

SINGKRONISASI AKTIFITAS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN COMMUNITY DEVELOPMENT (CD) DALAM KONTEKS PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN DI INDONESIA

Gogor Arif Handiwibowo¹

¹ Departemen Manajemen Teknologi
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Kampus Cokroaminoto, Jl. Cokroaminoto 12A, Surabaya
Email: gogor@mmt.its.ac.id

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan sebagai kompensasi pelaksanaan kegiatan bisnis yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap aktifitas masyarakat dan lingkungan hidup di sekitarnya. CSR menjadi salah satu sarana dari perusahaan untuk diharapkan dapat berkontribusi dan mampu mengangkat derajat kehidupan masyarakat dan lingkungan hidup di sekitarnya. Adapun konsep pemberdayaan masyarakat/community development (CD) di Indonesia memegang peran penting dalam proses pengentasan kemiskinan. Berbagai program digulirkan melalui beberapa departemen yang bertujuan untuk mengurangi tingkat kemiskinan di berbagai sector pembangunan. Melalui makalah ini penulis mencoba untuk memberikan beberapa gambaran dan gagasan untuk melakukan sinkronisasi kegiatan CSR dan CD sehingga diharapkan dampak dari kolaborasi kegiatan tersebut dapat lebih dinikmati masyarakat dan lingkungan hidup dalam konteks pembangunan berkelanjutan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR), Community Development (CD), pembangunan berkelanjutan*

1. PENDAHULUAN

Dalam konteks bisnis di Indonesia, terdapat beberapa rujukan aturan yang mengatur terkait kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai salah satu jenis organisasi bisnis terikat dengan hukum-hukum korporasi dari pemerintah. UU PT No.40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat 1 menjadi landasan bagi BUMN yang bergerak di bidang sumber daya alam dan/atau bersangkutan dengannya dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Landasan hukum terkait CSR yang relatif lebih detail adalah UU No.19 Tahun 2003 tentang BUMN. Undang-undang ini kemudian dijabarkan lebih jauh oleh Peraturan Menteri Negara BUMN No.4 Tahun 2007 yang mengatur mulai dari besaran dana hingga tatacara pelaksanaan CSR. Seperti diketahui, CSR dalam konteks BUMN disebut dengan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Lebih jauh terkait CSR telah disahkan Peraturan Pemerintah No.47/2012. Peraturan Pemerintah ini mengatur perusahaan berbadan Perseroan Terbatas (PT) terkait kewajiban melakukan pengembangan program tanggung jawab sosial dan lingkungan. PP disebutkan bahwa setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Adapun dalam pelaksanaannya bisa dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan perseroan.

Disisi lain pemerintah Indonesia dalam konteks pengentasan kemiskinan, salah satu cara untuk mengatasinya adalah mencoba menggunakan pendekatan pemberdayaan masyarakat/*community development* (CD). Berbagai program CD di Indonesia telah digulirkan melalui berbagai departemen dan kementerian semenjak era orde baru hingga saat ini.

Paper ini mencoba untuk memberikan gambaran perkembangan program CSR di Indonesia sekaligus mencoba untuk memberikan saran dan gagasan untuk melakukan sinkronisasi program

pemberdayaan masyarakat (*community development*) yang telah ada di Indonesia untuk tercapainya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

2. TINJAUAN LITERATUR

Corporate Social Responsibility (CSR)

Beberapa organisasi dunia mendefinisikan CSR secara luas dalam beberapa terminologi. Komisi Eropa dalam *Green Paper of the European Commission* mendefinisikan CSR sebagai sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan secara sukarela (World Business Council for Sustainable Development, 2002). *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) pada tahun 2000 mendefinisikan CSR sebagai komitmen berkelanjutan dari pelaku bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka serta masyarakat lokal dan masyarakat secara keseluruhan ((Castka, P., Balzarova, A. and Bamber, 2004); (Smith, 2007)). Sims (Sims, 2003) mengklaim bahwa perusahaan melakukan kegiatan sosial karena prinsip amal yang didasarkan pada pada tradisi keagamaan dimana yang mampu harus memberikan kepada yang tidak mampu serta prinsip pelayanan yang didasarkan pada kewajiban untuk memberikan layanan kepada masyarakat dimana mereka tinggal.

