

# TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DESA HUTAN

Nursalam<sup>\*)</sup>

## ABSTRAK

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan upaya dari organisasi bisnis untuk menyisihkan sebagian keuntungannya agar masyarakat merasakan manfaat keberadaan perusahaan tersebut. Program ini sebagai bentuk komitmen untuk berkontribusi dalam pembangunan, bekerjasama dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, komunitas-komunitas lokal, dan masyarakat secara keseluruhan dalam meningkatkan kualitas kehidupan. Terdapat berbagai bentuk kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk merealisasikan konsep *Corporate Social Responsibility* antara lain dengan kegiatan yang bersifat *charity* dan pengembangan komunitas. Di bidang kehutanan, pendekatan *Corporate Social Responsibility* diterapkan melalui Pengelolaan Sumber Daya Hutan Bersama Masyarakat (PHBM) yang telah membantu mengurangi tekanan terhadap lingkungan, deforestasi, dan memberikan kesejahteraan kepada masyarakat desa hutan sehingga mengurangi secara signifikan tingkat kerusakan hutan.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility, Prosperity, Kelestarian Hutan*

Ide mengenai kewajiban usaha bisnis untuk memperhatikan masalah sosial merupakan topik yang sangat banyak diperdebatkan pada tahun 1960-an, ketika itu perusahaan-perusahaan yang sudah maju memberikan kepada para karyawannya perumahan dan berbagai fasilitas lainnya. Menurut Thompson *et al* (2005:301), gagasan mengenai keharusan para eksekutif perusahaan menyeimbangkan kepentingan *stakeholders*, karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas di mana perusahaan beroperasi, dan masyarakat secara keseluruhan telah menjadi suatu pembicaraan dikalangan para pebisnis Amerika yang berkumpul dalam suatu komperensi.

Menyeimbangkan antara harapan para *shareholders* untuk memaksimalkan pengembalian modal dengan kepedulian terhadap persoalan sosial merupakan salah satu masalah mendasar yang

dihadapi oleh manajemen perusahaan. Pemilik saham mengharapkan menerima kembali dengan baik seluruh upaya saham yang telah ditanamnya, tetapi mereka juga seharusnya memperhatikan para pemangku kepentingan lain (*stakeholders*), yaitu pelanggan, karyawan, pemasok, dan masyarakat secara keseluruhan. Umumnya para manajer percaya bahwa menyeimbangkan kepentingan antara *shareholders* dan *stakeholders* perusahaan akan memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan.

Secara umum *Corporate Social Responsibility* merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan kualitas kehidupan sebagai respon terhadap kondisi sosial, menikmati dan memanfaatkan lingkungan hidup. Selain itu, konsep ini juga sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari *stakeholders*. Tanggung jawab perusahaan menunjukkan kepedulian

<sup>\*)</sup> Staf Pengajar Jurusan Ilmu Adm. Negara Fisip  
Undana

terhadap pihak lain dari pada hanya kepada kepentingan perusahaan semata.

Kegiatan yang dilakukan dalam CSR, dapat bersifat internal yang dilakukan oleh pekerja, *shareholders*, dan penanam modal, dan bersifat eksternal melalui kelembagaan, pengaturan umum, kelompok komunitas, dan perusahaan lain.

Konsep mengenai *Corporate Social Responsibility* melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga, sumber daya komunitas, dan komunitas setempat. Kemitraan ini tidaklah bersifat pasif dan statis melainkan aktif dan dinamis. Dengan demikian tanggung jawab perusahaan secara sosial tidak hanya terbatas pada konsep pemberian donor saja (*charity*) tetapi merupakan hak dan kewajiban yang dimiliki bersama antar *stakeholders* (*principle stewardship*).

Prinsip ini mengemuka karena konsep kedermawanan perusahaan (*corporate philanthropy*) dalam tanggung jawab sosial tidak lagi memadai, karena konsep tersebut tidak melibatkan kemitraan tanggung jawab perusahaan secara sosial dengan *stakeholders* lainnya.

