

MODEL PEMBINAAN DAN PENDAMPINGAN PEMANFAATAN DANA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Sunardi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
Sunardifeb@gmail.com

Abstrak, tujuan kegiatan ini adalah untuk mengidentifikasi masalah dan memberikan kontribusi pemecahan masalah serta untuk mendapatkan model pembinaan dan pendampingan pemanfaatan dana CSR yang efektif. Pendekatan metode pengabdian dilakukan dengan cara partisipatoris dan humanistik, sasaran khalayak kegiatan adalah anggota Paguyuban Pedagang Perantauan Solo Mandiri (PPPSM), yang berjumlah 51 pedagang dan lebih spesifik mereka yang mengajukan proposal menjadi mitra binaan ke BUMN. Pelaksanaan dilakukan secara rutin sebulan sekali sesuai dengan jadwal arisan PPPSM, Hasil Pengabdian yaitu : a) Permasalahan kemacetan membayar lebih banyak masalah karakter mitra binaan, masalah keluarga dan kelangsungan usaha sedangkan permasalahan usaha bersumber pada keterbatasan modal dan karakteristik usaha b). Model yang dilakukan dalam pembinaan dan pendampingan ini adalah : Model EAPAE : 1) engagement, 2). assesment, 3). plan of action, 4). action and facilitation dan 5). evaluation and termination or reformation, c) pemecahan masalah yang dilakukan perlunya pembinaan yang berorientasi penguatan karakter dan peningkatan kualitas produk dan jasa.

Kata kunci : pembinaan, pemanfaatan dana CSR

Abstract, The purpose of this activity is to identify problems and contribute problem solving as well as to get a model of guidance and mentoring the utilization of CSR funds effectively. The approach of devotion method is done by participatory and humanistic way, the target of the activity activity is the member of Paguyuban Peedagang Perantauan Solo Mandiri (PPPSM), consisting of 51 merchants and more specifically those who submitted the proposal to become the partner to BUMN. Implementation is done regularly once a month according to schedule of social gathering of PPPSM, Result of Service that is: a) Problem of congestion pay more problem of the character of partner, family problem and business sustainability while business problem is sourced from limited capital and business characteristic b). Models that are applied in coaching and mentoring are: EAPAE Model: 1) engagement, 2). Assessment, 3). Plan of action, 4). Action and facilitation and 5). Evaluation and termination or reformation, c) problem solving by the need for character-oriented strengthening and improvement of product and service quality.

Keywords: development, utilization of CSR Funds

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan manifestasi kepedulian terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Daniri (2008), Tanggung jawab sosial dunia usaha merupakan bagian dari komunitas masyarakat dan memiliki tanggung jawab sosial yang sama dengan masyarakat. Peran dunia usaha selama ini hanya sebatas pemberian dukungan dana secara sukarela (*voluntary*) dan kedermawanan (*philanthropy*) sehingga kegiatan yang dilaksanakan kurang memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Hal ini memunculkan rasa kekecewaan masyarakat dan pemerintah akan minimnya peran dunia usaha dalam kehidupan sosial dan adanya kecenderungan bahwa pelaksanaan CSR hanya sekedar untuk di mata masyarakat atau bahkan hanya di mata konsumen mereka. CSR merupakan salah satu wujud partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan antara mencetak profit perusahaan dengan fungsi-fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan hidup.

Campbell, J. L. (2007) mendefinisikan CSR sebagai serangkaian tindakan perusahaan yang muncul untuk meningkatkan produk sosialnya, memperluas jangkauannya melebihi kepentingan ekonomi eksplisit perusahaan, dengan pertimbangan tindakan semacam ini tidak disyaratkan oleh peraturan hukum. Stengel (2010) berpendapat bahwa definisi tanggung jawab sosial harus berisi dasar dari kedua tanggung jawab individu dan perusahaan, karena kedua, termasuk sejumlah besar lembaga dari sektor lain, seperti akademisi, negara dan sipil sektor memiliki kewajiban untuk masyarakat di mana mereka tinggal dan bekerja. Dalam bukunya, *Cannibal with Forks: The Triple Bottom Line of 21 Century Bussiness* (1997), John Elkington mengemukakan bahwa perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada kemajuan masyarakat, khususnya komunitas sekitar (*people*), serta lingkungan hidup/bumi (*plannet*) dan peningkatan kualitas perusahaan (*profit*). Malloney (2007)

Perkembangan CSR masih membutuhkan banyak perhatian semua pihak baik pemerintah masyarakat luas maupun perusahaan. CSR di Indonesia telah diatur dalam UU No 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Dalam UU No. 49 Tahun 2007, pasa 74 ayat(1) menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan. CSR diatur dalam peraturan Menteri BUMN Nomor:PER-01/MBU/2011 tentang Penerapan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik atau sering kita sebut *Good Corporate Governance* (GCG) Pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) , yang disahkan pada 1 Agustus 2011.

