**PERAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN PT. TELKOM DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI KECAMATAN KIARACONDONG KOTA BANDUNG**

Riany Laila Nurwulan

Program Studi Kesejahteraan Sosial Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung

[riany.lailanurwulan@unpas.ac.id](mailto:Riany.lailanurwulan@unpas.ac.id)

***Abstract***

*This paper is part of the results of research, aims to obtain an overview, describe and analyze the role of corporate social responsibility in community empowerment carried out by PT. Telkom in Kiaracondong District, Bandung City. The concept used is the concept of corporate social responsibility, the concept of the role of actors of change, and community empowerment. The approach in research is qualitative, and the selection of informants is carried out with a purposive technique. Data collection techniques used were observation, interviews, and documentation. Data analysis uses stages of data reduction, data presentation, and conclusions and verification. The data validity technique used is source triangulation. The results of this study indicate that the role of corporate social responsibility PT. Telkom is carried out as a facilitative role, educational role, representative role, and technical role. Facilitative role; that corporate social responsibility provides facilities for fostered partners to develop their business. Educational role; implemented through entrepreneurship training and creativity development, representative role; already done but there are still things that have not been done well, namely the lack of relations between the company and the district government. this is necessary for the smooth implementation of activities, especially in administrative activities. Technical roles are carried out starting from the collection of proposals for assistance requests, administrative checks, surveys to the realization of assistance. Thus the overall role of corporate social responsibility PT. Telkom has been well implemented. As a result of the implementation of the role of corporate social responsibility, the empowerment index for UMKM players is fulfilled.*

***Keywords****: Corporate social responsibility, the role of change actors, empowerment of UMKM players, empowerment index*

**Abstrak**

Karya tulis ini merupakan bagian dari hasil penelitian, bertujuan untuk memperoleh gambaran, mendeskripsikan dan menganalisis tentang Peran tanggung jawab sosial perusahaan dalampemberdayaan masyarakatyang dilakukan oleh PT. Telkom di Kecamatan Kiaracondong Kota Bandung. Konsep yang digunakan adalah konsep tanggung jawab sosial perusahaan, konsep peran pelaku perubahan, dan pemberdayaan masyarakat. Pendekatan dalam penelitian adalah kualitatif, dan pemilihan informan dilaksanakan dengan teknik purposive. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Teknik keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran tanggung jawab sosial perusahaan PT. Telkom dilaksanakan sebagai peran fasilitatif, peran edukasional, peran representatif, dan peran teknikal. Peran fasilitatif; bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memberikan fasilitas bagi mitra binaan untuk mengembangkan usahanya. Peran edukasional; dilaksanakan melalui pelatihan kewirausahaan dan pengembangan kreatifitas, Peran representatif; sudah terlaksana namun masih ada hal yang belum terlaksana dengan baik, yaitu kurangnya relasi antara perusahaan dengan pihak pemerintahan kecamatan. hal ini diperlukan untuk kelancaran pelaksanaan kegiatan terutama dalam kegiatan administrasi. Peran teknikal terlaksana mulai dari pengumpulan proposal permohonan bantuan, pemeriksaan administrasi, survey sampai dengan realisasi pemberian bantuan. Dengan demikian secara keseluruhan peran tanggung jawab sosial perusahaan PT. Telkom sudah dilaksanakan dengan baik. Sebagai hasil dari terlaksananya peran tanggung jawab sosial perusahaan adalah terpenuhinya *empowerment index* pada pelaku UMKM.

**Kata kunci**: Tanggung jawab sosial perusahaan, peran pelaku perubahan, pemberdayaan pelaku UMKM, empowerment index.

**PENDAHULUAN**

*Corporate Social Responsibilities*(CSR)  menjadi keharusan dalam perusahaan khususnya yang berbadan hukum perseroan terbatas yang menyangkut tanggung jawab sosial perusahaan dalam sudut pandang ekonomi, hukum, etika, dan kedermawanan (*philantrophic*).

CSR dapat berperan untuk membantu masyarakat mencapai harkat dan martabatnya seperti mendapatkan hidup yang layak, pendidikan yang layak, air bersih dan beberapa hal lainnya. Namun, pendekatan tersebut tidak hanya berhenti pada sarana fisik semata, tetapi juga harus melakukan pendekatan yang lebih mendasar seperti pendampingan dan pemberdayaan masyarakat dalam sisi sosial ekonomi. Hal ini sesuai dengan tujuan dari CSR, yaitu untuk memberdayakan masyarakat agar masyarakat berdaya dan mandiri dengan adanya program atau agenda kegiatan dari perusahaan.

Suatu usaha hanya berhasil dinilai sebagai "pemberdayaan masyarakat" apabila kelompok komunitas atau masyarakat tersebut menjadi agen [pembangunan](http://id.wikipedia.org/wiki/Pembangunan" \o "Pembangunan) atau dikenal juga sebagai subyek. Disini subyek merupakan motor penggerak, dan bukan penerima manfaat (*beneficiaries*) atau [obyek](http://id.wikipedia.org/wiki/Obyek" \o "Obyek) saja.

Perusahaan dalam mengimplementasikan tanggung jawab sosialnya memiliki peran yang cukup berarti. Hal ini karena tanggung jawab sosial perusahaan dapat mempengaruhi kondisi ekonomi, sosial maupun lingkungan masyarakat. Diantaranya melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat, sehingga masalah sosial ekonomi dan lingkungan yang dialami masyarakat dapat terbantu. Bantuan yang diterima dapat mengurangi beban masalah yang dialami masyarakat.

Berdasarkan hasil pemeriksaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis, penelitian yang membahas tentang peran tanggung jawab sosial perusahaan sudah pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya, diantaranya Zaleha (2008). Hasil penelitiannya adalah bahwa Peran CSR Eksternal terhadap Pengembangan Ekonomi Lokal Dalam bidang pengembangan ekonomi lokal, perusahaan memperkirakan telah menyerap sekitar 1500 (seribu lima ratus) orang tenaga kerja dalam operasional perusahaan, yang terbagi dalam 2 kategori: 1. Sekitar 1200 (seribu dua ratus) orang bekerja sebagai tenaga kerja di unit usaha mitra perusahaan/kontraktor. 2. 271 (dua ratus tujuh puluh satu orang) orang tenaga kerja langsung perusahaan.[[1]](#footnote-1)

Penelitian mengenai Peran tanggung jawab sosial perusahaan dalam pemberdayaan masyarakat, khususnya pelaku UMKM belum pernah dilakukan. Dengan demikian penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan thema Peran tanggung jawab sosial perusahaan PT. Telkom Dalam Pemberdayaan Masyarakat, di Kecamatan Kiaracondong Kota Bandung.

PT. Telkom melaksanakan perannya dalam tanggung jawab sosial perusahaan melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Diantaranya adalah Program Kemitraan dengan sasaran penerima bantuan pelaku UMKM dengan tujuan agar mereka dapat mencapai kemandirian dalam menjalankan usahanya, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui perluasan kesempatan berusaha dan peningkatan pendapatan sekaligus diharapkan berhasil mencapai kesejahteraan dalam keluarga.

Adapun permasalahan pada tulisan ini adalah “ Bagaimana CSR berperan dalam pemberdayaan masyarakat pelaku UMKM sehingga dapat meningkatkan kondisi sosial ekonomi masyarakat di Kecamatan Kiaracondong Kota Bandung?”

Tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui atau memperoleh gambaran tentang Peran tanggung jawab sosial perusahaan dalampemberdayaan masyarakatyang dilakukan oleh PT. Telkom.

**Literatur Review**

The World Business Council For Sustainable Development (WBCSD) in Fox, et al (2002), dalam Nursahid (2006) merumuskan definisi CSR adalah “*corporate social responsibility is the continuing commitment by business to be have ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*”, yaitu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komuniti-komuniti setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. Peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk dapat menanggapi keadaan social yang ada dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memelihara.



Sedangkan Teguh Sripambudi, mengemukakan pengertian CSR dalam versi World Bank, dimana CSR adalah komitmen dunia usaha untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan bekerjasama dengan tenaga kerja dan organisasi representasinya, dengan masyarakat lokal dan dengan masyarakat dalam lingkup yang lebih luas, untuk memperbaiki kualitas hidup dengan cara yang menguntungkan kedua belah pihak baik untuk dunia usaha maupun untuk pembangunan.(2005:18).

Untuk memperbaiki kualitas hidup masyarakat diantaranya adalah dengan pemberdayaan, agar masyarakat mampu mandiri untuk memenuhi kebutuhannya. Upaya yang dilakukan diarahkan pada akar persoalan, yaitu meningkatkan kemampuan masyarakat. Masyarakat harus ditingkatkan kemampuannya dengan mengembangkan dan mendinamisasikan potensinya dan memberdayakannya. Pemberdayaan tidak hanya menumbuhkan dan mengembangkan nilai tambah ekonomi, tetapi juga nilai tambah sosial dan nilai tambah budaya.

Robert Chambers, (1997:10) berpendapat bahwa pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan, yakni bersifat people centered , participatory, empowering and sustainable.

Suatu usaha hanya berhasil dinilai sebagai "pemberdayaan masyarakat" apabila kelompok komunitas atau masyarakat tersebut menjadi agen [pembangunan](http://id.wikipedia.org/wiki/Pembangunan" \o "Pembangunan) atau dikenal juga sebagai subyek. Disini subyek merupakan motor penggerak, dan bukan penerima manfaat (*beneficiaries*) atau [obyek](http://id.wikipedia.org/wiki/Obyek" \o "Obyek) saja.

Kegiatan pemberdayaan masyarakat ini bukan hanya tanggung jawab dan dilaksanakan oleh pemerintah saja, melainkan pemerintah juga menggandeng masyarakat dalam hal ini adalah swasta/ perusahaan.

Dubois dalam Shera (1999:2) dan Zastrow (2010:52) bahwa pemberdayaan menyiratkan dua hal, yaitu proses dan tujuan. Pemberdayaan sebagai proses untuk meningkatkan kapasitas individu, keluarga dan masyarakat, sehingga dapat terlibat di lingkungan mereka. Sedangkan pemberdayaan sebagai tujuan adalah suatu hasil akhir dari kegiatan, yakni perolehan kekuatan tertentu.

Demikian halnya menurut Sunyoto Usman (2004), pemberdayaan masyarakat adalah sebuah proses dalam bingkai usaha memperkuat apa yang lazim disebut *community self reliance* atau kemandirian. Dalam proses ini masyarakat didampingi untuk membuat analisis masalah yang dihadapi, dibantu untuk menemukan alternatif solusi masalah tersebut, serta memperlihatkan strategi memanfaatkan berbagai resources yang dimiliki dan dikuasai. Masyarakat dibantu bagaimana merancang suatu kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki, bagaimana mengimplementasikan rancangan tersebut, serta bagaimana membangun strategi memperoleh sumber ekstermal yang dibutuhkan sehingga memperoleh hasil optimal. Prinsip yang dikedepankan dalam proses pemberdayaan adalah memberi peluang masyarakat untuk memutuskan apa yang mereka inginkan sesuai dengan kemauan, pengetahuan, dan kemampuannya sendiri (2004).

Dalam diskursus komunitas, pelaku perubahan memainkan peran sebagai *community worker*. Perusahaan dalam menjalankan aktifitasnya menjalankan peran sebagai pencari laba, dan menjalankan peran dalam tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Ife (1995:117-127), sebagai *community worker* ada empat peran dan ketrampilan utama yang nantinya secara lebih spesifik akan mengarah pada teknik dan ketrampilan tertentu yang harus dimiliki seorang *community worker* sebagai pemberdaya masyarakat. Peran-peran tersebut meliputi:

1. Peran fasilitatif
2. Peran edukasional
3. Peran representatif
4. Peran teknikal .

Terkait dengan penelitian ini, peran tanggung jawab sosial perusahaan pada pemberdayaan masyarakat difokuskan pada masyarakat pelaku UMKM.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang mengacu pada penelitian secara kualitatif yang terfokus pada variabel-variabel sebagai induk acuan dan gambaran yang memiliki rangkaian yang mendalam tentang aspek-aspek yang terkandung di dalamnya dan ada batasannya. Penelitian ini akan mengungkap motif dibalik tindakan dari perusahaan dalam peran program *corporate social* *responsibility* (CSR) dalam pemberdayaan masyarakat di Kecamatan Kiaracondong Kota Bandung.

Data yang diperlukan dalam penelitian ialah data primer dan data sekunder. Perolehan kedua jenis data ini antara lain : Data sekunder diperoleh melalui penelusuran kepustakaan, dokumentasi, dan laporan kegiatan yang terdapat pada berbagai instansi terkait. Data sekunder yang diperlukan dan diperoleh untuk pengkajian peran Corporate Social Responsibility Dalam Pemberdayaan Masyarakat. Data primer di peroleh dari informan melalui penelitian lapangan. Dari data yang diperoleh dilakukan analisis untuk mengetahui pencapaian peran Corporate Social Responsibility Dalam Pemberdayaan Masyarakat.

Jenis data mengacu pada bahwa perusahaan sebagai pelaku perubahan memainkan peran sebagai community worker. Menurut Ife, sebagai *community worker* ada empat peran dan ketrampilan utama yang nantinya secara lebih spesifik akan mengarah pada teknik dan ketrampilan tertentu yang harus dimiliki seorang *community worker* sebagai pemberdaya masyarakat. Peran-peran tersebut meliputi:Peran fasilitatif. peran edukasional, peran representatif, dan peran teknikal.

Sumber data penelitian adalah sebagai berikut: Informan, kepustakaan, dan arsip. Teknik pengumpulan datanya adalah studi dokumentasi, pengamatan terlibat, wawancara kualitatif, serta studi dokumentasi.

Peneliti melakukan sejumlah langka metodologis terhadap data yang dihimpun dari pengumpulan data dan penyajian data, yakni analisis data secara kualitatif yang dilakukan melalui suatu proses secara sistematis yang pelaksanaannya telah mulai dilakukan sejak pengumpulan data dan dikerjakan secara lebih seksama, baik sejak atau selama di lapangan maupun setelah tidak lagi berada di lapangan. Proses analisis secara kualitatif dengan cara reduksi data, rangkuman data, dan menarik kesimpulan (Nasution, 1988 : 129-130).

