

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.1. Kajian Pustaka

Penelusuran pustaka tentang model pernyataan kebutuhan, peran dan fungsi tanggung jawab sosial perusahaan dan pendekatan *community development*, dilakukan dengan menelaah literatur yang relevan baik melalui jurnal online dalam dunia maya maupun literatur dalam jurnal cetak serta buku-buku yang berhubungan dengan topik tanggung jawab sosial dan pengembangan, serta pemberdayaan masyarakat yang relevan dengan studi yang akan dilakukan.

Penelusuran topik tersebut diperoleh dari Jurnal Filantropi dan masyarakat Madani “Galang”, *Harvard Business Review on Corporate Responsibility (CSR)* dan Jurnal Online diperoleh melalui Jurnal JSTOR (<http://www.jstor.org>) serta Proquest (<http://www.proquest.org>) yang dapat diakses secara gratis melalui jaringan Universitas. Namun dari pelusuran penulis tidak begitu banyak yang membahas dan memfokuskan penelitiannya pada pengembangan masyarakat dalam koridor topik tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR.

Setelah ditelaah temuan-temuan penting dari hasil studi terdahulu yang berhubungan dengan studi pengembangan masyarakat dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan disarikan dalam beberapa sub topik dibawah ini.

II.1.1. Pola Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Studi-studi tentang pola tanggung jawab sosial perusahaan dalam beberapa studi terdahulu dengan temuan dan kesimpulan sebagai berikut:

1. **Studi Nursahid (2006)**, menyimpulkan bahwa derma yang dilakukan oleh perusahaan BUMN walaupun sudah memiliki aturan ketetapan khusus bagi perusahaan yang termasuk dalam kategori BUMN, masih bersifat “karitas” dari pada melakukan pemberdayaan pada masyarakat. Tujuan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan lebih menonjol kepada pencitraan perusahaan dalam praktek kedermawanannya. Situasi tersebut disebabkan oleh dua kendala yaitu *pertama*, keputusan menteri tentang pelaksanaan program sosial BUMN dan

kedua, manajemen pengelolaan program di tingkat BUMN. Keputusan Menteri (Kepmen) No. Kep-236/MBU/2003 dianggap kurang fleksibel terutama dalam alokasi bidang bantuan yang hanya menyangkut lima bidang yaitu pendidikan, kesehatan, sarana umum, sarana ibadah dan bencana alam sehingga seringkali program tanggung jawab sosial yang dilakukan tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu dalam skema Program Bina Lingkungan yang mengharuskan penyaluran bantuan secara langsung tidak memberikan ruang bagi keterlibatan institusi pendamping seperti dalam umumnya program pengembangan masyarakat. Pada kendala kedua, manajemen pengelolaan yang masih menjadi bagian dari birokrasi perusahaan mengakibatkan penetapan program menjadi “top down” dan minimnya “cetak biru” kebijakan program sehingga pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan hanya didasarkan pada keinginan baik dan dimensi etis yang seringkali tersamar, tidak didasarkan pada tolok ukur pencapaian yang jelas dan sistematis. Selanjutnya sebagai alternatif dalam studi ini menawarkan model yang diusung oleh Porter dan Kramer terutama dalam meningkatkan kontribusi derma sosial perusahaan pada masyarakat.

2. **Dalam studi Suprpto (2006)**, walaupun tidak melihat dari perspektif masyarakat alias dalam perspektif perusahaan melihat pola tanggung jawab sosial perusahaan lokal di Jakarta. Studi ini memberikan gambaran pola tanggung jawab sosial perusahaan lokal dan menemukan ternyata walaupun rata-rata perusahaan memiliki kecenderungan melakukan tanggung jawab sosialnya pada lingkungan internal, dan berorientasi pada kepentingan perusahaan seperti keamanan operasi perusahaan. Namun kecenderungan berbeda pada kategori perusahaan besar di Jakarta, mengaku melakukan kegiatan pengembangan masyarakat dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaannya dengan proporsi cukup besar (60%). Artinya peluang untuk meningkatkan kontribusi pada pengembangan masyarakat bagi perusahaan besar di Jakarta melalui kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan cukup potensial.
3. **Selanjutnya pada temuan Jahja (2006)**, pada studi evaluasi tentang pelaksanaan CSR fokus pada kegiatan tanggung jawab sosial eksternal, menemukan program yang dilakukan dalam program CSR diantaranya adalah

program pemberdayaan masyarakat berdasarkan sektor, seperti pertanian, peternakan dan perikanan. Pemberdayaan masyarakat pada sektor pertanian lebih fokus pada melakukan migrasi horizontal dari pemancing dan pembalak liar menjadi petani dengan melakukan peningkatan kapasitas dalam masalah pengelolaan pertanian. Sedangkan pemberdayaan masyarakat pada sektor peternakan dan perikanan juga dengan memberikan bantuan teknis berupa peningkatan kapasitas dan memberikan model peternakan yang baru atau yang sebelumnya belum pernah dilakukan oleh masyarakat dampingan. Pada kedua sektor pemberdayaan tersebut sebenarnya hanya fokus pada upaya peningkatan ekonomi masyarakat saja. Sehingga kemudian kendala-kendala teknis yang muncul seperti kurangnya bibit dan pakan untuk sektor peternakan dan perikanan serta motivasi masyarakat yang rendah dalam sektor pertanian. Sementara pada sektor-sektor lain seperti kesehatan terjebak pada pengambil alihan peran pemerintah seperti pembangunan pusat layanan kesehatan dan kegiatan kegiatan yang sifatnya satu kali even seperti pemeriksaan kesehatan gratis.

II.1.2. Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

1. **Artikel Smith (2003)** tentang bentuk baru dari kedermawanan perusahaan, sebenarnya hanya menggambarkan perubahan perilaku filantropi dari hanya memberikan *cash* pada organisasi sosial menjadi mengambil peran lebih besar melalui manajemen perusahaan dengan tidak hanya memberikan *cash*. Namun studi ini masih berfokus pada perusahaan dan membahas tentang komunitas dalam arti yang luas melalui isu-isu sosial strategis besar sebagai ranah intervensinya seperti masalah kelaparan, AIDS, reformasi sekolah dan masalah lingkungan serta masalah komunitas dan pembangunan ekonomi. Lebih jauh artikel ini melihat secara naif pengaruh yang diberikan perusahaan pada lingkungan sosialnya.
4. **Porter dan Kramer (2003)** dalam studinya *competitive advantage of corporate philanthropy* memberikan gambaran pemaksimalan kontribusi tanggung jawab sosial perusahaan pada lingkungan sosialnya. Ia membantah anggapan Friedmann bahwa berkontribusi pada lingkungan sosial yang dilakukan perusahaan memiliki dampak yang tidak lebih baik dari pada donor individual. Mereka menyebutkan lima langkah membuktikan kontribusi perusahaan dapat lebih baik melalui lima

langkah. Langkah-langkah tersebut yaitu, seleksi penerima *grant* terbaik, memberi signal pada pendonor-pendonor lain, meningkatkan penampilan penerima *grant*, mengasah pengetahuan dan praktek. Menurut Porter dan Kramer, langkah tersebut merupakan jalan tengah agar tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya murni philantropi atau kedermawanan perusahaan dan tidak hanya berorientasi pada kepentingan bisnis semata. Selanjutnya, juga disimpulkan bahwa jika hubungan peningkatan sosial dengan kepentingan perusahaan semakin tinggi, maka semakin tinggi juga keuntungan ekonomi. Namun sayangnya perspektif dalam studi ini masih dalam perpektif perusahaan.

