

# Corporate Social Responsibility

**CSR**  
Budaya



Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, SE., MM  
Noviansyah Rizal, SE., MM, Ak.CA



Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, SE., MM  
Noviansyah Rizal, SE., MM, Ak.CA

# Corporate Social Responsibility (CSR) Budaya



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

© 2021, Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, S.E., M.M.  
& Noviansyah Rizal, SE., MM, Ak.CA

Cetakan Pertama, November 2021

ISBN: 978-623-98289-1-2

Tebal: xii + 90 hlm; 14,5 x 20,5 cm

Penulis: Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, SE., MM  
Noviansyah Rizal, SE., MM, Ak.CA

Desain Sampul: Abu Zyan el-Mazwa

Tata Letak Isi: Moh. Mursyid

Diterbitkan Oleh:



**WIDYA GAMA PRESS**

**STIE WIDYA GAMA LUMAJANG**

ANGGOTA ASOSIASI PENERBIT PERGURUAN  
TINGGI INDONESIA (APPTI)

Jl. Gatot Subroto No. 4, Karang Sari, Kec. Sukodono,  
Kabupaten Lumajang, Jawa Timur.

Telp. (0334) 881924

Email: [penerbitan\\_wiga@stiewidyagamalumajang.ac.id](mailto:penerbitan_wiga@stiewidyagamalumajang.ac.id)

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-undang No. 28 Tahun 2014.  
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku  
tanpa izin.



Buku Monograf ini merupakan luaran hibah Penelitian  
Terapan yang didanai oleh  
Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat  
Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan  
Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi  
Tahun 2017-2018 dan Tahun 2019-2022



# UCAPAN TERIMAKASIH

**B**uku ini merupakan Luaran Penelitian Hibah Terapan yang dilaksanakan beratahapp tahun 2017-2018 dan tahun 2019-2020 tentang *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* bidang budaya.

Buku ini ditujukan untuk seluruh akademisi khususnya yang menekuni bidang CSR. Ucapan terimakasih secara khusus kepada:

1. Bapak Wowok, pemilik waroeng Kemarang sebagai perusahaan yang digunakan untuk sample implementasi penerapan CSR bidang Budaya.
2. Bapak Punjul Ismuwardoyo, anggota DPRD Kabupaten Banyuwangi yang telah membantu kami dalam pelaksanaan FGD dan telah menerima naskah

akademik tentang kebijakan CSR Budaya untuk diteruskan kepada pemangku kepentingan.

3. Mas Samsul, Cak Widi, bu Temu sebagai pemilik sanggar yang bersedia menjadi sanggar binaan sebagai sample implementasi pelaksanaan model CSR Budaya.

Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi yang telah mendanai riset ini.

Kiranya buku ini dapat dijadikan referensi untuk riset-riset yang membahas tentang *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* khususnya bidang budaya yang masih belum banyak dilakukan pembahasan.

**Peneliti**



# PRAKATA

**C**orporate Sosial Responsibility (*CSR*) merupakan tanggungjawab social perusahaan terhadap lingkungan sekitar sebagai bentuk kepedulian social terhadap masyarakat dan bernilai positif. *CSR* yang diberikan oleh perusahaan beragam, bisa berupa *CSR* pendidikan yang memberikan bantuan khusus untuk pendidikan dengan memberikan fasilitas atau beasiswa pendidikan. Bisa juga *CSR* untuk fasilitas-fasilitas umum seperti perbaikan jalan, sarana ibadah, sarana kesehatan dan lain-lain.

Hasil riset yang dilakukan selama 4 tahun di Banyuwangi menawarkan model penyaluran *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* perusahaan local untuk bidang budaya. Model ini memungkinkan untuk diterapkan di Banyuwangi sebagai kota yang hingga saat ini memiliki kepedulian yang tinggi terhadap pelestarian budaya adat dan memiliki puluhan sanggar.

Melalui *Focus Group Discussion* akhirnya dicapai sebuah kesepakatan bahwa perusahaan local akan melakukan pembinaan terhadap sanggar-sanggar yang didirikan untuk melestarikan nilai-nilai budaya adat Osing. Pak Wowok, founder Waroeng Kemarang selama ini telah berperan nyata melestarikan budaya melalui penyaluran CSR Budaya. Meskipun selama ini memang tidak secara langsung membina sanggar-sanggar budaya tetapi kiprahnya telah nyata dibuktikan dengan penyediaan sarana dan prasarana kesenian, seperti gamelan, angklung pakaian tari dan barang serta tempat untuk berlatih dan melakukan perform. Pak Wowok tidak hanya menyediakan tempat di Kemiren tetapi juga membantu menyediakan pendanaan ketika pelaku budaya melakukan perform di luar kota bahkan luar negeri.

Empat tahun meneliti tentang CSR Budaya telah mempertemukan kami dengan para pelaku budaya mas Samsul, Cak Widi dan sang Maestro Gandrung bu Temuk. Para pelaku budaya ini adalah mereka yang didalam implementasi model ini sebagai pihak yang menerima penyaluran dana CSR khusus bidang budaya.

Tentu saja buku ini akan sangat memerlukan penyempurnaan dalam segala hal, baik kualitas isi, konten ataupun pemaknaan pada CSR budaya itu sendiri. Kritik dan saran positif semoga dapat menjadi penyempurnaan pada penerbitan berikutnya. *Insha Allah.*

**Peneliti**



*Budaya & Adat Patut Dilestarikan Melalui Implementasi  
CSR Bidang Budaya*



# DAFTAR ISI

Ucapan Terimakasih .....	vi
Pengantar .....	viii
Daftar Isi.....	xi
1# CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY.....	1
A. Pengertian Dan Perkembangan CSR.....	1
B. Filosofi dan Model CSR .....	7
2# CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	
BIDANG BUDAYA.....	15
A. Pengertian CSR Bidang Budaya.....	15
B. Model CSR Budaya .....	18
C. Model Penyaluran Dana CSR .....	22
3# IMPLEMENTASI CSR BUDAYA TERHADAP	
PELESTARIAN BUDAYA .....	25
A. Sanggar-Sanggar Budaya Osing.....	25

B. Implementasi CSR Budaya Terhadap Pelestarian Budaya.....	34
C. Model Kebijakan Implementasi CSR Budaya..	38
4# PERATURAN TENTANG CSR BUDAYA.....	57
A. Hakekat CSR Budaya .....	57
B. Naskah Akademik CSR Bidang Budaya .....	62
C. Hakikat CSR Bidang Budaya.....	68
Daftar Pustaka.....	82
Biografi Penulis .....	88



# 1

## CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

### A. Pengertian Dan Perkembangan CSR

Setiap perusahaan memiliki cara pandang yang berbeda terhadap CSR, dan cara pandang inilah yang bisa dijadikan indikator kesungguhan perusahaan tersebut dalam melaksanakan CSR atau hanya sekedar membuat pencitraan di masyarakat (Wibisono :2007). Setidaknya terdapat tiga kategori paradigma perusahaan dalam menerapkan program CSR.

Pertama, sekedar basa basi dan keterpaksaan, artinya CSR dipraktekkan lebih karena faktor eksternal, baik karena mengendalikan aspek sosial (*social driven*) maupun mengendalikan aspek lingkungan (*environmental driven*). Artinya

pemenuhan tanggungjawab sosial lebih karena keterpaksaan akibat tuntutan daripada kesukarelaan. Berikutnya adalah mengendalikan reputasi (*reputation driven*), yaitu motivasi pelaksanaan CSR untuk mendongkrak citra perusahaan. Banyak korporasi yang sengaja berupaya mendongkrak citra dengan memanfaatkan peristiwa bencana alam seperti memberi bantuan uang, sembako, medis dan sebagainya, yang kemudian perusahaan berlomba menginformasikan kontribusinya melalui media massa. Tujuannya adalah untuk mengangkat reputasi.

Disatu sisi, hal tersebut memang menggembirakan terutama dikaitkan dengan kebutuhan riil atas bantuan bencana dan rasa solidaritas kemanusiaan. Namun disisi lain, fenomena ini menimbulkan tanda tanya terutama dikaitkan dengan komitmen solidaritas kemanusiaan itu sendiri. Artinya, niatan untuk menyumbang masih diliputi kemauan untuk meraih kesempatan untuk melakukan publikasi positif semisal untuk menjaga atau mendongkrak citra korporasi.

Kedua, sebagai upaya untuk memenuhi kewajiban (*compliance*). CSR diimplementasikan karena memang ada regulasi, hukum dan aturan yang memaksanya. Misalnya karena ada kendali dalam aspek pasar (*market driven*). Kesadaran tentang pentingnya mengimplementasikan CSR ini menjadi tren seiring dengan maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial. Seperti saat ini bank-bank di eropa mengatur regulasi dalam masalah pinjaman yang hanya diberikan kepada perusahaan yang

mengimplementasikan CSR dengan baik. Selain itu beberapa bursa sudah menerapkan indeks yang memasukan kategori saham-saham perusahaan yang telah mengimplemantasikan CSR, seperti *New York Stock Exchange* saat ini memiliki *Dow Jones Sustainability Indeks* (DJSI) bagi perusahaan-perusahaan yang dikategorikan memiliki nilai CSR. Bagi perusahaan eksportir CPO saat ini diwajibkan memiliki sertifikat *Roundtable Sustainability Palm Oil* (RSPO) yang mensyaratkan adanya program pengembangan masyarakat dan pelestarian alam. Selain *market driven*, *driven* lain yang sanggup memaksa perusahaan untuk mempraktkan CSR adalah adanya penghargaan-penghargaan (reward) yang diberikan oleh segenap institusi atau lembaga. Misalnya CSR Award baik yang regional maupun global, Padma (Pandu Daya Masyarakat) yang digelar oleh Kementerian Sosial dan Proper (Program Perangkat Kinerja Perusahaan) yang dihelat oleh Kementerian Lingkungan Hidup.

Ketiga, bukan sekedar kewajiban (*compliance*), tapi lebih dari sekedar kewajiban (*beyond compliance*) atau (*compliance plus*). Diimplementasikan karena memang ada dorongan yang tulus dari dalam (*internal driven*). Perusahaan telah menyadari bahwa tanggungjawabnya bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan profit demi kelangsungan bisnisnya, melainkan juga tanggungjawab sosial dan lingkungan. Dasar pemikirannya, menggantungkan semata-mata pada kesehatan finansial tidak akan menjamin perusahaan bisa tumbuh secara berkelanjutan. Perusahaan meyakini bahwa program CSR

merupakan investasi demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) usaha. Artinya, CSR bukan lagi dilihat sebagai sentra biaya (*cost centre*) melainkan sentra laba (*profit center*) di masa yang akan datang. Logikanya adalah bila CSR diabaikan, kemudian terjadi insiden, maka biaya untuk mengcover resikonya jauh lebih besar ketimbang nilai yang hendak dihemat dari alokasi anggaran CSR itu sendiri. Belum lagi resiko non-finansial yang berpengaruh buruk pada citra korporasi dan kepercayaan masyarakat pada perusahaan.

Dengan demikian, CSR bukan lagi sekedar aktifitas tempelan yang kalau terpaksa bisa dikorbankan demi mencapai efisiensi, namun CSR merupakan nyawa korporasi. CSR telah masuk kedalam jantung strategi korporasi. CSR disikapi secara strategis dengan melakukan inisiatif CSR dengan strategi korporasi. Caranya, inisiatif CSR dikonsepsi untuk memperbaiki konteks kompetitif korporasi yang berupa kualitas bisnis tempat korporasi beroperasi.

CSR yang dilakukan perusahaan dalam kenyataannya merupakan wujud berbagi kepedulian. Namun dalam implementasinya, sebuah perusahaan perlu dengan cermat memastikan bagaimana pola dan metode yang akan dilakukannya bisa sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Terutama dalam konteks ini bila menyangkut hal yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat. Sukses tidaknya pengelolaan CSR juga tergantung pada bagaimana komunikasi dan pendekatan pihak perusahaan dengan masyarakat penerima manfaat CSR.

