

Transformasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan kepada Kewirausahaan Sosial

Rissalwan Habdy Lubis, S.Sos., MSi¹

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) has been created a good image of industrial-corporation since 18th century. Nevertheless, the practice of CSR had becomes simplify as almsgiving rather than responsibility to support public welfare. The lessons learned from CSR practice in Central Kalimantan as describe in this paper has shown two facts. Firstly, characteristic of CSR commonly tend to be almsgiving assistance.

Secondly, the management of CSR still focused on corporate pattern rather than community development practice. Therefore, this paper proposes the idea of transformation of CSR into social entrepreneurship pattern that encourage people involvement in CSR philosophy fulfillment. The idea is not a new concept, but giving a new perspective using Giddens' structuration theory which is explaining three pillars of social structure.

Keywords: corporate social responsibility, social entrepreneurship, good governance

Mencari keuntungan sebesar-besarnya adalah sifat dasar dunia bisnis. Sejak dimulainya revolusi industri di Eropa sebelum abad ke-18, kapitalisme tumbuh subur bersamaan dengan akumulasi keuntungan yang diputar kembali menjadi modal yang terus berkembang. Pada abad ke-19 hingga ke-21, muncul *trend* baru yang melengkapi upaya mencari keuntungan semata, yakni membangun citra perusahaan kepada publik.

Ada tiga kondisi penting yang memaksa munculnya *trend* baru itu (Barker, 1997 dalam Siregar, 2004). Pertama, gerakan modernitas lanjut (*post modernism, post structuralism*) sejak tahun 1960-an. Gerakan ini antara lain memainkan peran sebagai *counter point* bagi struktur modernitas yang mapan, merangsang tumbuhnya cara pandang dalam memahami diri dan dunia manusia, dalam cara-cara produksi, konsumsi, distribusi, reproduksi, dan redistribusi.

Kedua, gerakan lingkungan hidup atau pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Gerakan ini secara telak menolak praktik-praktik bisnis yang asosial dan abai pada lingkungan hidup (alam dan manusia). Dan ketiga, revolusi di lapangan industri informasi pada 1990-an. Pertumbuhan yang cepat dalam industri telekomunikasi dan informasi memaksa perusahaan-perusahaan regional dan transnasional memasuki kultur baru yang lebih terbuka dan partisipatoris. Dewasa ini banyak perusahaan yang telah menggunakan segala lini manajemen, dari eksekutif atas sampai unit-unit kerja, untuk ikut serta mencapai tujuan-tujuan itu, di dalam konteks organisasi belajar.

Ketiga kondisi inilah yang kemudian membuat konsep tanggungjawab sosial perusahaan (TSP) atau *corporate social responsibility* (CSR) semakin populer. Sudah banyak penelitian yang ditulis dalam buku atau jurnal tentang TSP/CSR berkaitan dengan definisi praktek pelaksanaannya

¹ Pengajar Departemen Ilmu Kesejahteraan Sosial FISIP UI; Direktur Eksekutif Lembaga Kemitraan Pembangunan Sosial (LKPS)

(Suharto, 2007; Wibisono, 2007; Tunggal, 2008), dan juga tentang pengukuran dan keterkaitannya dengan kebijakan publik (Siregar, 2004; Hirschland, 2006; Hond, 2007). Dan tentu saja konsep ini masih menyisakan ruang yang sangat besar untuk diskusi dan pengembangan lebih lanjut dari berbagai aspek TSP/CSR.