5. **Pada studi Wilburn (2009)** melihat tanggung jawab sosial perusahaan dalam tataran lingkungan global melalui kemitraan dengan *not-for-profit organization*. Ada tiga strategi dalam membuat proyek secara sosial bertanggung jawab. Pertama adalah menggunakan sumber-sumber informasi elektronik, kedua mengumpulkan informasi tentang isu-isu penting dari organisasi yang sudah terlebih dahulu eksis di daerah dimana proyek tanggung jawab sosial perusahaan akan dilakukan dan yang ketiga adalah mengembangkan skenario yang akan membantu dalam mengidentifikasi kemungkinan konsekuensi negative dari proyek tanggung jawab sosial perusahaan yang akan dilakukan. Studi ini menggambarkan langkah-langkah praktis yang mesti dilakukan dalam rangka bertanggung jawab secara sosial bagi sebuah perusahaan yang akan beroperasi disuatu daerah.
6. **Kartini (2009)** memberikan gambaran dan dimensi CSR yang diimplementasikan di Indonesia, paparan kronologis konsep, persepsi yang selama ini berlaku cukup lengkap. Dari telaah yang dilakukan ternyata Kartini mengagas poin cukup penting dalam perilaku tanggung jawab sosial perusahaan yaitu kemitraan melalui universitas, lembaga swadaya masyarakat dan juga pemerintah dalam satuan geografis kabupaten atau kota.

7.

II.1.3. Studi-studi Tentang Pengembangan Masyarakat dalam CSR

1. **Studi Trebek (2008)** yang mencoba melihat kontribusi perusahaan (istilah Trebeck-*private sector impact*) pada kelompok-kelompok yang terpinggirkan dan daerah-daerah miskin, dari perspektif masyarakat melalui lensa *assets pentagons*

dan pendekatan *livelihood* berkelanjutan pada empat perusahaan besar di Inggris. Studi ini menyimpulkan bahwa kontribusi perusahaan yang paling efektif dan efisien dapat dicapai bila, pada lokasi keberadaan perusahaan secara bersamaan memiliki kesempatan untuk menggambarkan keunggulan relatif dari perusahaan. Kontribusi tersebut bagaimana pun perlu dikualifikasikan menurut dampak potensial yang mengganggu sehubungan dengan operasi inti dan pembatasan CSR. Pembatasan CSR yang disini adalah kegiatan lebih dalam secara sistematis menghasilkan regenerasi (*community development*). Lebih jauh Trebeck menyatakan hanya tipe-tipe aksi tertentu yang dapat diambil oleh perusahaan karena keterbatasan pada parameter-parameter dalam kasus bisnis (tipologi bisnis) dan arena kapasitas perusahaan untuk menyampaikan tidak bisa diremehkan dalam ranah operasinya.

2. **Studi Eweje (2007)** di Nigeria pada perusahaan-perusahaan multinasional yang bergerak di bidang perminyakan menyimpulkan dua hal yaitu: pertama inisiatif kegiatan CSR menjadi tidak berarti jika *host community* tidak merasakan bahwa proyek yang dilakukan telah menciptakan keberlanjutan pembangunan ekonomi, sosial dan lingkungan. Termasuk di dalamnya konflik di Delta Nigeria akan terus berlanjut. Kedua, inisiatif kegiatan CSR dapat berkontribusi secara signifikan jika menciptakan kemajuan lingkungan dan manajemen ekonomi yang didukung oleh institusi pemerintahan. Persoalan pada kasus Nigeria ini dari piramida yang digambarkan bahwa relasi pemerintah dengan *host communities* dan perusahaan dengan *host communities* belum terbangun rasa kepercayaan yang memadai.
3. **Pada studi Manteaw (2007)** melihat kompleksitas masalah yang dihadapi masyarakat di Obuasi Ghana, dimana tanah mereka telah diambil oleh perusahaan, air mereka terpolusi, lahan-lahan pertaniannya telah terkontaminasi racun dan masyarakat tidak memiliki alternatif lain. Sementara inisiatif CSR yang dilakukan adalah *tokenistic*, satu arah dan *top down*, karena itulah ia mempertanyakan pemaknaan pembangunan berkelanjutan dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh Obuasi Mines Ghana dan AngloGold-Ashanti. Studi ini menemukan pentingnya pendekatan agenda CSR, yang perlu melihat berdasarkan pembentukan dan pertukaran pengetahuan diantara *stakeholders*. Selain itu, pemaknaan pembangunan berkelanjutan pada

kontribusi perusahaan dalam terbentuknya komunitas yang berkelanjutan. Keberlanjutan komunitas disini yaitu mempertahankan keberadaan komunitas, sehingga pembangunan berkelanjutan merupakan merupakan masalah tentang masyarakat, bagaimana mereka hidup baik pada daerah dimana mereka tinggal. Kemudian menjadi penting untuk menggunakan pengetahuan guna mengarahkan kekuatan pada pemberdayaan masyarakat lokal untuk mengelola keinginannya. Manteaw mensyaratkan *reversal process*-nya *Chambers* dan kesadaran perusahaan dalam melakukan evaluasi serta hubungan-hubungan yang ada antara perusahaan dengan *shareholders* dan *social shareholders*.

4. **Studi Rama dkk (2009)** melihat pengembangan kapasitas untuk aksi kolektif dan perubahan institusi melalui implementasi CSR. Studi ini menggunakan kerangka kerja *Collective Action Model (CAM)* yang menjelaskan *collective action* pada tiga faktor kunci yaitu struktur kesempatan politik, mobilisasi jaringan dan kerangka proses. Alternatif respon CSR pada tiga hal yaitu pengembangan kapasitas kolaboratif, pengembangan kapasitas organisasi dan pengembangan kapasitas individual. Pada akhirnya mengembangkan kapasitas lingkungan untuk membantu mengembangkan kapasitas organisasi dan dan individual. Temuan penting dari studi ini adalah hubungan timbal balik yang kompleks antara perilaku korporasi dan hasil ditingkat masyarakat, disamping itu, sekaligus dari kelemahan studi ini hanya melihat dampak langsung dan tidak langsung pada pengembangan kapasitas saja.
5. **Studi Griesse (2007)** sedikit berbeda, dimana ia menganalisis CSR berdasarkan pendekatan analisis berbasis dokumen melalui perspektif sejarah. Selanjutnya studi ini menyimpulkan bahwa untuk berkontribusi pada pembangunan pada sebuah area perlu kesadaran dan keterlibatan pada masalah-masalah yang ada di daerah tersebut. Masalah-masalah tersebut tidak terbatas pada masalah ekonomi saja melainkan juga termasuk masalah politik, sosial dan budaya daerah tersebut. Pengalaman panjang Carterpillar di Piracicaba, Brazil, ketika perusahaan menyadari bahwa masalah di tingkat masyarakat juga menjadi masalah perusahaan, membuat perusahaan dapat mengembangkan program-program untuk merespon masalah-masalah tersebut. Catatan penting bagi studi ini adalah

- pentingnya melanjutkan dialog dan kemitraan antara sektor privat dan sektor publik.
8. **Studi Szablowski (2002)** fokus pada dampak kebijakan World Bank dalam hubungan antara perusahaan pertambangan dengan masyarakat di Peru. Hasilnya, secara konsepsi *Derivative's legal field* memegang janji masyarakat lokal untuk merealisasikan beberapa hak pada penghidupan yang ada dan manfaat pembangunan, namun akses untuk mencapai kondisi tersebut tidak dimiliki. Dengan demikian "*The Directive*" telah gagal melindungi kepentingan masyarakat lokal dan bahkan telah menjaga jarak dengan masyarakat terutama pada informasi, aliansi dan sumberdaya-sumberdaya yang dapat membantu masyarakat mencapai tujuannya.
 9. **Studi Fox (2004)** tentang CSR dan pembangunan memfokuskan pada penyelidikan agenda CSR. Studi ini menyimpulkan bahwa agenda kontemporer tanggung jawab sosial perusahaan telah gagal memenuhi kemampuan potensialnya pada pembangunan. Karena itu studi ini menyarankan untuk menyeimbangkan melalui pendekatan pragmatis tanggung jawab bisnis pada keberlanjutan dan kegiatan-kegiatan yang sejalan dengan prioritas-prioritas pembangunan. Dengan menciptakan lingkungan yang kondusif untuk membangun manusia dan kapasitas institusi untuk kebutuhan-kebutuhan pembangunan.
 10. **Stiglitz (2006)** walaupun mengulas tentang sistem global dan kritik-kritiknya pada apa yang berlaku dalam sistem global juga menyinggung sedikit tentang tanggung jawab sosial perusahaan dalam kerangka perusahaan multi nasional. Data-data serta kiat mengatasinya sangat berkaitan dengan realitas sistem ekonomi dunia dan dampaknya di tingkat regional maupun tingkatan yang lebih kecil. Walaupun hubungan cukup jauh dengan pengembangan ekonomi ditingkat kelurahan, setidaknya memberikan gambaran bagi komunitas yang lebih kecil untuk disikapi. Poin penting yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah perlu pengaturan bagi aksi tanggung jawab sosial walaupun Stiglitz masih melihat dari sudut pandang perusahaan.
 11. **Buku Ibrahim (2005)** merupakan hasil studi yang ia lakukan, dari judul sedikit mirip dengan studi yang akan penulis lakukan, namun setelah telaah dilakukan kesimpulannya adalah *stand* teori yang digunakan lebih pada pengembangan

masyarakat pada pemenuhan kebutuhan pokok, redistribusi kekuasaan dan transformasi mengembangkan nilai-nilai untuk mengembangkan perbedaan keberagaman serta kapasitas komunitas dan partisipasi publik dalam pengambilan keputusan. Namun sayang dari kesimpulan dan rekomendasi penelitian menjadi rancu jika dihubungkan dengan konsep pengembangan masyarakat menurut konsep Jim Ife

