompensasi” sosial terhadap isu ini.

#### **PERKEMBANGAN DAN MOTIF TANGGUNGJAWAB SOSIAL**

Sebagaimana dinyatakan Porter & Kramer (2002) pendapat yang menyatakan bahwa tujuan ekonomi dan sosial adalah terpisah dan bertentangan adalah pandangan yang keliru. Perusahaan tidak berfungsi secara terpisah dari masyarakat sekitarnya. Oleh

karena itu Piramida Tanggungjawab Sosial Perusahaan yang dikemukakan oleh *Archie B. Carrol* harus dipahami sebagai satu kesatuan. Karenanya secara konseptual, TSP merupakan Keedulian perusahaan yang didasari 3 prinsip dasar yang dikenal dengan istilah Triple Bottom Lines yaitu, 3P :

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 CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat
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 permukiman, pengembangan pariwisata (ekoturisme) dll.

Secara Tradisional, para teoritis maupun pelaku bisnis memiliki interpretasi yang keliru mengenai keuntungan ekonomi perusahaan. Pada umumnya mereka berpendapat mencari laba adalah hal yang harus diutamakan dalam perusahaan. Diluar mencari laba hanya akan mengganggu efisiensi dan efektifitas perusahaan. Karena seperti yang dinyatakan *Milton Friedman*, Tanggungjawab Sosial Perusahaan tiada lain dan harus merupakan usaha mencari laba itu sendiri (Saidi & Abidan, 2004).

Penerapan TSP di Indonesia semakin meningkat, baik dalam kuantitas maupun kualitas. Selain keragaman kegiatan dan pengelolannya semakin bervariasi, dilihat dari kontribusi finansial, jumlahnya semakin besar. Penelitian PIRAC pada tahun 2001 menunjukkan bahwa Dana TSP di Indonesia mencapai lebih dari 115 miliar rupiah atau sekitar 11,5 juta dolar AS dari 180 Perusahaan yang dibelanjakan untuk 279 kegiatan sosial yang terekam oleh media masa. Meskipun dana ini masih sangat kecil jika dibandingkan dengan dana TSP di Amerika Serikat, dilihat dari angka kumulatif tersebut, perkembangan TSP di Indonesia cukup menggembirakan. Angka rata-rata perusahaan yang menyumbangkan dana bagi kegiatan TSP adalah sekitar 640 juta rupiah atau sekitar 413 juta per kegiatan. Sebagai perbandingan, di AS porsi sumbangan dana TSP pada tahun 1998 mencapai 21,51 miliar dolar dan tahun 2000 mencapai 203 miliar dolar atau sekitar 2.030 triliun rupiah (Saidi & Abidin, 2004).

## **COMMUNITY DEVELOPMENT DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**

Sebagaimana dijelaskan dimuka, konsep TSP seringkali diidentikkan dengan metoda Pengembangan Masyarakat (*Community Development*) yang akhir-akhir ini banyak diterapkan oleh Perusahaan dengan istilah *Comdev*. Dilihat dari motivasi dan paradigma TSP diatas, maka sesungguhnya Pendekatan *Comdev* merupakan salah satu bentuk TSP yang lebih banyak didorong oleh motivasi kewargaan, meskipun pada beberapa aspek lain masih diwarnai oleh motivasi filantropis. sebagai ilustrasi, *Comdev* berangkat dari pendayagunaan hibah pembangunan yang dicirikan oleh adanya langkah proaktif beberapa pihak dan kemampuan mereka dalam mengelola program dalam merespon kebutuhan masyarakat disuatu tempat. Hibah pembangunan merujuk pada bantuan selektif pada satu lembaga nirlaba yang menjalankan satu kegiatan yang sejalan dengan pemberi bantuan yang dalam hal ini adalah perusahaan. Sedangkan kegiatan-kegiatan amal atau karitatif yang bergaya sinterklas, lebih banyak didorong oleh motivasi karitatif dan pendayagunaan hibah sosial. **Hibah Sosial** adalah bantuan kepada suatu lembaga sosial guna menjalankan kegiatan-kegiatan sosial, pendidikan, sedekah, atau kegiatan untuk kemaslahatan umat dnegan hak pengelolaan hibah sepenuhnya pada penerima. Saidi & Abidin (2004). Hal ini dimaksudkan agar masyarakat mempunyai kompetensi yang sesuai dengan profesinya. Kompetensi ini dalam Sidharta & Lusyana, (2014) merupakan konsep pengetahuan, keterampilan dan kemampuan yang merupakan pengejawantahan dari peraturan UU Ketenagakerjaan Nomer 13 Tahun 2003, sehingga dengan memiliki kompetensi yang memadai akan dapat meningkatkan kemampuannya agar dapat memperoleh sumber penghasilan yang memadai, dengan kata lain dapat meningkatkan penghasilannya.