Tahun 1953 Bowen mendefinisikan CSR sebagai kewajiban pemilik usaha untuk membuat rumusan kebijakan, dan mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Definisi tersebut selanjutnya dikembangkan oleh Davis (1960) yang menyatakan bahwa keputusan atau tindakan bisnis diambil dengan alasan untuk kepentingan ekonomi atau teknis perusahaan secara langsung yang memenuhi harapan public.

Konsep tanggungjawab sosial mengakui kedekatan hubungan antara perusahaan dan masyarakat dan menekankan unsur penting dari tanggungjawab social, yakni sukarela dan pemahaman bahwa biaya yang dikeluarkan dan digunakan untuk mengukur pengembalian ekonomi sebuah perusahaan secara langsung,

Menurut Carroll (1999) CSR adalah bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar, meliputi beberapa aspek yaitu aspek ekonomi, hukum, etika serta kontribusi pada isu social. Dari konsep Carroll menunjukkan bahwa setiap perusahaan dalam bentuk kegiatannya CSR harus melihat beberapa aspek karena dari beberapa aspek yang dikemukakan oleh carroll itu bersifat memberikan kontribusi dalam kepedulian dan pengembangan terhadap beberapa aspek yang telah dijelaskan oleh Carroll.

CSR, menurut *World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD) merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan

memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi pada komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup karyawan beserta seluruh keluarganya.

Menurut Budimanta dkk (2005) CSR merupakan komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama para pihak yang terkait terutama masyarakat disekitar dan lingkungan social dimana perusahaan berada. Sehingga CSR juga merupakan tanggung jawab yang dimiliki perusahaan terhadap komunitas yang berkaitan dengan operasional bisnis sehingga perusahaan harus mengidentifikasi kelompok *stakeholder* dan menggabungkan kebutuhan serta kepentingan mereka dalam proses pembuatan keputusan operasional dan startegis.

Secara umum CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Serta bagaimana memberikan pengaruh terhadap dibidang ekonomi, social dan lingkungan. Melihat dari beberapa aspek tersebut dalam bidang ekonomi, CSR diharapkan dapat meningkatkan atau mempengaruhi suatu bentuk perekonomian, dalam aspek hukum perusahaan dituntut untuk mengikuti setiap peraturan yang berlaku yang menyangkut tentang CSR dalam artian bahwa setiap perusahaan baik skala local maupun perusahaan asing harus melaukan tanggung jawab social perusahaan sesuai dengan peraturan ketentuan hukum yang berlaku, jika dilihat dari segi etika serta

kontribusi pada isu socialperusahaan harus, berperan penting dalam menjaga etika dalam kegiatan perusahaan tersebut seperti dalammemperhatikan dampak yang dihasilkan, serta menjaga keadaan lingkungan.

## **B. Filosofi dan Model CSR**

Tanggungjawab Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) ialah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial di dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para stakeholder berdasarkan prinsip kemitraan dan kesukarelaan. CSR menjunjung tinggi nilai etika, kepatuhan pada hukum, sikap hormat kepada sesama manusia, hormat kepada masyarakat, hormat pada lingkungan.

Jhon Elkington (1997) mendeklarasikan tentang triple bottom line (ekonomi, social dan lingkungan) dan pada akhir tahun1997 telah menjadi kesepakatan banyak pihak sebagai landasan pengelolaan perusahaan berkelanjutan (*corporate sustainability*) artinya untuk menjamin keberlanjutan bisnis setiap perusahaan harus:

- a. Menjalankan bisnis sukses dan melakukan investasi
- b. Peduli terhadap pelestarian sumberdaya alam untuk menjaga keberlanjutan bisnisnya
- c. Peduli kepada masyarakat di lingkungannya agar memperoleh dukungan dari semua pihak yang berhubungan dengan bisnis yang dijalankannya.

CSR diartikan sebagai sebuah konsep pengintegrasian kepedulian sosial dan lingkungan yang memiliki tanggungjawab sosial serta kepedulian terhadap lingkungan yang terkait dengan pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya alam.

Lebih lanjut *smile foundation* (2013) menyimpulkan bahwa dasar filosofi penerapan CSR oleh perusahaan adalah kemitraan yaitu kesediaan untuk selalu siap hadir dan membuka diri dalam memberikan bantuan tentang apa yang seharusnya dapat dibantu.

Dalam pelaksanaannya selanjutnya CSR berkembang dan memiliki 3 model yaitu: konflik tradisional, uang tunai dan tujuan ganda (Redman: 2005). Dalam model konflik tradisional antara tanggungjawab sosial dan lingkungan serta keuntungan tidak bisa terelakan. Industri dan lingkungan seringkali mengundang pemikiran yang bertentangan, sementara di sisi lain industrialis seringkali melihat lingkungan sebagai penghambat bagi produksi. Sumbangan perusahaan untuk korban bencana di lingkungan sekitarnya, atau masyarakat miskin hanya diambil dari segelintir dana yang tidak dilaporkan secara transparan. Perusahaan melakukan hal ini hanya untuk manfaat jangka pendek dan menganggap remeh lingkungan sekitar.

Model pemberian uang tunai merupakan pemahaman mayoritas perusahaan yang membuat tanggungjawab sosial menjadi investasi atau investasi yang bertanggungjawab sosial. Model kedua ini diyakini dapat meningkatkan reputasi dan loyalitas lingkungan, meningkatkan pelanggan, produksi dan

penurunan resiko dimasa depan. Para eksekutif percaya bahwa CSR dapat meningkatkan reputasi mereka dan dapat menjadi strategi pemasaran yang handal.

Model ketiga yaitu tujuan ganda yang harus dikembngkan secara merata, merupakan komitmen untuk tujuan lingkungan dan social tanpa harus memberikan bukti nyata bahwa CSR membawa kepada keuntungan perusahaan. Para elsekutif menyadari bahwa prestasi social dan lingkungan secara independen layak untuk dicapai sebagaimana ketercapaian laba perusahaan.

Pada akhirnya dapat disimpulkan bahwa CSR perusahaan mengarah kepada pengelolaan perusahaan dengan memperhatikan kewajiban mereka kepada masyarakat dan lingkungan serta mengarah kepada konsep keberlanjutan perusahaan. Artinya perusahaan harus berinteraksi dengan baik dengan berbagai pihak untuk kelangsungan jangka panjang dan memperoleh keuntungan untuk bertahan hidup.

Secara umum, perhatian para pembuat kebijakan terhadap CSR saat ini telah menunjukkan adanya kesadaran bahwa terdapat potensi timbulnya dampak dari suatu kegiatan usaha. Dampak tersebut tentunya harus direduksi sedemikian rupa sehingga tidak membahayakan kemaslahatan masyarakat sekaligus tetap bersifat kondusif terhadap iklim usaha. Konsep dan praktik CSR sudah menunjukkan gejala baru sebagai keharusan yang realistis diterapkan. Para pemilik modal tidak lagi menganggap CSR sebagai pemborosan. Masyarakat pun

menilai hal tersebut sebagai suatu yang perlu, ini terkait dengan meningkatnya kesadaran sosial kemanusiaan dan lingkungan.

Setiap perusahaan memiliki cara pandang yang berbeda terhadap CSR, dan cara pandang inilah yang bisa dijadikan indikator kesungguhan perusahaan tersebut dalam melaksanakan CSR atau hanya sekedar membuat pencitraan di masyarakat (Wibisono: 2007). Setidaknya terdapat tiga kategori paradigma perusahaan dalam menerapkan program CSR.

Pertama, sekedar basa basi dan keterpaksaan, artinya CSR dipraktekkan lebih karena faktor eksternal, baik karena mengendalikan aspek sosial (*social driven*) maupun mengendalikan aspek lingkungan (*environmental driven*). Artinya pemenuhan tanggungjawab sosial lebih karena keterpaksaan akibat tuntutan daripada kesukarelaan. Berikutnya adalah mengendalikan reputasi (*reputation driven*), yaitu motivasi pelaksanaan CSR untuk mendongkrak citra perusahaan. Banyak korporasi yang sengaja berupaya mendongkrak citra dengan memanfaatkan peristiwa bencana alam seperti memberi bantuan uang, sembako, medis dan sebagainya, yang kemudian perusahaan berlomba menginformasikan kontribusinya melalui media massa. Tujuannya adalah untuk mengangkat reputasi.

Disatu sisi, hal tersebut memang menggembirakan terutama dikaitkan dengan kebutuhan riil atas bantuan bencana dan rasa solidaritas kemanusiaan. Namun disisi lain, fenomena ini menimbulkan tanda tanya terutama dikaitkan dengan komitmen solidaritas kemanusiaan itu sendiri. Artinya,

niatan untuk menyumbang masih diliputi kemauan untuk meraih kesempatan untuk melakukan publikasi positif semisal untuk menjaga atau mendongkrak citra korporasi.

Kedua, sebagai upaya untuk memenuhi kewajiban (*compliance*). CSR diimplementasikan karena memang ada regulasi, hukum dan aturan yang memaksanya. Misalnya karena ada kendali dalam aspek pasar (*market driven*). Kesadaran tentang pentingnya mengimplementasikan CSR ini menjadi tren seiring dengan maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial. Seperti saat ini bank-bank di Eropa mengatur regulasi dalam masalah pinjaman yang hanya diberikan kepada perusahaan yang mengimplementasikan CSR dengan baik. Selain itu beberapa bursa sudah menerapkan indeks yang memasukan kategori saham-saham perusahaan yang telah mengimplemantasikan CSR, seperti *New York Stock Exchange* saat ini memiliki *Dow Jones Sustainability Indeks* (DJSI) bagi perusahaan-perusahaan yang dikategorikan memiliki nilai CSR. Bagi perusahaan eksportir CPO saat ini diwajibkan memiliki sertifikat *Roundtable Sustainability Palm Oil* (RSPO) yang mensyaratkan adanya program pengembangan masyarakat dan pelestarian alam. Selain *market driven*, *driven* lain yang sanggup memaksa perusahaan untuk mempraktkan CSR adalah adanya penghargaan-penghargaan (*reward*) yang diberikan oleh segenap institusi atau lembaga. Misalnya CSR Award baik yang regional maupun global, Padma (Pandu Daya Masyarakat) yang

digelar oleh Kementerian Sosial dan Proper (Program Perangkat Kinerja Perusahaan) yang dihelat oleh Kementerian Lingkungan Hidup.

Ketiga, bukan sekedar kewajiban (*compliance*), tapi lebih dari sekedar kewajiban (*beyond compliance*) atau (*compliance plus*). Diimplementasikan karena memang ada dorongan yang tulus dari dalam (*internal driven*). Perusahaan telah menyadari bahwa tanggungjawabnya bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan profit demi kelangsungan bisnisnya, melainkan juga tanggungjawab sosial dan lingkungan. Dasar pemikirannya, menggantungkan semata-mata pada kesehatan finansial tidak akan menjamin perusahaan bisa tumbuh secara berkelanjutan. Perusahaan meyakini bahwa program CSR merupakan investasi demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) usaha. Artinya, CSR bukan lagi dilihat sebagai sentra biaya (*cost centre*) melainkan sentra laba (*profit center*) di masa yang akan datang. Logikanya adalah bila CSR diabaikan, kemudian terjadi insiden, maka biaya untuk mengcover resikonya jauh lebih besar ketimbang nilai yang hendak dihemat dari alokasi anggaran CSR itu sendiri. Belum lagi resiko non-finansial yang berpengaruh buruk pada citra korporasi dan kepercayaan masyarakat pada perusahaan.