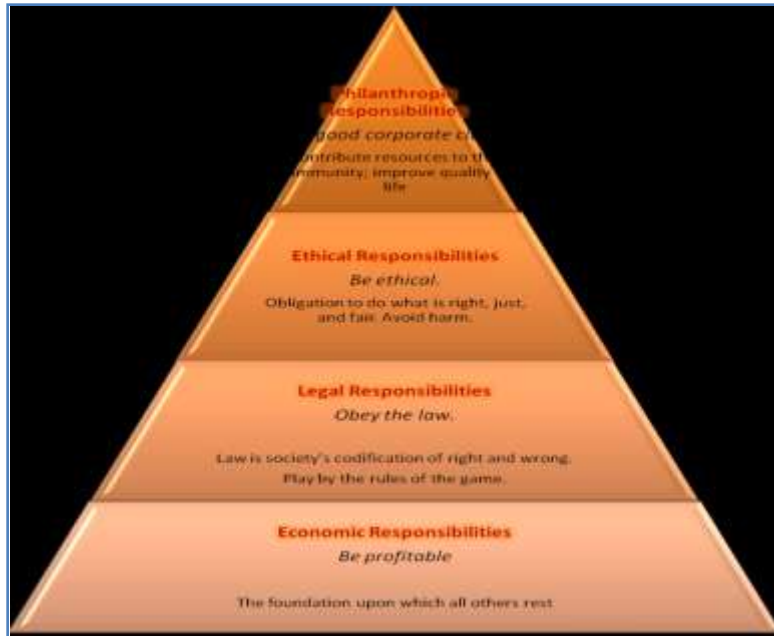
Sementara makalah ini akan lebih banyak membahas tentang motif dan juga cara mengoptimalkan TSP/CSR agar dampaknya dapat lebih dirasakan oleh masyarakat. Makalah ini akan berpijak pada data-data riil yang diteliti oleh Siregar (2004) tentang konteks tanggungjawab sosial perusahaan (TSP/CSR) di Provinsi Kalimantan Tengah. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2003 yang mengkaji 30 perusahaan yang beroperasi di Provinsi Kalimantan Tengah tersebut, kiranya dapat dijadikan gambaran untuk memahami situasi dan juga peluang mengoptimalkan dampak TSP/CSR bagi upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Mengapa Perusahaan Harus Bertanggungjawab?

Dalam konteks Negara berkembang seperti Indonesia, tidak dapat dipungkiri bahwa eksistensi perusahaan yang beroperasi di wilayah Indonesia lebih banyak yang bergerak di bidang eksploitasi komoditas yang terkait dengan sumber daya alam (SDA). Potret mengenai hal ini dapat dilihat seperti misalnya perkembangan produk domestik regional bruto (PDRB) di Provinsi Kalimantan Tengah pada periode 2000-2005, yang sangat didominasi oleh sektor pertanian/perkebunan sebesar lebih dari 40% dan kenaikan rata-rata hingga 2% per tahun (BPS Kalimantan Tengah, 2006).

Data ini tentunya erat kaitannya dengan kondisi kedua yang dikemukakan oleh Barker (1997, dalam Siregar, 2004) tentang alasan yang mendorong perlunya TSP/CSR, yakni perspektif pembangunan berkelanjutan. Artinya, perusahaan yang mengelola komoditas yang bersumber pada sumber daya alam (SDA) pastinya akan mempertimbangkan untuk menjaga kelanjutan usahanya agar terus dapat memperoleh keuntungan. Motif ekonomi ini adalah bentuk "libido primitif" (Siregar, 2004) dari dunia usaha sejak awal dimulainya revolusi industri.

Motif ekonomi ini dalam prakteknya kemudian yang mendorong pentingnya tanggungjawab ekonomi sebagai bentuk kompensasi kepada masyarakat lokal atas aktivitas perusahaan yang mungkin mengganggu kebiasaan masyarakat setempat. Tanggungjawab ekonomi ini adalah bentuk tanggung jawab paling dasar yang menjadi alasan dilakukannya TSP/CSR.