Mengenai perkembangan konsep tersebut Lawrence dan Weber (2008:48) mengemukakan bahwa prinsip dasar dari pada *Corporate Social Responsibility* adalah *stewardship principle*, yaitu bahwa perusahaan bertindak sebagai wali dari publik (*public trustee*) yang harus mempertimbangkan kepentingan dari semua pihak yang dipengaruhi oleh kebijakan dan keputusan perusahaan. Hal ini berbeda dengan prinsip *charity*, di mana perusahaan memberi bantuan dana terhadap masyarakat kepada individu atau kelompok yang membutuhkan. Hasil yang diharapkan dari prinsip *stewardship* adalah mengakui hubungan timbal balik antara perusahaan dan masyarakat; menyeimbangkan kepentingan dan kebutuhan berbagai kelompok dalam masyarakat.

Di bidang kehutanan perusahaan yang memiliki kewenangan dan tanggung jawab untuk memperhatikan kesejahteraan masyarakat desa hutan adalah PT.Perhutani (Persero). Perusahaan bidang kehutanan ini adalah salah satu BUMN di bawah naungan Departemen Kehutanan yang diberikan wewenang untuk mengelola kawasan hutan dan mengusahakan sumber daya hutan. Misi yang ingin dicapai adalah melakukan misi perlindungan ekosistem hutan (*ecological mission*); misi ekonomi (*economical mission*) untuk menunjang sumber pendapatan dan devisa negara; misi sosial (*social mission*) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa di sekitar hutan (Nurjaya, 2006:253).

Salah satu kegiatan yang dilakukan untuk mewujudkan misi tersebut adalah melalui kebijakan Pengelolaan Sumberdaya Hutan Bersama Masyarakat (PHBM), hal ini khususnya berlangsung di pulau Jawa sedangkan di luar Pulau Jawa, perusahaan yang punya kewenangan adalah perusahaan-perusahaan yang memiliki Hak Pengusahaan Hutan (HPH) dan konsesi dalam mengeksplorasi tambang pada lokasi kehutanan.

Menurut Nurjaya (2006:254) tujuan dibentuknya PHBM ini adalah agar seluruh pemangku kepentingan yang meliputi pemerintah daerah, masyarakat desa hutan, dunia usaha, lembaga donor dan lain sebagainya dengan jiwa berbagi (*sharing*) dan kepentingan bersama dapat mewujudkan kelestarian dan keberlanjutan fungsi dan manfaat sumber daya hutan serta kesejahteraan masyarakat disekitar hutan.

Dengan paradigma PHBM, Perum Perhutani mencoba melakukan segenap upaya penyesuaian kepada masyarakat desa hutan, memberikan kemudahan kesempatan bertani di lahan kawasan hutan; penyediaan lapangan kerja

berbasis kehutanan; perluasan kesempatan kepada organisasi kelompok tani hutan sebagai mitra usaha dalam pekerjaan berbasis pekerjaan kehutanan; upaya pemberdayaan usaha kecil dan menengah (UKM) yang terdapat dalam radius 60 kilometer dari titik pusat kantor-kantor Perum Perhutani pada tingkat Kesatuan Pemangkuan Hutan (KPH).

#### **Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Corporate Social Responsibility* dimaksudkan sebagai tanggung jawab perusahaan terhadap setiap tindakan yang berpengaruh terhadap orang lain, masyarakat, dan lingkungan di mana perusahaan tersebut beroperasi. Implikasi dari kehadiran perusahaan tersebut adalah bahwa perusahaan harus menghargai orang lain atau masyarakat di sekitarnya, perusahaan harus menyisihkan keuntungannya kepada masyarakat yang terkena dampak dari adanya kegiatan perusahaan tersebut.

Menurut Keraf (1998:122), tanggung jawab sosial perusahaan berarti bahwa suatu perusahaan harus bertanggung jawab atas tindakan dan kegiatan bisnisnya yang mempunyai pengaruh atas orang-orang tertentu, masyarakat, serta lingkungan di mana perusahaan itu beroperasi.