Dengan demikian, CSR bukan lagi sekedar aktifitas tempelan yang kalau terpaksa bisa dikorbankan demi mencapai efisiensi, namun CSR merupakan nyawa korporasi. CSR telah masuk kedalam jantung strategi korporasi. CSR disikapi secara strategis dengan melakukan inisiatif CSR dengan strategi

korporasi. Caranya, inisiatif CSR dikonseptkan untuk memperbaiki konteks kompetitif korporasi yang berupa kualitas bisnis tempat korporasi beroperasi.

Ada 4 (empat) manfaat CSR terhadap perusahaan yaitu:

1. *Brand differentiation*. Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, CSR bisa memberikan citra perusahaan yang khas, baik, dan etis di mata publik yang pada gilirannya menciptakan customer loyalty.
2. *Human resources*. Program CSR dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama yang memiliki kualifikasi tinggi. Saat interview, calon karyawan yang memiliki pendidikan dan pengalaman tinggi sering bertanya tentang CSR dan etika bisnis perusahaan, sebelum mereka memutuskan menerima tawaran. Bagi staf lama, CSR juga dapat meningkatkan persepsi, reputasi dan dedikasi dalam bekerja.
3. *License to operate*. Perusahaan yang menjalankan CSR dapat mendorong pemerintah dan publik memberi ijin atau restu bisnis. Karena dianggap telah memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas.
4. *Risk management*. Manajemen resiko merupakan isu sentral bagi setiap perusahaan. Reputasi perusahaan yang dibangun bertahun-tahun bisa runtuh dalam sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan karyawan, atau kerusakan lingkungan. Membangun budaya berguna bagi perusahaan dalam mengelola resiko-resiko bisnis.

CSR yang dilakukan perusahaan dalam kenyataannya merupakan wujud berbagi kepedulian. Namun dalam implementasinya, sebuah perusahaan perlu dengan cermat

memastikan bagaimana pola dan metode yang akan dilakukannya bisa sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Terutama dalam konteks ini bila menyangkut hal yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat. Sukses tidaknya pengelolaan CSR juga tergantung pada bagaimana komunikasi dan pendekatan pihak perusahaan dengan masyarakat penerima manfaat CSR.

Prinsip dari CSR adalah bahwa dalam melakukan usahanya, perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban yang bersifat ekonomis dan legal, yang merupakan tujuan utama sebuah korporasi, namun juga memiliki kewajiban yang bersifat etis. Etika bisnis merupakan tuntunan perilaku bagi dunia usaha untuk bisa membedakan mana yang baik dan mana yang tidak baik, mana yang boleh dan mana yang tidak boleh dilakukan oleh komunitas dunia usaha. Kepedulian kepada masyarakat sekitar dan lingkungan, termasuk sumber daya alam, dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dipahami sebagai peningkatan peran serta dan penempatan organisasi perusahaan di dalam sebuah komunitas sosial melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi perusahaan, komunitas dan lingkungan.



## 2

# CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BIDANG BUDAYA

### A. Pengertian CSR Bidang Budaya

**T**anggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya awalnya merupakan kegiatan yang sifatnya sukarela dan sangat bergantung pada itikad baik dari perusahaan untuk melakukan kegiatan usaha yang beretika. Perusahaan yang melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya secara finansial harus menyediakan pos dana yang sebelumnya tidak dianggarkan sehingga berpotensi mengganggu neraca keuangan. Pada sisi ini maka perusahaan akan merugi tetapi pada sisi lain, perusahaan akan mendapatkan manfaat berupa pencitraan

yang baik, kepercayaan dari konsumen serta memperkuat investasi dan hal tersebut akan berdampak signifikan terhadap keberlanjutan perusahaan. Meskipun demikian tidak sedikit perusahaan yang acuh terhadap kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya dengan berbagai alasan.

Sejak tahun 2007 negara kita telah membuat regulasi yang mewajibkan perusahaan di Indonesia utamanya yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) untuk melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan sebagaimana tertuang dalam tanggung jawab sosial saat ini sudah diatur di dalam hukum positif Indonesia yaitu terdapat dalam pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang menyebutkan bahwa: “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selanjutnya, pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, menyebutkan bahwa: “Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya.”

Dalam penjelasan umum Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 disebutkan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan bertujuan untuk mewujudkan pembangunan

ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mendukung terjalinnya hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat, maka ditentukan bahwa perseroan yang kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pengaturan mengenai tanggung jawab sosial ternyata juga dapat ditemukan di pasal 15 huruf b Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang menyatakan bahwa: setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan. Adapun penjelasan dari pasal ini adalah: “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat”.

Berdasarkan dua undang-undang di atas maka tanggung jawab sosial yang awalnya bersifat sukarela menjadi wajib bagi seluruh perusahaan di Indonesia. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya memiliki peran penting bagi pemerintah. Hal ini dikarenakan pemerintah memiliki keterbatasan baik dana maupun waktu untuk mengakomodasi kebutuhan masyarakat dalam rangka percepatan pembangunan. Keberadaan perusahaan yang

melaksanakan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya akan dapat membantu pemerintah mewujudkan cita-cita pembangunan yang dapat dirasakan oleh segenap lapisan masyarakat.

Pengaturan lebih spesifik tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan berbentuk Perseroan Terbatas, terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Peraturan Pemerintah ini cukup singkat karena hanya berisi 9 pasal dan isinya adalah penekanan bahwa setiap perseroan mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana tercantum dalam pasal 2 serta adanya kewajiban untuk memasukkan realisasi anggaran pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai biaya perseroan dan dimasukkan dalam laporan tahunan perseroan yang harus dipertanggungjawabkan pada RUPS. Peraturan perundang-undangan di atas masih dirasa belum cukup untuk melaksanakan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya di berbagai wilayah di Indonesia mengingat masing-masing daerah memiliki keberagaman permasalahan serta kearifan lokal tersendiri. Salah satu daerah yang dimaksud adalah Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur.

## **B. Model CSR Budaya**

Pelestarian budaya dalam penelitian ini adalah upaya yang dilakukan oleh masyarakat dan pemerintah untuk terus

melaksanakan tradisi dan budaya yang sudah mengakar di masyarakat, baik dalam bentuk pelaksanaan upacara adat, pengenalan kesenian dan pementasan-pementasan. Untuk ritual adat waktu dan tempat pelaksanaan menyesuaikan dengan ritual tersebut. Contohnya upacara Ider Bumi dilaksanakan di desa Kemiren pada Syawal hari ke dua, Seblang Lulian di Desa Olehsari selama 7 hari dimulai pada Syawal hari ke tujuh dan seterusnya.

Pada pelaksanaan event upacara adat semacam ini maka peranan pemerintah dalam hal ini adalah memberikan supporting dalam bentuk pemberian *branding* diluar, pemerintah tidak campur tangan pada kegiatan upacara adatnya.

Sebagaimana telah diungkapkan sebelumnya bahwa pemilik sanggar kesenian yaitu mereka yang berperan secara langsung di dalam proses pelestarian budaya dengan cara memberikan latihan tari untuk usia anak-anak dan remaja, mengembangkan sanggar keseniannya dengan biaya sendiri. Penelitian ini berupaya untuk memberikan model untuk menjawab pertanyaan penelitian tentang partisipasi perusahaan lokal di dalam pelestarian budaya Osing.

Pelestarian dalam penelitian merupakan usaha-usaha yang dilakukan agar sanggar-sanggar kesenian dapat berperan semaksimal mungkin, memiliki tempat untuk latihan, memiliki gamelan, memiliki barang, memiliki kostum dan lain-lain sehingga mereka dapat berkontribusi maksimal di dalam pelestarian budaya adat.

Berikut ini adalah beberapa hal yang menjadi dasar pertimbangan dalam menyusun model CSR Budaya :

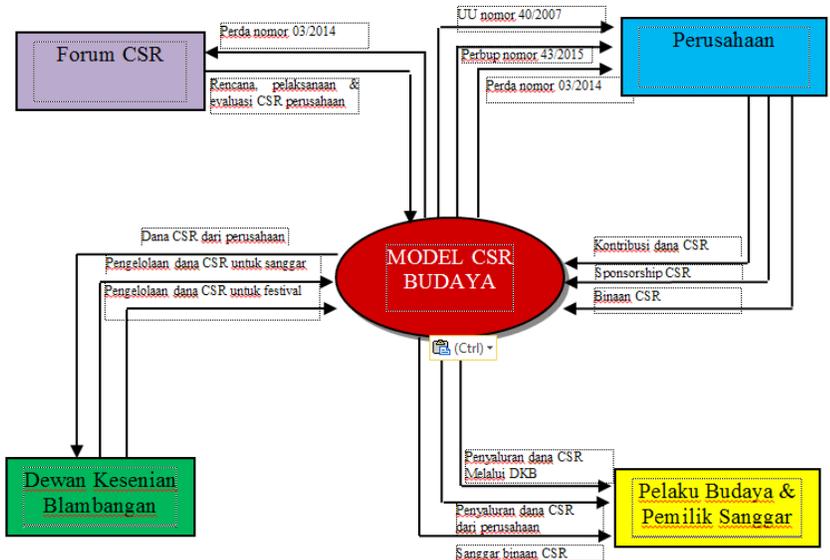
1. Kabupaten Banyuwangi telah memiliki peraturan daerah tentang CSR yaitu Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi Nomor 3 tahun 2014 Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
2. Peraturan Bupati Banyuwangi nomor 43 tahun 2015 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi Nomor 3 tahun 2014 tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
3. Di Banyuwangi nilai-nilai Budaya adat Suku Osing masih terus dilestarikan seperti: Seblang, ider bumi, tumpeng sewu, moco lontar, gandrung, rebo wekasan, kebo-keboan, ruwatan, tumplek punjen, gredoan, endog-endogan, dll
4. Berbagai upacara ritual adat tersebut dikemas dalam bentuk Banyuwangi festival dan dipadukan dengan berbagai festival bentukan pemerintah daerah.
5. Pemerintah Daerah telah menetapkan Desa Kemiren sebagai Desa Wisata berdasarkan Perda nomor 1 tahun 2017 tentang Desa Wisata.
6. Pemilik Sanggar kesenian dan pelaku budaya sangat membutuhkan dana untuk pengembangna sanggar yang dimiliki baik untuk peralatan, kostum ataupun untuk kegiatan latihan dan pementasan

7. Perusahaan lokal yang ada di Banyuwangi sebagian telah melaksanakan kewajibannya mengeluarkan CSR, sebagian lainnya masih belum. CSR yang telah dikeluarkan perusahaan dikelola oleh pemerintah daerah untuk berbagai kepentingan, termasuk untuk budaya. Namun kebermanfaatannya terhadap pengembangan budaya masih belum dirasakan oleh pelaku budaya dan pemilik sanggar
8. Diperlukan peranan Dewan Kesenian Blambangan (DBK) untuk dapat menjadi mediator antara pelaku budaya/pemilik sanggar dan perusahaan.

Model dana CSR ini dimaksudkan untuk memberikan penjelasan secara lebih transparan dana CSR dengan tujuan agar dana CSR yang telah dikeluarkan oleh perusahaan dapat benar-benar dimanfaatkan oleh pelaku budaya. Perusahaan sebagai pihak yang berpartisipasi mengeluarkan dana dalam bentuk CSR budaya dapat menyalurkan dana CSR dalam bentuk penyaluran melalui DKB, penyaluran langsung kepada pelaku budaya dalam bentuk sponsorship ataupun penyaluran CSR dalam bentuk memberikan pembinaan kepada sanggar kesenian.

Penyaluran dana CSR budaya melalui DKB akan dikelola secara transparansi. DKB dapat melakukan pemetaan sanggar-sanggar kesenian yang membutuhkan dana untuk pengembangan sanggarnya ataupun untuk kegiatan festival. Peranan DKB dalam hal ini diharapkan nantinya dapat menjadi mediator antara pelaku budaya/ pemilik sanggar dengan perusahaan. Sehingga CSR dapat benar-benar tersalurkan kepada pihak yang terdampak atau pihak yang memerlukan dana.