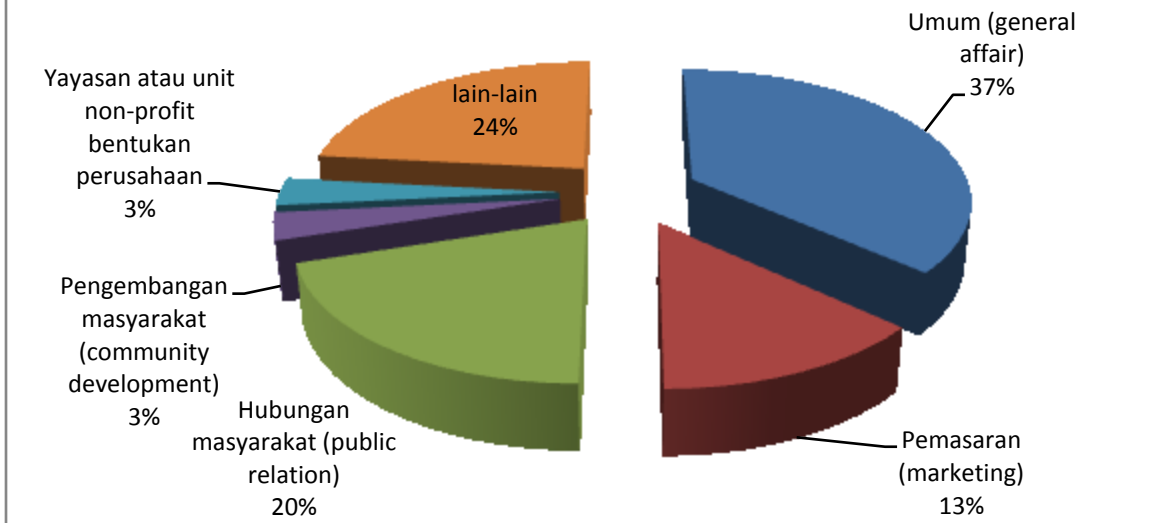


Sumber: Carol (1991) dalam Tunggal, 2008.

Dari diagram di atas dapat kita lihat bahwa motif ekonomi memang merupakan dasar dari TSP/CSR itu sendiri. Motif TSP/CSR akan semakin spesifik berdampak kepada publik atau masyarakat luas ketika ia bergerak terus ke atas piramid CSR, ke tahap tanggungjawab secara hukum, tanggungjawab etis, hingga akhirnya tahap tanggungjawab paripurna yakni tanggungjawab filantropi. Artinya, secara ideal TSP/CSR memang harus lebih berorientasi pada upaya perwujudan kesejahteraan manusia dengan secara berkesinambungan secara aktif ikut membantu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.

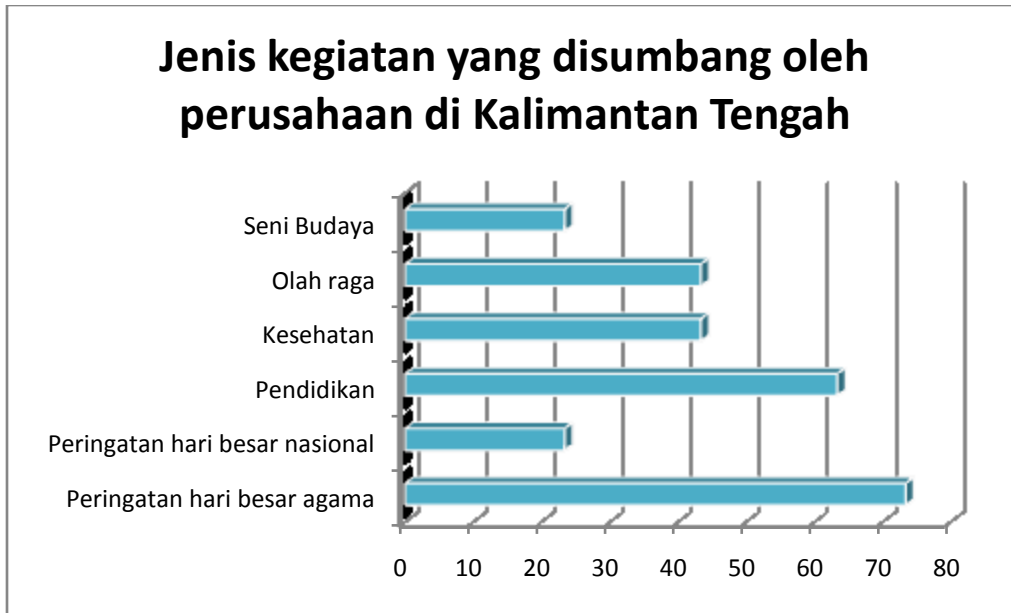
Namun sayangnya, gambaran ideal tersebut masih agak jauh dari kenyataan. Siregar (2004) menemukan bahwa perusahaan-perusahaan yang beroperasi di Provinsi Kalimantan Tengah mayoritas belum menempatkan urusan TSP/CSR di bidang yang spesifik mengurus peningkatan kualitas hidup masyarakat (*quality of life*), sebagaimana dapat dilihat dalam diagram berikut.

Persentase bidang perusahaan yang menangani CSR di Kalimantan Tengah



Sumber: diolah dari Siregar, 2004

Dari diagram di atas terlihat hanya 3% saja perusahaan yang membentuk unit khusus pengembangan masyarakat untuk menangani dana TSP/CSR-nya. Sementara mayoritas perusahaan, sebanyak 37% responden perusahaan masih menempatkan pengelolaan dana TSP/CSR-nya di bagian umum perusahaan (*general affair*). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan di Provinsi Kalimantan Tengah pada umumnya masih menganggap TSP/CSR sebagai upaya menggugurkan kewajiban ekonomi semata dan cenderung melakukan bantuan yang bersifat karitatif.