II.1.4. Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

1. **Artikel Carroll (1999)** tentang evolusi dan pembentukan definisi tanggung jawab sosial perusahaan. Carroll menyebutkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan telah ada sejak tahun 1930-1940an namun era modern dimulai sejak 1950an. Bahasan Carroll dimulai sejak era modern tersebut 50 an, 60 an, 70 an, dan seterusnya per satu dekade. Kesimpulan artikel Carroll adalah definisi CSR berkembang sejak tahun 1970 an dimana pada masa sebelumnya tidak banyak perkembangan definisi CSR dan didominasi formulasi oleh akademisi. Pada era 70an definisi CSR menjadi lebih spesifik dan CSR dikenal dengan *corporate social responsiveness* atau *corporate social performance*. Pada era 80 an mulailah definisi CSR diukur dan studi-studi tentang CSR dilakukan. Dan yang terakhir pada era 90 an perhatian meningkat pada pengukuran inisiatif dan pengembangan teori serta pada masa ini konsep CSR sudah menjadi bagian yang amat penting dalam bahasan bisnis dan praktek.
2. **Buku Ambadar (2008)** sebenarnya merupakan kumpulan tulisan dari beberapa penulis, namun cukup bermanfaat untuk melihat praktik tanggung jawab sosial di Indonesia. Kesimpulan penulis terhadap buku tersebut dari program tanggung jawab sosial perusahaan masih dominan dengan isu-isu strategis besar dalam skop yang juga luas. Dalam konteks wacana pengembangan masyarakat, wacana sudah berkembang kearah pengembangan ekonomi yang lebih memberdayakan masyarakat.
3. **Wibisono (2007)** berusaha membedah konsep dan aplikasi tanggung jawab sosial perusahaan. Namun pembahasan Wibisono dirasakan banyak berkaitan perusahaan dan ekonomi. Begitupun buku ini menggambarkan satu perspektif implementasi tanggung jawab sosial perusahaan yang umumnya dilakukan di Indonesia.

4. **Temuan dalam studi Prayogo (2004)** tentang Konflik Antara Korporasi dan Komunitas program *Community Development* (CD) muncul sebagai masalah obyektif yang menjadi pemicu konflik dan juga muncul sebagai resolusi bagi penyelesaian konflik antara korporasi dengan masyarakat. Artinya, *community development* memiliki peranan penting dalam masyarakat maupun perusahaan. Ketika *community development* tidak dilakukan atau tidak dikelola dengan baik sesuai dengan kebutuhan masyarakat maka akan menjadi persoalan (dalam konteks konflik korporasi – masyarakat) yang merongrong perusahaan. Dalam dimensi resolusi konflik korporasi – masyarakat juga memiliki peran sebagai katup keluaran bagi penyelesaian dalam jangka pendek ataupun jangka panjang bagi perusahaan. Dengan demikian disini pengembangan masyarakat atau *community development* dari sisi perusahaan merupakan alat bukan sebagai suatu proses pengembangan masyarakat dalam artian sesungguhnya. Sementara dari sisi masyarakat konflik dengan perusahaan yang terjadi merupakan bagian proses pengembangan politik masyarakat terhadap lingkungan eksternalnya.

II.1.5. Pengembangan Masyarakat

1. Ife memberikan gambaran cukup lengkap dari konsep sampai dengan aplikatif. Kemudian beliau mengusulkan pendekatan pengembangan masyarakat yang lebih terpadu yaitu pengembangan masyarakat yang meliputi dimensi sosial, ekonomi, politik, budaya, lingkungan dan individu/spiritual. Pengembangan masyarakat terpadu ini menarik bagi penulis untuk melihat implementasi dan kontribusi tanggung jawab sosial perusahaan pada masyarakat.
2. Adisasmita fokus pada topik pembangunan, baik pembangunan pedesaan maupun pembangunan perkotaan. Lebih khusus beliau menyinggung tentang model pembangunan ekonomi melalui model *community development*. *Community development* disini diartikan sebagai pembangunan masyarakat. Model *community development* tersebut meliputi sembilan komponen yaitu; paradigma pembangunan, azas dan prinsip, pendekatan, strategi, kebijakan program, perencanaan pembangunan, sasaran dan tujuan, masyarakat dan pemerintah daerah. Namun tidak dijelaskan apakah model ini ditujukan untuk masyarakat dalam skala kecil atau dalam satuan yang lebih besar.

3. Adi (2007;2008) dalam dua bukunya menyatakan dua hal pertama tentang perencanaan partisipatoris dan intervensi pada komunitas, melihat enam aset komunitas sebagai acuan perencanaan partisipatoris. Keenam aset tersebut adalah modal manusia, modal fisik, modal financial, modal sosial, modal lingkungan dan modal teknologi namun bagi penulis buku ini terkesan sebagai panduan teknis. Pada buku keduanya membahas pemberdayaan masyarakat sebagai upaya pemberdayaan masyarakat. Poin penting dalam buku ini adalah membahas model-model intervensi dan sejarah perkembangan pengembangan masyarakat yang sangat memperkaya pemahaman penulis tetnag pengembangan masyarakat.
4. Rianingsih dan Chambers dalam bukunya sama-sama memberikan waawasan teknis dalam penerapan PRA (participatory Rural Appraisal). Pada Rianingsih lebih banyak pengalaman praktis sekaligus paduan yang hidup (terbuka untuk dimodifikasi) terutama pengalaman di wilayah Indonesia Timur. Poin penting pada kedua buku ini adalah reversal atau *make the last first*.
5. Priyono, Lan dan Usman, ketiganya membahas dalam topik pembangunan. Priyono memabahas dalam konteks pemberdayaan yang lebih pada pengalihan kekuatan atau kekuasaan untuk memberi kemampuan atau keberdayaan. Sedangkan Lan, sebenarnya merupakan tulisan tentang wawancaranya dengan Adi sasono. Poin penting dari buku ini adalah melihat kemiskinan dari beberapa dimensi yaitu; rendahnya kesejahteraan, rendahnya akses sumber daya, rendahnya kesadaran kritis, rendahnya partisipasi dan rendahnya posisi tawar. Sedangkan pada Usman, poin pentingnya adalah pembangunan masyarakat tidak terlepas dari pengaruh global, karena itu pemberdayaan atau pembangunan daerah sekurang-kurangnya memperhatikan pertama kontribusi ril yang diharapkan pemerintah pusat dalam proses pembangunan dasar, kedua, aspirasi masyarakat daerah terutama pada refleksi prioritas pembangunan daerah serta yang ketiga adalah keterkaitan antar daerah dalam perekonomian dan politik. Ketiga buku tersebut membicarakan pengembangan masyarakat dalam tataran pembangunan dalam skup daerah atau regional dan nasional.