Model tanggung jawab sosial perusahaan, menurut Saidi & Abidin (2004) terdapat empat model CSR di Indonesia: a). Keterlibatan langsung, perusahaan menjalankan program ini tanpa perantara, b). melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan, perusahaan mendirikan yayasan atau

groupnya, c). bermitra dengan pihak lain, kerjasama dengan pihak pemerintah, universitas, lembaga sosial dan organisasi non pemerintah untuk mengelola dana dan melaksanakan kegiatan sosialnya, dan d). mendukung atau bergabung dengan konsorsium.

Sidharta & Lusiana (2014), *Corporate social responsibility (CSR)* merupakan metode pengembangan masyarakat dan pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan terhadap semua kelompok atau kelas masyarakat, namun pada umumnya pemberdayaan masyarakat dilakukan pada kelompok masyarakat yang lemah atau kurang berdaya yang memiliki karakteristik lemah dalam aspek: a). Fisik, orang dengan kecacatan dan kemampuan khusus, b). psikologis, orang yang mengalami masalah personal dan penyesuaian diri, c). Finansial, orang yang tidak memiliki pekerjaan, pendapatan, modal dan aset yang mampu menopang kehidupannya, dan d). Struktural, orang yang mengalami diskriminasi dikarenakan status sosialnya, gender, etnis, orientasi sosial dan pilihan politiknya.

Karta Sasmita (1996), Proses pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu: a). menentukan kelompok sasaran (mitra binaan), b). mengidentifikasi masalah dan kebutuhan kelompok sasaran, c). merancang program kegiatan dan cara pelaksanaannya, d). menentukan sumber pendanaan, e). menentukan dan mengajak pihak lain untuk dilibatkan, e). melaksanakan kegiatan atau mengimplementasikan program, dan f). melakukan monitor dan mengevaluasi kegiatan. Kegiatan-kegiatan pemberdayaan masyarakat biasanya dilakukan secara berkelompok dan terorganisir dengan melibatkan beberapa strategi seperti pendidikan dan pelatihan, keterampilan hidup (*life skills*), ekonomi produktif, perawatan sosial, penyadaran dan perubahan sikap dan perilaku, advokasi, pendampingan dan lain sebagainya.

Ambadar (2008), Dalam rangka menciptakan *Good CSR* harus memadukan empat prinsip *good corporate governance*, yakni *fairness*, *transparency*, *accountability* dan *responsibility*, secara harmonis. Ditambah dengan harus menggabungkan kepentingan *shareholders* dan *stakeholders*. Karenanya, CSR tidak hanya fokus pada hasil yang ingin dicapai. Melainkan pula pada proses untuk mencapai hasil tersebut. Lima langkah di bawah ini bisa dijadikan panduan dalam merumuskan program CSR, termasuk *Community Development.*, yaitu : 1) *engagement*, pendekatan awal kepada masyarakat agar terjalin komunikasi dan relasi yang baik. Tahap ini juga bisa berupa sosialisasi mengenai rencana pengembangan program CSR. Tujuan utama langkah ini adalah terbangunnya pemahaman, penerimaan dan *trust* masyarakat yang akan dijadikan sasaran CSR. Modal sosial bisa dijadikan dasar untuk membangun "kontrak sosial" antara masyarakat dengan perusahaan dan pihak-pihak yang terlibat, 2) *assessment*. identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat yang akan dijadikan dasar dalam merumuskan program. Tahapan ini bisa dilakukan bukan hanya berdasarkan *needs based approach* (aspirasi masyarakat), melainkan pula berpijak pada *rights-based approach* (konvensi internasional atau standar normatif hak-hak sosial masyarakat). 3) *plan of action*, merumuskan rencana aksi. Program yang akan diterapkan

sebaiknyamemerhatikan aspirasi masyarakat (*stakeholders*) di satu pihak dan misi perusahaan termasuk shareholders di lain pihak.4) *action and facilitation*, menerapkan program yang telah disepakati bersama. Program bisa dilakukan secara mandiri oleh masyarakat atau organisasi lokal. Namun, bisa puladifasilitasi oleh LSM dan pihak perusahaan. Monitoring, supervisi dan pendampingan merupakan kunci keberhasilan implementasi program. 5) *evaluation and termination or reformation*, menilai sejauh mana keberhasilanpelaksanaan program CSR di lapangan. Bila berdasarkan evaluasi, program akan diakhiri(*termination*) maka perlu adanya semacam pengakhiran kontrak dan exit strategy antara pihak-pihak yang terlibat. Misalnya, melaksanakana TOT CSR melalui *capacity building* terhadap masyarakat (*stakeholders*) yang akan melanjutkan program CSR secara mandiri.Bila ternyata program CSR akan dilanjutkan (*reformation*), maka perlu dirumuskan *lessons learned* bagi pengembangan program CSR berikutnya. Kesepakatan baru bisadirumuskan sepanjang diperlukan.