CSR memang secara harfiah memang merupakan aktifitas yang sengaja dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan benefit tertentu. Aktifitas CSR tersebut ditujukan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Sedangkan benefit yang dimaksud dapat berupa meningkatnya nilai ekonomis dari perusahaan itu sendiri (Kanter, 1999), menarik bagi tenaga tenaga kerja untuk memasukinya mampu untuk meningkatkan motivasi karyawannya (Maignan, I., OC, F. & TW, 1999), menarik bagi pelanggan serta mempertahankannya (Luo, X. & Bhattacharya, 2006); (Sen, S. & Bhattacharya, 2001) kemampuan memberikan pengaruh pada persepsi para pelanggannya (Brown, T. J., & Dacin, 1997); (Handelman, J. M. & Arnold, 1999); (Sen, S. & Bhattacharya, 2001), pengurangan biaya produksi barang/produk (Hart, S. L. & Ahuja, 1996), kemampuan untuk meningkatkan tingkat produktifitas (Melrose-Woodman, J. & Kverndal, 1976), serta penjaminan atas reputasi perusahaan pada saat krisis terjadi (Peloza, 2006); (Schnietz, K. E. & Epstein, 2005).

Adapun dalam kacamata strategic, aktifitas CSR merupakan salah satu cara dari perusahaan untuk berkomunikasi dengan lingkungannya. Tingkat kepuasan lingkungan sekitar perusahaan menjadi salah satu agenda dalam merumuskan kegiatan CSR. Sehingga tingkat kepuasan lingkungan dianggap menjadi salah satu faktor dalam pembangunan keberlanjutan (*sustainability development*) dari perusahaan. Adapun visi berkelanjutan ini adalah salah satu titik tekan rumusan visi dari banyak perusahaan selain visi mendapatkan keuntungan agar perusahaan mempunyai daya saing dimasa mendatang tanpa mengorbankan aspek lingkungan dan sosial yang ada (Handiwibowo, 2015).

Di Indonesia, potensi jumlah dana CSR adalah sekitar Rp. 12 trilyun (beritasatu.com, n.d.). Dana tersebut berasal dari sekitar 700 perusahaan BUMN dan Swasta baik perusahaan lokal maupun perusahaan asing yang menjalankan bisnisnya di Indonesia. Jika dilihat secara kualitas aktifitas CSR, ternyata dana tersebut masih belum terkelola dengan baik. Artinya program CSR yang selama ini dilaksanakan ternyata tidak maksimal dan belum tepat sasaran.

Pemberdayaan Masyarakat (CD) di Indonesia

Pemberdayaan Masyarakat/*Community Development* (CD) secara umum dapat diartikan sebagai suatu inisiatif yang dilakukan oleh kelompok masyarakat melalui kemitraan dengan organisasi lain untuk memberdayakan individu dan kelompok masyarakat dengan menyediakan kelompok tersebut keterampilan yang benar-benar mereka butuhkan untuk dapat menghasilkan perubahan positif di komunitas mereka sendiri (Maimunah, 2009). Organisasi lain tersebut dapat

berupa lembaga donor, NGO, pemerintah atau suatu perusahaan. Artinya masyarakat mencoba untuk melakukan perubahan melalui inisiatif sendiri dengan

Dalam konteks Negara Indonesia, pola CD digunakan pemerintah terutama dalam rangka pengentasan kemiskinan. Diawali tahun 1993 pada masa orde baru dengan Instruksi Presiden (Inpres) no. 5 tahun 1993 tertanggal 27 Desember 1993 tentang Program Inpres Desa Tertinggal (IDT). Sebenarnya IDT sendiri adalah program perluasan dari program-program serupa yang telah dilaksanakan secara terpisah. Program tersebut antara lain Program Pengembangan Kawasan Terpadu (PKT), Proyek Peningkatan Pendapatan Petani dan Nelayan Kecil (P4K), kegiatan Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera Keluarga Berencana (UPPKS-KB), dan program serupa yang dilaksanakan oleh PKK. Program IDT cukup masif karena serentak di seluruh Indonesia dan melibatkan keterlibatan masyarakat secara aktif dalam melaksanakan program.