Sejalan dengan hal tersebut Kotler dan Lee (2005:3) mengemukakan, *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan melalui *discretionary* praktik bisnis dan sumbangan dari pada sumber daya perusahaan. Kata *discretionary* menjadi unsur utama dengan pertimbangan bahwa tanggung jawab yang diambil oleh perusahaan bukan sifatnya memaksa seperti yang diajarkan oleh hukum atau sifatnya moral/etis meskipun hal itu diharapkan, tetapi lebih merujuk kepada komitmen sukarela dari bisnis

dalam memilih dan melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

Definisi lain yang dirumuskan oleh Dewan Bisnis Dunia bagi Pembangunan Berkelanjutan yang dikutip dari Kotler dan Lee (2005:3), mengemukakan definisi *Corporate Social Responsibility* sebagai:

*"Business commitment to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community, and society at large to improve their quality of life"*.

CSR merupakan komitmen dari perusahaan untuk memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan, yang dilakukan melalui para karyawan, keluarga karyawan, masyarakat setempat, masyarakat secara luas dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan mereka. CSR dapat dipahami sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Menurut Wehrlich dan Koontz (1994:67-68), mengemukakan bahwa konsep yang lebih baru tetapi masih sama dengan tanggung jawab sosial adalah *social responsiveness*, yang secara sederhana dimaksudkan sebagai kemampuan perusahaan dalam kegiatan dan kebijakan yang dibuat terhadap lingkungan sosialnya yaitu satu sama lain saling memberikan manfaat.

Selanjutnya Kotler dan Lee (2005:3), mengemukakan istilah *corporate social initiatives* sebagai penjelasan tentang upaya yang dilakukan dalam rangka tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu: "Ihtiar sosial perusahaan merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendukung masalah-masalah sosial dan untuk memenuhi komitmen perusahaan dalam rangka tanggung jawab sosial".

Dukungan yang dilakukan perusahaan mungkin terdiri dari berbagai bentuk, meliputi: dana (*grants*),

pembayaran iklan (*paid advertising*), publisitas, sponsor promosi, keahlian teknis. *Cash contributions* mungkin secara langsung melalui perusahaan atau secara tidak langsung melalui yayasan perusahaan yang telah dibentuk yang memfokuskan diri atas nama perusahaan.

**Berbagai pandangan tentang perlunya Corporate Social Responsibility.**

Menurut Keraf (1998:124), terdapat beberapa alasan sehingga perusahaan terlibat dalam permasalahan-permasalahan sosial yaitu:

- a) masyarakat setempat.
- b) Perusahaan telah diuntungkan dengan mendapat hak untuk mengelola sumber daya alam yang ada dalam masyarakat dengan mendapatkan keuntungan bagi perusahaan tersebut.
- c) Dengan tanggung jawab sosial melalui berbagai kegiatan sosial, perusahaan memperlihatkan komitmen moralnya untuk tidak melakukan kegiatan bisnis yang dapat merugikan kepentingan masyarakat luas.
- d) Dengan keterlibatan sosial, perusahaan dapat menjalin hubungan sosial yang lebih baik dengan masyarakat. Perusahaan dan karyawannya merupakan adalah merupakan bagian integral dari

Hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat setempat di mana perusahaan tersebut beroperasi memungkinkan masyarakat memiliki *sense of belonging* terhadap perusahaan tersebut, sehingga dapat menciptakan iklim sosial dan politik yang kondusif yang menguntungkan perusahaan.

Tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat sebenarnya suatu tindakan yang secara eksternal diperintahkan juga bisa merupakan

tindakan sukarela dari perusahaan untuk mengambil bagian dalam persoalan-persoalan yang dihadapi oleh masyarakat, karena hal ini merupakan tanggung jawab atas kehadiran perusahaan tersebut.

Agar perusahaan berhasil dalam melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial, maka para manajer perlu memperhatikan keterkaitan antara upaya untuk melakukan tanggung jawab sosial dengan strategi bisnis. Perusahaan mengintegrasikan sasaran-sasaran tanggung jawab sosial kedalam misi dan target kinerja keseluruhan perusahaan, mereka seharusnya melihat kinerja sosial dan matriks lingkungan sebagai suatu unsur yang paling penting dalam menilai kinerja keseluruhan masa depan perusahaan.