Dalam prakteknya, upaya CSR dapat ditelaah dan dilakukan dengan mengacu pada tigasisi yaitu :1) *enabling*, adalah menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Di sini titik tolaknya adalah pengenalan bahwa setiap manusia, setiap masyarakat, memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Artinya, tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa daya, karena, kalau demikian akan sudah punah. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya itu, dengan mendorong memotivasikan dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya sertaberupaya untuk mengembangkannya, 2) *empowering*, adalah memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*).Dalam rangka ini diperlukan langkah-langkah lebih positif, selain dari hanya menciptakan iklim dan suasana. Perkuatan ini meliputi langkah-langkah nyata, dan menyangkut penyediaan berbagai masukan (*input*), serta pembukaan akses ke dalam berbagai peluang (*opportunities*) yang akan membuat masyarakat menjadi makin berdaya. Untuk itu, perlu ada program khusus bagi masyarakat yang kurang berdaya, karena program-program umum yang berlaku untuk semua, tidak selalu dapat menyentuh lapisan masyarakat ini.3) *protection*, memberdayakan mengandung pula arti melindungi. Dalam proses pemberdayaan, harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah, oleh karena kekurangberdayaan dalam menghadapi yang kuat. Oleh karena itu, perlindungan dan pemihakan kepada yang lemah amat mendasar sifatnya dalam konsep pemberdayaan masyarakat. Melindungitidak berarti mengisolasi atau menutupi dari interaksi. Melindungi harus dilihat sebagai upaya untuk mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta eksploitasi yang kuat atas yang lemah.

Kuncoro (2006), Ketiga kerangka pemikiran tersebut harus ditambah dengan konsep *sustainability* dan *integrated development*. Seperti yang telah dikatakan sebelumnya, salah satu aspek mendasar dari CSR adalah *sustainability* atau berkelanjutan. Dimana setiap program dan kegiatan CSR tidak hanya dilaksanakan untuk jangka waktu pendek. Melainkan dapat diterapkan dalam kurun waktu

tertentu dengan membuat serangkaian kegiatan, dengan memperhatikan faktor-faktor lain seperti lingkungan, sosial, religi. Sebagai contoh setelah masyarakat mendapatkan bantuan modal usaha, perusahaan membuat pelatihan dan pengusaha kecil dan mikro ini juga diajarkan cara untuk menjaga kelestarian lingkungan. Setelah usaha cukup maju masyarakat juga diajarkan bagaimana caranya untuk mengembangkan usaha tersebut, sehingga sumber daya lokal dapat terserap. Dengan pola pembangunan yang berkelanjutan dan terintegrasi diharapkan dapat memberikan alternatif terobosan baru untuk memberdayakan masyarakat dalam mengatasi permasalahan sosial dan lingkungan yang semakin kompleks dan rumit dalam dekade terakhir.

PT Pertamina (Persero) Tbk, Refinery Unit Plaju, dalam rangka menjalankan Undang-Undang dan Peraturan Menteri BUMN adalah salah satunya adalah membantu mitra binaan yang terdiri dari : usaha rumahan, warung, pedagang bakso dan mie ayam, pedagang sate, jamu gendong, pedagang es, dan usaha lain yang memerlukan pembinaan dari PT Pertamina. Pembinaan yang dilakukan oleh PT. Pertamina kepada mitra binaan (pedagang) masih berorientasi pada penambahan modal kerja, hal ini diharapkan pedagang dapat meningkatkan volume penjualan atau dapat memperluas wilayah pemasaran, sehingga kehidupan pedagang dapat meningkat kesejahteraannya. Proses untuk mendapatkan dana CSR pada PT. Pertamina dimulai dari pengajuan proposal oleh calon mitra binaan, kemudian dilakukan survey atas kelayakan usaha dan dana yang diajukan, kemudian bila layak masuk proses pencairan dana, dan secara rutin sesuai kesepakatan pengembalian angsuran.