Berdasarkan kajian-kajian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa kajian tanggung jawab sosial perusahaan yang melihat dampaknya pada pengembangan masyarakat secara utuh masih terbilang jarang. Kegiatan tanggung jawab sosial

perusahaan masih kental dengan tujuan perusahaan sebagai bagian dari upaya-upaya memperbaiki citranya dalam komunitas, baik dalam artian sempit ataupun luas. Jika kegiatan tanggung jawab sosial dilakukan dengan pendekatan *community development* masih cenderung menggunakan pendekatan top down dalam mendefinisikan intervensi CSR yang dilakukan. Sering kali pemahaman tentang komunitas diterjemahkan dalam makna yang sangat luas sehingga kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan berpusat pada isu-isu strategis besar sehingga tataran aktivitas kurang menyentuh lingkungan sosial terdekat dari perusahaan yaitu komunitas dalam satuan geografis seperti kelurahan atau kecamatan di lingkungan sekitar perusahaan.

II.2. Kerangka Konseptual

II.2.1. Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Pengembangan Masyarakat

Tanggung jawab sosial perusahaan sebagai sebuah definisi merupakan isu yang telah berkembang dan berevolusi sejak tahun 1930an (Carroll, 1999) dan sepertinya terus berkembang hingga saat ini. Sebagai akibat dari perkembangan tersebut hingga saat ini tanggung jawab sosial perusahaan tidak memiliki satu definisi atau definisi tunggal (Wibisono, 2007). Dalam kaitannya dengan kontribusi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pengembangan masyarakat sulit kiranya mengadopsi salah satu definisi tentang tanggung jawab sosial perusahaan mengingat evolusi dan perkembangan pembentukan definisi berkembang menurut sudut pandang yang bervariasi.

Ada beberapa definisi yang dianggap relevan dengan studi model pernyataan kebutuhan, peran dan fungsi tanggung jawab sosial perusahaan dalam pengembangan masyarakat. Diantaranya adalah yang didefinisikan oleh The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dimana tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai:

“continuing commitment by business to behave etically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of lokal community and societal at large” (dalam Wibisono, 2007).

Maksud dari WBCSD adalah, komitmen dunia usaha untuk bertindak secara etis berkontribusi pada pembangunan ekonomi bersamaan dengan meningkatkan kualitas hidup pekerja dan keluarga serta komunitas lokal dan masyarakat dalam artian luas.

Selain itu, *World Bank* juga memiliki pandangannya terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut pandangan *World Bank*: tanggung jawab sosial perusahaan merupakan:

“the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the lokal community and society at large to improve quality of life, in ways that are good for business and good for development”.

Fokus dari definisi world bank ini adalah pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup melalui cara keseimbangan kepentingan bisnis dan pembangunan.

Sedangkan Komisi Eropa (2001) mendefinisikan sebagai konsep dimana perusahaan mengintegrasikan perhatiannya pada masalah sosial dan lingkungan dalam operasi bisnisnya serta interaksinya dengan *stakeholder*. *Stake holder* disini yang dimaksudkan adalah *community, people, market place*. *Community* menyangkut masyarakat lokal dan masyarakat dalam artian luas, sedangkan *People* menyangkut pekerja dalam perusahaan dan lingkungan serta *market place* termasuk di dalamnya *customers, supplier* dan *investor* ('Holdsworth').

Lebih jauh dalam *green paper*-nya Komisi Eropa memilah dalam dua dimensi yaitu pertama, dimensi internal yang mencakup human resources, kesehatan dan keselamatan kerja, adaptasi terhadap pengelolaan dan perubahan dampak lingkungan serta sumber daya alam. Kedua, dimensi eksternal yang mencakup didalamnya adalah pemberdayaan komunitas lokal, partner usaha pemasok dan konsumen, hak azasi manusia dan permasalahan lingkungan global.

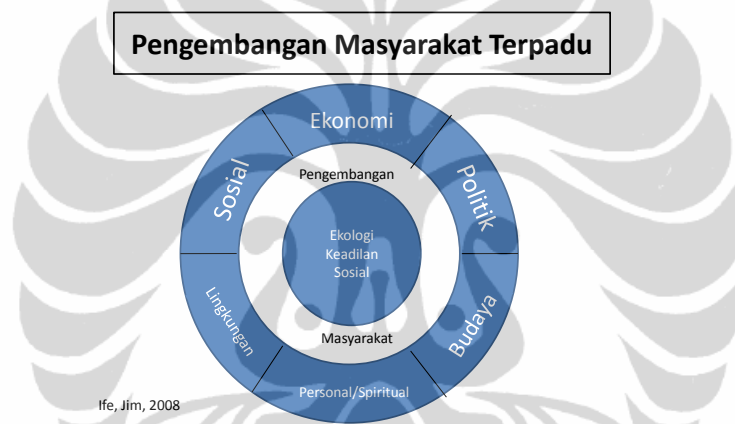
Dalam prakteknya kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan biasanya merujuk pada definisi yang banyak sekali modanya. Menurut Dahlsrud, dari hasil uji statistiknya terhadap 37 definisi tanggung jawab sosial perusahaan memiliki konsistensi pada lima dimensi yaitu ekonomi, sosial, lingkungan, pemangku kepentingan dan sifat voluntary atau sukarela (dalam Jalal, 2008). Dalam dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan, pelaksanaannya memperhitungkan keseimbangan ketiga dimensi ini dengan fokus pada kemajuan ketiga dimensi tersebut. Dalam

dimensi pemangku kepentingan, perusahaan dalam melaksanakan program tanggung jawab sosialnya memperhatikan pemangku kepentingan internal dan eksternalnya dengan fokus pada kepentingan kedua pemangku kepentingan tersebut. Dan voluntari yang dimaksud disini adalah dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya perusahaan berusaha mematuhi seluruh regulasi dan melampaui sejauh mungkin.

Sementara itu, istilah *community development* atau pengembangan masyarakat secara konsepsi juga mengalami perkembangan. Oleh karena itulah tidak mengherankan jika banyak sekali definisi tentang pengembangan masyarakat sempat muncul ke permukaan. Menurut catatan Adi (2008), istilah pengembangan masyarakat berawal di Inggris dalam intervensinya di daerah-daerah koloni dengan nama “pendidikan massa” yang diusung oleh beberapa ahli seperti Brokensha dan Hodge. Pada masa itu “pendidikan massa” memiliki tiga tujuan yaitu meningkatkan kondisi penghidupan dan kesehatan masyarakat, meningkatkan taraf hidup masyarakat dan mengembangkan institusi politik dan kekuasaan politik pada daerah koloni sebagai persiapan untuk menjadi daerah yang mandiri. Secara singkat pada era tersebut pengembangan masyarakat didefinisikan sebagai suatu gerakan yang dirancang guna meningkatkan taraf hidup keseluruhan masyarakat melalui partisipasi aktif dan inisiatif dari masyarakat. Kemudian Dunham (dalam Adi, 2008) juga mengembangkan definisi tentang pengembangan masyarakat, ia mendefinisikan pengembangan masyarakat sebagai upaya terorganisasi yang dilakukan guna meningkatkan kondisi kehidupan masyarakat, terutama melalui upaya yang kooperatif dan mengembangkan kemandirian dari masyarakat pedesaan yang dilakukan melalui bantuan teknis dari pemerintah atau lembaga-lembaga sukarela.

Sedikit berbeda, Ife (2008) mengungkapkan istilah pengembangan masyarakat dilatarbelatangi oleh krisis dalam negara-negara kesejahteraan, dimana pada masa krisis tersebut pada negara-negara kesejahteraan dalam masyarakat barat sudah tidak sanggup memberikan janji-janjinya pada paska perang, sehingga layanan berbasis masyarakat merupakan alternatif. Lebih jauh Ife mencatat, perkembangan pengembangan masyarakat dalam perspektif ekologis dan perspektif keadilan sosial dan hak azasi manusia. Namun beliau melihat kelemahan-kelemahan dalam masing masing perspektif, sehingga kemudian mencoba menawarkan alternatif baru dengan nama pengembangan masyarakat yang terpadu.