Meskipun ada pendapat yang menyetujui agar perusahaan mau terlibat dalam kegiatan-kegiatan sosial, namun terdapat juga pendapat yang menentang hal tersebut, seperti yang dikemukakan oleh Frederick *et al* yang dikutip dari Weihrich dan Koontz (1994:68) yang menyatakan bahwa:

- a) Tugas utama suatu bisnis adalah memaksimalkan keuntungan, keterlibatan dalam persoalan sosial dapat mengurangi efisiensi perusahaan.
- b) Masyarakat harus membayar keterlibatan sosial perusahaan dengan biaya yang lebih tinggi. Keterlibatan sosial akan menimbulkan kelebihan biaya.
- c) Orang bisnis kekurangan dalam keterampilan berkaitan dengan persoalan masyarakat. Mereka terlatih dan berpengalaman dalam masalah ekonomi, mereka tidak memiliki keterampilan berkaitan dengan persoalan sosial.
- d) Ketiadaan dukungan yang sempurna terhadap keterlibatan sosial akan beresiko kepada perbedaan

pendangan yang akan menyebabkan priksi dalam organisasi perusahaan.

Menurut Steiner and Steiner (2003:145), terdapat tiga unsur utama dari tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu:

- a) Tindakan-tindakan pasar, Tanggapan-tanggapan persaingan untuk memperkuat pasar. Tindakan seperti itu hampir mendominasi dan terus menerus akan dilakukan.
- b) Tindakan-tindakan yang diperintahkan, program-program memerlukan pengaturan pemerintah atau persetujuan yang telah dinegosiasikan kepada *stakeholders*.
- c) Tindakan-tindakan sukarela, program sukarela dapat dijelaskan sebagai "*legal plus*", yaitu melampaui aturan yang telah diperintahkan. Bentuknya bermacam-macam misalnya program memajukan kelompok minoritas, keamanan pekerja, pengendalian polusi, bantuan dana untuk meningkatkan melek huruf dari masyarakat.

Prinsip umum yang melandasi perusahaan melakukan tanggung jawab sosial adalah:

- a. Perusahaan merupakan lembaga yang bertujuan mencapai keuntungan. Tanggung jawab terbesar mereka adalah memberikan manfaat ekonomi. Mereka terutama harus dinilai pada kriteria ekonomi dan tidak dapat diharapkan untuk semata-mata mencapai tujuan sosial tanpa dorongan finansial. Namun demikian, perusahaan harus mengadakan ongkos jangka pendek untuk memperbaiki masalah-masalah yang dihadapi oleh masyarakat, Pemecahan masalah sosial kadang-kadang dapat mengutungkan. Sebagaimana apa yang dikemukakan oleh Lawrence dan Weber (2008:47), yang mengemukakan istilah "*the iron*

*law responsibility*", yang menegaskan bahwa secara jangka panjang, mereka yang menggunakan kekuatan dengan tidak mempertimbangkan tanggung jawab akan cenderung mengalami kerugian.

- b. Semua perusahaan seharusnya mengikuti aturan hukum, yang meliputi aturan mengenai tugas yang dibebankan oleh pemegang saham, aturan tentang hukum sipil dan kriminal, aturan mengenai perlindungan pemangku kepentingan (*stakeholders*). Namun demikian aturan-aturan tersebut dipatuhi secara minimum. Tindakan reaktif terhadap aturan dan ketinggalan dibelakang norma-norma dan tugas yang yang dibentuk oleh perusahaan.
- c. Perusahaan mempunyai tugas untuk memperbaiki dampak sosial yang merugikan yang disebabkan oleh tindakan perusahaan. Perusahaan harus mencoba menginternalisasikan biaya-biaya eksternal atau biaya-biaya produksi yang dipikul oleh masyarakat.
- d. Tanggung Jawab sosial dari perusahaan didasarkan kepada ukuran perusahaan, strategi-strategi, teknik pemasaran, lokasi, budaya internal, tuntutan *stakeholders*, dan nilai-nilai para manajer perusahaan. Perusahaan-perusahaan farmasi memiliki dampak yang berbeda dari perusahaan-perusahaan asuransi lokal. Tanggung jawab mereka-pun berbeda.
- e. Para manajer harus berusaha memenuhi kebutuhan *stakeholders*. Para manajer terutama bertanggung jawab kepada tiga kelompok, yaitu: pelanggan, pemegang saham dan para karyawan. Memenuhi kebutuhan pemerintah dan masyarakat juga diakui, tetapi kurang diberikan penekanan. Akan tetapi berbagai

tuntutan dari *stakeholders* kadang-kadang menimbulkan konflik, dan tiap perusahaan mestinya memberikan prioritas.