Paguyuban Pedagang Perantauan Solo Mandiri, selanjutnya disingkat PPPSM, adalah paguyuban yang memberi wadah silaturahmi pedagang bakso, jamu gendong, pedagang sate dan lain-lain yang memiliki komitmen untuk berkembang dan maju. Berdiri mulai tahun 2004 berlokasi di Talang Putri Plaju, dengan jumlah anggota 37 kepala keluarga atau sekitar 51 pedagang. Mulai tahun 2007 sudah mulai memanfaatkan dana CSR. Dengan latar belakang pendidikan dan pengetahuan yang terbatas, dimulailah pendampingan dan pembinaan pembuatan proposal, kemudian persiapan survey lapangan dan lain-lain, sehingga tahun 2008, dari jumlah yang mengajukan 10 orang maka yang disetujui hanya 6 orang, dan terus dilakukan perbaikan proposal dan lain-lain tahun 2009, jumlah yang mengajukan kembali 3 orang disetujui hanya 2. Pembinaan yang diberikan lebih banyak berbentuk tambahan modal, mulai dari 8 juta s.d 20 juta. Hingga saat ini yang masih dibina sebanyak 2 orang, dikarenakan beberapa orang pengembalian angsuran bermasalah, sehingga tidak dapat memperpanjang lagi, disisi lain tidak boleh lagi memanfaatkan program ini karena sudah 3 kali perpanjangan. Permasalahan yang dihadapi sekarang adalah Banyak anggota PPPSM yang akan mengajukan menjadi Binaan BUMN khususnya pemanfaatan dana CSR, tetapi hambatan salah satunya adalah jaminan (agunan). Berdasarkan hal inilah perlunya pendampingan dan pembinaan pemanfaatan dana SCR untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan PPPSM Plaju.

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan kontribusi terhadap pemecahan permasalahan yang ada dihadapi anggota PPSM Plaju dan untuk mendapatkan model pendampingan dan pembinaan pemanfaatan dana CSR yang efektif, sehingga dapat membantu sinergi program BUMN dengan Mitra Binaan melalui pendampingan dan pembinaan secara berkelanjutan, sehingga permasalahan dan upaya yang dilakukan dapat segera diselesaikan.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Rancangan kegiatan

Kegiatan ini dirancang untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh Paguyuban Pedagang Perantauan Solo Mandiri Plaju yang berjumlah 51 pedagang, khususnya dalam memanfaatkan dana CSR dari BUMN dan pembinaan dan pendampingan yang harus dilakukan agar pemanfaatan dana tersebut sesuai dengan tujuan, sehingga BUMN juga terhindar dari adanya masalah. Sehingga terjadi hubungan yang sinergi antara BUMN dengan Mitra binaan dan akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Ruang Lingkup / Objek Kegiatan

Kegiatan ini meliputi identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh Mitra binaan dalam memanfaatkan dana CSR, melakukan pembinaan dan pendampingan pada mitra binaan bagi yang sudah mendapatkan dana CSR ataupun bagi yang belum mendapatkan dana CSR (mulai dari pembuatan proposal dan menghitung arus kas serta rencana pengembalian) serta mendapatkan masukan dari mitra binaan tentang kegiatan apa yang dapat membangun dan memperkuat karakter mitra binaan dan kualitas produk atau jasa dapat lebih baik, sehingga penjualan dapat meningkat dan biaya dapat lebih efisien akhirnya laba usaha mitra binaan dapat meningkat.

Bahan dan Alat utama

Bahan-bahan yang diperlukan dalam kegiatan ini adalah bahan presentasi tentang program *corporate social responsibility*, cara membuat proposal dana CSR dan materi peningkatan pendapatan melalui diversifikasi produk serta peningkatan kualitas. Sedangkan alat-alat yang diperlukan untuk kegiatan ini adalah infocus dan contoh proposal pengajuan dana.

Tempat dan Waktu Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan selama 5 kali dalam 5 bulan secara berturut-turut dan dilaksanakan bersamaan kegiatan silaturahmi rutin bulanan paguyuban. Adapun tempat kegiatan dilakukan secara bergantian di rumah mitra binaan, yaitu sebagai berikut :

- a. Hari Minggu, tanggal 19 Februari 2017 di Rumah Bapak Suyatno (pedagang es) Talang bubuk Plaju, mulai pukul 13.00 sd. 16.00
- b. Hari Minggu, tanggal 19 Maret 2017 di Rumah Ibu Wartini (penjual jamu gendong) Talang bubuk Plaju, mulai pukul 13.00 sd. 16.00

- c. Hari Minggu tanggal 16 April 2017 di Rumah Bapak Slamet Muhajar(Penjual bakso) Talang putri Plaju, mulai pukul 13.00 sd. 16,00
- d. Hari Minggu tanggal 21 Mei 2017 di Rumah Bapak Sarno (penjual bakso bakar dan bakso kuah) Talang Putri Plaju, mulai pukul 13.00 sd. 16.00
- e. Hari Minggu tanggal 23 Juli 2017 di Rumah Bapak Banjar (penjual sate dan sepeda motor) Talang Putri Plaju, mulai pukul 13.00 sd. 16.00

Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan latar belakang pendidikan mitra binaan yang rata-rata adalah lulus SD maka kegiatan ini dibuat dalam suasana partisipatif dan humanistik dengan harapan mitra binaan tidak malu untuk menjelaskan atau menanyakan, untuk itu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah ceramah, tanya jawab dan wawancara dengan mitra binaan, ceramah digunakan untuk memberikan materi tentang program *corporate social responsibility* dan lainnya, tanya jawab digunakan untuk memberi kesempatan kepada mitra binaan bertanya apabila terdapat hal-hal yang kurang jelas mengenai program ini, dan wawancara dipergunakan untuk mendapatkan masukan khususnya permasalahan yang dihadapi dalam pemanfaatan dana CSR (bagi yang sudah menerima)

Definisi Operasional Variabel Pengabdian

Pembinaan pemanfaatan dana CSR adalah usaha dan tindakan atau kegiatan yang dilakukan secara teratur kepada mitra binaan agar dalam memanfaatkan dana CSR dapat berdaya guna dan berhasil guna dengan baik

Pendampingan pemanfaatan dana CSR adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh fasilitator masyarakat (*Community Facilitator*) dalam memanfaatkan dana CSR agar kegiatan atau usaha yang dilakukan dapat menghasilkan yang terbaik.

Model pembinaan dan pendampingan pemanfaatan dana CSR adalah suatu konsep yang dibuat atau langkah-langkah yang harus dijalankan untuk mengimplementasikan suatu program agar menghasilkan yang terbaik.

Teknik Analisis

Analisis dalam kegiatan pengabdian ini dengan menggunakan teknik analisis kualitatif, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Melakukan kajian permasalahan terhadap mitra binaan yang sudah mendapatkan dana CSR dari BUMN
2. Menjelaskan peluang pemanfaatan dana CSR untuk meningkatkan modal usaha dan peningkatan kesejahteraan masyarakat

3. Menjelaskan penyusunan proposal untuk mendapatkan dana CSR dari BUMN
4. Mendapatkan masukan sehubungan dengan program pembinaan yang dapat meningkatkan pembentukan karakter dan peningkatan kualitas produk dan jasa
5. Merancang model yang efektif dan efisien dalam melakukan pembinaan dan pendampingan pemanfaatan dana CSR

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Kajian Permasalahan usaha Mitra Binaan

Pada pertemuan yang pertama ini mengidentifikasi permasalahan yang terjadi pada setiap mitra binaan, dan dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Masalah macetnya pemanfaatan dana CSR antara lain disebabkan : a) karakter pribadi, b). masalah keluarga dan c). Masalah usaha.
2. Masalah umum, yang meliputi kekurangan modal usaha, keinginan untuk memperbaiki peralatan usaha termasuk tempat usaha, persaingan terbuka (pembuatan produk bisa didapat dan dipelajari dari internet), harga bahan baku yang meningkat
3. Masalah khusus :
 - a. Pedagang bakso : 1). sering munculnya informasi tentang penggunaan daging selain daging sapi, sehingga mempengaruhi kepercayaan masyarakat dalam mengkonsumsi bakso, 2).harga daging sapi berfluktuasi, sehingga mempengaruhi harga jual bakso, 3). penggunaan bahan pengawet untuk pembuatan bakso dalam jumlah besar
 - b. Pedagang es lebih banyak bermasalah dengan cuaca yang dihadapi dan kurangnya variasi produk sehingga masyarakat mengalami kejenuhan.
 - c. Pedagang Jamu gendong : 1). Munculnya jamu-jamu tradisional (non legal) yang menawarkan khasiat yang spontan (lebih cepat dibandingkan dengan jamu gendong), 2). Banyaknya penjual jamu yang tidak mengutamakan penampilan, 3) belum terkomunikasikan dengan perusahaan jamu nasional (Sido Muncul, Air Mancur, Jamu Jago, dan lain-lain), 4). Minimnya pembinaan dari dinas kesehatan atau sejenisnya tentang usaha ini.
 - d. Permasalahan pedagang Sate cenderung pada permasalahan umum

Peluang Pemanfaatan Dana CSR

Pada pertemuan yang kedua ini penulis mencoba untuk menjelaskan kepada mitra binaan untuk memaparkan peluang pemanfaatan dana CSR. Sebagaimana dinyatakan Porter dan Kramer (2006), tujuan ekonomi dan sosial adalah bertentangan dan terpisah adalah pandangan yang salah. Sebagaimana menurut Archie B Carrol menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan sebagai

satu kesatuan dimana kepedulian perusahaan harus didasari 3 prinsip yang dikenal *Triple Bottom Line* (3 P), yaitu : *profit, people dan planet*, sehingga melalui kebijakan BUMN yang diwajibkan untuk turut serta dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitarnya melalui program PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) dengan cara menyisihkan sebagian laba dari perusahaan. Kebijakan tersebut kemudian diperbaharui dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara no. Kep-236/MBU/2003 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