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Kecamatan Kiaracondong adalah salah satu kecamatan dari 30 (tiga puluh) kecamatan di Wilayah Kota Bandung, dengan luas wilayah 613 ha. Tujuan Kecamatan Kiaracondong adalah mewujudkan kehidupan warga Kecamatan Kiaracondong yang demokratis dalam tatanan masyarakat kota yang beradab, berakhlak mulia, mandiri, bebas, maju dan sejahtera melalui pemberdayaan aparatur yang profesional, berdaya guna, produktif, transparan, dengan memanfaatkan potensi sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya alam (SDA) serta adanya dukungan dari seluruh lapisan masyarakat. Sasaran Kecamatan Kiaracondong terkait dengan upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat adalah memberdayakan kelompok masyarakat dengan mengembangkan sistem ekonomi kerakyatan. Adapun program kerja Kecamatan Kiaracondong meliputi:

1. Penghijauan
2. K-3
3. Pembuatan sarana dan prasarana lingkungan
4. Pembuatan sumur resapan
5. Kelompok usaha UKM

Dalam merealisasikan program kerjanya, Kecamatan Kiaracondong mendapat dukungan dari beberapa dunia usaha baik Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), maupun Badan Usaha Milik negara (BUMN). Diantaranya Bank Jabar, PT. PINDAD, dan PT. Telkom.

Berdasarkan PPID Kota Bandung (2015), Unit usaha yang terdapat di Kecamatan Kiaracondong sebanyak 4716 unit usaha baik berbentuk Perseroan Terbatas, CV, perorangan, koperasi dan yayasan. Sebagian besar yakni 4492 UMKM (95,25%) merupakan unit usaha yang berbentuk perorangan yang rata-rata adalah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Sedangkan unit usaha berdasarkan sektor usaha sebagian besar merupakan industri rumah tangga, yang dapat dikategorikan pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah bentuk usaha perorangan yang terdiri dari sektor usaha industri kecil, industri rumah tangga, rumah/ warung makan, perdagangan, angkutan dan jasa. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat kecamatan Kiaracondong potensial untuk menjadi sasaran penerima bantuan pinjaman lunak dari badan usaha. Untuk mengatasi kendala modal Pelaku UMKM memanfaatkan fasilitas dari dunia usaha berbentuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan mengajukan bantuan lunak berupa pinjaman modal.

Sedangkan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, sebagai badan usaha memiliki dua tanggung jawab, yaitu: Meningkatkan profit dalam rangka meningkatkan pendapatan negara melalui pajak dan deviden; dan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan menyisihkan sebagian labanya guna kepentingan masyarakat eksternal.

Pada tahun 2001 PT. Telkom menjalankan proyek Pembinaan Usaha Kecil Dan Koperasi (PPUKK). Pada tahun 2003 melalui keputusan direksi nomor 61/PS150/CTG-10/2003 tentang organisasi *Community Development Centre* (CDC) dalam merespon keputusan menteri BUMN no. Kep-236/MBU/2003, dan diperbaharui dengan KD 12/PS150/COP-B0030000/2008 tentang organisasi pusat Pengelolaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, PT. Telkom membentuk unit *Community Development Centre (CDC)* untuk menangani programnya yang terbagi ke dalam tujuh (7) *Corporate Development Area* (CDA) di seluruh wilayah Indonesia. Lingkup peran CDC berkembang lebih luas sesuai dengan keputusan direksi nomor KD.18/PS180?COP-B0030000/2009 tanggal 12 juni 2009 tentang tambahan tugas wewenang dan tanggung jawab organisasi pusat Pengelolaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan terkait dengan *corporate sosial responsibility (CSR),* termasuk dalam hal pemberdayaan komunitas.

Telah diamanatkan Kementerian BUMN, bahwa semua BUMN harus menjalankan Program PKBL. PT. Telkom pun diberi tugas untuk melaksanakan Program PKBL melalui Unit CDC dengan kegiatan sesuai tujuan Kementrian BUMN: *Pro Poor, Pro Job, Pro Growth, dan Pro Enviroment*. Dengan tujuan turut mengentaskan Kemiskinan, menjaga lingkungan, andil dalam pertumbuhan, mengamankan target pendapatan perusahaan, menjaga dan meningkatkan Citra PT. Telkom.

Program kemitraan merupakan program yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana yang berasal dari bagian laba perusahaan yang berupa dana bergulir sebagai pinjaman lunak. Model kemitraan merupakan salah satu solusi dalam meretas jalan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat serta penanganan masalah kemiskinan.

Program Kemitraan sebagai kegiatan yang bersifat langsung (*direct practice*) yaitu pemberian bantuan modal dilaksanakan secara langsung kepada masyarakat, termasuk di dalamnya masyarakat Kecamatan Kiaracondong.Hal ini sejalan dengan Saidi & Abidin (2004:64-65) dalam Suharto (2009:110) yang mengemukakan mengenai 4 model tanggung jawab sosial perusahaan yang diterapkan di Indonesia, yaitu Perusahaan menyelenggarakan sendiri program tanggung jawab sosialnya secara langsung atau menyerahkan bantuan ke masyarakat tanpa perantara, dengan menugaskan salah satu pejabatnya. Untuk menjalankan tugas ini perusahaan menugaskan salah satu bagian yang menangani khusus program kemitraan, yaitu CDA (*Corporate Development Area*) Bandung yang merupakan perpanjangan dari CDC (*Community Development Centre*) Divre (Divisi Regional) III Jawa Barat.

Program kemitraan merupakan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang membangun sumber daya manusia (SDM) yang tangguh, yang dibina mulai dari proses produksi hingga pasca produksi yang benar dan efisien. Melalui pelatihan kewirausahaan mereka didorong untuk menciptakan berbagai inovasi produk yang memiliki daya saing. Untuk itu diperlukan kemampuan mendorong berpikir dan berperilaku inovatif sangat diperlukan. Dalam pelatihan kewirausahaan dikembangkan ketrampilan dan kemampuan dalam hal managerial, pengelolaan keuangan, pemasaran, dan kerja sama saling menguntungkan.

Kesinambungan program kemitraan diberikan kepada mitra binaan berupa kesempatan untuk pengajuan bantuan untuk kedua dan ketiga kali apabila pinjaman sudah lunas tetapi mitra binaan masih memerlukan bantuan pinjaman sebagaimana diterima oleh mitra binaan yang menjadi Informan. Sesudah mendapatkan 3 (tiga) kali bantuan, mitra binaan tidak dapat mengajukan kembali pinjaman. Perusahaan menganggap bahwa dengan tiga kali mendapat bantuan, pelaku UMKM sudah dapat mandiri dan mengembangkan usahanya, bahkan diharapkan mitra binaan sudah dapat membina pelaku UMKM lainnya. Sehingga kesinambungan program berlanjut dengan kemampuan UMKM dalam membina UMKM lain.

Pelaksanaan program kemitraan tersebut ditinjau dari pelaksanaan peran tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR) PT. Telkom dapat ditinjau dari perannya sebagai pelaku perubahan, yang meliputi:

**Peran Fasilitatif**

Sasaran utama dari pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan adalah masyarakat eksternal. Sasaran penerima bantuan pada program kemitraan adalah seluruh masyarakat pelaku UMKM yakni wirausaha perseorangan maupun koperasi, yang bergerak di bidang sektor swasta, termasuk pelaku UMKM di kecamatan Kiaracondong. Artinya bahwa semua pelaku UMKM di Kecamatan Kiaracondong berkesempatan untuk mengajukan bantuan berupa pinjaman modal untuk kelangsungan kegiatan usahanya. Melalui seleksi administrasi dan survey, apabila lolos pemohon berhak untuk menerima bantuan pinjaman lunak dan mengikuti kegiatan pelatihan kewirausahaan dan pengembangan kreatifitas.