Kalau ditelaah secara seksama, maka tujuan utama pendekatan *Comdev* adalah bukan sekedar membantu atau memberi barang kepada si penerima. Melainkan berusaha agar si penerima memiliki kemamuan atau kapasitas untuk mampu menolong dirinya sendiri. Dengan kata lain, semangat utama *Comdev* adalah Pemberdayaan Masyarakat. Oleh karena itu kegiatan *Comdev* biasanya diarahkan pada proses pemerkuasaan, peningkatan kekuasaan, atau penguatan kemampuan para penerima pelayanan. Semangat *Comdev* ini dapat diimplementasikan dalam persiapan-persiapan pembentukan usaha baru baik oleh para tenaga kerja terdidik maupun tidak terdidik, seperti halnya pembentukan jiwa entrepreneur di kampus-kampus (Sidharta & Sidh, 2013). Pemberdayaan masyarakat ini pada dasarnya merupakan kegiatan terencana dan kolektif dalam memperbaiki kehidupan masyarakat yang dilakukan melalui program peningkatan kapasitas orang, terutama



kelompok lemah atau kurang beruntung (*disadvantaged groups*) agar mereka memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dasarnya, mengemukakan gagasan, melakukan pilihan-pilihan hidup, melaksanakan kegiatan ekonomi, menjangkau dan memobilisasi sumber, serta berpartisipasi dalam kegiatan social. Hal ini sejalan dengan pembangunan daerah khususnya pelaku usaha kecil menengah (Machmud & Sidharta, 2013). Lebih lanjut berdasarkan pada pemetaan model bisnis di Kota Bandung yang dilakukan oleh Machmud & Sidharta (2014) dapat dilakukan oleh pelaku usaha berdasarkan pada spesifikasi strategi bisnisnya berdasarkan konsep manajemen strategik dengan memanfaatkan dana CSR. Sehingga terdapat keselarasan antara pemberdayaan masyarakat khususnya pelaku usaha mikro, kecil dan menengah yang mempunyai keterbatasan sumber modal dengan memanfaatkan dana CSR berdasarkan pemetaan strategi bisnisnya. Contohnya model pemberdayaan briket batu bara yang dapat memberikan manfaat ekonomis bagi masyarakat (Machmud, 2011).

Meskipun pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan terhadap semua kelompok atau kelas masyarakat, namun pada umumnya pemerdayaan dilakukan terhadap kelompok masyarakat yang dianggap lemah atau kurang berdaya yang memiliki karakteristik lemah atau rentan dalam aspek :

1. **Fisik** : Orang dengan kecatatan dan kemampuan khusus.
2. **Psikologis** : Orang yang mengalami masalah personal dan penyesuaian diri.
3. **Finansial** : Orang yang tidak memiliki Pekerjaan, pendapatan, modal, dan asset yang mampu menopang kehidupannya.
4. **Struktural** : Orang yang mengalami diskriminasi dikarenakan status sosialnya, gender, etnis, orientasi sosial, dan pilihan politiknya.

Selanjutnya, melalui program-program pelatihan, pemberian modal usaha, perluasan akses terhadap pelayanan sosial, dan peningkatan kemandirian, proses pemberdayaan diarahkan agar kelompok lemah tersebut memiliki kemampuan atau keberdayaan. Keberdayaan disini bukan saja dalam arti fisik atau ekonomi, melainkan pula dalam arti psikologis dan sosial, seperti :

1. Memiliki sumber pendapatan yang dapat menopang kebutuhan diri dan keluarganya.
2. Mampu mengemukakan gagasan didalam keluarga maupun didepan umum.
3. Memiliki mobilitas yang cukup luas : pergi keluar rumah atau wilayah tempat tinggalnya.
4. Berpartisipasi dalam kehidupan sosial.

5. Mampu membuat keputusan dan menentukan pilihan-pilihan hidupnya.

Proses Pemberdayaan Masyarakat dapat dilakukan melalui beberapa tahapan :

1. Menentukan populasi atau kelompok sasaran
2. Mengidentifikasi masalah dan kebutuhan kelompok sasaran
3. Merancang program kegiatan dan cara-cara pelaksanaannya
4. Menentukan sumber pendanaan
5. Menentukan dan mengajak pihak-pihak yang akan dilibatkan
6. Melaksanakan kegiatan atau mengimplementasikan program
7. Dan, memonitor dan mengevaluasi kegiatan.

Kegiatan-kegiatan pemberdayaan biasanya dilakukan secara berkelompok dan terorganisir dengan melibatkan beberapa strategi seperti pendidikan dan pelatihan keterampilan hidup (*life skills*), ekonomi produktif, perawatan social, kesadaran dan perubahan sikap dan perilaku, advokasi, pendampingan dan pembelaan hak-hak klien, aksi sosial, sosialisasi, kampanye, demonstrasi, kolaborasi, kontes, atau perubahan kebijakan publik agar lebih responsive terhadap kebutuhan kelompok sasaran.