Berikut adalah Model CSR budaya yang terbentuk melalui Model CSR dengan pihak-pihak yang terkait diantaranya perusahaan, forum CSR, Dewan Kesenian Blambangan dan Pelaku budaya/ pemilik sanggar.



Gambar 1: Model CSR Budaya

### C. Model Penyaluran Dana CSR

Upaya yang dilakukan oleh pelaku budaya dalam melestarikan nilai-nilai budaya patut mendapat dukungan dan perlindungan oleh Pemerintah Daerah. Oleh sebab itu berdasarkan model CSR yang telah disusun sebelumnya, ditawarkan tiga alternatif pendanaan CSR, sebagai berikut:

1. Model alur dana melalui Dewan Kesenian Blambangan (DKB)

Perusahaan sebagai pihak yang berpartisipasi mengeluarkan dana dalam bentuk CSR budaya dapat menyalurkan dana CSR dalam bentuk penyaluran melalui DKB. Penyaluran dana CSR budaya melalui DKB, akan dikelola secara transparansi. DKB dapat melakukan pemetaan sanggar-sanggar kesenian yang membutuhkan dana untuk pengembangan sanggarnya ataupun untuk kegiatan festival. Peranan DKB dalam hal ini diharapkan nantinya dapat menjadi mediator antara pelaku budaya/ pemilik sanggar dengan perusahaan. Sehingga CSR dapat benar-benar tersalurkan kepada pihak yang terdampak atau pihak yang memerlukan dana.

2. Model alur dana langsung kepada pelaku budaya

Penyaluran dana CSR dari perusahaan pada alternatif ini dilakukan secara langsung kepada kepada pelaku budaya dalam bentuk *sponsorship*, antara lain dapat berupa *support* perusahaan untuk kegiatan pementasan sanggar, pengembangan sanggar dalam bentuk pemberian dana untuk pembelian alat-alat kesenian atau seragam, ataupun sumbangan perusahaan pada event-event tertentu. Penyaluran dana CSR ini tidak dilakukan secara terus menerus tetapi pada saat-saat tertentu dan pada sanggar-sanggar tertentu secara acak. Namun penyaluran dana tetap dapat tersalurkan secara langsung kepada pelaku budaya untuk pengembangan kesenian.

### 3. Model alur dana melalui sanggar binaan

Model alur dana CSR alternatif ketiga adalah memberikan pembinaan kepada sanggar kesenian. Model ini akan lebih dapat dirasakan manfaatnya oleh sanggar kesenian. Seperti halnya penyaluran dana CSR untuk pembinaan usaha kecil, model ini pun memiliki tujuan menumbuhkan dan mengembangkan sanggar-sanggar yang ada agar dapat terus melestarikan budaya dan budaya adat melalui sanggar-sanggar kesenian yang ada. Sanggar-sanggar yang ada selalu berupaya mengenalkan kesenian kepada anak-anak usia sekolah dasar agar kesenian ini tidak punah. Adapaun bentuk pengenalan adalah melalui kegiatan latihan dan pementasan secara rutin pada sanggar-sanggar. Namun banyak keterbatasan yang menjadi keluhan pemilik sanggar untuk dapat terus eksis dan konsisten melakukan kegiatan ini. Salah satunya adalah keterbatasan dalam masalah pendanaan. Kesenian di Banyuwangi yang telah diperkenalkan kepada publik melalui Banyuwangi festival tentunya harus terus dilestarikan. Langkah awal pelestarian adalah melalui pengembangan sanggar-sanggar budaya sebagai pelaku budaya yang berkiprah secara langsung untuk melestarikan budaya Banyuwangi.



# 3

## IMPLEMENTASI CSR BUDAYA TERHADAP PELESTARIAN BUDAYA

### A. Sanggar-Sanggar Budaya Osing

**P**enyebutan “Suku Osing” sudah tidak asing bagi sebagian banyak orang, meskipun mungkin pada sebagian yang lain tidak mengetahui dimana lokasi atau tempat suku tersebut. Suku Osing merupakan penduduk asli yang menempati beberapa kecamatan di Kabupaten Banyuwangi bagian tengah dan utara. Terutama di Kecamatan Banyuwangi, Kecamatan Rogojampi, Sempu, Gelagah, Singojuruh, Giri, Kalipuro dan Songgon. Suku Osing atau lebih dikenal dengan Wong Osing memiliki bahasa sendiri yakni bahasa Osing yang merupakan

turunan langsung dari bahasa jawa kuno tapi bukan merupakan bahasa jawa karena dialegnya yang berbeda.

Keberadaan suku Osing inipun menjadi sesuatu yang unik. Hampir sama dengan dengan keberadaan suku Tengger, suku Osing berada diantara penduduk dengan suku Jawa dan suku Madura. Sehingga pada lokasi-lokasi tertentu di Kabupaten Banyuwangi kita tidak akan mendapati dialeg masyarakatnya dengan menggunakan bahasa Osing, namun tetap menggunakan bahasa Jawa atau bahasa Madura sebagaimana pada kebanyakan masyarakat pada kabupaten-kabupaten di Jawa Timur.

Kesenian Suku Osing sangat unik dan banyak mengandung unsur mistik seperti kesenian Suku Bali dan Suku Tengger. Salah satu kesenian khas Banyuwangi adalah Gandrung yaitu tarian khas untuk menyambut para tamu. Tarian ini telah dijadikan maskot pariwisata Banyuwangi. Ada juga Patrol, tari Seblang, Damarwulan, Angklung, Tari Barong, Kuntulan, Kendang Kempul, Janger, Jaranan, Jaran Kincak, Angklung Caruk dan Jedor. Selain kesenian tari terdapat juga upacara tradisi adat yang dilaksanakan setiap tahun, seperti tradisi petik laut, metik (padi dan kopi), Rebo Wekasan, Kebo-keboan, Ruwatan, Tamplek Punjen, Gredoan, Endog-endogan dan tradisi lainnya.

Hingga saat ini pemahaman masyarakat terhadap nilai-nilai adat budaya Suku Osing masih sangat kental. Masyarakat dengan kesadaran dan semangat berbudaya yang tinggi ikut berperan dalam upacara-upacara adat yang dilaksanakan

secara rutinitas. Sebut saja, moco lontar yang dilaksanakan setiap Rabu malam, rutinitas tumpeng sewu hingga seblang, ider bumi, kebo-keboan. Budaya yang telah melekat pada diri mereka dipandang sebagai suatu kumpulan pola-pola tingkah laku manusia dengan bersandar pada daya cipta dan keyakinan untuk keperluan hidup, sehingga budaya warisan leluhur masih terus dilaksanakan hingga saat ini. Masyarakat desa Kemiren masih memegang teguh adat tradisi yang berakar di desanya dan senantiasa melaksanakan upacara tradisi tersebut dengan dana mandiri seperti seblang, ider bumi, kebo-keboan.

Pemerintah Kabupaten Banyuwangi menyadari potensi budaya Suku Osing yang cukup besar dan unik, sehingga pemerintah menetapkan Desa Kemiren di Kecamatan Glagah sebagai desa adat yang dikembangkan untuk tetap mempertahankan nilai-nilai budaya Suku Osing. Di desa ini terdapat perkampungan asli warga Suku Osing dan di desa ini mereka masih mempertahankan tradisi dan nilai nilai leluhurnya.

Desa Kemiren telah ditetapkan sebagai Desa Osing yang sekaligus dijadikan cagar budaya untuk melestarikan keosingannya. Area wisata budaya yang terletak di tengah desa itu menegaskan bahwa desa ini berwajah Osing dan diproyeksikan sebagai cagar budaya Osing. Banyak keistimewaan yang dimiliki oleh desa ini diantaranya adalah menggunakan bahasa yang khas yaitu bahasa Osing. Desa Kemiren menjadi pusat lokasi wisata sejak tahun 1996, karena desa ini memiliki potensi budaya yang sangat menarik, seperti adat istiadat yang unik,

seni pertunjukan dan bahasa Osing yang selalu bermuatan wangsalan dan basanan. Membahas tentang seni pertunjukan, di desa ini memang banyak pelaku budaya, baik sebagai penari, pemain alat musik ataupun pemilik sanggar kesenian. Peranan mereka sebagai penari dan pemain alat musik adalah untuk selalu bisa menampilkan pagelaran pada acara adat tradisi yang di laksanakan oleh desa. Keberadaan sanggar mereka adalah untuk upaya pelestarian. Mereka melatih anak-anak hingga dewasa agar kelak mereka juga bisa mewarisi budaya yang telah mengakar di masyarakat.

Keunikan lain dari Desa kemiren, mayoritas penduduk kemiren memiliki tempat tidur (Kasur dalam Bahasa Jawa) dengan motif dan warna yang sama yaitu hitam dibagian atas dan bawah, merah di pada tepinya. Kasur ini akan dimiliki oleh pasangan pengantin dari orang tuanya. Hal ini memiliki filosofi tersendiri, warna merah yang berarti sebagai penolak balak dan hitam melambangkan kelanggengan dalam rumah tangga. Pada satu *moment* seluruh warga masyarakat Kemiren mengeluarkan kasur tersebut untuk di jemur disepanjang jalan Desa Kemiren. Tradisi ini dinamakan *mepe kasur*, menurut tetua adat setempat tradisi ini dilakukan karena sumber segala penyakit berasal dari tempat tidur. Hal ini dilakukan untuk mengusir segala macam penyakit. Tradisi tersebut merupakan satu rangkaian dari tradisi tumpeng sewu “ritual bersih desa” yang dilaksanakan pada bulan Dhulhijjah.

Crocogan, tikel/ baresan, tikel balung dan serangan adalah jenis rumah adat Suku Osing, dimana ke empat macam rumah

adat ini masih bisa di temui di Desa Kemiren. Bangunan-bangunan ini berusia hingga ratusan tahun. Bangunan ini dirancang tahan gempa, dengan struktur utama susunan 4 tiang saka (kayu) balok dengan sistem tanding tanpa paku (*Knokdown*) tetapi menggunakan paju (*pasak pipih*). Setiap jenis atap memiliki makna dan keistimewaan yang berbeda. Perbedaan atap rumah adat Osing juga memiliki status sosial yang berbeda pula.

Selain ritual adat dan bangunan rumah yang memiliki ciri khusus, masyarakat desa Kemiren juga masih mempertahankan bahasa daerah yaitu Bahasa Osing. Bahasa ini akan kita jumpai pada setiap percakapan antar warga, dengan dialeg yang juga khas, berbeda dengan daerah lain. Keistimewaan adat Desa Kemiren, masih menjaga tradisi-tradisi yang sudah ada sejak nenek moyang mereka. Barong Ider Bumi, Tumpeng Sewu, Arak-Arakan dan Seni Barong. Hidup berdampingan dengan jiwa gotong royong, tradisi musyawarah yang terus terjaga. Ditahun 2013 masyarakat Kemiren mencetuskan *event* Ngopi bersama dengan nama Ngopi Sepuluh Ewu.

Desa Kemiren menjadi tujuan wisata yang cukup diminati di kalangan masyarakat Banyuwangi dan sekitarnya. Ajang pelestarian budaya adat baik berupa pagelaran yang diadakan rutin ataupun yang diselenggarakan untuk penyambutan tamu dan pelaksanaan *calender of event* tentunya membutuhkan banyak dana. Selama ini untuk pagelaran seni tertentu, di desa Kemiren misalnya, masyarakat melaksanakan dengan *muphu* (iuran). Dana tersebut diperoleh dari sumbangan sukarela

masyarakat. Masyarakat merasa harus melaksanakan pagelaran seni atau tradisi tersebut karena sudah merupakan tradisi turun temurun, sehingga masyarakat pun tidak keberatan untuk mengeluarkan dana untuk membiayai kegiatan tersebut.

