

Model ‘*smart*’ CSR yang Inovatif Melalui Kemitraan

Noor Shodiq Askandar, Masyhuri M., Junaidi

Fak.Ekonomi Universitas Islam Malang (UNISMA)

ABSTRAKSI

‘Smart’ CRS (corporate social responsibility) merupakan model inovasi sebagai hasil ‘revisi’ model CSR atas dasar temuan hasil riset. Tujuan penelitian ini adalah melakukan revitalisasi model CSR berdasarkan hasil temuan-temuan saat melakukan penelitian. Metode penelitian adalah aplikasi pendidikan, pelatihan dan pendampingan (P3) pada kelompok usaha ekonomi kreatif dengan metode analisis adalah statistik deskriptif dan swot.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa revisi model pelaksanaan CSR masih belum sesuai dengan fungsinya. Indikatornya adalah pelaksanaan CSR memberikan bentuk bantuan tunai kepada kelompok sasaran yang ditentukan perusahaan, kelurahan, pemberian bantuan secara seponan. Kemudian, dengan implementasi ‘smart’CSR, hasilnya menunjukkan bahwa revitalisasi model implementasi menunjukkan nilai positif yang diindikasikan oleh 90% kelompok sasaran menerima dengan program P3 dan kemitraan yang dilakukan dengan pelaku ekonomi kreatif (pedang atau petani tanaman non padi) yang menunjukkan bahwa stimulan dana dapat mendorong pengembangan usaha. Sedangkan hasil analisis swot, hal-hal yang dominan dalam melakukan kemitraan pada sisi kekuatan adalah semangat untuk maju dan berkembang usaha dengan ‘amanah’ stimulan dana usaha, sisi kelemahan khususnya sektor pertanian adalah keengganan melakukan usahatani secara berkelanjutan karena tanah yang mereka miliki dijual, sisi ancaman adalah kelompok sasaran menjadi buruh tani di tanahnya sendiri, sedangkan sisi peluang adalah semangat untuk berkembang dan mandiri.

Rekomendasi dari hasil tersebut ‘smart’CSR akan dapat berkelanjutan melalui P3.

Keyword: *model pendidikan, pelatihan, pendampingan dan ‘smart’CSR.*

PENDAHULUAN

Potensi CSR di Kabupaten Malang sangat besar bila dilihat dari jumlah total perusahaan yang mencapai 1.350 buah baik kecil maupun besar. Pemkab Malang tidak akan mengintervensi CSR perusahaan. Model CSR yang komprehensif terbentuk diantaranya peningkatan kualitas gizi melalui pembagian susu di 20 SD, juga melalui program lain yang menyentuh masyarakat yaitu kemitraan sapi perah yang melibatkan 140 peternak dengan populasi ternak mencapai 588 ekor.

Demikian juga pada 'PGKA' berupa pemberian nutrisi balita, peminjaman modal, pemberian beasiswa, pemberian sembako, dan perbaikan mesin produksi. Selain program tersebut, bantuan lain yang diberikan sifatnya tidak rutin, seperti perbaikan saluran air, pembangunan gapura RT, perbaikan jalan, dan bantuan dana acara peringatan kemerdekaan. Dampak paling menonjol yang dirasakan masyarakat terkait peningkatan kualitas hidupnya adalah program peminjaman modal yang dapat membuat usaha yang dimiliki semakin berkembang dan konsumen semakin bertambah. Hal inilah yang nantinya akan meningkatkan pendapatannya. Sedangkan dampak yang dirasakan dari program lain bermanfaat, namun hanya dirasakan pada bidang yang bersangkutan, tidak secara langsung berpengaruh terhadap kondisi kesejahteraan hidupnya.

Lokasi Pabrik Gula di Indonesia terdiri dari 76 pabrik dan yang terbanyak di Jawa Timur, termasuk 'PGKA' di Kabupaten Malang. Saat ini bentuk CSR melakukan pendirian kios berukuran 3x2,75 pendirian kios sebagai upaya dirinya menata pedagang di wilayah desanya yang terdapat 68 kios disana tengah dibangun. Pabrik ini melakukan pemenuhan visinya, yakni mewujudkan perusahaan yang bergerak dalam Industri Gula yang berdaya saing tinggi, mampu memberi keuntungan secara optimal dan terpercaya dengan selalu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta mampu memenuhi kepentingan Petani sebagai mitra kerja, Karyawan, Pemegang Saham dan Pemangku Kepentingan (stakeholder) lainnya. Sedangkan misinya adalah mengembangkan bisnis industri gula dari yang sekarang ada melalui peningkatan skala usaha, efisiensi, dan daya saing serta memanfaatkan peluang bisnis agro industri non gula berdasarkan prinsip - prinsip perolehan keuntungan dengan memanfaatkan secara optimal kemampuan manajemen dan finansial.