Berdasarkan data Pelaku UMKM penerima bantuan PT. Telkom seKota Bandung yang terbanyak berasal dari Kecamatan Kiaracondong. Hal ini nampak dari data penerima bantuan sejak tahun 2013 sampai 2015 yakni terdapat 25 orang Mitra Binaan. Dana yang dialokasikan adalah bagian dari penyisihan laba perusahaan sebagai dana bergulir untuk program kemitraan yang terserap oleh mitra binaan di Kecamatan Kiaracondong tahun 2013 – 2015, dikemukakan oleh Informan adalah sebesar Rp 528.000.000,00 (lima ratus duapuluh delapan juta rupiah), yang tersebar di 6 kelurahan, yakni Kelurahan Sukapura, Babakansari, Babakan Surabaya, Cicaheum, Kebon Kangkung, dan Kelurahan Kebon Jayanti. Mengenai dana yang dibutuhkan tidak ada batasan jumlah untuk setiap wilayahnya. Semua calon mitra binaan yang lolos didanai tanpa melihat batasan jumlah orang maupun jumlah dana.

Dana bantuan dimanfaatkan sebagai tambahan modal baik untuk pembelian bahan produksi, membayar upah pegawai, menambah bidang usaha, pemeliharaan alat maupun biaya transportasi, yang sebelumnya menjadi kendala bagi kelangsungan usaha.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa PT. Telkom telah menjalankan peran fasilitatif khususnya melakukan animasi sosial. Menurut Ife, keterampilan melakukan animasi sosial menggambarkan kemampuan pelaku perubahan ataupun pemberdaya masyarakat untuk membangkitkan energi, inspirasi, antusiasme masyarakat, termasuk di dalamnya mengaktifkan, menstimulasi, dan mengembangkan motivasi warga untuk bertindak. Bantuan yang diterima dapat membangkitkan energi mitra binaan untuk bergerak lebih semangat, menjadi inspirasi dalam mengembangkan usaha dengan bidang usaha lain sehingga mitra binaan lebih antusias dalam usaha. Mitra binaan lebih aktif dalam menstimulasi dan mengembangkan motivasi warga sekitarnya untuk bertindak produktif tanpa mengabaikan kegiatan pokok dalam keluarga.

Mitra binaan pedagang sebagai Informan memanfaatkan dana bantuan dalam bidang usaha sebagai agen untuk memenuhi pesanan dan menambah persediaan barang. Hal ini dikarenakan oleh banyaknya peminat dan permintaan untuk dijual kembali (*reseller).* Informan berbagi keuntungan dengan *reseller*, sehingga barang menjadi cepat habis dan perputaran barang menjadi lebih cepat. R*eseller* sebanyak 13 orang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga dan pemuda di lingkungan tetangga. Hal ini menjadikan mereka mendapat penghasilan tambahan baik untuk menambah pemenuhan kebutuhan rumah tangga maupun untuk uang saku para pemuda.

Berdasarkan hal tersebut, tujuan PT. Telkom agar mitra binaan dapat membantu dan memberdayakan warga lainnya terealisasi melalui kegiatan-kegiatan tersebut.

Pengembangan usaha dilakukan Informan lain dengan menyisihkan sebagian dana pinjaman untuk memodali usaha lain, yaitu memproduksi makanan ringan, mengupah warga sekitar pekerja maklun pakaian, biaya pemeliharaan alat produksi, dan biaya transportasi pengangkutan barang produksi.

Banyaknya pesanan barang dari konsumen terutama ketika menghadapi hari besar sebelumnya terkendala oleh keterbatasan modal, sehingga pesanan banyak yang tidak terpenuhi. Dengan adanya pinjaman lunak dari PT. Telkom, mitra binaan dapat memenuhi pesanan baik dalam jumlah sedikit maupun lebih banyak, serta dapat membeli bahan untuk persediaan produksi dalam menghadapi hari raya dimana pada saat menjelang hari raya jumlah pesanan lebih banyak dari hari-hari biasa.

Pemeliharaan alat (*maintenance & repair*) dilakukan oleh mitra binaan maklun pakaian dan pembuat sajadah, diperlukan guna kelancaran produksi karena pemakaian yang terus-menerus, yang meliputi mesin jahit, perlengkapan mesin, alat potong, alat ukur, alat menggambar serta semua peralatan yang menunjang kegiatan produksi, dan dilakukan secara periodik/rutin dan insidental.

Peran fasilitatif dengan indikator Memfasilitasi Kelompok, yakni terealisasi pada kegiatan pengembangan kreatifitas, dengan diberikan kesempatan bagi mitra binaan yang berminat untuk mengikuti pameran produknya dalam *event* tertentu baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Tujuannya agar mitra binaan memiliki akses yang baik terhadap pasar dan untuk mempromosikan produknya kepada masyarakat luas. Mengenai hal ini dikemukakan oleh Anwas (2014:125), tidak sedikit usaha kecil atau UKM memiliki produk yang bagus dan bernilai tinggi, namun mereka sulit untuk memasarkan produknya. Pemasaran produk bisa dilakukan secara langsung kepada konsumen atau melalui kerja sama kemitraan.

Berdasarkan data tersebut, tujuan PT. Telkom agar mitra binaan menjadi mandiri dalam menjalankan usahanya dapat dikatakan tercapai. Mitra binaan dapat mengatasi kendala-kendala dalam kegiatan produksinya.

**Peran edukasional**

Peran ini melibatkan peran aktif pelaksana kegiatan didalam proses pelaksanaan semua kegiatan-kegiatan yang sudah direncanakan bersama kelompok sasaran sesuai dengan kebutuhan-kebutuhan mereka.

Desain program kemitraan terencana dengan adanya kegiatan lain selain pemberian pinjaman lunak, yakni pendampingan dalam pembinaan kewirausahaan dengan diberikan pelatihan manajemen keuangan dan pengembangan kreatifitas, sekaligus juga sebagai tempat untuk kegiatan monitoring maupun evaluasi.

Pelatihan dalam bidang manajemen usaha dan manajemen keuangan dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan di bidang manajerial, produksi, pemasaran maupun peningkatan motivasi kewirausahaan agar mitra binaan dapat mengelola usaha dan keuangannya dengan baik. Sebagaimana menurut Simamora (2004) pelatihan merupakan proses pembelajaran yang melibatkan perolehan keahlian, konsep, peraturan, atau sikap untuk meningkatkan kinerja tenaga kerja. Sehubungan dengan hal tersebut pelatihan yang diselenggarakan oleh perusahaan juga merupakan proses pembelajaran untuk menambah pengetahuan ketrampilan di bidang manajerial, produksi, pemasaran maupun peningkatan motivasi kewirausahaan agar mitra binaan dapat mengelola usaha dan keuangannya dengan baik. Dengan kemampuan mengelola keuangan diharapkan mitra binaan dapat mencicil pengembalian pinjaman setiap bulannya dengan lancar.