Pelaku budaya di Desa Kemiren cukup beragam, ada yang berkiprah secara mandiri, ada yang bergabung dengan seniman-seniman lain, ada juga yang mendirikan sanggar seni. Semua memiliki tujuan yang sama yaitu untuk melestarikan budaya Osing. Sanggar di desa ini pun cukup beragam, dari sanggar yang didirikan sekedarnya hingga sanggar dengan kondisi yang layak. Salah satu sanggar sebagai mitra penelitian ini adalah sanggar “Laroswangi” milik mas Samsul. Sanggar Laroswangi awalnya hanya diadakan untuk melatih anak-anak tari di sekitar Desa Kemiren. Mereka tidak dipungut biaya, asal anak-anak itu mau berlatih tari disetiap sore itu sudah cukup karena menunjukkan bahwa anak-anak memiliki minat terhadap budaya Osing. Sanggar ini menempati sebagian ruangan rumah milik mas Samsul, tanpa dilengkapi dengan peralatan gamelan atau perlengkapan tari, namun sanggar ini terlihat hidup ketika anak-anak berlatih menari. Seiring berkembangnya waktu pemilik sanggar ingin merinovasi dan mengembangkan sanggar tarinya yang semula hanya melatih anak-anak untuk menari kini mulai mengajak anak-anak untuk beredukasi dengan alam.

Sanggar ini mulai merintis lokasi baru dengan memilih lokasi yang menyatu dengan alam, tepatnya di tengah sawah. Pemilik memberi nama sanggar seni tengah sawah “Laros Wangi”. Meskipun secara fisik bentuk bangunan sanggar

masih belum jadi namun lahan dan gubuk sederhana sudah cukup sebagai sarana untuk memulai aktifitas sanggar. Sanggar ini sudah tidak lagi hanya melatih tari tetapi juga mengajak anak-anak Desa Kemiren untuk melakukan edukasi alam dan membaca. Berlatih menari secara rutin tetap dilaksanakan memupuk semangat anak-anak mencintai budaya mereka.

Sanggar seni Laros Wangi merupakan sanggar yang baru dirintis beberapa tahun ini oleh pemuda Desa Kemiren sebagai wujud kepedulian terhadap pelestarian budaya adat Osing. Berbeda dengan sanggar tari Sopo Ngiro yang didirikan oleh seorang maestro Gandrung. Sanggar ini didirikan tahun 2008 dengan tujuan untuk melatih siapa saja remaja senusantara yang terpilih dalam program maestro. Awal berdirinya sanggar ini melalui bantuan pemerintah pusat untuk mawadahi generasi muda yang memiliki minat berlatih tari Gandrung. Sebagai seorang maestro tingkat nasional yang diberi kesempatan untuk melatih generasi dari berbagai daerah di Indonesia, Bu Temuk merasa sangat bersyukur sekali.

Namun sanyang, apa yang diembannya tidak berlangsung lama. Ketika gelar maestro tidak lagi diembannya, sanggar tarinyapun berangsur kehilangan denyut nadi. Terlebih dengan semakin banyaknya sanggar tari gandrung yang didirikan dengan tujuan komersial, maka sanggar tari yang hanya mengandalkan iuran sukarela tidak bisa bertahan dalam persaingan. Anak-anak dilingkungan desa masih memiliki semangat yang tinggi untuk berlatih tari gandrung, namun sang guru tari yang denyut nadi kehiduannya hanya berasal dari tari menjadi terpuruk ketika tidak

ada lagi sumber yang diharapkan. Alih-alih untuk pementasan atau mengikuti festival yang tentu saja membutuhkan dana yang tidak sedikit, untuk perlengkapan tari saja mereka tidak memiliki. Akhirnya bukanlah keniscayaan ketika sanggar tari sang maestro kini tidak lagi terdengar gaungnya, meski sang maestro tetaplah sang maestro yang jiwanya telah menyatu dengan Gandrung.

Pelestarian budaya ternyata tidak hanya melestarikan budaya adat atau melestarikan seni budaya. Melestariakn permainan anak-anak juga merupakan upaya pelestarian budaya nasioanal. Kampong Batara pada awal pendiriannya merupakan taman baca anak-anak. Taman baca ini didirikan oleh seorang pemuda Desa Papring yang memiliki keingan agar anak-anak di desanya yang sebagian besar putus sekolah dapat belajar membaca. Sejak saat itu anak-anak diwaktu luang setelah membantu orang tua di sawah atau kebun akan mendatangi taman baca yang sekaligus berfungsi sebagai surau untuk tempat mengaji. Jiwa seniman Cak Widi, pendiri taman baca Kampong Batara bergeming untuk mengajak anak-anak lebih dari sekedar membaca. Mereka juga diajak belajar memainkan alat musik dari bamboo, mereka diajak belajar menari, bernyanyi, mengenal berbagai kesenian, diajak melakukan permainan anak-anak baik yang dengan alat ataupun yang tidak. Permainan ini sangat beragam, sebut saja egrang, gobak sodor, bendan, dakon, dan banyak lagi yang lain. Anak-anak kampong batara yang dulunya tidak mengenal dunia luar, mereka hanya melihat apa yang ada di desanya, kini sudah membuka mata.

Namun tentunya pelestarian budaya bukan hanya menjadi tanggung jawab individu atau masyarakat setempat yang melaksanakan, tetapi menjadi tanggung jawab bersama, masyarakat dan pemerintah daerah. Masyarakat dalam hal ini bisa merupakan individu ataupun perusahaan. Partisipasi masyarakat secara individu dalam pelestarian budaya bisa berupa keikutsertaan secara langsung sebagai pemeran dalam pelaksanaan tradisi, memberikan sumbangan berupa dana atau memberikan partisipasi dalam bentuk lain (penyediaan lokasi, pakaian atau perlengkapan lain).

Sedangkan partisipasi perusahaan dalam pelestarian budaya adalah partisipasi dalam bentuk dana yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tuntutan penerapan konsep CSR dan tuntutan terhadap perusahaan dalam upaya mengimplementasikan tanggung jawab sosial merupakan aspek penting. Perusahaan tidak lagi semata-mata berkiprah hanya untuk mencari keuntungan, tetapi disisi yang lain, mewajibkan perusahaan untuk menyisihkan bagian tertentu dari keuntungan perusahaan untuk aktivitas CSR.

Dalam penerapan CSR, perusahaan diharapkan memiliki filosofi bisnis bahwa perusahaan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat sekitar. Begitu juga sebaliknya, masyarakat sekitar menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan pihak perusahaan. Sehingga keduanya perlu mewujudkan keharmonisan dan keselarasan hubungan yang saling menguntungkan. Salah satu indikasi keberhasilan suatu perusahaan salah satunya adalah ditentukan oleh adanya

perhatian terhadap lingkungan sosial sekitar. Artinya, sukses komersial perusahaan juga dilihat dari bagaimana perusahaan mengelola tanggungjawab sosial terhadap lingkungan sekitar. Namun demikian pengelolaan CSR harus ditangani dengan sungguh-sungguh dan profesional, karena tidak sedikit perusahaan yang mengalami konflik berkepanjangan dengan masyarakat sekitar.

Masyarakat sekitar tentunya beragam, mengingat Indonesia negara yang sangat kaya raya dalam segala hal mulai dari kekayaan alam, suku bangsa dan kekayaan budaya. Salah satu budaya yang dimiliki yakni kesenian dan budaya ritual adat. Salah satu bentuk kesenian adalah ritus-ritus. Penelitian ini untuk memahami partisipasi perusahaan dalam bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk pelestarian budaya ritual adat suku Osing di Banyuwangi yang memiliki keanekaragaman kesenian yang patut dilestarikan.

## **B. Implementasi CSR Budaya Terhadap Pelestarian Budaya**

Perusahaan lokal yang ada di Banyuwangi sebagian telah melaksanakan kewajibannya mengeluarkan CSR, sebagian lainnya masih belum. CSR yang telah dikeluarkan perusahaan untuk sosial masyarakat berupa program kemitraan, pembuatan sarana prasarana fasilitas umum, untuk pendidikan dan termasuk juga untuk budaya. Namun kebermanfaatannya terhadap pengembangan budaya masih belum dirasakan oleh pelaku budaya dan pemilik sanggar

Beberapa hal lainnya berdasarkan data skunder yang peneliti peroleh melalui instansi terkait, yang merupakan hasil penelitian tahun pertama, yaitu bahwa Kabupaten Banyuwangi telah memiliki peraturan daerah tentang CSR yaitu Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi Nomor 3 tahun 2014 Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Peraturan Bupati Banyuwangi nomor 43 tahun 2015 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi Nomor 3 tahun 2014 Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Pemerintah Daerah telah menetapkan desa wisata melalui Perda nomor 1 Tahun 2017 tentang Desa Wisata dan Pemerintah Daerah telah menetapkan Desa Kemiren sebagai Desa Wisata. Penetapan ini karena Desa Kemiren merupakan satu-satunya desa yang masyarakatnya masih melaksanakan ritual secara utuh.

Forum CSR di Banyuwangi dibentuk untuk menyampaikan rencana, pelaksanaan dan evaluasi CSR perusahaan. Namun tetap diperlukan peranan Dewan Kesenian Blambangan untuk dapat menjadi mediator antara pelaku budaya/ pemilik sanggar dan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tahun pertama tersebut peranana CSR budaya secara langsung terhadap pelaku budaya berupa sanggar-sanggar binaan diharapkan dapat membantu pengembangan dan pelestarian budaya sehingga diperlukan Perda yang dapat menaungi secara legal kepentingan tersebut.

Pelestarian budaya (ataupun budaya lokal) adalah upaya untuk mempertahankan agar/supaya budaya tetap sebagaimana adanya. Salah satu tujuan diadakannya pelestarian budaya

adalah juga untuk melakukan revitalisasi budaya (penguatan). Pelestarian adalah sebuah upaya yang berdasar, dan dasar ini disebut juga faktor-faktor yang mendukungnya baik itu dari dalam maupun dari luar dari hal yang dilestarikan. Maka dari itu, sebuah proses atau tindakan pelestarian mengenal strategi ataupun teknik yang didasarkan pada kebutuhan dan kondisinya masing-masing. Kelestarian tidak mungkin berdiri sendiri, oleh karena senantiasa berpasangan dengan perkembangan, dalam hal ini kelangsungan hidup.

Pelestarian budaya merupakan wujud adanya budaya, artinya bahwa budaya yang dilestarikan memang masih ada dan diketahui, walaupun pada perkembangannya semakin terkisis atau dilupakan. Pelestarian itu hanya bisa dilakukan secara efektif manakala sesuatu yang dilestarikan itu tetap digunakan dan tetap ada dijalankan. Kapan budaya itu tak lagi digunakan maka budaya itu akan hilang. Kapan alat-alat itu tak lagi digunakan oleh masyarakat, alat-alat itu dengan sendirinya akan hilang (Prof. Dr. I Gede Pitana). Proses melestarikan nilai-nilai budaya pada hakekatnya akan mengarah kepada perilaku kebudayaan dengan sendirinya, jika dilakukan secara terus menerus dan dalam kurun waktu tertentu.

Nilai-nilai budaya adat akan tetap ada dan berlaku di masyarakat ketika masyarakat senantiasa menjalankan rutinitas ritual tersebut, bersama-sama dengan masyarakat secara keseluruhan. Artinya ritual tidak hanya dilaksanakan oleh sebagian masyarakat, tetapi dilakukan oleh seluruh masyarakat. Ketika ritual dalam sebuah masyarakat hanya dilaksanakan oleh

sebagian kecil masyarakat, hal ini menandakan mulai terjadinya pergeseran dari nilai-nilai ritual tersebut. Jika hal ini dibiarkan maka nilai-nilai budaya adat tersebut menjadi hilang dan pudar.