Menurut Ife (2008), pengembangan masyarakat yang terpadu memiliki tujuan untuk membangun kembali masyarakat sebagai tempat pengalaman penting manusia, memenuhi kebutuhan manusia, membangun kembali struktur, ekonomi, birokrasi, elit dan lain-lain. Pengembangan masyarakat ini memiliki enam dimensi pengembangan penting untuk menciptakan masyarakat yang sehat dan mencapai level pengembangan masyarakat yang tinggi. Dimensi-dimensi pengembangan itu adalah; dimensi pengembangan sosial, pengembangan ekonomi, pengembangan politik, pengembangan budaya, pengembangan lingkungan dan pengembangan individu/spiritual. Secara lebih sederhana tentang keenam dimensi tergambar dalam diagram berikut:



Gambar II- 1 Pengembangan Masyarakat Terpadu

Lebih jauh Ife (2008) menjelaskan bahwa dalam situasi tertentu dimensi-dimensi tersebut memiliki prioritas yang tidak sama dalam masyarakat, tetapi dalam masyarakat manapun akan berusaha mengembangkan keenam dimensi tersebut pada tingkatan yang berbeda-beda.

Titik singgung konsepsi tanggung jawab sosial perusahaan dan pengembangan masyarakat dalam studi ini adalah masyarakat. Masyarakat dalam konsep tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan definisi-definisi di atas menyangkut beberapa isu. Pertama, meningkatkan kualitas hidup masyarakat lokal dan masyarakat dalam artian luas. Kedua, pembangunan ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat lokal dan masyarakat dalam artian luas. Ketiga, merupakan wujud perhatian perusahaan pada persoalan sosial dan lingkungan dalam interaksi dengan

masyarakat. Sementara pengembangan masyarakat merupakan konsepsi dalam mengembangkan masyarakat. Dalam konteks studi kali ini pengembangan masyarakat model Ife tidak diadopsi semua dimensi-dimensi pengembangannya, tetapi dibatasi hanya pada tiga dimensi yaitu dimensi pengembangan sosial, dimensi pengembangan ekonomi dan dimensi pengembangan lingkungan. Pembatasan ini dilakukan untuk mempersempit perhatian studi, selain itu juga sebagai penyesuaian dengan moda kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan PT PJA.

II.2.2. Model Pernyataan Kebutuhan, Kondisi Partisipasi, Kesadaran, Peningkatan Kapasitas dan Perubahan Dalam Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Telah diulas di atas tentang definisi tanggung jawab sosial perusahaan dan pengembangan masyarakat. Benang merah tanggung jawab sosial perusahaan dan pengembangan masyarakat adalah masyarakat. Dalam tanggung jawab sosial perusahaan, terutama pada lingkungan eksternal, yang menjadi tujuan dan target program atau implementasi tanggung jawab sosial perusahaan adalah masyarakat, sementara bagi masyarakat program tanggung jawab sosial perusahaan merupakan input bagi pengembangan masyarakat itu sendiri. Tanggung jawab sosial perusahaan dalam pengembangan masyarakat ini melihat kontribusi dalam pengertian sebagai kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan pada lingkungan eksternalnya.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan pada masyarakat lokal ataupun masyarakat dalam artian luas merupakan kegiatan pada lingkungan eksternal perusahaan. Kegiatan tersebut merupakan bentuk intervensi perusahaan dalam merespon lingkungan sekitar perusahaan. Intervensi yang dilakukan oleh PT PJA dalam studi ini dibatasi pada program Ancol Sayang Lingkungan (ASL), *Teens Go Green* dan Sekolah Rakyat Ancol (SRA) (Ancol, CSR Report, 2007: 49-61). ASL merupakan program kegiatan peningkatan kapasitas masyarakat di bidang ekonomi memanfaatkan tanaman obat dan pangan, pendaurulangan sampah organik menjadi kompos, pendaurulangan kertas bekas sekaligus juga merupakan media peningkatan pendapatan (*income generating*). *Teens Go Green* merupakan program kolaborasi PT PJA bersama Yayasan Kehati dan Dikmenti, di sini peran PT PJA adalah memfasilitasi kegiatan pengembangan dan komitmen siswa melalui pendidikan dan

pelatihan lingkungan. Sedangkan SRA merupakan kegiatan tanggung jawab sosial PT PJA yang bekerja sama dengan Yayasan Sekolah Rakyat dalam meningkatkan kesempatan untuk memperoleh pendidikan bagi kelompok yang kurang beruntung atau miskin. Kontribusi PT PJA berupa pembiayaan fasilitas pendidikan, guru sampai dengan transport siswa dan yang menjadi target group SRA ini adalah anak-anak dari keluarga yang masuk dalam golongan kurang mampu atau miskin. Program atau kegiatan tersebut tentunya melalui proses perencanaan sebagai *input*, kemudian pelaksanaan dari rencana tersebut sebagai proses dan tujuan kegiatan tanggung jawab sosial PT PJA sebagai output atau hasil yang ingin dicapai.

Dalam proses perencanaan suatu program yang dilakukan pada masyarakat tentu berkaitan dengan kebutuhan-butuhan pada masyarakat tersebut, karena untuk itulah program biasanya dilakukan. Bradshaw (dalam Ife, 2008: 151-152) membagi kebutuhan dalam empat kategori, yaitu: *pertama*, kebutuhan yang normatif, yaitu kebutuhan yang didefinisikan dari beberapa otoritas yang biasanya memiliki standar tertentu. *Kedua*, kebutuhan yang dirasakan, yaitu kebutuhan yang dialami oleh orang-orang yang bersangkutan. *Ketiga*, kebutuhan yang diekspresikan, merupakan kebutuhan yang diekspresikan oleh orang-orang yang mencari suatu bentuk layanan. *Keempat*, kebutuhan komparatif, yaitu kebutuhan yang diduga dari perbandingan provisi layanan dengan norma-norma nasional maupun regional. Walaupun kategori kebutuhan tersebut masih kuat penentuannya oleh para ahli atau pakar, namun dalam studi yang akan dilakukan dapat dijelaskan dari pengalaman masyarakat yang terlibat dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan.

Masih berbicara tentang kebutuhan, Ife (2008: 154-157) mengungkapkan ada empat model pernyataan kebutuhan, seperti pada table dibawah ini:

Tabel II- 1 Pernyataan Kebutuhan

Pernyataan Kebutuhan	Kepentingan/Nilai Penentu Kebutuhan	Kepakaran Penentu Kebutuhan	Basis Informasi
Ditentukan oleh Populasi	Kepentingan yang dirasakan masyarakat	Terbatas pada pengetahuan yang tersedia melalui media, dsb. Dan kontak-kontak pribadi	Persepsi masyarakat dan pengalaman teman-teman dan jaringan sosial

Pernyataan Kebutuhan	Kepentingan/Nilai Penentu Kebutuhan	Kepakaran Penentu Kebutuhan	Basis Informasi
Ditentukan oleh Konsumen	Kepentingan diri sendiri dalam definisi kebutuhan	Pengalaman pribadi tentang masalah dan dampaknya	Pengalaman sendiri, pengetahuan orang lain dalam keadaan serupa
Ditentukan oleh Pemberi Layanan	Kepentingan sebagai penyedia layanan, komitmen kepada seluruh masyarakat, keamanan lapangan kerja bagi diri sendiri	Keahlian sesuai dengan pendidikan dan pengalaman	Pengetahuan pribadi masyarakat, juga kemampuan melihat dalam perspektif yang lebih luas
Ditentukan dengan Penyimpulan	Beragam sesuai dengan politik, dsb.	Kepakaran khusus dalam analisis dan penafsiran data	Basis data yang luas, tetapi mungkin tidak mempunyai pengetahuan pribadi tentang masyarakat

Matriks di atas menjelaskan bagaimana kebutuhan didefinisikan dalam masyarakat, mengidentifikasi apa yang terjadi dalam pendefinisian kebutuhan pada tingkat masyarakat atau komunitas.

Lebih jauh pikiran Ife (2008) menyangkut isi dari kebutuhan-kebutuhan tersebut. Pendefinisian kebutuhan seyogyanya juga menyangkut pertimbangan tujuan-tujuan keadilan sosial dan Hak Azasi Manusia (HAM). Pendefinisian kebutuhan dalam perspektif ini mengacu pada masalah-masalah kebutuhan yang seharusnya dimiliki masyarakat seperti pangan, papan, air dan kebutuhan dasar lainnya. Analisis struktural diperlukan dalam menentukan isi dari kebutuhan-kebutuhan tersebut, terutama untuk menghindari kebutuhan tersebut menjadi komoditas bagi sektor swasta. Ketika kebutuhan dijadikan komoditas bagi sektor swasta, semangat keadilan sosial dan HAM menjadi termarjinalkan.