Sumber: diolah dari Siregar, 2004

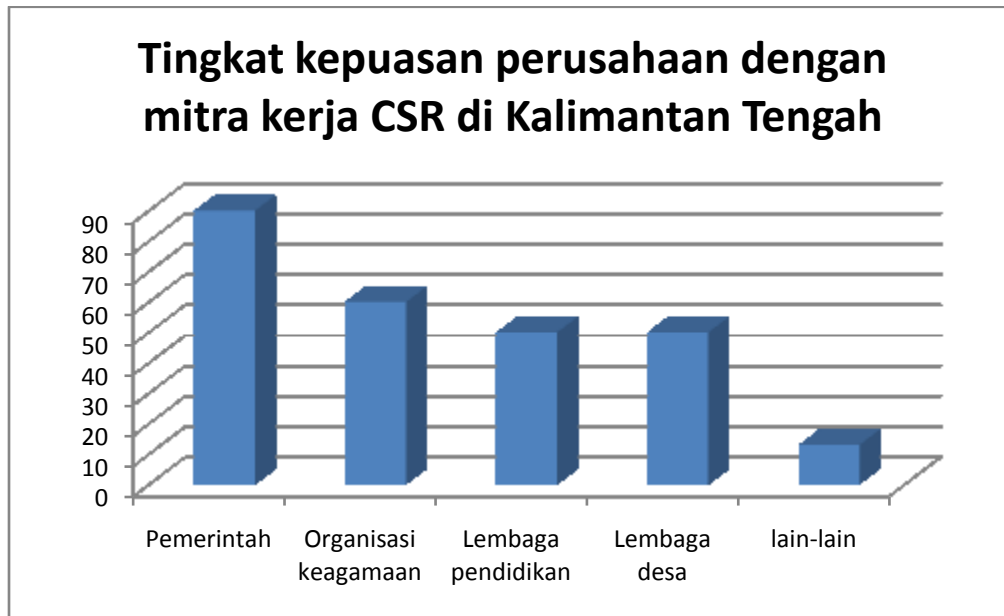
Dari diagram di atas dapat dilihat bahwa memang mayoritas bantuan TSP/CSR masih diarahkan pada kegiatan yang bersifat seremonial dan insidentil, seperti misalnya peringatan hari besar agama dan juga beasiswa insidentil tanpa ikatan. Hal ini kembali mempertegas lemahnya pemahaman TSP/CSR yang ideal di kalangan perusahaan di Provinsi Kalimantan Tengah.

TSP/CSR untuk Kesejahteraan Masyarakat?

Berangkat dari logika piramida CSR yang ditawarkan Carol (1991), memang seolah-olah ada pemahaman bahwa perusahaan-perusahaan—idealnya—bertanggung jawab dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui dana TSP/CSR mereka. Tetapi apakah ini kemudian tidak bertolak belakang dengan “libido primitif” dunia usaha yang mengacu pada hukum ekonomi klasik untuk terus menerus mengakumulasi keuntungan dan modal usaha? Lantas apakah peran pemerintah—khususnya pemerintah daerah, di era otonomi daerah ini—bisa serta merta digantikan oleh praktek TSP/CSR yang dilakukan secara ideal?

Tentunya logika tersebut harus dipahami tidak hanya secara idealistis, tetapi juga secara realistis dimana perusahaan akan tetap menjalankan usaha untuk mencari keuntungan yang maksimal. Sementara pemerintah daerah tetap bertanggung jawab penuh dalam mengupayakan peningkatan kualitas hidup masyarakat secara berkesinambungan. Titik temu kedua peran tersebut secara realistis adalah bahwa keuntungan maksimal yang diperoleh oleh perusahaan akan memperbesar *share* dana TSP/CSR yang bisa disumbangkan kepada pemerintah daerah untuk mendukung upaya pemerintah meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Logika realistis inilah yang ditemukan oleh Siregar (2004) dalam konstelasi kemitraan pengelolaan TSP/CSR di Provinsi Kalimantan Tengah, sebagaimana tergambar dalam diagram berikut.