- f. Perilaku perusahaan seharusnya tunduk kepada norma-norma yang mendasari kontrak sosial. Untuk memahami kontrak ini, dan bagaimana perubahannya, para manajer dapat belajar kepada arahan kebijakan nasional dan kebijakan global sebagai fakta hukum. Perjanjian, protokol, dan pernyataan-pernyataan kebijakan. Mereka juga bisa belajar dari pola-pola utama dan arahan sosial yang mencerminkan pendapat umum, isu-isu yang muncul, persyaratan legal formal, dan praktik-praktik bisnis yang sudah dijalankan.

Program CSR telah memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan atau kemajuan yang telah dirasakan oleh perusahaan. Kenyataan telah menunjukkan bahwa partisipasi perusahaan dalam memecahkan berbagai persoalan sosial memberikan dampak kepada kinerja perusahaan. CSR bagi perusahaan menyediakan informasi, alat-alat, latihan, *advisory services* berkaitan dengan pengintegrasian CSR dengan kegiatan dan strategis bisnis perusahaan.

Penerapan CSR pada perusahaan memberikan nilai yang sangat positif bagi perkembangan dan kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Dengan tanggung jawab dan keterlibatan dalam masalah sosial menciptakan citra yang positif dimata masyarakat.

Menurut Keraf (1998:134) bahwa dengan CSR, maka bisnis tidak lagi tampil sebagai profesi yang kotor, sebagai binatang raksasa yang buas, sebagai monster yang menakutkan. Bisnis lalu tampil sebagai profesi yang ramah, yang tanggap dan peduli pada kepentingan banyak orang serta dapat menghilangkan stigma tentang pandangan dari Friedman

yang dikutip dari Bertens (2000:295), yang menyatakan bahwa: "satu-satunya tanggung jawab perusahaan adalah meningkatkan keuntungan sampai menjadi sebesar mungkin". Pelaku-pelaku bisnis menjadi orang-orang profesional yang tidak hanya mengejar keuntungan, melainkan orang yang berkomitmen kepada kepentingan masyarakat secara keseluruhan.

Berbagai penelitian menyimpulkan bahwa penerapan CSR memberikan manfaat, sebagaimana yang dikemukakan oleh Kotler dan Lee (2005:10), yaitu:

- a) Meningkatkan pemasaran dan market share perusahaan.
- b) Meningkatkan kesan dan pengaruh perusahaan (*image and clout*).
- c) Meningkatkan daya tarik, motivasi, dan daya tahan para karyawan.
- d) Menurunkan biaya-biaya operasional perusahaan.
- e) Meningkatkan seruan kepada para investor dan analisis keuangan untuk ikut membantu perusahaan.

#### **Corporate Social Responsibility dan Kesejahteraan masyarakat Desa Hutan**

Asumsi bahwa ketergantungan mata pencaharian penduduk desa sekitar hutan yang tinggi terhadap kawasan hutan merupakan akar penyebab timbulnya masalah kelestarian tegakan pohon di lahan kehutanan (Simon, 2003:200; Adam dan Raharjo, 2007:6 ). Sehingga diperlukan upaya lain agar masyarakat disekitar desa hutan memiliki alternatif dalam bermata pencaharian, tidak sekedar menggantungkan hidupnya pada kegiatan yang mengarah kepada pengrusakan hutan. Pendekatan kemakmuran menjadi pilihan bagi mereka sehingga diharapkan, tekanan terhadap lingkungan hutan menjadi berkurang. Disinilah peranan sosial dari pada Perum Perhutani atau perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam HPH dan konsesi tambang dapat

dimainkan sehingga kesejahteraan masyarakat desa hutan dapat terwujud demikian pula lingkungan hutan dapat terjaga.