Selain perencanaan yang menyangkut kebutuhan, pengalaman masyarakat yang terlibat dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dalam studi ini juga melihat pada tahapan pelaksanaan tanggung jawab sosial tersebut. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kelanjutan dari proses perencanaan yang sebelumnya dilakukan. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai

sebuah program atau kegiatan intervensi pada masyarakat dapat dijelaskan dalam pengalaman penerima manfaat serta pihak-pihak lain ditingkat masyarakat yang mungkin terlibat secara intensif. Pengalaman masyarakat dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan menyangkut persoalan partisipasi, kesadaran masyarakat, kemampuan atau kapasitas masyarakat dan perkembangan atau perubahan yang dialami dalam masyarakat tersebut.

Berkaitan dengan kondisi partisipasi, Ife (2008: 309-312) menjelaskan ada lima kondisi yang mendorong terjadinya partisipasi yaitu: *pertama*, apabila isu atau aktivitas yang dilakukan penting. *Kedua*, aksi yang dilakukan membawa perubahan. *Ketiga*, adanya penghargaan dan pengakuan terhadap berbagai bentuk partisipasi. *Keempat*, adanya kemampuan berpartisipasi dan dukungan terhadap partisipasinya. Terakhir yang *kelima*, adalah kondisi struktur dan proses tidak mengucilkan. *Kelima*, kondisi ini dapat menjelaskan partisipasi berdasarkan pengalaman masyarakat dalam kaitannya dengan pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial PT PJA. Akan terungkap kemudian bagaimana masyarakat sekitar PT PJA menangkap pelaksanaan tanggung jawab sosial PT PJA. Dorongan masyarakat untuk berpartisipasi karena program yang diusung dianggap penting oleh masyarakat sekitar, akan membawa perubahan, penghargaan terhadap apapun bentuk partisipasi, kemampuan berpartisipasi yang memadai atau ada proses dan struktur yang mendorong masyarakat sekitar untuk berpartisipasi.

Selain itu, Ife (2008: 306) juga membicarakan tentang permasalahan-permasalahan partisipasi, terutama partisipasi dalam pengambilan keputusan. Masalah partisipasi tersebut adalah tokenisme, dimana minimnya kekuasaan masyarakat untuk mempengaruhi keputusan, sementara masyarakat tersebut diminta pendapatnya atau seharusnya berkepentingan terhadap keputusan yang diambil. Bentuk lain tokenisme berupa kooptasi organisasi atau pembuat keputusan untuk menghindari ancaman terhadap eksistensi dan stabilitasnya. Kondisi ini biasanya mendorong untuk melakukan partisipasi hanya sebagai simbol.

Berkaitan dengan kesadaran, Ife (2008: 145-152) juga menjelaskan tentang peningkatan kesadaran. Lebih lanjut dijelaskan ada empat aspek dalam peningkatan kesadaran yaitu aspek personal dan politik, hubungan dialogis, berbagi pengalaman “penindasan” serta membuka peluang-peluang untuk melakukan tindakan. Aspek

pengalaman personal dalam konteks disini adalah pengalaman personal yang dirugikan dilihat dalam konteks struktural yang lebih luas sehingga terhubung antara pengalaman personal dan politik yang kemudian membangun kesadaran. Hubungan dialogis, dimana kesadaran terbangun dari interaksi bukan berdasarkan doktrinasi atau pemaksaan. Sementara kesadaran dari berbagi pengalaman “penindasan” merupakan kesadaran kolektif, dan peningkatan kesadaran yang membuka peluang tindakan merupakan kesadaran yang membuahkan aksi perubahan. Pengalaman masyarakat yang terlibat dalam intervensi perusahaan melalui kegiatan atau program tanggung jawab sosial PT PJA dapat dijelaskan melalui empat aspek peningkatan kesadaran di atas. Peningkatan kesadaran merupakan inti dari pengembangan masyarakat. Aspek peningkatan kesadaran tersebut menjelaskan dalam pengalaman-pengalaman masyarakat atau penerima manfaat dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Pada program Ancol Sayang Lingkungan (ASL) misalnya, dapat menjelaskan peningkatan kesadaran pentingnya lingkungan dan berkembang pada kesadaran untuk peluang-peluang aksi yang berdampak pada peningkatan *income*. Pada program pendidikan setidaknya menggugah kesadaran pentingnya pendidikan, demikian juga dalam program *teens go green* yang fokus terhadap masalah lingkungan. Jadi peningkatan kesadaran disini merupakan kesadaran-kesadaran yang muncul dalam ketiga program yang menjadi perhatian dari studi ini, yaitu peningkatan kesadaran terhadap diri masyarakat sendiri maupun lingkungan dimana mereka berada.

Pada persoalan peningkatan kapasitas atau kemampuan masyarakat menjelaskan peningkatan kemampuan masyarakat dalam keterlibatannya dalam kegiatan program tanggung jawab sosial perusahaan. Pengalaman-pengalaman masyarakat tersebut terkelompok berdasarkan kategori kegiatan tanggung jawab sosial dimana mereka terlibat, dalam kegiatan peningkatan pendapatan misalnya, pengalaman terlibat dalam pelatihan baik secara formal maupun informal. Dalam kegiatan ASL misalnya pengenalan teknologi pendaurulangan sampah organik dan pembuatan kertas daur ulang merupakan bentuk-bentuk peningkatan kapasitas masyarakat dalam tanggung jawab sosial PT PJA. Peningkatan kapasitas tidak saja melalui pendekatan pendidikan, pertukaran informasi yang mengakibatkan sebuah proses pelaksanaan tanggung jawab sosial menjadi lebih baik, lebih berpihak pada

kelompok yang termarginalkan dan dapat berupa terstimulasinya kegiatan ditingkat masyarakat sehingga berpotensi kepada keberlanjutan program.

Selain itu persoalan yang juga cukup penting adalah *output*, yang merupakan hasil dari kegiatan tanggung jawab sosial PT PJA. Dalam studi ini, hasil dalam pengalaman masyarakat merupakan perubahan-perubahan yang terpantau oleh masyarakat baik dalam lingkup individu ataupun masyarakat secara umum yang diungkapkan dan dirasakan sebagai pengalamannya dalam keterlibatannya dalam aktivitas yang ditawarkan dalam program tanggung jawab sosial PT PJA. Perubahan atau perkembangan tersebut bisa berupa perubahan yang positif maupun yang negatif dalam perspektif masyarakat. Namun juga perubahan yang positif bagi masyarakat atau individu belum tentu positif bagi pengembangan masyarakat itu sendiri.

II.2.3. Peran dan Fungsi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Pengembangan Masyarakat

Kegiatan tanggung jawab sosial seringkali dibatasi oleh kepentingan-kepentingan perusahaan dalam memecahkan persoalan-persoalan sosial. Dalam Studi Fitch (1976) menyimpulkan bahwa perusahaan dapat mencapai tanggung jawab sosialnya jika ia mencoba untuk mengidentifikasi dan memecahkan masalah-masalah sosial dimana mereka secara intim terlibat dan ketika kemungkinan untuk memperoleh profit terbuka atau tersedia. Bahkan berpotensi untuk mencegah masalah-masalah sosial di masa mendatang dengan secara hati-hati menentukan tujuan pada area tanggung jawabnya yang lebih luas pada masyarakat, melalui analisis yang cermat sebagai konsekuensi tujuan-tujuan tanggung jawab sosial. Kunci efektifitas tanggung jawab sosial perusahaan adalah teori dan teknologi. Teori digunakan untuk mengidentifikasi dan mendefinisikan masalah sosial dan teknologi sebagai aplikasi dari teori pada definisi, identifikasi dan solusi menjawab masalah-masalah sosial.