Sumber: diolah dari Siregar, 2004

Dalam diagram di atas dapat dilihat bahwa perusahaan di Provinsi Kalimantan Tengah ternyata lebih puas untuk bekerja sama dengan pihak pemerintah daerah dalam pengelolaan dana TSP/CSR-nya. Hal ini dapat dilihat sebagai suatu hal yang positif dalam kaitannya dengan kesinambungan masing-masing tugas pokok dan fungsi (tupoksi) dari dunia usaha dan juga pemerintahan. Terlepas dari kinerja birokrasi di republik kita yang masih belum terlalu baik dan juga peluang penyimpangan (korupsi, kolusi dan lain-lain), melibatkan pemerintah daerah dalam pengelolaan TSP/CSR tampaknya adalah satu-satunya pilihan yang akan menjamin keberlanjutan dan pemeliharaan capaian-capaian yang telah diciptakan oleh pengelolaan dana TSP/CSR.

Hal penting lain yang perlu dipahami untuk mengefektifkan TSP/CSR bagi kesejahteraan masyarakat adalah melihat secara lebih rinci wujud dari kegiatan TSP/CSR di lapangan. Hal ini terkait dengan filosofi kesejahteraan dalam konteks pengembangan masyarakat yang dikemukakan Ife (2002), bahwa kesejahteraan tidak seharusnya lagi dilihat sebagai sebuah wacana, melainkan sebagai suatu tindakan yang konkrit melalui serangkaian kegiatan yang terencana dan terpola dengan baik. Artinya sinergi yang baik antara dunia usaha melalui dana TSP/CSR-nya dengan peran pengelolaan kepentingan publik oleh pemerintah daerah haruslah ditilik dalam wujud kegiatan yang spesifik, apakah bermanfaat atau tidak bagi masyarakat dalam kerangka kebutuhan—bukan keinginan.

Siregar (2004) mengungkapkan bahwa meskipun mayoritas perusahaan di Provinsi Kalimantan Tengah masih mewujudkan bantuan TSP/CSR dalam bentuk bantuan insidental dan sporadis yang belum terencana dan terpola seperti yang diuraikan oleh Ife (2002). Hal ini dapat dilihat dalam tabel berikut.

No	Perwujudan CSR di Kalimantan Tengah	Persentase
1	Mengembangkan sistem pemasaran produk yang bersahabat dengan pelanggan	6,6
2	Membuat iklan layanan masyarakat dalam produk-produk yang dipasarkan	6,6
3	Memberikan bantuan secara insidental apabila ada permintaan bantuan atau proposal dari masyarakat atau pemerintah	100
4	Memberikan sumbangan dana secara rutin kepada masyarakat di lingkungan sekitar yang dianggap pantas dibantu	10
5	Menyelenggarakan program-program sosial dan kemanusiaan (pengembangan masyarakat) secara terencana	50

Sumber: diolah dari Siregar, 2004

Namun dari tabel di atas masih terlihat adanya potensi untuk mengembangkan TSP/CSR di Provinsi Kalimantan Tengah kearah yang lebih efektif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan 50% responden perusahaan yang menyatakan bahwa mereka juga melakukan kegiatan penyelenggaraan program sosial yang terencana dalam bentuk pengembangan masyarakat sebagai wujud dari aktivitas TSP/CSR mereka. Dengan demikian masih ada peluang untuk lebih meningkatkan kinerja TSP/CSR yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat di Provinsi Kalimantan Tengah. Salah satu peluang tersebut adalah gagasan menerapkan praktek *social entrepreneurship* atau kewirausahaan sosial sebagai wujud konkrit pengelolaan TSP/CSR oleh masyarakat.

Gagasan Kewirausahaan Sosial untuk TSP/CSR

Kewirausahaan sosial adalah sebuah konsep *hybrid* yang berupaya menggabungkan dimensi ekonomi sekaligus dimensi sosial (Seelos, 2004; Alter, 2004; Thomas, 2004), sebagaimana divisualisasikan dalam diagram berikut.