Realitas di lapangan menunjukkan bahwa sebagian informan tidak mengikuti pembinaan dalam pelatihan kewirausahaan. Hal ini dikarenakan tidak menerima informasi mengenai adanya kegiatan pembinaan dari PT. Telkom, sementaral informan merasa perlu untuk mengikutinya. Setelah dilakukan konfirmasi kepada PT. Telkom, dikemukakan oleh Informan bahwa kegiatan pembinaan dilaksanakan bagi mitra binaan yang memerlukannya. Sehingga kegiatan tersebut tidak dipublikasikan langsung kepada mitra binaan.

Kegiatan kemitraan sejalan dengan pendapat Kotler & Lee (2005), termasuk pada kegiatan *Cause Related Marketing*, yaitu bentuk kontribusi perusahaan dengan menyisihkan sebagian laba sebagai donasi bagi masalah sosial tertentu, untuk periode waktu tertentu atau produk tertentu. Perusahaan tidak hanya menjalankan tanggung jawab sosialnya dengan kegiatan yang bersifat sesaat, melainkan berkelanjutan, karena program kemitraan ini dilaksanakan dalam kurun waktu tertentu dengan rangkaian kegiatan lainnya, yaitu pelatihan kewirausahaan dan pengembangan kreativitas bagi mitra binaan yang berminat mengikutinya. Di dalamnya termasuk pengelolaan usaha, pembukuan dan pengelolaan keuangan.

Menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk menunjang keberlangsungan usahanya. Menjalankan tanggung jawab sosial pada program kemitraan sasarannya adalah masyarakat pelaku UMKM. Karenanya partisipasi pelaku UMKM dalam mendukung keberhasilan program kemitraan sangat diperlukan. Menurut Anwas (2014:124), UMKM merupakan kekuatan ekonomi kerakyatan yang dimiliki oleh banyak masyarakat dengan berbagai jenis usaha baik di perkotaan maupun di perdesaan. UMKM juga melibatkan banya tenaga kerja, karena usahadan proses produksinya dilakukan hampir sepenuhnya dengan manual atau bantuan minimal eknologi mesin. Dengan melibatkan banyak orang dalam UMKM tersebut berarti melibatkan sebanyak-banyaknya anggota masyarakat dalam pembangunan. Membangun UMKM berarti membangun usaha ekonomi kerakyatan. Ekonomi kerakyatan merupakan kegiatan ekonomi yang melibatkan banyak orang. Menurut Kartasasmita (1996) ekonomi rakyat merupakan ekonomi masyarakat lapisan bawah yang bersifat tradisional,skala usaha kecil, dan bersifat survive sekedar untuk mempertahankan hidup. Sedangkan ekonomi kerakyatan adalah sistem ekonomi yang mengikutsertakan seluruh lapisan masyarakat dalam proses pembangunan. Secara umum UMKM memiliki karakteristik sebagai usaha yang tergolong ekonomi lemah, baik dari aspek pengetahuan, ketrampilan, teknologi yang digunakan, permodalan, pemasaran, promosi dan kerja sama masih rendah.karenanya UMKM perlu diberdayakan untuk mampu bersaing dan mandiri. Pemberdayaan usaha kecil diarahkan agar pelaku usaha mampu meningkatkan wawasan dan kemampuannya. Karenanya diperlukan pemdampingan secara kontinyu. Pelaksana kegiatan sebagai agen pemberdayaan perlu memiliki kompetensi dalam melakukan pendampingan, merintis kerja sama dengan pihak terkait serta menanamkan jiwa kewirausahaan, sehingga pelaku usaha memiliki kemampuan yang kompetitif, mampu bersaing dan mandiri sehingga meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan.

**Peran representatif/perwakilan**

Pelaksana kegiatan bertindak sebagai enabler atau sebagai agen perubahan, antara lain membantu klien menyadari kondisi mereka, mengembangkan relasi klien untuk dapat bekerja sama dengan pihak lain (networking ) dan membantu klien membuat suatu perencanaan. Perusahaan menginformasikan program tanggung jawab sosial khususnya program kemitraan melalui media dan kegiatan sosialisasi. Informasi mengenai adanya bantuan pinjaman lunak yang diberikan oleh perusahaan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan membuat para pelaku usaha mendapat kesempatan dan tertarik untuk mendapatkan bantuan modal.

Calon mitra binaan mendapatkan Informasi melalui kabar dari mulut ke mulut, melalui media, dan melalui kegiatan sosialisasi. Informasi ditindaklanjuti dengan mencari kejelasan atas informasi tersebut, dan mengajukan permohonan bantuan pinjaman lunak melalui program kemitraan PT. Telkom.

Melalui sosialisasi calon mitra binaan menerima penjelasan mengenai solusi dalam mengatasi kendala sebagai pelaku UMKM, khususnya kendala modal. Penjelasan meliputi persyaratan administrasi, prosedur pengajuan, teknis penerimaan bantuan dan pengembaliannya.

Dalam mengembangkan relasi mitra binaan untuk dapat bekerja sama dengan pihak lain (networking ) dilakukan dengan memberikan kesempatan dan fasilitas bagi mereka untuk dapat mengikuti kegiatan pameran di tingkat lokal maupun internasional, agar mitra binaan dapat membuat jaringan usaha lebih luas.

**Peran teknikal**

Peran teknis dilaksanakan mulai dari pemberian formulir permohonan/pengajuan pinjaman lunak kepada calon mitra binaan sampai dengan selesai masa pengembalian pinjaman lunak. Pelaksanaan kegiatan dalam satu tahun dilaksanakan sebanyak 4 (empat) periode, masing-masing periode dilaksanakan dalam 3 (tiga) bulan, mulai dari pengajuan dari calon mitra binaan sampai realisasi. Terhadap proposal yang masuk dilakukan pemeriksanaan dan survey pada bulan kedua, serta dianalisis berdasarkan survey dan pengajuan bantuan. Realisasi diberikan kepada pemohon di bulan ketiga, untuk kemudian penerima bantuan disebut sebagai mitra binaan, dengan menandatangani dokumen serah terima dan dokumen kelengkapan lainnya.

Pemantauan pada program kemitraan dilakukan secara terus- menerus sejak bulan pertama kegiatan, yakni pada storan pertama dalam pengembalian cicilan. Sejak itu penyelenggara kegiatan melakukan monitoring sekaligus penilaian bagi kedisiplinan mitra binaan.