Menyusul di era reformasi muncul Program Pengembangan Kecamatan (PPK) melalui *landing sector* Departemen Dalam Negeri, Proyek Pengentasan Kemiskinan di Perkotaan (P2KP) oleh Departemen Pekerjaan Umum, Proyek peningkatan Pendapatan Petani dan Nelayan Kecil (P4K) oleh Departemen Pertanian, Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pesisir (PEMP) oleh Departemen Kelautan dan Perikanan, Kelompok Usaha Bersama (KUBE) oleh Departemen Sosial dan lain-lain. Akan tetapi program/proyek tersebut mempunyai kecenderungan berjalan sendiri-sendiri sesuai dengan *landing sector* masing-masing tanpa ada koordinasi. Sehingga terkadang satu program/proyek berbenturan dengan program/proyek yang lain.

Oleh karena itu pada tahun 2006 melalui Perpres No. 54 tahun 2006 dibentuklah TKPK (Tim Koordinasi Penanggulangan Kemiskinan). TKPK mempunyai tugas merumuskan langkah-langkah kongkrit yang harus dilakukan dalam penanggulangan kemiskinan yang menghasilkan kebijakan pemerintah untuk percepatan penanggulangan kemiskinan dan perluasan kesempatan kerja melalui pemberdayaan masyarakat. Tahun 2006 tersebut digulirkan "Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM)" sebagai payung program dalam proses percepatan penanggulangan kemiskinan dan perluasan kesempatan kerja. Program ini mendapat sambutan yang sangat baik hingga ditindaklanjuti pada level gubernur dan bupati/walikota. Presiden kemudian menyempurnakan PNPM menjadi PNPM Mandiri yang menjadi payung program pemberdayaan masyarakat yang ada dibawah masing-masing departemen.

PNPM Mandiri sebagai payung program pemberdayaan masyarakat di Indonesia yang berada dibawah komando pemerintah menjadi instrumen utama pencapaian *Millennium Development Goals* (MDG's). Adapun MDG's sendiri adalah hasil kesepakatan kepala negara dan perwakilan dari 189 negara anggota Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB) berupa delapan butir tujuan untuk dicapai pada tahun 2015 yang dimulai pada September 2000 (id.wikipedia.org, n.d.). Indonesia termasuk didalam 189 negara yang menanda tangani dokumen MDG's tersebut. Sehingga dengan demikian, PMPM Mandiri akan dijalankan hingga tahun 2015.

Pembangunan Berkelanjutan

Semenjak akhir tahun 2015, MDG's telah selesai dengan prestasi klaim telah berhasil mengurangi jumlah penduduk dunia hingga hampir setengahnya (Ishartono & Raharjo, 2016), tahun 2016 berubah menjadi *Sustainability Development Goals* (SDG's). SDG's sendiri berupa 17 tujuan dengan 169 capaian yang terukur dan tenggat yang telah ditentukan oleh PBB sebagai agenda pembangunan dunia untuk kemaslahatan manusia dan planet bumi (id.wikipedia.org, n.d.). SDG's sendiri merupakan kelanjutan dari program MDG's yang akan dilaksanakan dari tahun 2015 hingga tahun 2030.

Adapun 17 tujuan global dalam SDG's tersebut adalah:

1. Tanpa Kemiskinan
Penghapusan segala bentuk kemiskinan di penjuru dunia.
2. Tanpa Kelaparan
Penghapusan segala bentuk kelaparan di penjuru dunia