Pendekatan kemakmuran ditujukan kepada masyarakat yang bertempat tinggal di dalam dan di sekitar hutan, khususnya yang sehari-hari menjadi pekerja di hutan. Banyak kegiatan yang digulirkan dalam rangka program *prosperity approach* ini, mulai dari perombakan dan perbaikan rumah margesaren, penanaman rumput gajah, pembuatan *check dam dan captering air*, pemeliharaan lebah madu, proyek Ma-Ma, wacana Ma-Lu, penanaman kaliandra sebagai penghasil kayu bakar, dan Inmas Tumpangsari (Simon, 2003:201). Tujuan program pendekatan kemakmuran masyarakat yang dilakukan oleh Perhutani dan pemegang HPH atau konsesi pertambangan di lahan hutan adalah meningkatkan pendapatan penduduk di sekitar hutan. Kebijakan yang bersandar pada model ini selanjutnya melalui serangkaian proses modifikasi dikembangkan dalam bentuk kemitraan antara Perusahaan dan unsur masyarakat sekitar desa hutan. Pada tahun 1980-an mulai dilansir program sejenis bersebutan Perhutanan Sosial (*social Forestry*) yang intinya memberikan kesempatan kepada warga tani hutan untuk berpencaharian dari kegiatan Perum Perhutani. Iskandar (2008), mengemukakan perhutanan sosial bertujuan untuk menjalin hubungan yang lebih serasi dan seimbang antara petugas kehutanan dan masyarakat sekitar hutan. Selain itu dikembangkan pula berbagai program pengelolaan hutan bersama masyarakat (PHMB) yang aspiratif, partisipatif, dan kolaboratif dengan melibatkan pemangku kepentingan. Konsep ini berangkat pada asumsi bahwa kemunculan tekanan sosial terhadap kawasan hutan adalah faktor kemiskinan lahan garapan pertanian di kalangan petani desa hutan.

Menurut Mink (1994:4), bahwa kemiskinan yang dihadapi oleh masyarakat turut mempersulit tekanan terhadap lingkungan, pendapatan yang tinggi pada mereka memungkinkan mereka mengambil pilihan dalam menggunakan sumber daya yang lebih baik. Tugas pemerintah adalah merumuskan kebijakan makro ekonomi untuk membantu mengurangi kemiskinan melalui pertumbuhan yang stabil dan tidak diskriminatif terhadap sektor pertanian padat karya. Kebijakan yang perlu ditempuh adalah meningkatkan infrastruktur pedesaan yang sifatnya intensif dan ekstensif.

Upaya kesejahteraan yang dapat dilakukan adalah memberikan kemudahan kesempatan bertani di lahan kawasan hutan; penyediaan lapangan berbasis kegiatan kehutanan; perluasan kesempatan kepada organisasi kelompok Tani Hutan sebagai mitra usaha dalam pekerjaan berbasis pekerjaan kehutanan; pemberdayaan usaha kecil menengah (UKM) yang terdapat dalam radius 60 kilometer dari titik pusat kantor-kantor Perum Perhutani pada tingkat Kesatuan Pemangkuan Hutan (KPH). Tujuan jangka panjang dari program ini diantaranya adalah memperbaiki kondisi lahan kritis, partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan hutan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, menyediakan kebutuhan masyarakat lokal dari dalam hutan, dan konservasi sumber daya alam. Sedangkan tujuan jangka pendek adalah pembentukan kelompok tani hutan, peningkatan keberhasilan tanaman (kehutanan dan pertanian), dan peningkatan pendapatan anggota kelompok tani hutan.

Menurut Indrawan *et al* (2007:397), salah satu pendekatan lain yang kini sering dipertimbangkan adalah dengan memberikan kompensasi langsung baik terhadap komunitas maupun pemilik lahan yang bersedia melindungi kawasan

setempat. Namun perlu diperhatikan agar introduksi kompensasi yang bersifat materi tidak menimbulkan kecemburuan sosial antar desa yang menemani dan yang tidak menerimanya.