Disini tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai usaha-usaha serius untuk memecahkan masalah-masalah sosial yang disebabkan oleh perusahaan baik sebagian ataupun keseluruhan. Keterbatasan-keterbatasan pada sisi perusahaan bukan merupakan persoalan dalam masyarakat, melainkan merupakan persoalan pemaknaan tanggung jawab sosial perusahaan oleh pihak perusahaan. Singkat kata dapat dikatakan tanggung jawab sosial perusahaan sangat tergantung dari

pengetahuan, penerjemahan makna tanggung jawab sosial oleh perusahaan. Pemaknaan tanggung jawab sosial yang dangkal oleh perusahaan kemudian berdampak menjadi dominasi kegiatan-kegiatan yang karitatif sifatnya (lihat lebih jauh pada studi Nursahid, 2006; Suprpto, 2006; Jahja, 2006).

Perusahaan dalam memaksimalkan kegiatan tanggung jawab sosialnya telah banyak diulas dalam beberapa studi. Salah satu studi yang pernah dilakukan adalah studi Porter dan Kremer (2003: 27-64), melihat tanggung jawab sosial perusahaan bisa dimaksimalkan pemanfaatannya melalui serangkaian kegiatan di internal perusahaan seperti memilah penerima *grant*, memberi sinyal pada donor lain untuk berkolaborasi, meningkatkan kemampuan penerima *grant*, mempertajam pengetahuan dan praktek sehingga pada akhirnya tercipta keseimbangan kontribusi sosial dan ekonomi. Pada alternatif yang ditawarkan oleh Porter dan Kramer, peran perusahaan berada di tataran baris kedua, dimana porsi ini mirip dengan yang dilakukan oleh lembaga-lembaga donor pada umumnya lakukan. Kelemahannya terhadap pengembangan masyarakat adalah tergantung dengan visi dan misi penerima *grant* dan mungkin menjadi sangat sektoral pendekatannya atau sebagai bentuk kegiatan yang konvensional menurut istilah Ife. Dengan demikian jelaslah pandangan Porter dan Kremer melihat dari perspektif perusahaan bukan dari perspektif masyarakat.

Dalam studi lain yang dilakukan oleh Kapelus (2002), pada negara yang sedang berkembang (Afrika Selatan) menyimpulkan tiga hal yaitu asumsi dasar, pemahaman tentang komunitas dan praktek pembangunan lokal serta pendekatan pada kebijakan publik dan strategi pembangunan. Pada asumsi dasar ini, lebih melihat pada sisi perusahaan mengenai maksimalisasi nilai pada pemegang saham dan persetujuan moral pada pemangku kepentingan (pemegang saham - komunitas lokal). Pada manajemen kedua perusahaan yang menjadi objek penelitian cenderung menghindari ketegangan baik pada tataran teori moral maupun praktis. Situasi sangat kontras diekspresikan oleh pengkritik (istilah Kapelus "*detractors*") yang mengatakan usaha-usaha perusahaan dalam memaksimalkan keuntungan pada pemegang saham telah menganggangi obligasinya pada pemangku kepentingan (masyarakat). Pada studi tersebut pemahaman tentang komunitas sebagai MTA (*Mbonambi Tribal Authority*) yang merupakan badan yang dibentuk terdiri dari elit-elit. Penyederhanaan ini mengakibatkan pembatasan tanggung jawab sosial perusahaan dan juga

mengakibatkan meningkatkan permintaan (daerah-daerah lain) yang sudah pasti menambah pembiayaan dan pada akhirnya mengakibatkan pengurangan keuntungan. Pada pengembangan masyarakat lokal sebagai akibat dari pemilihan definisi di atas, kedua perusahaan tidak merespon kebutuhan, melainkan klaim bahwa proyek yang mereka lakukan telah memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan dan merespon keinginan masyarakat yang dilegitimasi oleh elit-elit lokal serta penerimaan pasif dari masyarakat lokal. Pada kebijakan publik dan strategi pembangunan, perhatian tanggung jawab sosial perusahaan tidak saja membantu komunitas lokal, melainkan sudah berkembang mengambil alih peran pemerintah melalui program tanggung jawab sosial yang dilakukan.

Tidak banyak studi yang melihat kontribusi perusahaan dari perspektif masyarakat, dalam kajian pustaka penulis menemukan studi Trebeck (2008) tentang keuntungan relatif: eksplorasi dampak sektor privat pada kelompok-kelompok kurang beruntung dan daerah-daerah miskin di Inggris. Dalam studi ini, kontribusi sektor privat (perusahaan) pada pengembangan masyarakat dilihat dari segilima (pentagon) asset yaitu kapital financial, natural kapital, human kapital, sosial kapital dan kapital fisik serta pendekatan *sustainable livelihood*. Penggunaan *asset pentagon* menurut penulis memiliki kelemahan diantaranya melihat persoalan ditingkat masyarakat melalui potensi yang dimiliki masyarakat saja, kurang berbicara lebih jauh persoalan-persoalan yang ada ditingkat masyarakat seperti misalnya masyarakat memiliki persoalan terhadap akses kepada salah satu kapital tidak diungkap. Ini mungkin karena studi yang dilakukan di negara maju sehingga akses bukan merupakan persoalan utama. Kelemahan lain dalam studi ini adalah tidak melihat hubungan antar modal-modal yang ada di tingkat masyarakat, seakan-akan modal-modal yang ada ditingkat masyarakat tersebut berdiri sendiri.

Pengembangan masyarakat dalam studi kali ini seperti dijelaskan sebelumnya menggunakan model yang digunakan Jim Ife (2008: 409-492), melihat tiga dari enam dimensi. Fokus pada ketiga dimensi atau aspek tersebut adalah aspek pengembangan sosial, aspek pengembangan ekonomi dan aspek pengembangan lingkungan. Peran tanggung jawab sosial PT PJA akan dijelaskan dalam aspek pengembangan sosial, pengembangan ekonomi dan pengembangan lingkungan.

Dalam aspek pengembangan sosial, peran tanggung jawab sosial perusahaan dalam pengembangan masyarakat dijelaskan dalam empat kategori kegiatan yaitu pengembangan pelayanan, balai masyarakat, perencanaan sosial dan semangat sosial. Pada pengembangan pelayanan menyangkut persoalan proses dan persoalan struktural. Proses disini mencakup identifikasi kebutuhan-kebutuhan sosial dan tersedianya struktur serta pelayanan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Sedangkan persoalan struktural merupakan analisis situasi sosial setempat terhadap kelompok mayoritas-minoritas, kelas, gender dan lain-lain. Balai masyarakat merupakan kegiatan sentra aktivitas lingkungan sebagai basis segala kegiatan masyarakat yang menjalankan peran dan fungsinya bagi masyarakat. Dan yang terakhir adalah semangat sosial merupakan bagian dari pengembangan sosial yang fokus pada kualitas interaksi sebagai proses dalam masyarakat, Ketiga program besar PT PJA sebagai program kegiatan tanggung jawab sosialnya akan diteropong melalui empat kategori kegiatan dalam pengembangan sosial tersebut, kemudian dalam aspek sosial akan jelas tergambar bentuk pengembangan pelayanan, juga proses dan analisis strukturalnya. Balai masyarakat sebagai pusat kegiatan masyarakat menjelaskan bagaimana kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan menyentuh pertukaran informasi maupun media belajar bersama masyarakat. Perencanaan sosial menjelaskan kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan dalam konteks perencanaan yang dilakukan, perencanaan tidak saja menyangkut dengan kegiatan tanggung jawab sosial PT PJA melainkan juga aspek-aspek pengembangan masyarakat lain. Semangat sosial menjelaskan bagaimana kegiatan tanggung jawab sosial dapat memperkuat kualitas interaksi terutama dalam proses terwujudnya pelayanan sosial atau kemanusiaan.