3. Kesehatan yang Baik dan Kesejahteraan
Penjaminan penghidupan yang sehat bagi segala usia untuk meraih kesejahteraan.
4. Pendidikan Berkualitas
Penjaminan pemerataan pendidikan yang berkualitas dan peningkatan kesempatan belajar bagi semua dengan dasar inklusifitas dan berkeadilan.
5. Kesetaraan Gender
Mendorong penyeteraan gender serta pemberdayaan kaum ibu dan perempuan.
6. Air Bersih dan Sanitasi
Penjaminan ketersediaan air bersih dan sanitasi yang layak serta berkelanjutan bagi semua .
7. Energi Bersih dan Terjangkau
Penjaminan akses terhadap sumber energi yang terjangkau, berkelanjutan dan modern bagi semua.
8. Pertumbuhan Ekonomi dan Pekerjaan yang Layak
Pengembangan perekonomian yang inklusif dan berkelanjutan serta lapangan pekerjaan yang produktif bagi semua.
9. Industri, Inovasi dan Infrastruktur
Pengembangan dan mendorong industri yang inovatif, inklusif dan berkelanjutan serta pembangunan infrastruktur yang berkualitas.
10. Pengurangan Kesenjangan
Pengurangan kesenjangan yang terjadi didalam masyarakat hingga antar Negara.
11. Keberlanjutan Kota dan Komunitas
Pembangunan kota yang menitik beratkan pada pembangunan komunitas yang inklusif, berkualitas, aman, berketahanan serta berkelanjutan.
12. Pola Konsumsi dan Produksi yang Bertanggungjawab
Memberikan jaminan keberlangsungan pola produksi dan konsumsi yang berkelanjutan.
13. Aksi Terhadap Iklim
Tindakan secara cepat untuk memerangai perubahan iklim serta dampaknya dengan mengatur emisi gas buang dan mendorong perkembangan energi terbarukan.
14. Kehidupan Bawah Air
Melakukan konservasi secara bijak dalam penggunaan sumberdaya lautan dengan visi pembangunan berkelanjutan.
15. Kehidupan Darat
Melindungi, memulihkan dan mempromosikan pemanfaatan ekosistem darat, mengelola hutan secara berkelanjutan dan menghentikan serta membalikkan degradasi lahan dan menghentikan hilangnya keanekaragaman hayati.
16. Institusi Peradilan yang Kuat dan Perdamaian
Menedepankan tercapainya masyarakat yang damai serta inklusif dengan visi pembangunan berkelanjutan, menyediakan akses keadilan tanpa terkecuali dan membangun lembaga peradilan yang efektif, bertanggung jawab dan inklusif di semua level.
17. Kemitraan untuk Mencapai Tujuan
Memperkuat sarana kemitraan dengan asas demokrasi dan kebersamaan di lingkup global dengan visi pembangunan berkelanjutan

Adapun ke-17 gol tersebut mempunyai catatan khusus dalam pencapaiannya. Dengan adanya struktur pemerintahan secara nasional, keberhasilan dalam mencapai SDG's di Indonesia sangat bergantung pada faktor percepatan, pembiayaan dan inklusi yang harus mendapatkan prioritas di tahun mendatang pembangunannya (Ishartono & Raharjo, 2016). Artinya, komitmen tinggi dari pemerintah sangat menentukan keberhasilan dari pencapaian SDG's di Indonesia.

3. SINGKRONISASI CSR DAN CD

Perkembangan CD pasca SDG's

Perubahan dari MDG' menuju SDG's membawa dampak yang nyata dalam pola pemberdayaan masyarakat (CD) di Indonesia. Program pembangunan berbasis CD yang ada pun mengalami perubahan. PNPM Mandiri Perkotaan yang berbasis di wilayah perkotaan berubah menjadi Program KOTAKU (Kota Tanpa Kumuh). Sedangkan PNPM Mandiri Perdesaan yang berbasis di wilayah pedesaan berubah menjadi Program Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat Desa (P3MD). Kedua program CD tersebut adalah program CD yang terbesar di Indonesia secara pengerahan sumber daya manusia dan finansial sehingga cukup mendominasi program CD yang ada di Indonesia. Sedangkan pola kerja yang dikembangkan sebenarnya tetap sama, dimana pelaksanaan pembangunan adalah tetap kolaborasi pemerintah dan masyarakat.