Nilai budaya yang terdapat pada Suku Osing adalah sangat menjunjung tinggi kegotongroyongan, kerja bakti bersama warga untuk menciptakan kebersamaan, arisan, silaturahmi atau saling berkunjung dan sumbang menyumbang. Desa Kemiren merupakan salah satu tujuan wisata yang cukup diminati di kalangan masyarakat Banyuwangi dan sekitarnya. Berbagai macam kesenian masih bisa dijumpai seperti seni Barong, Kuntulan, Jaran Kincak (kuda menari), Mocopatan (membaca lontar kuno) serta Gandrung yang mayoritas penari gandrung terkenal berasal dari desa Kemiren.

Model implementasi kebijakan CSR Budaya ini disusun untuk memberikan gambaran dasar persoalan dan kebutuhan penyelenggaraan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya di Kabupaten Banyuwangi. Selanjutnya, gambaran dalam bentuk tertulis tersebut diharapkan menjadi panduan bagi pelaksanaan model CSR bidang budaya di Banyuwangi.

Model implementasi kebijakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan bidang budaya di Kabupaten Banyuwangi ini bertujuan :

1. Memberikan pedoman untuk pelaksanaan implementasi kebijakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan bidang budaya di Kabupaten Banyuwangi
2. Memberikan penjelasan pokok-pokok materi atau kegiatan apa saja yang boleh dilaksanakan dalam model Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya.
3. Memberikan indikator yang bisa dijadikan tolak ukur keberhasilan implementasi model kebijakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan bidang budaya

Sasaran dilakukan penyusunan Model implementasi kebijakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya di Kabupaten Banyuwangi adalah sebagai berikut:

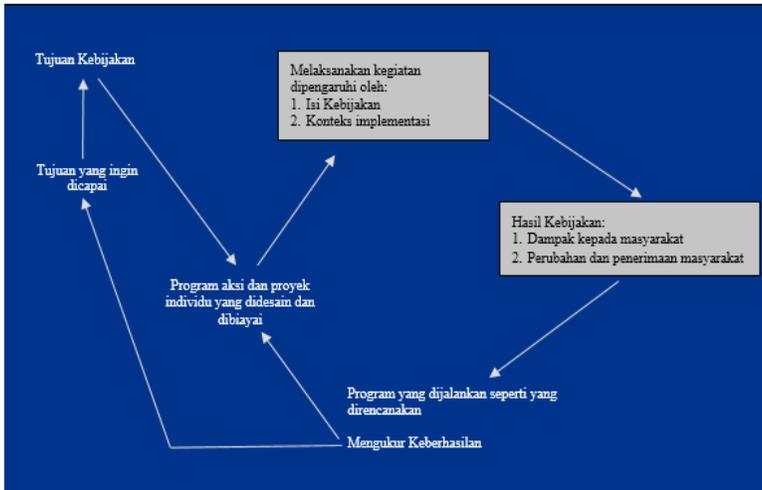
1. Teridentifikasi masalah-masalah terkait dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya di Kabupaten Banyuwangi.
2. Tersusunnya model kebijakan tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya di Kabupaten Banyuwangi.

### **C. Model Kebijakan Implementasi CSR Budaya**

Dalam menyusun model kebijakan ini basis metode yang digunakan adalah metode penelitian. Di dalam penelitian hukum dikenal dua metode yaitu metode yuridis normatif dan

yuridis empiris. Mengingat kajian tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya adalah pada sinkronisasi dengan peraturan perundang-undangan lain maka penyusun memilih menggunakan metode yuridis normatif. Metode yuridis normatif dilakukan melalui studi pustaka yang menelaah data sekunder yang berupa peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, perjanjian, kontrak, atau dokumen hukum lainnya, serta hasil penelitian, hasil pengkajian, dan referensi lainnya. Metode yuridis normatif dalam penelitian ini juga dilengkapi dengan diskusi (*focus group discussion*), dan rapat dengar pendapat bersama *stakeholder* budaya di Kabupaten Banyuwangi.

Model CSR budaya ini diformulasikan berdasarkan serangkaian penelitian yang telah dilakukan sejak tahun 2017 yang memfokuskan pada CSR bidang budaya Osing di Banyuwangi. Berikut ini adalah gambar model kebijakan alur dana CSR bidang budaya di Banyuwangi:



Gambar 2: Model Implementasi Kebijakan Sanggar Budaya

Model ini dikenal dengan “*Implementation as A Political and Administrative Process*”. Keberhasilan implementasi suatu kebijakan dapat diukur dari proses pencapaian hasil akhir (outcomes), yaitu tercapai atau tidaknya tujuan yang diinginkan. Keberhasilan suatu implementasi dapat dilihat dari dua hal yakni: 1) Dilihat dari prosesnya, dengan mempertanyakan apakah pelaksanaan kebijakan sesuai dengan yang ditentukan (design) dengan merujuk pada aksi kebijakan. 2) Apakah tujuan kebijakan tercapai. Dimensi ini diukur dengan melihat dua faktor, yaitu dampaknya terhadap masyarakat secara individu atau kelompok dan tingkat perubahan yang terjadi.

Dalam teori implementasi kebijakan model Merilee S. Grindle (1980) dikatakan bahwa setelah kebijakan ditransformasikan menjadi aksi maupun proyek individual dan biaya telah disediakan, maka implementasi kebijakan dilakukan. Tetapi ini tidak berjalan mulus, tergantung pada *implementability* atau kemampuan implementasi dari program itu yang dapat dilihat pada isi dan konteks kebijakannya. Keberhasilan implementasi kebijakan menurut Grindle (1980) dipengaruhi oleh dua variabel besar, yakni isi kebijakan (*content of policy*) dan lingkungan implementasi kebijakan (*context of implementation*).

Variabel isi kebijakan mencakup, pertama, sejauh mana kepentingan kelompok sasaran atau target grup termuat dalam isi kebijakan. Kedua, Jenis manfaat yang diterima oleh target grup, Ketiga, sejauhmana perubahan yang diinginkan dari sebuah kebijakan. Keempat, apakah letak sebuah program sudah tepat. Kelima apakah sebuah kebijakan telah menyebutkan implementornya dengan rinci, dan Keenam apakah program tersebut didukung oleh sumber daya yang memadai.

variabel lingkungan kebijakan mencakup pertama, seberapa besar kekuasaan, kepentingan dan strategi yang dimiliki oleh para aktor yang terlibat dalam implementasi kebijakan. Kedua, karakteristik institusi dan rezim yang sedang berkuasa. Ketiga adalah tingkat kapatuhan dan responsivitas kelompok sasaran (*target groups*).

Implementasi kebijakan adalah proses pelaksanaan sebuah kebijakan agar dapat mencapai tujuan. Implementasi kebijakan merupakan aspek yang penting dari keseluruhan proses kebijakan, hal tersebut juga memiliki kaitan dengan proses formulasi kebijakan yang dilakukan oleh para pembuat kebijakan ditambah dengan dukungan dari aktor yang membantu pelaksanaan kebijakan agar kebijakan yang dibuat dapat berjalan sesuai dengan harapan dalam upaya mencapai target dan sasaran terhadap siapa kebijakan itu dibuat. Implementasi atau pelaksanaan sebuah kebijakan merupakan salah satu proses penting dalam penerapan sebuah kebijakan. Untuk mengimplementasikan kebijakan publik, ada dua pilihan yaitu pertama, langsung mengimplementasikan dalam bentuk program atau melalui formulasi kebijakan *derivate*. Kedua, adalah turunan dari kebijakan public tersebut.

Kebijakan yang baik dan dapat di implementasikan secara maksimal akan menjadi solusi yang solutif bagi persoalan yang dihadapi oleh masyarakat, oleh karena itu pelaksanaan kebijakan lebih penting disbanding pembuat kebijakan itu sendiri. Implementasi yang tidak berhasil biasanya terjadi manakala suatu kebijakan tertentu telah dilaksanakan sesuai dengan rencana. Namun akibat adanya kendala dan faktor eksternal akhirnya kebijakan itu tidak berhasil dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang dikehendaki.

Adapun ukuran keberhasilan dan faktor yang mempengaruhi implementasi kebijakan berdasarkan teori Grindle yang dilihat

dari isi dan konten kebijakan Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi Nomor 3 tahun 2014 Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Naskah akademik yang disusun untuk memberikan landasan dan kerangka pemikiran bagi Rancangan Peraturan Daerah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya adalah sebagai berikut:

**a. Kepentingan yang dipengaruhi**

Kepentingan yang dipengaruhi dalam tahap implementasi Perda No 3 tahun 2014 adalah pelaksana tanggung jawab social perusahaan yang terdiri dari perusahaan yang berstatus badan hukum yaitu Perseroan Terbatas, berstatus pusat, cabang atau unit pelaksana yang berkedudukan dalam wilayah Kabupaten Banyuwangi. Perusahaan dagang dan/atau perusahaan perorangan yang menjalankan usaha di bidang dan/atau yang berkaitan langsung dengan sumber daya alam dan/atau lingkungan hidup, ataupun perseroan dan usaha yang ukuran usaha, cakupan pemangku kepentingan dan sektor usahanya mempunyai kesetaraan dengan perseroan terbatas yang telah melaksanakan CSR di wilayah Kabupaten Banyuwangi. Perusahaan tidak dibedakan antara perusahaan milik swasta maupun milik negara dan/atau milik pemerintah daerah, baik yang menghasilkan barang maupun jasa. Dalam hal ini perusahaan yang berstatus bukan badan hukum juga dapat berpartisipasi dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial.

## **b. Tipe Manfaat Kebijakan**

Sebuah kebijakan yang jelas akan memberikan manfaat yang aktual (nyata) kepada banyak pelaku lebih mudah di implementasikan dibanding dengan kebijakan yang kurang bermanfaat. Suatu kebijakan biasanya memiliki input atau hasil yang bersifat positif ataupun negatif, hal ini berkaitan erat dengan respon yang diberikan oleh objek dari kebijakan tersebut. Begitu pula halnya dengan implementasi kebijakan Perda No 3 tahun 2014 jenis hasil implementasi kebijakan dapat bersifat positif dan negatif. Manfaat besar akan dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat apabila kebijakan yang telah dikeluarkan Pemerintah ini dapat diimplementasikan dengan maksimal. Dalam hal ini manfaat positif akan dirasakan oleh pemilik sanggar ataupun pelaku budaya jika keberadaan mereka disupport oleh perusahaan melalui implementasi CSR bidang budaya. Hal ini juga tertuang di dalam Naskah akademik yang telah disampaikan tim peneliti tahun 2018.

Tantangan yang muncul dalam implementasi kebijakan ini bersumber pada sikap tidak peduli terhadap kebijakan yang telah dikeluarkan Pemerintah, sehingga dalam hal ini perusahaan di dalam melaksanakan program CSR hanya mengeluarkan sumbangan yang bersifat insidental dan bukan merupakan prosentase tertentu dari keuntungan perusahaan atau sesuatu yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.

### **c. Derajat Perubahan**

Tipe manfaat sangat berkaitan erat dengan derajat perubahan yang diharapkan dari suatu kebijakan. Sebuah kebijakan yang terlalu menuntut adanya perubahan sikap dan perilaku yang signifikan akan lebih sulit untuk di implementasikan. Di samping itu kebijakan yang direncanakan untuk mencapai tujuan-tujuan jangka panjang juga akan menemui kesulitan dalam proses implementasi dibandingkan dengan kebijakan yang secara nyata memberikan dampak keuntungan langsung terhadap kelompok sasaran.

Mencermati Perda No 3 tahun 2014 dan naskah akademik merupakan upaya untuk memberikan payung hukum kepada pelaku budaya atau pemilik sanggar budaya agar dapat mengembangkan dan melestarikan budaya adat Osing. Jika kebijakan ini diterapkan dengan maksimal maka keberadaan sanggar-sanggar budaya akan menunjukkan perkembangan yang positif baik dari kegiatan rutinitas yang dilakukan berupa latihan-latihan dan pementasan maupun dari kegiatan festival di daerah atau luar daerah Banyuwangi.