Implikasi lebih jauh yang ditimbulkan dari kegiatan CSR, yang diharapkan dimainkan oleh Perum Perhutani dan Perusahaan-perusahaan pemegang HPH dan konsesi hutan adalah munculnya kemandirian publik memelihara dan mempertahankan kondisi kehutanan tetap lestari. Sebagaimana juga dinyatakan oleh Sastrapradja dan Sastrapradja (1996:96) bahwa keberhasilan suatu program pelestarian sumber daya alam tidak hanya tergantung kepada pemerintah dan *stakeholders* lainnya tetapi juga kepada partisipasi publik. Berbagai alasan sehingga partisipasi publik diperlukan dalam rangka meningkatkan efektivitas pelestarian, salah satunya adalah bahwa kemampuan pemerintah dan *stakeholders* untuk memberikan perhatian penuh kepada kegiatan pelestarian dibatasi oleh sumber daya yang terbatas terutama sumber yang melakukan pengawasan. Namun sebagian masyarakat setempat tidak memiliki pandangan yang kuat terhadap konservasi. Terlepas, apakah mereka mendukung atau tidak upaya pelestarian, mereka akan bereaksi terhadap permasalahan yang akan mempengaruhi kehidupan mereka. Tantangan bagi pemerintah dan beberapa kalangan yang peduli terhadap pelestarian adalah bagaimana memotivasi masyarakat setempat untuk mendukung konservasi, pada saat yang sama memperhatikan aspirasi dan kepentingan mereka yang menentang konservasi.

Pada umumnya, ada beberapa faktor yang dapat menimbulkan kelemahan dan kegagalan dalam pelestarian dan peningkatan kesejahteraan masyarakat disekitar hutan, Menurut Iskandar (2008) kelemahan tersebut adalah:

"partisipasi masyarakat dalam berbagai program pelestarian masih rendah, ia baru pada tahap manipulasi, terapi, menyampaikan informasi, dan konsultasi. Sementara itu, pola kemitraan dengan masyarakat seperti saling mengerti dan menghormati mencari kesamaan dan ketidaksamaan secara damai, selalu mencoba bernegosiasi dan berkompromi, mulai dengan kegiatan sederhana hingga memantau kegiatan berdasarkan indikator yang disetujui bersama, masih belum dapat dilaksanakan secara saksama".

Kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa pendekatan kesejahteraan belum mendapat perhatian sepenuhnya, akibatnya penduduk yang hidup di sekitar hutan kehilangan berbagai fungsi sosial ekonomi dan budaya, serta pelayanan jasa dari hutan.

Menurut Indrawan *et al* (2007:397), satu pendekatan yang kini sering dipertimbangkan oleh organisasi konservasi adalah :

"Memberikan kompensasi langsung, baik terhadap komunitas maupun pemilik lahan yang bersedia melindungi kawasan setempat di mana dilakukan kegiatan pelestarian. Namun setidaknya perlu diperhatikan agar introduksi kompensasi yang bersifat materi seperti itu tidak mengganggu keharmonisan budaya dan adat istiadat setempat, atau menimbulkan kecemburuan antara desa yang menerima kompensasi".

Mengenai dampak pemberian insentif ini, ditengera oleh Nurrochmat (2005:86), bahwa paradoks dari pendekatan kemakmuran dengan

pemberian insentif justru menurunkan motivasi berusaha, ia mengemukakan: "Pemberian insentif justru menurunkan motivasi berusaha. Pada beberapa kasus, pemberian insentif, misalnya subsidi saprotan, bibit unggul, dan bentuk subsidi lainnya justru menimbulkan ketergantungan pesanggem pada subsidi. Motivasi pesanggem untuk meningkatkan keberhasilan tanaman secara mandiri hampir tidak ada, sehingga ada kecenderungan produksi langsung menurun bersamaan dengan pengurangan subsidi".

Meskipun kenyataan mengenai dampak yang ditimbulkan oleh pemberian insentif ini merupakan suatu hal yang berlaku secara sporadis dalam masyarakat, namun hal ini memang perlu dipertimbangkan oleh pemerintah dan *stakeholders*-nya agar masyarakat lebih mandiri dalam berusaha, subsidi hanya merupakan cara motivasi untuk memberdayakan mereka.

#### Penutup

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan penerapan bisnis yang menyangkut tugas perusahaan untuk menghindari kerugian akibat dari seluruh keputusan dan tindakan perusahaan terhadap pemangku kepentingan dan lingkungan di mana perusahaan beroperasi.