Dalam perjalanan pelaksanaan PNPM Mandiri Perkotaan yang saat ini berubah menjadi Program KOTAKU, terjadi kolaborasi antara pelaku/konsultan yang ditunjuk pemerintah dan masyarakat. Program KOTAKU berada dibawah *leading sector* Kementrian Pekerjaan Umun dan Perumahan Rakyat (PUPR). Adapun pelaku/konsultan lapangan program tersebut adalah manajemen konsultan CD yang berjenjang dari level nasional hingga lokal. Pelaku/konsultan di level nasional biasa disebut dengan Konsultan Manajemen Pusat (KMP). KMP berkedudukan di Jakarta dan bertugas membantu Kepala Satker Pusat dalam hal perencanaan, monitoring dan pelaporan pelaksanaan Program di lapangan. Sedangkan di masing-masing wilayah kerja, pelaku/konsultan wilayah disebut Oversight Service Provider (OSP) maupun Oversight Consultants (OC) yang berkolaborasi dengan satker setingkat Provinsi. Kemudian pada masing-masing kota dibentuk koordinator kota (Korkot) yang membawahi beberapa tim fasilitator kelurahan/desa. Koordinator kota selain bertugas menjadi pengendali tim fasilitator, juga berfungsi sebagai mitra koordinasi dengan pemerintah daerah (pemda) di kabupaten/kota madya. Adapun tim fasilitator ini berfungsi sebagai tim pemberdaya untuk berkolaborasi dengan pemerintah kelurahan/desa dan sekaligus dengan masyarakat.

Bentuk kolaborasi masyarakat desa/kelurahan dalam program ini adalah dibentuklah lembaga level desa/kelurahan yang berfungsi sebagai mitra program di tingkat desa/kelurahan. Lembaga ini secara generik disebut dengan Badan/Lembaga Keswadayaan Masyarakat (BKM/LKM). BKM/LKM ini secara kontinu menerapkan prinsip-prinsip demokrasi kerakyatan karena mulai proses pembentukan hingga dalam perjalanannya selalu melibatkan semua komponen masyarakat di tingkat desa/kelurahan. BKM/LKM bersifat independen dan merupakan representasi dari masyarakat dalam proses penanggulangan kemiskinan dan pemberdayaan masyarakat.

Pada program PNPM Mandiri Perdesaan juga mengalami metamorfosa bentuk program. Program. PNPM Mandiri Perdesaan berubah menjadi Program Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat Desa (P3MD). Adapun P3MD berada di *leading sector* Kementrian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi.

P3MD mempunyai tujuan memberikan kemampuan kepada desa dalam melakukan bentuk aksi bersama sebagai suatu kesatuan tata kelola Pemerintahan Desa, lembaga kemasyarakatan desa dan lembaga adat serta kesatuan tata ekonomi dan lingkungan. Pola pemberdayaan masyarakat Desa dilaksanakan bersama-sama oleh seluruh komponen desa yang ada untuk mendukung kegiatan pemerintahan dan pembangunan desa.

Pelaku pendamping CD dari P3MD adalah pelaku/konsultan juga yang berjenjang dari level nasional hingga level lokal. Di level nasional pelaku/konsultan disebut dengan Konsultan Nasional. Di level propinsi pelaku/konsultan disebut dengan Konsultan Pendamping Wilayah. Untuk masing-masing kabupaten/kota pelaku/konsultan pendamping disebut dengan Tenaga Ahli (TA) yang mengendalikan petugas Pendamping Desa yang berada di tingkat kecamatan dan Pendamping Lokal Desa untuk masing-masing desa.

Di tingkat terbawah (Pendamping Lokal Desa) inilah yang akan mendampingi Desa dalam mengelola, mengarahkan, melaksanakan dan mempertanggung jawabkan kegiatan yang dilaksanakan

dari APBDes (Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa). Adapun APBDes dapat berasal dari Dana Desa (pusat), Alokasi Dana Desa (kabupaten), Pendapatan asli desa dan lain-lain yang diperoleh dan dikelola oleh desa.