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang kebutuhan pokok berupa gula yang mempunyai program CSR diberikan kepada kelompok sasaran pada 2 (dua) pola program, yaitu bantuan berupa fisik dan bantuan berupa ekonomi. Namun, 67-70 prosen bantuan CSR itu di berikan ternyata belum mampu memperbaiki ekonomi masyarakat terdampak. Namun dari hasil penelitian tahun I, bahwa lokasi penelitian pada PGKA dalam melaksanakan CSR nya sebagai berikut; bentuk pemberian bantuan TUNAI kepada kelompok sasaran dengan mekanisme menentukan kelompok sasaran yang dilakukan tunjuk langsung oleh fihak pabrik, ditunjuk oleh fihak aparat desa/kelurahan sekitar pabrik dan fihak yang pro-aktif seperti ajuan dari kelompok karang taruna, kelompok peduli bencana, sekolahan dan bahkan mahasiswa yang sedang melakukan KKN, paguyupan supir, paguyupan usaha makanan ringan dan sebagainya sehingga muncul model CSR-'smart' merupakan manifestasi 'kegalauan' dari temuan hasil penelitian 2017. Dari perusahaan sebesar PGKA dalam pelaksanaan CSR dalam bentuk tunai yang dilakukan dengan model temporer dari fihak-fihak yang melaijukan pro aktif dalam melakukan ajuan dana bantuan yang itu diartikan oleh PGKA sehingga dalam rekomendasi dilakukan revisi model pelaksanaan CSR yang lebih pada pola pembinaan dan pendampingan sehingga ada nuasa berkelanjutan.

Atas dasar kontradiksi antara teori dan kenyataan di muka, maka dirumuskan masalah secara spesifik adalah (i) bagaimana melakukan revitalisasi model CSR melalau pendidikan, pelatihan dan pendampingan (P3) guna pada ekspansi usaha? dan (ii) bagaimana strategi pengembangan 'smart' CSR melalui kemitraan.

TUJUAN

Tujuan penelitian ini adalah (i) melakukan revitalisasi model CSR melalui pendidikan, pelatihan dan pendampingan (P3) guna pada ekspansi usaha dan (ii) strategi pengembangan 'smart' CSR melalui kemitraan.

LANDASAN TEORI

Hasil penelitian sebelumnya oleh Shodiq, dkk. (2015) Menunjukkan bahwa ruang lingkup CSR yang dianalisis dengan menggunakan SEM, ternyata signifikansi yang cukup valid adalah pada komponen landasan ekonomi utamanya pada indikator stimulan dana CSR pada kelompok ekonomi kreatif disekitar perusahaan PGKA.

Menurut Tanari (2009), menyebutkan bahwa terdapat empat landasan pokok dalam CSR, yaitu landasan ekonomi, landasan lingkungan hidup, landasan isu sosial dan landasan isu kesejahteraan. Dari 4 landasan pokok tersebut dari skala prioritas dalam program optimalisasi ini adalah ekonomi sebagaimana dari sebutkan disebutkan di muka karena dasarnya adalah hasil riset sebelumnya.

Perkembangan definisi tentang CSR telah ada sejak beberapa dekade yang lalu. Susiloadi (2008:124) mengemukakan CSR pertama kali muncul dalam diskursus resmi akademik sejak Howard R Bowen menerbitkan bukunya berjudul Social Responsibility of the Businessman pada tahun 1953. Ide dasar CSR yang dikemukakan Bowen mengacu pada kewajiban pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya sejalan dengan nilai-nilai dan tujuan yang hendak dicapai masyarakat di tempat perusahaannya beroperasi. Ia menggunakan istilah sejalan dalam konteks itu untuk meyakinkan dunia usaha tentang perlunya mereka memiliki visi yang melampaui kinerja finansial perusahaan. Ia mengemukakan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan. Prinsip-prinsip yang dikemukakannya mendapat pengakuan publik dan akademisi sehingga Howard R Bowen dinobatkan sebagai "Bapak CSR". Pemikiran Bowen inilah yang menjadi acuan dasar para ahli dalam mendefinisikan CSR.