Kondisi riil beberapa tahun lalu tidak semua perusahaan melaksanakan kewajiban CSR-nya. Perusahaan tersebut menganggap CSR sebagai sebuah pemborosan, karena anggaran perusahaan terserap untuk kegiatan yang tidak mendatangkan keuntungan. Jika dilaksanakan, praktek CSR yang terjadi sekarang ini berindikasi pada praktek *public relation* belaka sehingga terkesan *imagesentris* dan mendahulukan program-program yang bisa dilihat oleh publik (sebagai strategi komunikasi) dibandingkan melihat ke dalam perusahaan yang pada dasarnya memiliki posisi yang sama di dalam stakeholder CSR, yaitu buruh. Di satu sisi mengklaim telah meningkatkan standar sosial dan lingkungan pada proses operasi atau di perusahaan intinya, akan tetapi secara bersamaan menutup mata pada pelanggaran standar perburuhan atau lingkungan yang dilakukan subsidiary atau perusahaan-perusahaan dalam *supplychain* mereka.

Mahmud (2015), Disisi lain implikasi negatif lain muncul manakala program CSR itu sendiri tidak dimanfaatkan oleh masyarakat dengan baik. Bantuan finansial yang didapat oleh masyarakat, justru tidak dipergunakan untuk kepentingan modal usaha, melainkan untuk memenuhi dan membelikebutuhan lain. Hal ini berujung pada tidak meningkatnya kualitas kehidupan masyarakat, indikasinya terlihat pada belum menurunnya angka kemiskinan.

Sehingga pengusaha harus memanfaatkan program CSR ini dengan baik sehingga harapan pemerintah agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dapat terwujud, sebaliknya perusahaan yang mengeluarkan dana CSR juga *image* dimasyarakat meningkat dan kinerja secara keseluruhan juga meningkat.

Penyusunan Proposal

Pada pertemuan ketiga ini penulis mencoba menjelaskan bagaimana membuat proposal sederhana yang dapat menggambarkan keinginan mitra binaan dalam mendapatkan dana CSR. Proposal pengajuan dana ke BUMN ini pada prinsipnya harus berisikan tentang :

1. Pendahuluan, yang berisikan tentang kondisi usaha sekarang yang dilakukan dan permasalahan yang dihadapi serta gambaran singkat kedepan tentang rencana pengembangan usaha apabila mendapatkan dana CSR, serta komitmen pemanfaatan dana CSR

2. Tujuan dan Manfaat, yang berisikan tujuan yang akan dicapai dengan mendapatkan dana CSR ini baik jangka pendek maupun jangka panjang, serta apa manfaatnya setelah mendapatkan dana CSR, apakah dapat meningkatkan kesejahteraan baik kesejahteraan perorangan atau kesejahteraan masyarakat (misal, dapat mengurangi pengangguran)
3. Rencana pengembangan usaha, yang meliputi aspek ekonomi, aspek sosial, aspek hukum, aspek lingkungan, yang semuanya ini dapat meyakinkan BUMN untuk memberikan bantuan dana CSR
4. Penjelasan dan gambar tempat (lokasi), gambar peralatan yang dipergunakan untuk usaha secara lengkap, baik usaha yang sekarang dijalani atau rencana lokasi yang baru bila akan pindah, serta penjelasan kondisi usaha disekitarnya.
5. Gambaran tentang kemampuan untuk pengembalian (arus kas), ini menjelaskan gambaran arus kas sebelum dan sesudah menerima dana CSR, secara sederhana dapat menggambarkan kemampuan untuk pengembalian dana secara teratur dan tertib.
6. Penutup, yang berisikan harapan mitra binaan terhadap BUMN sehingga proposal ini dapat berhasil atau diterima.