Kolaborasi CSR dan CD

Pelaksanaan program CSR dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat saat ini cukup banyak digunakan. Pendekatan ini mencoba untuk membawa masyarakat lokal untuk secara aktif berperan dan bersama perusahaan untuk meningkatkan kualitas kehidupan komunitas tersebut (Maimunah, 2009). Di tingkat global, dalam laporan Global Compact (2009) menunjukkan terdapat 4.700 perusahaan pada 130 negara berpartisipasi dan berkomitmen pada prinsip hak asasi manusia telah berhasil mengangkat derajat kehidupan komunitas terbelakang. Dengan pendekatan pemberdayaan masyarakat, aktifitas CSR terbukti secara efektif dapat mengangkat derajat kehidupan komunitas lokal.

Dari paparan diatas terdapat celah bagi perusahaan untuk dapat berkontribusi secara maksimal melalui program CSRnya dengan menggunakan konsep pendekatan pemberdayaan masyarakat. Dengan melakukan kolaborasi antara program CSR dengan program CD yang ada di Indonesia dapat diperoleh kemanfaatan yang lebih optimal dana charity yang berasal dari perusahaan untuk masyarakat dan lingkungan yang ada disekitarnya. Karena program CSR yang dilakukan perusahaan dengan mengusung konsep CD biasanya tidak terlalu besar dan luas, maka bentuk kolaborasi yang dimaksud dapat dilakukan antara lain:

1. Kolaborasi dengan BKM/LKM

Perusahaan dapat bekerjasama dengan BKM/LKM dari suatu desa/kelurahan dalam melaksanakan kegiatan CSRnya. BKM/LKM ini adalah lembaga swadaya masyarakat di tingkat desa/kelurahan hasil bentukan bentukan program PNPM Mandiri Perkotana. Kerjasama ini di sisi perusahaan akan sangat menguntungkan. Hal ini karena BKM/LKM dari suatu desa/kelurahan rata-rata memiliki data permasalahan kemiskinan dilingkungan desa/kelurahannya. Sehingga kegiatan CSR dapat dengan mudah bisa diukur tingkat pemanfaatannya bagi permasalahan kemiskinan yang ada. Selain itu BKM/LKM rata-rata memiliki perencanaan jangka menengah 3 tahunan, sehingga kegiatan CSR dapat sinkron dengan program BKM/LKM yang telah ada.

Disisi lain kegiatan CSR dapat lebih terkendali dan terarah karena selama ini BKM/LKM memiliki pendamping CD (fasilitator) dari program KOTAKU. Pendamping CD (fasilitator) ini dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan bersama antara BKM/LKM dan kegiatan CSR sekaligus.

2. Kolaborasi dengan Pemerintah Desa

Perusahaan juga dapat bekerjasama dengan pemerintah desa dalam melaksanakan kegiatan CSRnya. Pemerintah desa selama ini mendapatkan dana pembangunan dari dana desa, alokasi dana desa, pendapatan asli desa dan pihak ketiga. Dana CSR dapat masuk ke dalam dana dari pihak ketiga. Keseluruhan dana ini kemudian ditetapkan dalam APBDes untuk program pembangunan desa. Dikarenakan pemerintah desa dipastikan memiliki APBDes, maka dengan mudah pemanfaatan kegiatan CSR dapat dipantau.

Selain hal tersebut, pemerintah desa memiliki pendamping dari P3MD yang selalu bisa diminta saran dan masukan terkait kegiatan pembangunan desa terutama yang menggunakan konsep CD. Pendamping lokal desa dari P3MD bisa mengarahkan kegiatan CSR sehingga dapat sinkron dengan kegiatan pembangunan desa sehingga tidak tumpang tindih dengan pendanaan yang lain.

Keuntungan selanjutnya adalah proses pertanggung jawaban yang lebih mudah dan transparan. Hal ini dikarenakan setiap alokasi dana dari APBDes diharuskan ada proses pertanggung jawaban dan disosialisasikan ke masyarakat agar transparan dan akuntabel.