Merujuk pada tujuan monitoring tersebut, kegiatan-kegiatan usaha dalam pemanfaatan bantuan pinjaman lunak dilaksanakan dengan lancar sehingga rentang waktu pelaksanaan implementasi untuk pengembalian pinjaman terpenuhi secara tepat. Mitra binaan dapat mengembalikan pinjaman dengan cicilan setiap bulan dengan lancar dan tepat waktu. Bahkan mitra binaan dapat melunasi sebelum batas waktu pengembalian. Dengan demikian setiap aspek dalam perencanaan dan implementasi program kemitraan berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

Realitas di lapangan mengungkapkan bahwa tidak semua mitra binaan mengikuti kegiatan pembinaan karena minimnya informasi yang diterima mitra binaan. Selain itu PT. Telkom melaksanakan kegiatan pembinaan secara insidental, yakni ketika terjadi ketidaklancaran setoran cicilan pada mitra binaan. Pembinaan dijadwalkan dan dilaksanakan di wilayah dimana terdapat masalah ketidaklancaran mitra binaan dalam pengembalian cicilan. Dalam pelaksanaannya diungkapkan permasalahan-permasalahan yang menjadi kendala dalam pengembalian cicilan, serta diberikan penjelasan dan pandangan agar mitra binaan dapat melakukan pengembalian pinjaman dengan lancar. Khusus bagi mitra binaan di lokasi penelitian, yaitu di Kecamatan Kiaracondong, PT. Telkom tidak melaksanakannya, karena berdasarkan pantauan terhadap setoran cicilan cukup lancar, dan rentang waktu implementasi terpenuhi secara tepat. Hal ini disebabkan oleh adanya kesadaran dan rasa tanggung jawab mitra binaan akan kewajiban mengembalikan pinjaman serta rasa terima kasih mitra binaan kepada perusahaan.

Evaluasi program kemitraan dilakukan melalui pemantauan atas kelancaran aktivitas Mitra Binaan dalam melakukan storan cicilan. Berdasarkan evaluasi, perusahaan dapat mengetahui keberhasilan dan ketidakberhasilan program kemitraan. Sejauh ini kelancaran setoran menjadi dasar bagi dilakukannya evaluasi program kemitraan, yang menunjukkan bahwa program kemitraan di lokasi penelitian berjalan dengan baik. Hal ini terbukti pula dari banyaknya jumlah mitra binaan dibandingkan dengan wilayah lain yang menunjukkan kepercayaan perusahaan kepada masyarakat pelaku UMKM di kecamatan Kiaracondong.

Meskipun evaluasi yang dilakukan oleh PT. Telkom hanya berdasarkan pada kelancaran setoran cicilan bulanan, masyarakat menunjukkan kesungguhannya sebagai rasa terima kasih dan tanggung jawab atas kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan. Sesungguhnya monitoring dan evaluasi dari perusahaan diperlukan baik untuk kepentingan masyarakat mitra binaan, yakni demi kelancaran dan keberhasilan usahanya hingga mitra binaan mencapai kemandiriannya sebagai tujuan dari program kemitraan, maupun untuk kepentingan perusahaan. Kemandirian dalam hal ini adalah mencerminkan bahwa masyarakat dalam melaksanakan usahanya tidak lagi tergantung kepada pemberi bantuan, khususnya dalam hal modal usaha. Realitas di lapangan menunjukkan bahwa bantuan pinjaman modal yang diterimanya dapat mewujudkan kemandirian mitra binaan, baik melalui bantuan pinjaman satu kali, bantuan dua kali, maupun bantuan 3 (tiga) kali pinjamam. Bahkan usaha mitra binaan menunjukkan perkembangan sehingga penghasilan yang diperolehnyapun meningkat.

Terhadap keberhasilan mitra binaan dalam mengembangkan usahanya, tidak terlepas dari peran serta pemerintahan kecamatan kiaracondong dalam membina pelaku UMKM. Hal ini tertuang dalam progran Kecamatan Kiaracondong yakni mengembangkan usaha UKM dengan membentuk kelompok UKM. Sehingga tujuan kecamatan untuk mewujudkan kehidupan warga yang maju dan sejahtera diupayakan melalui pemberdayaan kelompok masyarakat dengan mengembangkan sistem ekonomi kerakyatan.

**4.1.3.2.Hasil Dari Pemanfaatan Bantuan Program Kemitraan**

Penerimaan bantuan pinjaman lunak oleh mitra binaan (pelaku UMKM) ditindaklanjuti dengan pemanfaatan bantuan secara maksimal, sehingga mitra binaan dapat memperoleh hasil dari pemanfaatannya. Adapun hasil dari pemanfaatan bantuan oleh pelaku UMKM berupa pinjaman lunak yang digunakan sebagai modal usaha yang didapat oleh mitra binaan sebagaimana dikemukakan oleh Informan .

Dalam segi ekonomi, usaha informan berkembang dan penghasilan meningkat dibandingkan dengan sebelum mendapat pinjaman modal, meskipun informan tidak mengemukakan besaran /nominal penghasilannya.

Secara sosial, Informan dapat mengajak tetangga untuk bekerja sama dalam menjalankan usahanya sehingga relasi informan dengan lingkungan sekitar menjadi lebih erat karena komunikasi diantara mereka terjalin lebih intensif, selain komunikasi mengenai pekerjaan juga seringkali komunikasi mengenai masalah keluarga melalui obrolan ringan (*small talk*). Dengan demikian kegiatan usaha Informan sekaligus juga berfungsi sebagai media komunikasi antar tetangga.

Informan dapat menjalin relasi lebih luas, disamping relasi dengan tetangga sekitar, juga relasi dengan sesama mitra binaan karena sering mendapat kunjungan dari mitra binaan baru dalam kerangka studi banding.

Hasil dari pemberdayaan tersebut dapat dimaknai sebagai realisasi dari yang dikemukakan oleh Schuler, Hashemi, dan Riley yang mengembangkan delapan indikator pemberdayaan yang disebut sebagai *empowerment index* atau index pemberdayaan[[2]](#footnote-2): 1. Kebebasan mobiltas; diperoleh dengan adanya kemudahan dalam mengakses fasilitas-fasilitas guna pemenuhan kebutuhan; 2. Kemampuan membeli komoditas kecil; yakni dengan kemudahan untuk memperoleh barang-barang kebutuhan sehari-hari; 3. Kemampuan membeli komoditas besar; yaitu kemampuan dalam memenuhi kebutuhan sekunder; 4. Terlibat dalam pembuatan keputusan-keputusan rumah tangga; informan memiliki kepercayaan diri dalam mengemukakan pendapat dan memutuskan sesuatu; 5. Kebebasan relatif dari dominasi keluarga; yakni informan lebih memiliki kebebasan dalam keluarga; 6. Kesadaran hukum dan politik; yaitu adanya kesadaran untuk mematuhi aturan; 7. Keterlibatan dalam kampanye dan protes-protes; khususnya mengemukakan pendapat di dalam keluarga; 8. Jaminan ekonomi dan kontribusi terhadap keluarga; bahwa informan dapat berpartisipasi dalam bentuk materi dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Keberhasilan pemberdayaan masyarakat dapat dilihat dari keberdayaan mereka yang menyangkut kemampuan ekonomi, kemampuan mengakses manfaat kesejahteraan, dan kemampuan kultural dan politis.

* + 1. **Pembahasan**

**Peran Fasilitatif**

Peranan yang dikelompokan sebagai peran fasilitatif adalah peranan yang berkaitan dengan menstimulasi atau mendukung pengembangan masyarakat.

1. Animasi sosial

Animasi sosial menggambarkan suatu peranan yang penting yaitu kemampuan untuk mengilhami, menyemangati, mengaktifkan, mendukung, menggerakan dan memotivasi orang lain untuk bertindak.

Menurut Ife, keterampilan melakukan animasi sosial menggambarkan kemampuan pelaku perubahan ataupun pemberdaya masyarakat untuk membangkitkan energi, inspirasi, antusiasme masyarakat, termasuk di dalamnya mengaktifkan, menstimulasi, dan mengembangkan motivasi warga untuk bertindak.