Sumber: dimodifikasi dari Seelos, 2004

Dalam pemahaman ini, sedikit banyak konsep kewirausahaan sosial kiranya dapat dipadankan dengan konsep TSP/CSR, dimana keduanya berupaya mencari titik keseimbangan antara *profit motive* dan *social motive*. Baik kewirausahaan sosial maupun TSP/CSR mengupayakan keuntungan yang maksimal dengan tetap mempertimbangkan misi sosial dalam setiap gerak aktivitasnya. Perbedaan diantara keduanya terletak pada *locus* dari keseimbangan motif tadi berada. TSP/CSR berada di kalangan pengusaha, sedangkan kewirausahaan sosial berada di tengah masyarakat

Kewirausahaan sosial pada prinsipnya memang mengkombinasikan motif ekonomi dan motif sosial sekaligus dalam bentuk kegiatan usaha produktif yang akan berdampak pada peningkatan penghasilan keluarga (*income generating in family level*) secara kolektif di tingkat komunitas, yang pada akhirnya bermuara pada keberdayaan ekonomi melalui kelembagaan sosial yang kuat. Dalam prakteknya, kewirausahaan sosial ini memang biasanya dimulai dengan pembentukan atau penguatan kelembagaan sosial yang akan mengelola kegiatan ekonomi kolektif.

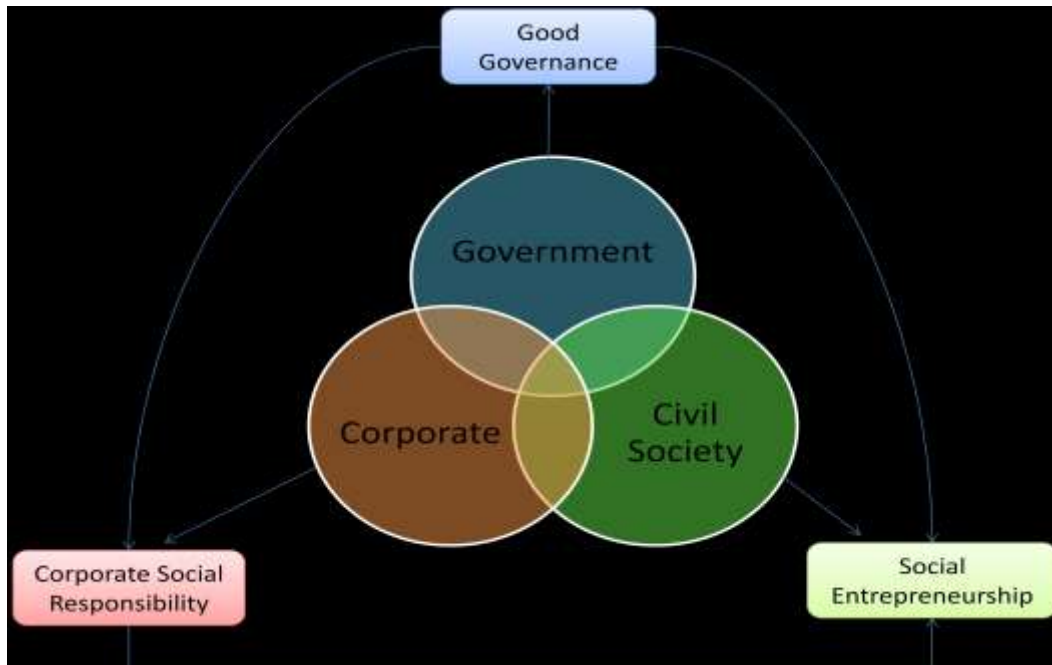
Selanjutnya kelembagaan sosial akan menjalankan empat tahapan proses *entrepreneur* (Alter, 2004), yakni:

1. Mengembangkan visi (*envisioning*)
Mampu mengembangkan visi masa depan dengan jelas dan melihat kebutuhan, kesenjangan yang ada, dan peluang mengisi kesenjangan ini.
2. Melibatkan diri (*engaging*)
Menunjukkan keterlibatan penuh yaitu dapat memanfaatkan peluang untuk berbuat dan melakukan sesuatu.
3. Memberdayakan (*enabling*)
Berupaya untuk memastikan bahwa sesuatu dapat terjadi atau berubah dengan memanfaatkan sumber daya yang ada, seperti sumber daya manusia, financial maupun gagasan.
4. Melaksanakan (*enacting*)
Memperjuangkan dan memandu pekerjaan untuk mendapatkan hasil yang memuaskan.

Dalam kerangka yang lebih luas, gagasan kewirausahaan sosial dalam konteks TSP/CSR ini mungkin memang bukanlah sesuatu hal yang baru. Sebut saja misalnya konsep “bapak asuh” dan “anak asuh” yang diterapkan perusahaan industri hilir yang mengajak kelompok masyarakat untuk menjadi bagian dari *supplier* mereka dengan membentuk komunitas *home industry*. Atau juga penerapan pola perkebunan inti rakyat (PIR) yang mengajak masyarakat lokal menjadi aktor dalam pengelolaan kawasan perkebunan.