Berbeda dengan kegiatan Bantuan Sosial karitatif yang dicirikan oleh adanya hubungan “patron-klien“ yang tidak seimbang, maka pemberdayaan masyarakat dalam program *Comdev* didasari oleh pendekatan yang partisipatoris, humanis, emansipatoris yang berpijak pada beberapa prinsip sebagai berikut :

1. Bekerja bersama berperan setara.
2. Membantu rakyat agar mereka bisa membantu dirinya sendiri dan orang lain.
3. Pemberdayaan bukan kegiatan satu malam.
4. Kegiatan diarahkan bukan saja untuk mendapat satu hasil, melainkan juga agar menguasai prosesnya.

Agar berkelanjutan, pemberdayaan jangan hanya berpusat pada komunitas lokal, melainkan pula pada sistem sosial yang lebih luas termasuk kegiatan sosial.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan uraian–uraian dan pembahasan di atas, maka penulis mencoba menarik beberapa kesimpulan yaitu; pelaksanaan *corporate social responsibility* pada dasarnya didorong oleh beberapa motivasi utama, antara lain adalah keterbatasan kemampuan pemerintah dalam membiayai pembangunan nasional dan meningkatkan efisiensi pelayanan dasar yang menjadi kewajiban pemerintah. Motivasi utama yaitu meningkatkan efisiensi sumber dana pihak swasta dengan mengarahkan penggunaannya untuk kegiatan yang efektif dan menunjang pembangunan nasional tanpa mengesampingkan prinsip *cost recovery*. Dalam hal ini, keterbatasan pemerintah dalam membiayai pembangunan daerah dapat teratasi melalui win-win solution. Sumber-sumber dana yang dimiliki oleh pemerintah selanjutnya dapat digunakan secara lebih efektif dan diarahkan kepada kegiatan yang dapat membantu kesejahteraan masyarakat khususnya pelaku usaha mikro, kecil dan menengah. Dengan kata lain, pemerintah dapat memfokuskan diri sebagai fasilitator yang merupakan kewajiban pemerintah yang menjembatani kepentingan pihak swasta.

## **REFERENSI**

- Darwin, A. (2004). Penerapan Sustainability Reporting di Indonesia, Konvensi Nasional Akuntansi V, *Program Profesi Lanjutan*. Yogyakarta.
- Hasibuan, M. (2001). Manajemen Sumber Daya Manusia: Pengertian Dasar, Pengertian, dan Masalah. Jakarta: PT. Toko Gunung Agung.
- Kumalahadi. (2000). Perspektif Pragmatik Lingkungan dan Sosial dalam Laporan Keuangan: Peningkatan dan Pertanggungjawaban. *Jurnal dan Auditing Indonesia*, 4, 51-66.
- Machmud, S. (2011). Kajian Ekonomis Industri Briket Arang Tempurung Kelapa. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 5(1), 45-51.
- Machmud, S., & Sidharta, I. (2013). Model Kajian Pendekatan Manajemen Strategik Dalam Peningkatan Sektor UMKM Di Kota Bandung. *Jurnal Computech & Bisnis*, 7(1), 56-66.
- Machmud, S., & Sidharta, I. (2014). Business Models For SMEs In Bandung: Swot Analysis. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 8(1), 51-61.
- Nuryana, M. (2005). Corporate Social responsibility dan Kontribusi bagi Pembangunan Berkelanjutan, makalah yang disampaikan pada diklat pekerjaan sosial industri, Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Kesejahteraan sosial (BBPPKS), Lembang, Bandung.
- Saidi, Z., & Abidin, H. (2004). Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia. Jakarta: PIRAMEDIA.
- Schermerhorn, J.R. (1993). Management for productivity (4th ed.), Canada: John Wiley & Sons, Inc.

- Sidharta, I., & Lusiana, D. (2014). Analisis Faktor Penentu Kompetensi Berdasarkan Konsep Knowledge, Skill, Dan Ability (KSA) Di Sentra Kaos Suci Bandung. *Jurnal Computech & Bisnis*, 8(1), 49-60.
- Sidharta, I., & Sidh, R. (2013). Analisis Faktor-Faktor Sikap Yang Membentuk Niat Mahasiswa Menjadi Teknopreneur. *Jurnal Computech & Bisnis*, 7(2), 56-66.
- Suharto, E. (2005). Analisis Kebijakan Publik: Panduan Praktis Mengkaji Masalah dan Kebijakan Sosial. Alfabeta: Bandung.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility, *Harvard Business Review* 1 December.