4. KESIMPULAN

Beberapa hal yang dapat ditarik kesimpulan dalam tulisan ini terkait kolaborasi aktifitas CSR dan CD dalam konteks keberlanjutan di Indonesia:

1. Kegiatan CSR dari suatu perusahaan dapat dikolaborasikan dengan kegiatan CD yang ada di Indonesia terutama pada program KOTAKU dan P3MD dalam konteks keberlanjutan.
2. Singkronisasi program CSR dan CD dapat dilakukan dengan menggandengan BKM/LKM yang merupakan lembaga swadaya masyarakat di desa/kelurahan yang menangani permasalahan kemiskinan yang merupakan bentukan dari program PNPM Mandiri Perkotaan yang saat ini telah berubah menjadi program KOTAKU.
3. Singkronisasi program CSR dan CD dapat pula dilakukan bersama pemerintah desa dalam konteks pembangunan desa dengan menggandengan P3MD selaku konsultan CDnya.

DAFTAR PUSTAKA

- beritasatu.com. (n.d.). potensi csr di indonesia capai rp 12t. Retrieved from <http://www.beritasatu.com/nasional/295070-potensi-csr-di-indonesia-capai-rp-12-t.html>
- Brown, T. J., & Dacin, P. A. (1997). The Company and the Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses. *Journal of Marketing*, 61(1), 244–249.
- Castka, P., Balzarova, A. and Bamber, C. (2004). *How can SMEs effectively implement the CSR agenda? A UK case study perspective, Corporate Social Responsibility and Environmental Management*.
- Handelman, J. M. & Arnold, S. J. (1999). *The role of marketing actions with a social dimension: appeals to the institutional environment*.
- Handiwibowo, G. A. (2015). Kajian Implementasi Corporate Citizenship Dan Corporate Shared Value Melalui Sudut Pandang Triple Bottom Line. In *Seminar Nasional Manajemen Teknologi XXIII* (p. A-81-1).
- Hart, S. L. & Ahuja, G. (1996). Does It Pay to Be Green? An Empirical Examination of the Relationship between Emission Reduction and Firm Performance. In *Business Strategy and the Environment* (pp. 30–37).
- id.wikipedia.org. (n.d.). Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Retrieved from https://id.wikipedia.org/wiki/Tujuan_Pembangunan_Berkelanjutan
- Ishartono & Raharjo, S. T. (2016). Sustainable Development Goals (SDGs) dan Pengentasan Kemiskinan. *Social Work Journal*, 6(2), 154 – 272.
- Kanter, R. M. (1999). From Spare Change to Real Change: The Social Sector as Beta Site for Business Innovation. *Harvard Business Review*, 123–132.
- Luo, X. & Bhattacharya, C. B. (2006). Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value. *Journal of Marketing*, 70(October), 1–18.
- Maignan, I., OC, F. & TW, H. (1999). Corporate citizenship: cultural antecedents and business benefits. *J Acad Mark Sci*, 26(4), 455–469.
- Maimunah, I. (2009). Corporate Social Responsibility and Its Role in Community Development: an International Perspective, Uluslararasi Sosial Ara_tirmalar Dergisi. *The Journal of International Social Research*, 2(9), 200–209.
- Melrose-Woodman, J. & Kverndal, I. (1976). *Towards social responsibility: company codes of ethics and practice*. Liverpool: British Institute of Management.
- Pelozo, J. (2006). Using Corporate Social Responsibility as Insurance for Financial Performance. *California Management Review*, 48(2), 52–72.
- Schnietz, K. E. & Epstein, M. J. (2005). Exploring the Financial Value of a Reputation for Corporate Social Responsibility During a Crisis. *Corporate Reputation Review*, 7(4), 327–345.
- Sen, S. & Bhattacharya, C. B. (2001). Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer

- Reactions to Corporate Social Responsibility. *Journal of Marketing Research*, 38(May), 43–62.
- Sims, R. (2003). *Ethics and Corporate Social Responsibility: Why Giants Fall*.
- Smith, A. D. (2007). Making the case for the competitive advantage of corporate social responsibility. *Business Strategy Series*, 8(3), 186–195.
- World Business Council for Sustainable Development. (2002). Sustainable development reporting: striking the balance. Geneva: World Business Council for Sustainable Development.