Suharto (2008:05) mengungkapkan beberapa definisi CSR yang menunjukkan keragaman pengertian CSR menurut berbagai organisasi (Majalah Bisnis dan CSR, 2007; Wikipedia, 2008; Sukada dan Jalal, 2008): (i) world Business Council for Sustainable Development: kesinambungan para pesbisnis; (ii) memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya; (iii) International Finance Corporation; (iv) Institute of Chartered Accountants, England and Wales: Jaminan; (v) Canadian Government; (vi) European Commission; (vii) CSR Asia.

ISO 26000 (standar internasional yang akan menjadi dasar dalam melaksanakan CSR dan penerapan ISO 26000 bersifat sukarela untuk menambah nilai kompetitif perusahaan) mendefinisikan CSR sebagai kemauan perusahaan untuk mengambil kewajiban dan bertanggung jawab terhadap semua dampak-dampak aktivitas dan keputusan terhadap masyarakat dan lingkungan. Dari beberapa definisi CSR di atas, penulis menyimpulkan bahwa CSR adalah bentuk kepedulian perusahaan secara suka rela dari keuntungan yang diperoleh untuk para stakeholders dan lingkungan secara berkelanjutan.

Menurut Nadya (2011:24) memaparkan untuk mempermudah implementasi program, pemilihan dampak dibagi menjadi tiga tingkatan, yaitu: (i) **Ring 1** yaitu daerah yang menerima dampak paling besar; (ii) **Ring 2** yaitu daerah yang menjadi tempat pembangunan infrastruktur pendukung perusahaan seperti pipa air atau sarana lainnya; (iii) **Ring 3** yaitu wilayah yang menerima dampak paling kecil atau sama sekali tidak ada dampak negatif.

METODE PENELITIAN

Pendidikan, pelatihan dan pendampingan (P3) dalam rangka pemanfaatan program CSR secara optimal. Tahapan yang dilakukan (i) evaluasi program CSR pada kelompok sasaran yang telah dilakukan melalui ‘intervensi’ manajemen produksi, SDM (peningkatan skill), manajemen keuangan (sistem akuntansi keuangan, SAK) dan manajemen pasar; (ii) melakukan ‘revisi’ model dengan penyesuaian antara intruduksi ipteks dengan yang dimiliki oleh kelompok sasaran CSR dan (iii) ekspansi usaha dalam rangka deversifikasi produk, yang mana intruduksi ipteks tidak menggeser ipteks yang mereka miliki dan ipteks yang inovatif mampu memberikan dorongan pendapatan pada kelompok sasaran CSR.

Analisis data dengan deskriptif secara mendalam, saat disini; ini bermanfaat untuk memfasilitasi dan memotivasi agar kelompok sasaran pemanfaat program CSR mampu: (i) mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan usaha kelompok sasaran pemanfaat program CSR serta problematikanya; (ii) menemukan faktor penyebab problem kelompok sasaran pemanfaat program CSR dan alternatif solusinya; (iii) menyusun strategi dan metode yang tepat untuk memecahkan permasalahan usaha ekonomi kreatif dalam pemanfaatan CSR; (iv) menyusun rencana aksi berdasarkan prioritas, dan keberlanjutan program melalui tahapan-tahapan hingga mencapai target yang diharapkan. Adapun strategi yang digunakan dalam melakukan *action research* ini adalah menggunakan metode yang dikemukakan oleh O’Brien (2001). Ada empat tahapan dalam melakukan penelitian ini, yaitu: (i) perencanaan (*plan*), (ii) tindakan (iii) refleksi (*reflect*). Bantuan analisis adalah SWOT.

HASIL PENELITIAN

Revitalisasi model CSR tercipta dilatar belakangi oleh bentuk pelaksanaan CSR pada perusahaan besar masih kurang memenuhi titik ideal CSR. Sasaran yang menjadi bidikan pada program ini adalah pada pelaku ekonomi pada sektor pertanian dan non pertanian.

Kelompok pertanian pada petani singkong yang masuk katagori pertanian subsisten yaitu petani-petani yang berusahatani hanya untuk kebutuhan dia sendiri dan keluarganya. Keputusan ini didasari atas kesepakatan bersama dalam melakukan tambahan aktivitas usahatani singkong yang dipilih sebagai tambahan income rumah tangga mereka. Sedangkan komoditas singkong yang dipilih karena relatif tidak membutuhkan biaya produksi yang besar dan dapat ditanam pada lahan tegal/pekarang/pematang (galengan;jawa) tegal.