Kelemahan yang ditemui ketika kebijakan ini diterapkan adalah pemerintah daerah ataupun Dewan Kesenian Blambangan harus dapat benar-benar memilih sanggar-sanggar yang berorientasi kepada pelestarian budaya adat, bukan sanggar seni yang hanya sekedar melakukan perform dan berorientasi pada profit.

#### **d. Letak Pengambilan Keputusan**

Kepala daerah sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam implementasi kebijakan harus dapat memahami dan mengerti tentang keadaan masyarakat yang diperintahnya. Kepala daerah sebagai pemegang kekuasaan tidak hanya memahami dan mengerti tentang keadaan masyarakat, tetapi lebih jauh dari itu adalah mempertimbangkan dukungan dan tuntutan yang ada didalam masyarakatnya sehingga kebijakan dapat diterima dan dilaksanakan dengan baik oleh masyarakat. Untuk itu, agar aturan ini berjalan sesuai harapan dan tujuan maka dibutuhkan dukungan dari seluruh pihak baik masyarakat umum, pelaku budaya, pemilik sanggar, perusahaan dan forum CSR.

Demikian juga halnya dengan Perda No 3 tahun 2014 yang menentukan keputusan kebijakan ini adalah Bupati/ kepala daerah. Naskah akademik yang telah disusun dan diterima oleh DPRD diharapkan “mampu mengisi kekosongan hukum” diantara Perda Kab. Banyuwangi Nomor 3 Tahun 2014 dan Perda Kab. Banyuwangi Nomor 14 tahun 2017. Selanjutnya dalam pelaksanaannya nanti akan dapat menyelaraskan pengaturan norma dalam peraturan daerah sesuai dengan norma akademis, teoritis dan yuridis, dan memberikan penjelasan mengenai kerangka pikir dan tujuan norma-norma pengaturan dalam pengaturan peraturan daerah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya.

### **e. Implementor Program**

Proses implementasi kebijakan itu sesungguhnya tidak hanya menyangkut perilaku badan administratif yang bertanggung jawab untuk melaksanakan program dan menimbulkan ketaatan pada diri kelompok sasaran, melainkan pula menyangkut jaringan kekuatan-kekuatan politik, ekonomi, sosial yang langsung dapat mempengaruhi perilaku dari semua pihak yang terlibat dan yang pada akhirnya berpengaruh terhadap tujuan kebijakan, baik yang negatif maupun yang positif

Pelaksana program kebijakan Perda No 3 tahun 2014 ini, berkaitan erat dengan implementor yang terlibat secara langsung, yaitu perusahaan. Namun dalam pelaksanaannya sebagai mediator antar kebijakan, perusahaan dan pemilik sanggar maka Dewan Kesenian Blambangan dapat mengambil peran positif dan menyelaraskan berbagai kepentingan.

### **f. Sumber Daya Yang Tersedia**

Sumber daya menjadi salah satu kunci kesuksesan proses implementasi kebijakan bagi suatu daerah. Sejatinya, walaupun isi kebijakan sudah dikomunikasikan dengan jelas dan konsisten, tetapi apabila implementor kekurangan sumber daya untuk melaksanakan kebijakan, maka implementasi tidak akan berjalan efektif. Sumber daya tersebut dapat berwujud sumber daya manusia, yakni kompetensi implementor, dan sumber daya finansial, atau bahkan peralatan, sarana/prasana dan lain-lain.

Tanpa dukungan sumber daya, maka sebuah kebijakan hanya menjadi dokumen yang terpapar di atas kertas saja.

Pelaksana program kebijakan Perda No 3 tahun 2014 ini didukung oleh sumber daya yang memadai untuk melaksanakannya yaitu perusahaan dan pihak-pihak yang mensupport pelaksanaan kebijakan yaitu forum CSR, dewan kesenian blambangan dan tokoh budaya.

Di samping isi kebijakan merupakan factor yang menentukan hasil implementasi sebuah kebijakan, kontek kebijakan merupakan aspek penting yang juga ikut menentukan keberhasilan implementasi kebijakan tersebut. Isi kebijakan seringkali merupakan faktor krusial karena dampak nyata maupun potensialnya akan berpengaruh pada lingkungan sosial, ekonomi, dan politik tertentu. Karenanya setiap kebijakan perlu mempertimbangkan kontek atau lingkungan dimana tindakan administratif dilakukan. Pada saat implementasi kebijakan mengalami proses banyak sekali bermunculan aktor lain yang akan mempengaruhi kebijakan, aktor-aktor tersebut muncul dari bermacam-macam pihak, seperti: perencana, politisi dari berbagai tingkatan, kelompok elit ekonomi, kelompok sasaran, ataupun pelaksana. Berdasarkan teori Grindle ada tiga indikator yang menjadi bagian dari variabel atau aspek konteks kebijakan ini, yaitu: (a) kekuasaan, kepentingan dan strategi aktor yang terlibat; (b) karakteristik lembaga dan penguasa; (c) kepatuhan dan daya tanggap.

**a. Kekuasaan, Kepentingan dan Strategi Aktor yang Terlibat**

Berkaitan dengan konteks kebijakan Perda No 3 tahun 2014, menimbulkan berbagai polemik pada tahap implementasi kebijakan yang secara tidak langsung mempengaruhi upaya pencapaian tujuan dan sasaran kebijakan. Kelompok yang turut terlibat dalam mempengaruhi implementasi kebijakan ini, yaitu perusahaan. Perusahaan pada dasarnya telah berperan dan melaksanakan kebijakan dalam melaksanakan tanggung jawab social, namun dalam hal ini tidak khusus pada bidang budaya. Sementara itu pemerintah daerah dalam kaitannya dengan pelestarian budaya juga memiliki strategi pengembangan.

Banyuwangi festival sebagai ajang festival budaya di Banyuwangi yang secara rutin diselenggarakan semakin tahun semakin bertambah jumlahnya. Jika di tahun 2017 berjumlah 77, tahun 2019 berjumlah 99 event. Pemerintah daerah sebagai pemegang kekuasaan dalam hal ini memiliki kepentingan untuk turut andil dalam ajang pelestarian budaya dengan menyelenggarakan event-event budaya. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengenalkan budaya yang ada di Banyuwangi kepada masyarakat nasional dan internasional.

Mendasarkan pada kepentingan ini perusahaan secara tidak langsung beranggapan telah berperan

dalam CSR budaya namun sesungguhnya tidak. Sumbangan perusahaan selama ini sifatnya adalah *charity* bukan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan sebagaimana norma CSR. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan itu sifatnya wajib diungkapkan didepan/ diawal dalam sebuah sistem akuntansi Rencana Kegiatan dan Anggaran Perusahaan diluar laba perusahaan. Hal ini juga telah dituangkan dalam naskah akademik, agar dapat dibedakan mana yang sesungguhnya CSR, mana yang hanya sumbangan sukarela.

#### **b. Karakteristik Lembaga Penguasa**

Pemerintah dalam hal ini adalah kepala daerah memberikan wewenang yang seluas-luasnya kepada dinas pariwisata untuk mengawal pelaksanaan kebijakan Perda No 3 tahun 2014. Hal inilah yang menjadi dasar utama bahwa karakteristik hubungan antar lembaga yang ada di Kota Banyuwangi memberikan posisi yang cukup luas bagi implementor kebijakan.

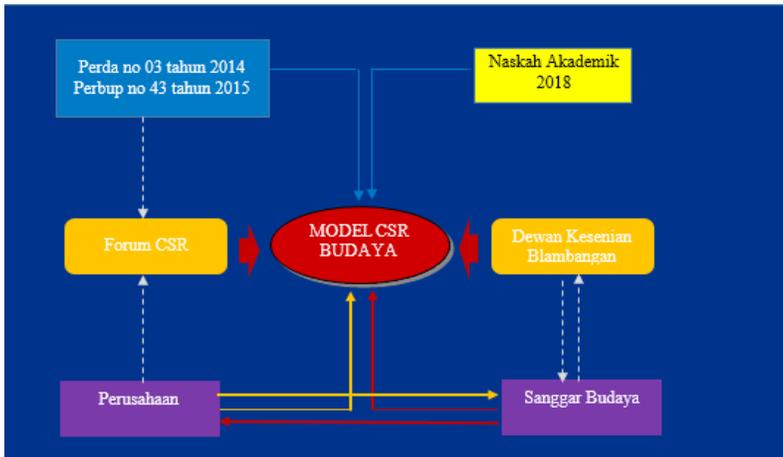
Bentuk dan karakteristik lembaga juga turut menentukan keberhasilan implementasi kebijakan. Meskipun selama ini dirasakan dapat berjalan dengan baik, namun terjadinya pergolakan di tingkat bawah merupakan akibat kurangnya koordinasi antar lembaga pada tahap implementasi kebijakan.

### **c. Kepatuhan dan Daya Tanggap**

Masalah kepatuhan dan daya tanggap berkaitan dengan tanggapan dan respon subjek dari kebijakan yaitu perusahaan. Elemen kepatuhan menjadi salah satu komponen penting yang mempengaruhi upaya pencapaian tujuan dari sebuah kebijakan. Sikap untuk menghormati peraturan yang telah dibentuk terhadap tanggungjawab social perusahaan.

Dasar diperlukannya kepatuhan pada implementasi peraturan dan naskah akademik ini adalah dalam upaya pelestarian budaya Osing. Hal ini dilakukan sebagai sebuah upaya penunjang proses alur dana CSR budaya dari perusahaan ke sanggar budaya atau pelaku budaya

Model implementasi kebijakan CSR ini dimaksudkan sebagai model yang memberikan penjelasan tentang penetapan sanggar binaan dan untuk memberikan penjelasan secara lebih transparan dana CSR yang telah dikeluarkan oleh perusahaan agar dapat benar-benar dimanfaatkan oleh pelaku budaya.



Gambar 3 Model CSR Budaya Sanggar Binaan

Penjelasan Model:

1. Model CSR budaya didasarkan pada peraturan daerah tentang CSR yaitu Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi Nomor 3 tahun 2014 Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Peraturan Bupati Banyuwangi nomor 43 tahun 2015 tentang Petunjuk Pelaksanaan peraturan daerah kabupaten banyuwangi Nomor 3 tahun 2014 tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Melalui peraturan daerah ini pemerintah memberikan arahan dalam penyusunan norma-norma pengaturan dalam peraturan mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan, menyelaraskan pengaturan norma dalam peraturan daerah sesuai dengan norma akademis, teoritis dan yuridis, dan memberikan penjelasan mengenai kerangka pikir dan

tujuan norma-norma pengaturan dalam pengaturan peraturan daerah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan.

2. Model CSR Budaya ini juga didasarkan pada hasil penelitian tahun 2018 berupa naskah akademik yang disusun dengan tujuan dapat menjadi bagian dari Peraturan daerah tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan dapat menjadi payung hukum bagi pelaku budaya dan juga perusahaan di dalam menyalurkan dana CSR. Naskah akademik tersebut merupakan hasil dari Focus Group Discussion yang menghimpun dan mendengar pendapat dari pelaku budaya, pemilik sanggar, perusahaan, tokoh budaya, dewan kesenian blambangan, AMAN, DPRD dan forum CSR. Sehingga meskipun masih belum menjadi bagian dari peraturan daerah hasil yang disepakati dalam naskah akademik tetap dapat dijadikan dasar penyusunan model CSR budaya.
3. Pemerintah daerah berupaya menyampaikan Perda dan Perbup terkait CSR kepada perusahaan melalui forum CSR. Forum CSR digagas oleh perusahaan sebagai mediator pelaksanaan CSR oleh perusahaan dan juga berupaya agar perusahaan dapat bersinergi dengan pemerintah daerah untuk membantu program pemerintah daerah.
4. Perusahaan lokal telah sepakat untuk berperan di dalam pelestarian budaya adat Osing dengan cara berpartisipasi

nyata melestarikan melalui pendampingan terhadap sanggar binaan. Partisipasi nyata ini dilakukan sebagai bagian dari pelaksanaan Tanggung jawab social dan lingkungan perusahaan yang dalam pelaksanaannya lebih didasarkan pada bidang budaya. Sebagaimana telah menjadi kesepakatan pada forum sebelumnya maka sanggar akan menjadi binaan perusahaan untuk jangka waktu tertentu dan perusahaan dapat menentukan satu atau lebih sanggar sebagai sanggar binaan perusahaan.