Penyusunan Program Pembinaan

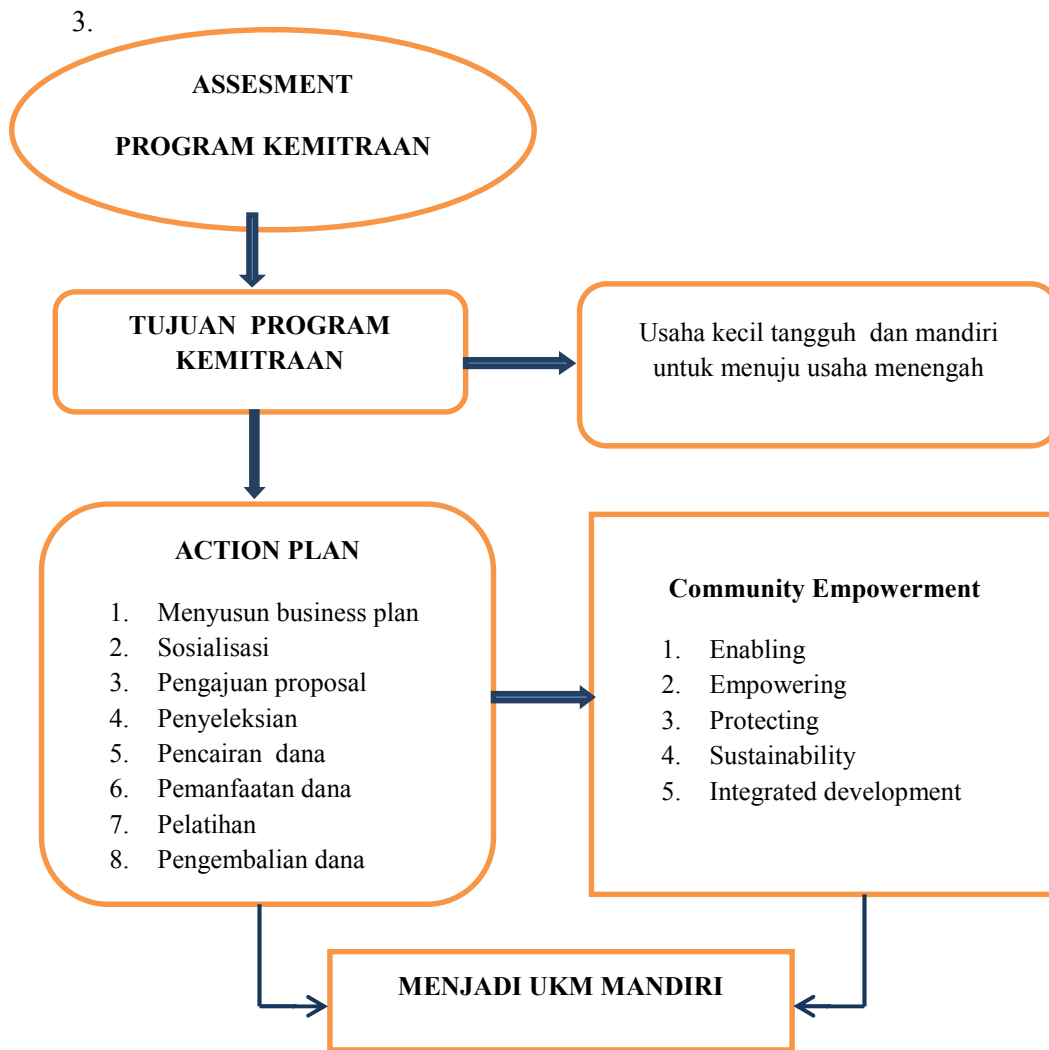
Dalam rangka untuk melakukan pembinaan, maka penulis mencoba untuk mengidentifikasi kebutuhan yang diperlukan untuk meningkatkan pengembangan karakter dan peningkatan kualitas produk dan jasa, yaitu sebagai berikut:

1. Pengajian agama, dengan tema: a) halal dan haram, b). hukum hutang dan piutang, dan c) etika bisnis dalam Islam
2. Pelatihan rumput laut sebagai pengganti bahan pengawet dalam pembuatan bakso
3. Mengundang usaha kecil yang sukses untuk sharing kuncis sukses usaha kecil menjadi usaha menengah
4. Pemasaran produk yang baik
5. Penyuluhan kesehatan,
6. Peningkatan permodalan koperasi paguyuban

Model pembinaan dan pendampingan pemanfaatan dana CSR

Dalam penyusunan model ini ada 2 macam yaitu :

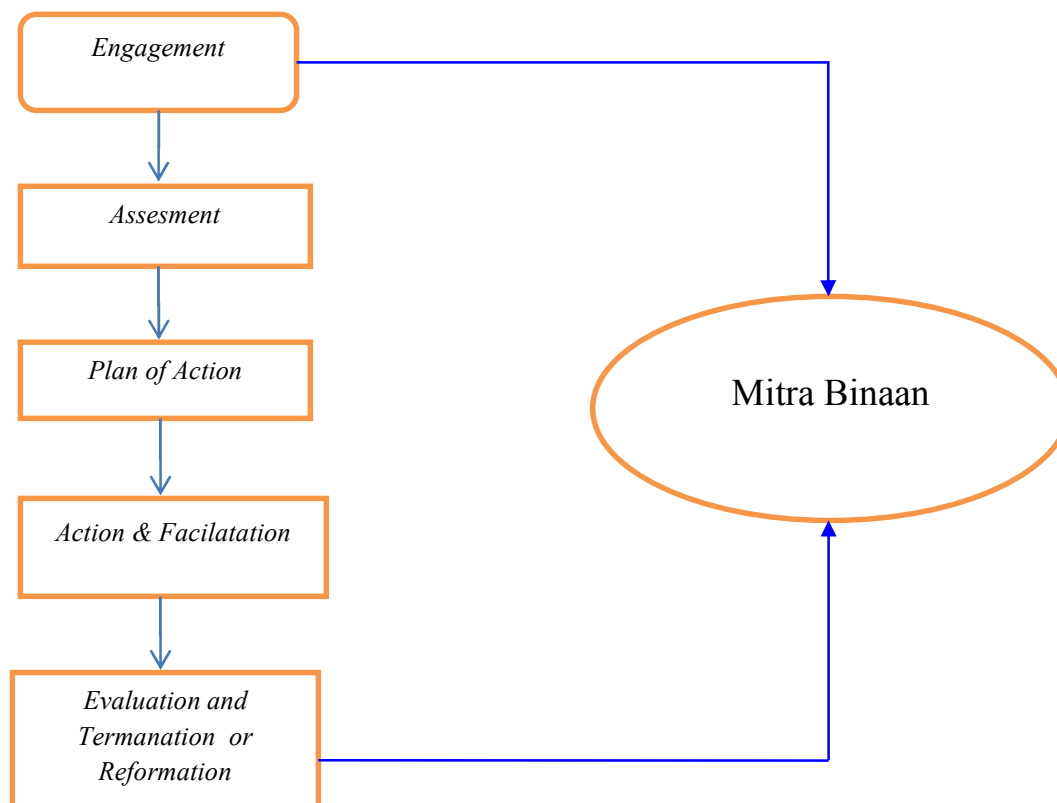
1. Model Pembinaan oleh BUMN kepada Mitra Binaan dan
2. Model pembinaan oleh Fasilitator kepada BUMN. Berikut ini model pembinaan BUMN kepada Mitra Binaan