Program kemitraan yang terbangun melalui pendidikan, pelatihan dan pendampingan ini sebagai perwujudan aktivitas ‘*smart*’ CSR dengan indikataor utamanya adalah stimulan biaya usahatani. Dampak stimulan dana usahatani ini cukup positif dari respon petani karena kesediaannya dalam menjalankan program telah disepakati hingga pengembalian dana stimulan dalam bentuk singkong. Berikutnya dana stimulan dilakukan pada periode ke-2 yang merupakan keberlanjutan program secara berkesinambungan dan pengembalian dana diwujudkan dalam bentuk tepung singkong. Demikian terus berputar hingga dampak pada perilaku sasaran adalah singkong menjadi tanaman sampingan yang dipakai sebagai bahan makanan tambahan selain beras.

Sisi lain, sasaran pelaku ekonomi kreatif yang mewakili kelompok non pertanian aktivitas ‘*smart*’ CSR sama indikatornya yaitu stimulan dana usaha. Pelaksanaan program pendamping pada kelompok usaha pedagang kaki lima penjual bakso, nasi goreng, pedagang sayuran, dll. Dana stimulasi 97% mereka mengatakan pengaruhnya cukup positif pada kelancaran usaha dan ketenangannya karena dana terpakai tidak dituntut untuk ‘bunga’ uang dana dikembalikan sesuai dengan kemampuan dan kondisi kelancaran dagangannya. Kenitraan ini terbangun diharapkan oleh mereka dapat berkesinambungan agar keberhasilannya dapat dilihat secara nyata dan terukur.

Penelitian sebelumnya (Shodiq, 2017) menunjukkan bahwa signifikansi variabel yang mendorong adanya tingkat kesejahteraan pada kelompok sasaran adalah aksi (*action*) program

yang nyata sesuai dengan keterampilan yang kelompok sasaran miliki, namun program ini sering adanya ‘stimulan’ yang diintroduksikan 75% mengalami kemacetan sehingga 25% yang bisa dikategorikan dapat berkelanjutan (*sustainable*). Oleh karena itulah kelanjutan dari penelitian pada skim penelitian pemulan ini diajukan pada penelitian terapan sebagai manifestasi (implementasi)-nya. Atas dasar itulah, maka penelitian bertujuan untuk melakukan program aksi pendidikan, pelatihan dan pendampingan (P3) berkelanjutan (*sustainable*) masing-masing kelompok usaha yang disertai dengan ‘revisi-revisi’ model P3.

Hasil penelitian pada pihak sasaran pedang kaki lima memberikan apresiasi bahwa kesejahteraan menurut ukuran mereka ‘terjamin’ melalui program P3. *Welfare* (kesejahteraan) dalam konsep dunia modern adalah sebuah kondisi dimana seorang dapat memenuhi kebutuhan pokok, baik itu kebutuhan akan makanan, pakaian, tempat tinggal, air minum yang bersih serta kesempatan untuk melanjutkan pendidikan dan memiliki pekerjaan yang memadai yang dapat menunjang kualitas hidupnya sehingga memiliki status sosial yang mengantarkan pada status sosial yang sama terhadap sesama warga lainnya. Kalau menurut HAM, maka definisi kesejahteraan kurang lebih berbunyi bahwa setiap laki laki ataupun perempuan, pemuda dan anak kecil memiliki hak untuk hidup layak baik dari segi kesehatan, makanan, minuman, perumahan, dan jasa sosial, jika tidak maka hal tersebut telah melanggar HAM.

Kesejahteraan dalam pandangan Islam, terdapat sejumlah argumentasi baik yang bersifat teologis-normatif maupun rasional-filosofis yang menegaskan tentang betapa ajaran Islam amat peduli untuk mewujudkan kesejahteraan sosial. Sejahtera sebagai misi Islam itu sendiri. Misi inilah yang sekaligus menjadi misi kerasulan Nabi Muhammad Saw, sebagaimana dinyatakan dalam ayat yang berbunyi : “dan tidaklah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi seluruh alam.” (Q.S. al-anbiyâ’ [21]: 107).

Indikator ni’matnya kesehatan ini dari aspek hulu-hingga hirir merasa ada dorong yang kuat untuk maju adalah dibantu dalam menyusun sistem akuntansi keuangann (SAK) dengan pola deservansi yang mereka fahami bersama dalam implementasi SAK pada usaha mereka. Semua implementasi program tidak melakukan intervensi tetapi diambil bersama-sama.