Setiap strategi CSR yang diambil oleh sebuah perusahaan seharusnya juga mempertimbangkan nilai-nilai utama dan misi perusahaan, sebab kesesuaian

tersebut membuat perusahaan dapat lebih meningkatkan kinerja, reputasi, mengurangi biaya operasional, selain dari itu juga dapat mengurangi risiko-risiko yang kelihatan, meningkatkan loyalitas dan inovasi karyawan.

Dengan demikian setidaknya terdapat tiga alasan mengapa Program CSR baik bagi perusahaan yaitu; menimbulkan manfaat secara internal khususnya menyangkut tentang rekrutmen karyawan, retensi terhadap kekuatan-kekuatan kerja, dan biaya pelatihan; program CSR mengurangi resiko terhadap bahaya dan melindungi perusahaan dari tekanan yang dilakukan oleh kelompok-kelompok yang ada dalam masyarakat yang secara langsung atau tidak terkena dampak dari kebijakan dan tindakan perusahaan; dan yang terakhir bahwa dengan program CSR maka hal itu merupakan bentuk perhatian terbaik yang dilakukan oleh *shareholders* terhadap *stakeholders* sehingga hal ini merupakan bentuk kerjasama yang saling menguntungkan.

Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang kehutanan telah memberikan kontribusi kepada masalah-masalah yang dihadapi masyarakat desa hutan dengan mengambil pendekatan kesejahteraan (*prosperity*). Implementasi kegiatan CRS di bidang kehutanan yang dilaksanakan dengan jiwa berbagi (*sharing*) memberi manfaat ekonomi dan manfaat ekologis bagi pelestarian hutan, mendorong berkembangnya perusahaan, berdampak terhadap aktivitas perekonomian daerah, kemitraan usaha, penyediaan fasilitas publik, dan pembangunan infrastruktur daerah di sekitar hutan.

### Daftar Rujukan

- Adam, S.Jawama.,Imam Fuji Rahardjo.2007.*Dialog Hutan Jawa:Mengurai Makna Filosofis PHBM*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Bertens K, 2000. *Pengantar Etika Bisnis*, Yogyakarta: Kanisius.
- Keraf, A.Sonny.1998. *Etika Bisnis:Tuntunan dan Relevansinya*, Yogyakarta:Kanisius.
- Indrawan, Mochamad. Richard B.Primack,. Jatna Supriatna. 2007. *Biologi Konservasi*. Jakarta: Buku Obor.
- Iskandar, Johan. 2008. *Pengelolaan Hutan dan Kesejahteraan Masyarakat*, Kompas 7 Agustus 2008, Edisi Bandung.
- Kotler, Philip.,Nancy Lee. 2005.,*Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause.*,New Jersey:John Wiley & Sons.
- Lawrence, Anne T.,James Weber.2008. *Business and Society: Stakeholders, Ethics, and Public Policy*, Boston:Mc.Graw-Hill.
- Mink, Stephen, 1994.,*Poverty and the Environmentat*. dalam Serageldin Ismail and Andrew Steer (Editors), *Making Development Sustainable: From Concepts to Action*, Washington, Environmental Sustainable Development Occasional Paper series No.2.
- Nurjaya, I Nyoman.2006.*Pengelolaan Sumber Daya Alam Dalam Perspektif Antropologi Hukum*, Malang:Penerbit Universitas Negeri Malang.
- Nurrochmat, Dodik Ridho. 2005. *Strategi Pengelolaan Hutan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sastrapradja,Setijadi D., Didin S.Sastrapradja.1996. *Keeping Indonesia's Forests Green*. Dalam Christine Padoch and Nancy Lee Peluso (editors), *Borneo in Transition: People, Forests, Conservation, and Development*,Kuala Lumpur: Oxford University Press.
- Simón, Hasanu. 2006. *Hutan Jati dan Kemakmuran, Problem dan Strategi Pemecahannya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Steiner, George A.,John F.Steiner.2003.*Business, Government, and Society*, New York:Mc-Graw-Hill.
- Thompson, Arthur A., A.J.Strickland III.,Jhon E.Gamble.2005.*Crafting and Executing Strategi Advantage:Consepts and Cases*, New York:Mc.Graw-Hill.
- Weihrich,Heinz.,Harold Koontz,1994.*Management A Global Perspective*, Singapore:McGraw-Hill.