Peran pelaku perubahan ataupun pemberdaya masyarakat bukanlah sebagai seseorang yang akan melaksanakan seluruh kegiatan oleh dirinya sendiri, tetapi lebih ke arah memampukan (*enable*) warga untuk mau terlibat aktif dalam proses perubahan di komunitas tersebut.

2)Mediasi dan negoisasi

Pelaku perubahan dalam upaya melakukan intervensi sosial (perubahan sosial yang terencana) kadangkala bertemu dengan situasi di mana terjadi konflik minat dan nilai dalam komunitas. Konflik ini sering kali tidak terhindarkan karena dalam suatu komunitas tidak jarang terdapat berbagai perbedaan minat dan cara pandang dalam masyarakat tersebut.

Terkait dengan hal di atas, seorang pemberdaya masyarakat harus dapat menjalankan fungsi mediasi ataupun menjadi mediator guna menghubungkan kelompok-kelompok yang sedang berkonflik agar tercapai sinergi dalam komunitas tersebut. Peran sebagai mediator ini tentu saja terkait dengan peran sebagai negosiator karena di tengah kelompok yang sedang berkonflik, tidak jarang seorang pelaku perubahan harus mampu mencari titik temu yang dapat dikerjakan bersama oleh kelompok-kelompok yang sedang berkonflik tersebut tanpa menimbulkan pertentangan dan perpecahan yang lebih mendalam. Artinya seorang pemberdaya masyarakat tidak boleh memihak satu diantara kelompok masyarakat tersebut.

3)Pemberi dukungan

Salah satu peran dari pemberdaya masyarakat adalah untuk menyediakan dan mengembangkan dukungan terhadap warga agar mau terlibat dalam struktur dan aktivitas komunitas tersebut. Dukungan itu sendiri selain bersifat materiil, tetapi dapat juga bersifat seperti pujian, penghargaan dalam bentuk kata-kata, ataupun sikap dan perilaku yang menunjukkan dukungan dari pelaku perubahan terhadap apa yang dilakukan warga, seperti menyediakan waktu bagi warga bila mereka ingin berbicara dengannya guna membahas permasalahan yang mereka hadapi.

4)Fasilitasi kelompok

Ife melihat bahwa banyak waktu yang digunakan oleh pelaku perubahan dihabiskan dalam kelompok kelompok yang ada di masyarakat. Oleh karena itu, keefektifan kerja dari pelaku perubahan sebagai pemberdaya masyarakat juga akan sangat terkait dengan keterampilannya untuk berinteraksi dengan kelompok-kelompok kecil.

Kelompok-kelompok yang ada di masyarakat pada dasarnya merupakan suatu modal sosial karena adanya unsur norma (norms) dan nilai (values) dalam kelompok tersebut serta adanya kepercayaan yang merupakan suatu ciri modal sosial. Hal yang menjadi masalah adalah mampukah si pelaku perubahan memfasilitasi kelompok-kelompok warga tersebut agar mau bertindak konstruktif dan bersinergi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya secara lebih utuh dan bukan sekedar membangun satu atau dua kelompok saja. Dalam beberapa situasi, seorang pemberdaya masyarakat dapat melakukan peranan fasilitatif dalam kelompok. Dia bisa terlibat sebagai ketua kelompok atau sebagai anggota kelompok untuk membantu kelompok tersebut dalam mencapai tujuan secara efektif.

Berbagai diskusi tentang upaya mengembangkan kelompok selalu terkait dengan peran-peran pelaku perubahan sebagai pemberdaya masyarakat. Hal Pertama yang harus di lakukan adalah memfokuskan pada membantu kelompok untuk mencapai hasil yang diinginkan, sedangkan hal yang kedua lebih mengarah pada bagaimana menciptakan kelompok tersebut.

Dari pandangan Ife, dalam pembangunan suatu komunitas, justru proses itulah yang lebih memainkan peranan utama di bandingkan dengan sekedar hasil yang ingin dicapai.

5)Pemanfaatan sumber daya dan keterampilan

Pelaku perubahan sebagai pemberdaya masyarakat harus dapat mengidentifikasi dan memanfaatkan berbagai keterampilan dan sumber daya yang ada dalam komunitas maupun kelompok.

Berbagai kelompok ini harus mendapat perhatian dari pemberdaya masyarakat sehingga dalam pengembangannya mereka bisa mengoptimalisasikan keterampilan mereka.

6)Mengorganisasi

Peran terakhir dari pelaku perubahan sebagai pemberdaya masyarakat yang terkait dengan peran-peran fasilitatif adalah sebagai organisator. Keterampilan mengorganisasi melibatkan kemampuan pelaku perubahan untuk berpikir tentang hal-hal apa saja yang perlu dilakukan. (2001:91)

**Peran edukasional**

Pemberdaya masyarakat pada pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan memainkan peranan dalam penentuan agenda, sehingga tidak hanya membantu pelaksanaan proses peningkatan produktivitas akan tetapi lebih berperan aktif dalam memberikan pembelajaran dalam rangka peningkatan pengetahuan, keterampilan serta pengalaman bagi individu-individu, kelompok-kelompok dan masyarakat. Peran pendidikan ini dapat dilakukan dengan peningkatan kesadaran, memberikan informasi, mengkonfrontasikan, melakukan pelatihan bagi individu-individu, kelompok-kelompok dan masyarakat

**Peran representatif/perwakilan**

Peranan representasi digunakan untuk menunjukan peranan pelaku perubahan dalam berinteraksi dengan badan-badan eksternal/luar, demi kepentingan atau keuntungan masyarakat. Dalam pekerjaan sosial hal tersebut dinamakan sebagai relasi kemasyarakatan. Perusahaan sebagai suatu organisasi ekonomi selalu berada di tengah masyarakat. Relasi antara perusahaan dengan masyarakat sangat diperlukan karena ada saling ketergantungan diantara keduanya. Sebagaimana dikemukakan Hartono (2000:103) bahwa walau bagaimanapun interaksi antara perusahaan dengan masyarakat tidak dapat dihindari, keduanya saling berhubungan dan membutuhkan. Di satu pihak perusahaan dalam berbagai aktifitasnya serta dalam usaha mencapai tujuannya akan selalu membutuhkan masyarakat, sementara masyarakat juga akan selalu membutuhkan perusahaan baik dalam rangka memenuhi kebutuhannya dari produk suatu perusahaan ataupun dalam penyediaan lapangan kerja atau kegiatan lain yang secara tidak langsung berhubungan dengan perusahaan. Demikian juga Yoserwan (2006:215) menyatakan bahwa sebagai suatu institusi perusahaan mutlak berhubungan dengan masyarakat sehingga perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari masyarakat. Karenanya harus tercipta hubungan yang serasi dan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat, serta harus dibangun kemitraan yang strategis antara perusahaan dengan masyarakat sebagai stakeholders agar terjalin usaha saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan komunitas lokal dimana perusahaan itu berinteraksi.