Hasil analisis swot dapat ditemukan pada dua sektor pertanian dan non pertanian:

1. Sektor Pertanian dengan komoditas Singkong
 - Kekuatannya; lahan pertanian milikk sendiri meskipun luas kepemilikannya 0,1-0,5 Ha dan Permintaan singkong terus berjalan oleh pelaku ekonomi kreatif. Kemauan yang kuat bermitra yang berkelanjutan
 - Kelemahan; ada kecendrungan jual lahan ‘digoda’ pengembang industri perumahan; dan ketidak tertariknya usahatani singkong semakin meningkat utamanya generasi penerus. Keputusan usahatani ikut-ikutan; Kemitraan dianggap sebagai ‘bapak angkat’ yang cenderung menggantungkan diri dari ‘bapak angkat’ sehingga sulit untuk mandiri
 - Ancaman; terancamnya penjualan tanah khususnya tanah tegal; dan komoditas sayur-sayuran dan usaha non pertanian semakin memberikan peluang kenaikan income rumah tangga lebih baik; Melanggar kesepakatan awal saat mulai bermitra
 - Peluang; ajakan berusaha tani singkong energi baru untuk memberdayakan tanaman secara mandiri; bisa jadi tanah tegal yang mereka miliki dari pada ‘menganggur’ – lebih baik ditanami singkong yang tdk membutuhkan perawatan serius; Ada potensi mitra yang berkelanjutan bisa dijalankan
2. Sektor non pertanian pada pedagangan kaki lima
 - Kekutana; semangat untuk terus maju; Semakin bertambahnya konsumen yang membeli dagangan mereka; Menjunjung tinggi ‘janji kemitraan’

- Kelemahan; Biaya produksi dan biaya hidup tidak jelas; Produk yang mereka dagangkan masih belum bisa berkompetisi secara baik dan profesional; Keinginan untuk menambah dana stimulan selalu disampaikan dan manajemen masih tradisional
- Ancaman; Bercokolnya usaha-usaha yang erupa dengan kemasan yang moder; Terancamnya 'kemasan' produk mereka dengan ipteks yang diterapkan pasar modern; Kadang lupa apa yang telah menjadi 'janji' dilanggar
- Peluang; Ada kesempatan untuk maju dan kompetisi yang lebih baik; Keuletan dan kreatifitas terus dilakukan meskipun tidak ada inovasi; Potensi ekspansi mitra dengan kelompok lain bida dijalankan

KESIMPULAN

Atas dasar hasil pembahasan, maka disimpulkan sebagai berikut; (i) revitalisasi model implementasi menunjukkan nilai positif yang diindikasikan oleh 90% kelompok sasaran menerima dengan program P3 dan (ii) kemitraan yang dilakukan dengan pelaku ekonomi kreatif (pedang atau petani tanaman non padi) yang menunjukkan bahwa stimulan dana dapat mendorong pengembangan usaha. Hasil analisis SWOT, hal-hal yang dominan dalam melakukan kemitraan pada sisi kekuatan adalah semangat untuk maju dan berkembang usaha dengan 'amanah' stimulan dana usaha, sisi kelemahan khususnya sektor pertanian adalah keengganan melakukan usahatani secara berkelanjutan karena tanah yang mereka miliki dijual, sisi ancaman adalah kelompok sasaran menjadi buruh tani di tanahnya sendiri, sedangkan sisi peluang adalah semangat untuk berkembang dan mandiri. Rekomendasi dari hasil tersebut 'smart' CSR akan dapat berkelanjutan melalui P3.

DAFTAR PUSTAKA

- Chairil N.Siregar (2007). Jurnal sosioteknologi Edisi 12 tahun 6 Desember 2007. Diakses pada analisis terhadap Implementasi CSR di Indonesia, melalui alamat CSR di Indonesia.
- Nur Qomariah (2015). Dampak program pugar terhadap kesejahteraan petani garam di kec. Kraton pasuruan. Tesis S2- MM Pascaasarjana Unisma.
- Sidik (2015). Pengaruh Pemberian Program & Implementasi CSR Santos Pty.Ltd Sampang Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Camplong Dan Kecamatan Kota Sampang.* Tesis S2- MM Pascaasarjana Unisma.
- Shodiq,dkk.(2016).*Simulasi Variabel Penentu pada Kesejahteraan Masyarakat.* Laporan hasil penelitian.
- Shodiq, dkk.(2017). Model Pendampingan UMKM dalam Rangka Pemanfaatan CSR. Laporan Penelitian Tahun I.
- Suwandi (2014), diakses pada Kegiatan CSR di Indonesia.