Model Pembinaan oleh Fasilitator kepada mitra binaan

Lima langkah di bawah ini bisa dijadikan panduan dalam merumuskan program CSR, termasuk *Community Development*.

1. *Engagement*. Pendekatan awal kepada masyarakat agar terjalin komunikasi dan relasi yang baik.
2. *Assessment*. Identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat yang akan dijadikan dasar dalam merumuskan program.
3. *Plan of action*. Merumuskan rencana aksi.
4. *Action and Facilitation*. Menerapkan program yang telah disepakati bersama.
5. *Evaluation and Termination or Reformation*. Menilai sejauh mana keberhasilan pelaksanaan program CSR di lapangan. Bila berdasarkan evaluasi, program akan diakhiri maka perlu adanya semacam penghakhiran kontrak.



SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut, maka dapat disimpulkan: 1) Permasalahan yang terjadi pada mitra binaan PPPSM selain keterbatasan modal usaha juga lebih banyak pada masalah khusus yang berhubungan dengan karakteristik usaha, 2). Pembinaan dan pendampingan kepada mitra binaan PPPSM terus menerus dilakukan dengan model **EAPAE** yang terdiri dari : *a) engagement, b). assesment, c). plan of action, d). action and Facilitation* dan *e). evaluation and Termination or Reformation*, 3). Pembinaan riil harus dilakukan untuk menguatkan karakter pengusaha dan peningkatan kualitas produk dan jasa. Dengan pembinaan dan pendampingan pemanfaatan dana CSR kepada mitra binaan, pemberdayaan masyarakat yang berbasis ekonomi kreatif dapat meningkat untuk menuju Indonesia berkemajuan.

PUSTAKA

- Ambadar, J., 2008. *Corporate Social Responsibility dalam Praktik di Indonesia*. Edisi 1, Penerbit Elex Media Computindo.
- Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 32, 946–967.
- Daniri, Mas Achmad. 2008. “Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”. <http://www.kadin-indonesia.or.id/enm/images/dokumen/KADIN-167-3770-15042009.pdf>. Diakses , 20 Juli 2017.

- Kartasmita, Ginanjar. 1996. *Pembangunan Untuk Rakyat: Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*. Penerbit PT. Pustaka CIDESINDO, Jakarta. Hlm 159-160
- Kuncoro, A., 2006. Corruption and Business Uncertainty in Indonesia. *Asean Economic Bulletin* (April 2006).
- Machmud, S. (2015), Kajian pemanfaatan Dana CSR Sebagai Alternatif Pembiayaan Pembangunan daerah, *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*. Vol. 9 No. 1. 29-44. ISSN. 2433 0633
- Malloney Dennis, (2007). Restorative Community Service: Earning Redemption, Gaining Skills, and Proving Worth, *Reclaiming Children And Youth 15:4 Winter 2007*, Pp. 214–219
- Porter, M.E. & Kramer, M.R. (2006), Strategy and Society the Link Between Competitive advantage and corporate social responsibility, *Harvard Business Review 1 December*
- Saidi, Z & Abidin, H. (2004). *Wacana dan Kedermawanan Sosial di Indonesia*. Jakarta Piramedia.
- 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.
- Stengel, G., (2010). *The Definition of Social Responsibility Needs to Encompass Both Our Business and Personal Side*, (<http://www.ventureneer.com/vblog/definition-social-responsibility-needs-encompass-both-our-business-and-personal-side>)