Terkait dengan itu Rudito (2013:145) mengemukakan *Community relation* merupakan kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada pihak terkait. Demikian juga Tjager mengemukakan (2002:145) bahwa selain relasi di dalam perusahaan (internal), dalam mengendalikan roda bisnisnya juga berelasi dengan pihak di luar perusahaan (eksternal). Komunitas/masyarakat sebagai pihak luar perusahaan memegang peranan penting, karena suatu perusahaan tidak akan berfungsi tanpa adanya dukungan dari masyarakat. Hakikat relasi dengan masyarakat adalah titip diri kepada lingkungan, kepada penduduk sekitar agar tidak mengganggu dan bersama-sama menjaga. Untuk itu sebagai perusahaan yang dekat dengan masyarakat diharapkan saling menghargai dan memperhatikan kepentingan sekitar.

Oleh karena itu relasi dengan pihak luar yakni dengan masyarakat dan *stakeholders* lainnya harus dibina dengan baik, karena relasi dengan pihak luar ini juga dapat mempengaruhi terhadap aktifitas perusahaan. Melalui relasi kemasyarakatan ini perusahaan dapat menemukan permasalahan sosial yang dialami oleh masyarakat yang diwujudkan dengan meningkatkan kepedulian perusahaan terhadap masalah-masalah sosial yang berkembang di sekitar perusahaan.

Peranan representatif tersebut dapat berupa peranan antara lain: Memperoleh Sistem Sumber ,  Advokasi , Media Massa, Hubungan Masyarakat, dan Jaringan Kerja

**Peran teknikal**

Kemampuan melakukan pengumpulan dan analisis data  menggunakan komputer, kemampuan melakukan presentasi secara verbal maupun tertulis, manajemen serta melakukan pengendalian finansial, dan melakukan *need assessment* terhadap pengembangan potensi individu-individu, kelompok-kelompok dan masyarakat. Peran-peran ini dapat dilakukan  bersama individu-individu, kelompok-kelompok dan masyarakat dalam mendapatkan informasi dan data yang dapat digunakan baik untuk mengundang perhatian dari stakeholders untuk mengembangkan potensi tetapi juga membantu mempromosikan.

Peran teknikal meliputi: Pengumpulan dan analisa data, Penggunaan Komputer , Presentasi verbal dan tertulis, dan Management.

**KESIMPULAN**

Tanggung jawab sosial perusahaan PT. Telkom di Kecamatan Kiaracondong terlaksana dengan disertai hasil yang diperoleh oleh penerima bantuan. Manfaat yang diperoleh oleh penerima manfaat melalui pemberdayaan masyarakat diantaranya ditentukan juga oleh peran pemberi bantuan, dalam hal ini perusahaan melalui program tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian tanggung jawab sosial perusahaan sebagai pendukung kegiatan pemberdayaan masyarakat memiliki beberapa peran, yakni peran fasilitatif, edukasional, representatif, dan peran teknikal.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data lapangan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dari keempat peran-peran tersebut:

Pertama; Tanggung jawab sosial perusahaan menjalankan peran fasilitatif dengan memberikan fasilitas bantuan modal berupa dana bergulir yang diperuntukkan bagi pelaku UMKM, dengan pengembalian yang bersifat lunak. Kedua; tanggung jawab sosial perusahaan menjalankan peran edukasional; bahwa disamping pemberian bantuan modal berupa pinjaman lunak, perusahaan memberikan kegiatan pendampingan berupa pembinaan dan pelatihan bagi mitra binaan. Ketiga; peran represntatif/perwakilan tanggung jawab sosial perusahaan yang digunakan untuk menunjukan peranan tanggung jawab sosial perusahaan dalam berinteraksi dengan badan-badan eksternal/luar, demi kepentingan atau keuntungan masyarakat.sudah terlaksana dengan baik. Keempat; peran teknikal pada tanggung jawab sosial perusahaan terlaksana dengan terealisasinya kegiatan-kegiatan yang bersifat teknis.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa peran tanggung jawab sosial perusahaan PT. Telkom di Kecamatan Kiaracondong Kota Bandung sudah dilaksanakanan.

**DAFTAR PUSTAKA**

**Buku**

Adi, Isbandi Rukminto. (2001). Pemberdayaan, Pengembangan Masyarakat dan Intervensi Komunitas (Pengantar pada Pemikiran dan Pendekatan Praktis). Jakarta LP. FE UI.

Creswell, John W (2010), Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Edi Suharto (2007). Kebijakan Sosial sebagai Kebijakan Publik. Alfabeta Bandung.

................, 2009, Pekerjaan Sosial Di Dunia Industri, Alfabeta, Bandung

Elliot, Doren. “Social Work and social Development : Toward an Integrative Model for Social Work Pratice”. International Social Work. 1993.

Garma, J. K (2008), Dasar dan Proses Penelitian Sosial, Merencanakan, Melaksanakan dan Menulis Hasil Penelitian, Bandung : Primaco Akademika and Jusdistira Garna Fuondation.

Indahri Y (2009), Tantangan Pembangunan Sosial di Indonesia; Puat Pengkajian data dan informasi (P3DI) Sekretariat Jenderal DPR RI.

Kotler, P & Lee, N. 2005. Corporate Social Responsibility : Doing the Most Good for Your Company and Your Cause. John Wiley & Sons, Inc. New Jersey.

Nursahid, F. 2006. Tangung Jawab Sosial BUMN. Piramedia, Depok.

Ife, Jim, 1995, Community Development Cerating, Community, Alternatif Vision Analysis and  Pratice, Logman, Dly, Ltd Australia.

Pambudi, Teguh Sri. 2005. CSR Sebuah Keharusan (Investasi Sosial). La Tofi Enterprise, Jakarta

Simamora, Henry. 2004. Manajemen Sumber Daya Manusia edisi 3. Yogjakarta: STIE YKPN.

**Jurnal**

Maimunah Ismail, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ITS ROLE IN COMMUNITYDEVELOPMENT: AN INTERNATIONAL PERSPECTIVE, Uluslararasi Sosyal Ara? Tırmalar Dergisi, The Journal of International Social Researc, Volume 2/9 musim gugur 2009

Syed M. Hasemi, Sidney Ruth Schuler dan Ann P. Riley, Rural Credit Programs and women’s empowerment in Bangladesh, World Development, Vol. 24, No. 4, November 1996, al. 638-639.

**Hasil Penelitian:**

Riany Laila Nurwulan G, 2017, Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Berkelanjutan Bagi Masyarakat (Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan PT. Telkom Di Kecamatan Kiaracondong Kota Bandung, FISIP UNPAD Bandung.

Zaleha, Siti, 2008, Peranan Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Inalum Divisi PLTA SiguraguraTerhadap Pengembangan Sosio Ekonomi Masyarakat Kecamatan Pintupohan Meranti Kabupaten Toba Samosir, Thesis, Program Pascasarjana, Universitas Sumatera Utara, Medan

1. Siti Zaleha , 2008, PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT. INALUM DIVISI PLTA SIGURA-GURA TERHADAP PENGEMBANGAN SOSIO-EKONOMI MASYARAKAT KECAMATAN PINTUPOHAN MERANTI, KABUPATEN TOBA SAMOSIR, Universitas Sumatera Utara, Medan [↑](#footnote-ref-1)
2. Syed M. Hasemi, Sidney Ruth Schuler dan Ann P. Riley, Rural Credit Programs and women’s empowerment in Bangladesh, World Development, Vol. 24, No. 4, November 1996, al. 638-639. [↑](#footnote-ref-2)