Lantas apa yang baru atau paling tidak menarik untuk dipahami terkait dengan gagasan transformasi TSP/CSR ini kepada pola kewirausahaan sosial? Jawabannya adalah hal yang menarik itu justru terletak pada bagaimana membangun konstelasi kemitraan yang dapat

memperkuat praktek kewirausahaan sosial itu sendiri. Dari diagram di bawah ini dapat dilihat bahwa inti pembicaraan tentang TSP/CSR pasti akan melibatkan minimal 3 aktor utama, yaitu: perusahaan, pemerintah dan juga masyarakat



Sumber: Lubis, 2011

Perusahaan adalah aktor utama dalam isu TSP/CSR. Gagasan dasar dari transformasi entitas TSP/CSR kepada peningkatan kesejahteraan masyarakat yang lebih optimal adalah dengan mendorong munculnya kewirausahaan sosial, yang merupakan duplikasi *hybrid motive* yang ada ditataran TSP/CSR ke tingkatan kelembagaan masyarakat. Gagasan dasar tersebut akan menemui momentum kekuatannya ketika unsur atau aktor ketiga—yakni pemerintah, khususnya dalam hal ini pemerintah daerah—dipastikan dapat menjalankan perannya dengan baik dalam konstelasi kemitraan ini.

Peran yang baik dari pemerintah tersebut adalah menjalankan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik atau *good governance* dalam menjalankan pemerintahan. Mungkin perlu pembahasan tersendiri untuk menguraikan tentang konsep *good governance* ini. Namun untuk sederhananya, kita dapat mengidentifikasi beberapa indikasi yang relevan dengan konteks ini, diantaranya: birokrasi yang efisien, aturan hukum yang jelas dan tegas, serta tersedianya ruang partisipasi publik bagi setiap kebijakan.

Jika dalam prakteknya, prinsip *good governance* telah terlaksana dengan baik tentunya transformasi sumber-sumber yang dimiliki perusahaan melalui TSP/CSR-nya kepada masyarakat dalam bentuk kewirausahaan sosial akan semakin sempurna. Pemerintah daerah akan dapat memfasilitasi kepentingan dunia usaha untuk mengelola berbagai sumber daya yang ada di

daerah (SDA, SDM, aturan hukum nasional dan daerah) untuk meningkatkan keuntungan perusahaan, sehingga akumulasi nilai TSP/CSR di daerah juga akan semakin signifikan untuk disalurkan kepada pelebagaan kewirausahaan sosial di tingkat masyarakat. Sementara pada saat yang bersamaan pemerintah dapat pula mendorong *enterprise culture* di tengah masyarakat dengan skema pelatihan dan pendampingan usaha masyarakat berbasis komunitas.

Referensi

Alter, Kim. 2004. "Social Enterprise Typology". **Virtue Ventures**, LLC.

Benda-Beckmann, Franz von *et.all* (eds.). 2001. **Sumber Daya Alam dan Jaminan Sosial**. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hirschland, Mathew J. 2006. **Corporate Social Responsibility and The Shaping of Global Public Policy**. Hampshire UK: Palgrave MacMillan.

Hond, Frank der *et.all*. 2007. **Managing Corporate Social Responsibility in Action: Talking, Doing and Measuring**. Hampshire UK: Ashgate Publising.

Ife, Jim. 2002. **Community Development: Community-based Alternatives in an Age of Globalization**. (*second edition*) New South Wales: Longman.

Seelos, Mair. 2004. "Social Entrepreneurship: The Contribution of Individual Entrepreneurs to Sustainable Development". **Working Paper No.553. IESE Business School**. Universidad de Navarra.

Siregar, Budi Baik. 2004. **Kedermawanan Alam Kalimantan: Sebuah Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Kalimantan Tengah**. Jakarta: Piramedia.

Thomas, Charoline J. 2004. **The Role of Social Entrepreneurship in Community Development**. Johannesburg: University of Witwatersrand. Thesis of Master of Business Administration.

Tunggal, Amin Widjaja. 2008. **Corporate Social Responsibility**. Jakarta: Harvarindo

Wibisono, Yusuf. 2007. **Membedah Konsep & Aplikasi Corporate Social Responsibility**. Gresik: Fascho Publishing.