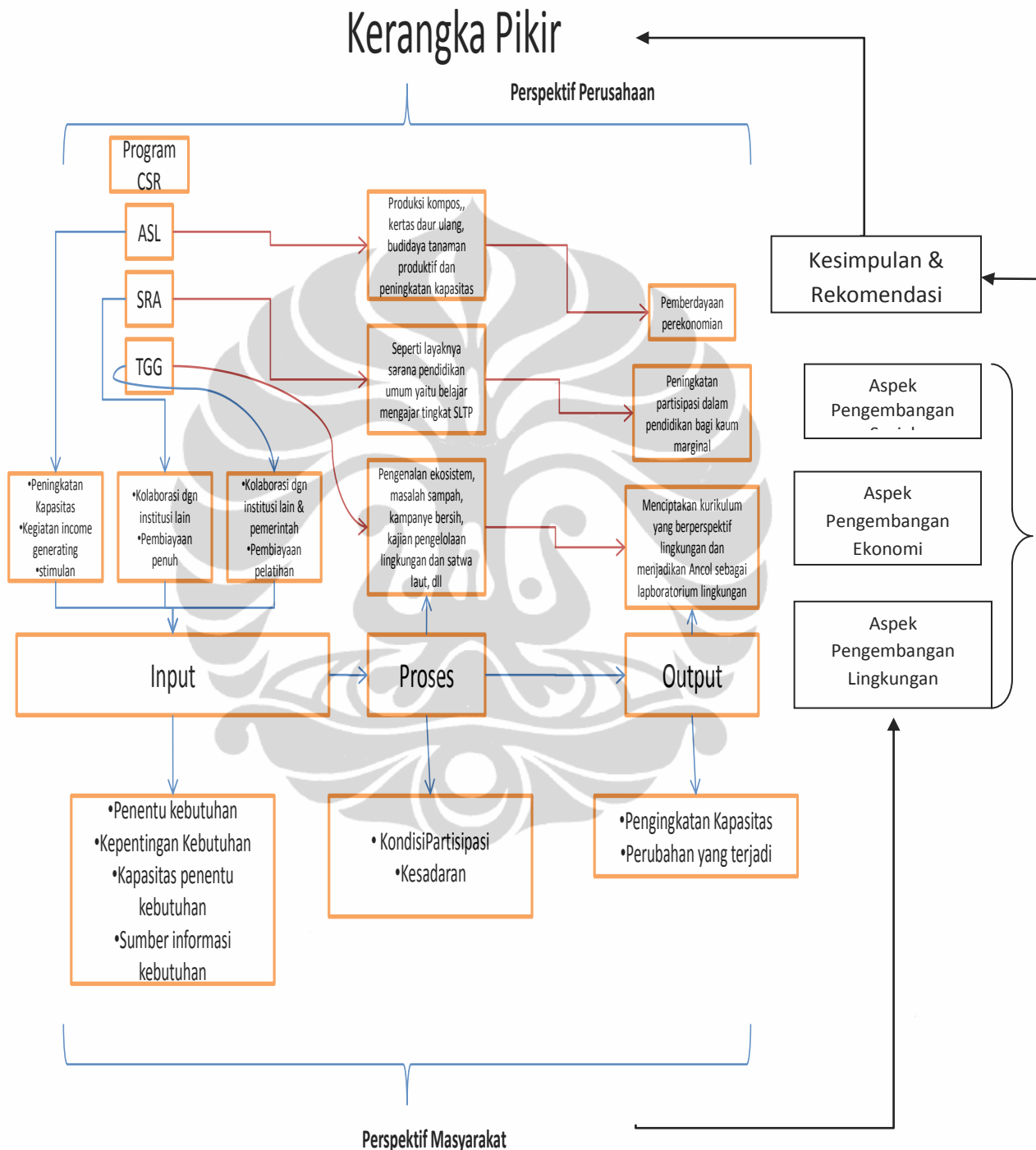
Aspek pengembangan ekonomi dalam pengembangan masyarakat dijelaskan dalam dua kategori yaitu pengembangan ekonomi konservatif dan radikal. Pada pengembangan ekonomi konservatif merupakan upaya pengembangan ekonomi masyarakat berdasarkan ukuran konvensional (cenderung kapitalistik) dengan bentuk-bentuk yang dilakukan adalah berupaya menarik industri dan berupaya memulai industri lokal dan kegiatan pariwisata. Sedangkan dalam pengembangan ekonomi radikal merupakan upaya memperbaiki ekonomi masyarakat dengan membantunya untuk berfungsi lebih efektif dalam tatanan ekonomi yang ada.

Umumnya pengembangan ekonomi yang dilakukan berupaya menolak arus ekonomi utama dengan bentuk seperti koperasi, Bank Masyarakat, Kredit Union dan *Lokal Employment and Trading Scheme* (LETS). Namun dalam kegiatan ekonomi yang termasuk pengembangan ekonomi radikal dan umum terjadi di Indonesia sepertinya hanya koperasi dan bank masyarakat. Bank masyarakat yang umumnya ada di Indonesia adalah Baitul Mal Tanwil (BMT) ataupun kegiatan keuangan mikro, tidak pernah terdengar bentuk yang sampai menggunakan mata uang sendiri dalam melakukan transaksi.

Dalam aspek pengembangan lingkungan menjelaskan kegiatan tanggung jawab sosial PT PJA dalam mengembangkan masyarakat. Persoalan pentingnya lingkungan dan perlunya masyarakat mengambil peran merupakan bagian pengembangan masyarakat dalam aspek pengembangan lingkungan. Kegiatan tanggung jawab sosial PT PJA dalam konteks ini dijelaskan dari sisi kesadaran masyarakat, perencanaan yang komprehensif termasuk mekanisme dalam masyarakat sebagai bentuk tanggung jawab pada perlindungan dan rehabilitasi fisik. Pada aspek pengembangan lingkungan tidak hanya menyangkut persoalan peningkatan kesadaran melainkan juga pendidikan dan pengorganisasian masyarakat lokal dan menetapkan tujuan dan prioritas. Kegiatan tanggung jawab sosial dapat dikatakan melakukan pengembangan masyarakat jika menyangkut empat persoalan tersebut. Masalah-masalah tersebut menjelaskan masalah-masalah lingkungan sebenarnya, apakah merupakan sebagai akibat dari tatanan sosial, ekonomi dan politik dan bukan menyangkut persoalan teknis.

II.3. Kerangka Pikir Studi

Gambar II- 2 Kerangka Pikir



Berdasarkan ilustrasi sederhana diatas, studi model pernyataan, peran dan fungsi tanggung jawab sosial perusahaan ingin melihat dalam perencanaan dan

pelaksanaan tanggung jawab sosial PT PJA dan perannya dalam pengembangan masyarakat. Fokus studi ini hanya dilakukan pada kegiatan tanggung jawab sosial PT PJA hanya pada program besarnya saja. Program tersebut adalah Program Ancol Sayang Lingkungan (ASL), Sekolah Rakyat Ancol (SRA) dan *Teens Go Green* (TGG).

Diagram diatas digambarkan dua sisi atau perspektif, yang pertama adalah perspektif masyarakat dan perspektif perusahaan. Fokus dalam studi ini adalah ingin mengungkapkan perspektif masyarakat dalam siklus program tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh PT PJA dan melihat peran program tanggung jawab sosial tersebut dalam pengembangan masyarakat. Siklus tersebut adalah *input*, *proses* dan *output*. Dalam *input*, merupakan pengalaman masyarakat terutama dalam penentuan kebutuhan, kepentingan kebutuhan, kapasitas penentu kebutuhan dan sumber informasi kebutuhan. Sementara dalam *proses*, menyangkut persoalan partisipasi, kesadaran dan peningkatan kapasitas yang terjadi dalam pengalaman masyarakat terlibat dalam kegiatan tanggung jawab sosial PT PJA. Terakhir adalah *output*, yang merupakan pengalaman masyarakat berkaitan dengan perubahan yang terjadi akibat kegiatan tanggung jawab sosial PT PJA.

Temuan-temuan dalam perspektif masyarakat tersebut dihubungkan dengan aspek atau dimensi pengembangan masyarakat. Dimensi atau aspek pengembangan dibatasi dan fokus pada dimensi pengembangan sosial, pengembangan ekonomi dan pengembangan lingkungan sebagai bagian dari pengembangan masyarakat. Aspek atau dimensi tersebut sekaligus menjadi pisau analisis dalam melihat peran tanggung jawab sosial PT PJA dalam pengembangan masyarakat sekitarnya. Hasil analisis tersebut berupa gambaran dan penjelasan bagaimana perspektif masyarakat sekitar terhadap *input*, *proses* dan *output* kegiatan tanggung jawab sosial serta perannya dalam aspek pengembangan sosial, ekonomi dan lingkungan. Penjelasan tersebut di jabarkan dalam kesimpulan dan rekomendasi untuk memperbaiki kegiatan tanggung jawab sosial PT PJA.