5. Sanggar budaya sebagai tempat untuk berlatih, mengembangkan dan melestarikan budaya adat dapat menerima kehadiran perusahaan sebagai pihak yang akan memberikan supporting dana dan pendampingan kegiatan sanggar. Supporting dana dalam hal ini bukan hanya semata-mata sumbangan dalam bentuk uang tunai tetapi lebih pada penyediaan sarana dan prasarana untuk berkegiatan. Hal ini diungkapkan oleh pemilik sanggar dengan alasan agar tidak menghilangkan nilai-nilai seni yang telah mengakar pada sanggar yang mereka rintis selama ini.
6. Keberadaan Dewan Kesenian Blambangan tentu saja tidak bisa diabaikan begitu saja. DKB selama ini juga berperan dalam melakukan pembinaan terhadap sanggar-sanggar budaya yang ada di Banyuwangi. Keberadaan DKB dalam hal ini dapat menjadi mediator

antara perusahaan dan sanggar binaan dalam perjalanan proses implementasi model CSR Budaya.

7. Model CSR budaya ini akan menjadi arah bagi terwujudnya tujuan pelestarian budaya adat osing. Arah dan konsep yang jelas akan membawa kepada tercapainya tujuan dengan optimal, hal ini tertuang di dalam konsep yang disajikan pada Gambar berikut:



Gambar 4: Model Pelestarian Budaya Adat

Model implementasi kebijakan CSR budaya dapat disimpulkan pada tiga hal: terdapat tiga pilar utama agar tercapai tujuan pelestarian budaya adat, yaitu: Pemerintah daerah sebagai

aktor utama melalui kebijakan yang diregulasikan, Perusahaan sebagai implementator dan sanggar budaya sebagai sasaran kebijakan, model implementasi kebijakan CSR budaya terdiri dari input intelektual capital yang dimiliki oleh sanggar budaya, proses pelaksanaan yang melibatkan perusahaan, output berupa produk-produk sebagai wujud pelestarian adat dan dampak yang dirasakan oleh sanggar budaya, Outcome dari model implementasi kebijakan CSR budaya adalah meningkatnya peran dari generasi muda dalam pelestarian budaya adat Osing di Banyuwangi.

Sumbangan perusahaan selama ini sifatnya adalah *charity* bukan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan sebagaimana norma CSR. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan itu sifatnya wajib diungkapkan di depan/ di awal dalam sebuah sistem akuntansi Rencana Kegiatan dan Anggaran Perusahaan diluar laba perusahaan. Untuk itu perlu dukungan dari aktor utama dalam hal ini adalah Bupati kabupaten Banyuwangi agar model implementasi kebijakan CSR budaya ini dapat berjalan sesuai yang diharapkan dan perlu keselarasan antara implementator yaitu perusahaan dan sasaran program yaitu sanggar budaya untuk itu perlu peran mediator dalam hal ini Dewan Kesenian Blambangan ataupun pihak lain seperti forum CSR, AMAN dan tokoh budaya.



## 4

# PERATURAN TENTANG CSR BUDAYA

### A. Hakekat CSR Budaya

**P**erusahaan nasional maupun multinasional saat ini telah aktif berkontribusi dalam kegiatan yang berkaitan dengan komunitas dan lingkungan sekitarnya yang lazim disebut dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan yang merupakan terjemahan dari *Corporate Social Responsibility* (CSR). Manajemen Perusahaan menyadari perlunya memberikan kontribusi sebagai tanggungjawab sosial perusahaan kepada publik yang memerlukannya.

Sejak tahun 2007 negara kita telah membuat regulasi yang mewajibkan perusahaan di Indonesia utamanya yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) untuk melaksanakan Tanggung

Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan sebagaimana tertuang dalam tanggung jawab sosial saat ini sudah diatur di dalam hukum positif Indonesia yaitu terdapat dalam pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang menyebutkan bahwa: perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selanjutnya, pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, menyebutkan bahwa: tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya.

Dalam penjelasan umum Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 disebutkan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mendukung terjalinnya hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat, maka ditentukan bahwa perseroan yang kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pengaturan mengenai tanggung jawab sosial ternyata juga dapat ditemukan di pasal 15 huruf b Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang menyatakan bahwa: setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan. Adapun penjelasan dari pasal ini adalah: yang dimaksud dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat.

Berdasarkan dua undang-undang di atas maka tanggung jawab sosial yang awalnya bersifat sukarela menjadi wajib bagi seluruh perusahaan di Indonesia. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya memiliki peran penting bagi pemerintah. Hal ini dikarenakan pemerintah memiliki keterbatasan baik dana maupun waktu untuk mengakomodasi kebutuhan masyarakat dalam rangka percepatan pembangunan. Keberadaan perusahaan yang melaksanakan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya akan dapat membantu pemerintah mewujudkan cita-cita pembangunan yang dapat dirasakan oleh segenap lapisan masyarakat.

Pengaturan lebih spesifik tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan berbentuk Perseroan Terbatas, terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Perseroan Terbatas. Peraturan Pemerintah ini cukup singkat karena hanya berisi 9 pasal dan isinya adalah penekanan bahwa setiap perseroan mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana tercantum dalam pasal 2 serta adanya kewajiban untuk memasukkan realisasi anggaran pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai biaya perseroan dan dimasukkan dalam laporan tahunan perseroan yang harus dipertanggungjawabkan pada RUPS.

Peraturan perundang-undangan di atas masih dirasa belum cukup untuk melaksanakan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya di berbagai wilayah di Indonesia mengingat masing-masing daerah memiliki keberagaman permasalahan serta kearifan lokal tersendiri.

Peraturan tentang tanggungjawab social hingga kini masih bersifat umum, belum ada peraturan yang secara khusus mengenai CSR bidang Budaya, meskipun peruntukan CSR untuk seni dan budaya sudah banyak terealisasi. Untuk itu perlu kiranya disampaikan usulan kepada pemerintah daerah tentang urgensi dari sebuah peraturan yang akan menaungi implementasi CSR bidang budaya. Hal ini mengingat Banyuwangi sebagai wilayah yang sangat peduli terhadap pelestarian budaya dan adat.

Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu wilayah di Jawa Timur yang memiliki potensi sumber daya alam dan potensi sosial-ekonomi yang dapat dikembangkan dan dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Segala bentuk kekayaan alam dan potensi yang dimiliki Kabupaten Banyuwangi dimasa yang akan datang sangat penting untuk dikelola dan dimanfaatkan secara optimal, agar kesejahteraan masyarakat dapat direalisasikan.

Sangat disadari bahwa untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat sesungguhnya bukan merupakan sesuatu hal yang mudah. Pembangunan di wilayah Kabupaten Banyuwangi masih dihadapkan pada sejumlah situasi problematik seperti; masih adanya penduduk atau keluarga miskin, kualitas sumber daya manusia yang relatif belum terlampau tinggi, adanya wilayah yang relatif terisolasi, dan ditambah lagi posisi geografis wilayah, terdapat wilayah relatif jauh dari akses jalan poros pusat pertumbuhan ekonomi serta sejumlah problematika yang lain. Menyadari kondisi ini sangat dipahami jika upaya pengembangan potensi sumber daya alam dan potensi sosial- ekonomi yang dimiliki selama ini masih belum dapat dilakukan secara optimal. Selanjutnya, agar upaya menciptakan kesejahteraan masyarakat dan membangun Kabupaten Banyuwangi dapat dilakukan secara optimal dan lebih terarah sesuai dengan potensi yang ada, maka pada bagian ini dideskripsikan kondisi dan potensi, sumber daya yang dimiliki serta profil Kabupaten Banyuwangi sekaligus merupakan bagian yang tak terpisahkan dari perencanaan program pembangunan dalam kurun 5 tahun ke depan.

## **B. Naskah Akademik CSR Bidang Budaya**

Di dalam ilmu perundang-undangan, naskah akademik merupakan prasyarat untuk menyusun rancangan peraturan perundang-undangan. Menurut Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 pasal 1 angka (11), naskah akademik adalah: Naskah hasil penelitian atau pengkajian hukum

Definisi lainnya dari sebuah naskah akademik, bahwa naskah akademik ialah naskah atau uraian yang berisi penjelasan tentang :

1. Perlunya sebuah peraturan harus dibuat;
2. Tujuan dan kegunaan dari peraturan yang akan dibuat;
3. Materi-materi yang harus diatur peraturan tersebut;
4. Aspek-aspek teknis penyusunan;

Naskah akademik paling sedikit memuat dasar filosofis, sosiologis, yuridis, pokok dan lingkup materi yang diatur. Dasar filosofis merupakan landasan filsafat atau pandangan yang menjadi dasar cita-cita sewaktu menuangkan suatu masalah ke dalam peraturan perundang-undangan. Dasar filosofis sangat penting untuk menghindari pertentangan peraturan perundang-undangan yang disusun dengan nilai-nilai yang hakiki dan luhur di tengah-tengah masyarakat, misalnya etika, adat, agama dan lain-lain. Dasar yuridis ialah ketentuan hukum yang menjadi dasar bagi pembuatan peraturan perundang-undangan. Dasar yuridis ini terdiri dari dasar yuridis dari segi formil dan dasar yuridis dari segi materiil.

Dasar yuridis dari segi formil adalah landasan yang berasal dari peraturan perundang-undangan lain untuk memberikan kewenangan bagi suatu instansi membuat aturan tertentu. Sedangkan dasar yuridis dari segi materiil yaitu dasar hukum yang mengatur permasalahan (obyek) yang akan diatur. Dengan demikian dasar yuridis ini sangat penting untuk memberikan pijakan pengaturan suatu peraturan perundang-undangan agar tidak terjadi konflik hukum atau pertentangan hukum dengan peraturan perundang-undangan di atasnya.

Dari segi sosiologis, naskah akademik disusun dengan mengkaji realitas masyarakat yang meliputi kebutuhan hukum masyarakat, aspek sosial ekonomi dan nilai-nilai yang hidup dan berkembang (rasa keadilan masyarakat). Tujuan kajian sosiologis ini adalah untuk menghindari tercerabutnya peraturan perundang-undangan yang dibuat dari akar-akar sosialnya di masyarakat. Banyaknya peraturan perundang-undangan yang setelah diundangkan kemudian ditolak oleh masyarakat, merupakan cerminan peraturan perundang-undangan yang tidak memiliki akar sosial yang kuat.

Proses penyusunan peraturan perundang-undangan tidak boleh dilakukan secara pragmatis dengan langsung menuju pada penyusunan pasal demi pasal tanpa kajian atau penelitian yang mendalam. Peraturan perundang-undangan yang dibentuk tanpa pengkajian teoritis dan sosiologis yang mendalam akan cenderung mewakili kepentingan-kepentingan pihak-pihak tertentu, sehingga ketika diterapkan didalam masyarakat yang terjadi adalah penolakan-penolakan.

Naskah akademik merupakan media nyata bagi peran serta masyarakat dalam proses pembentukan atau penyusunan peraturan perundang-undangan bahkan inisiatif penyusunan atau pembentukan naskah akademik dapat berasal dari masyarakat. Naskah akademik akan memaparkan alasan-alasan, fakta-fakta atau latar belakang masalah atau urusan sehingga hal yang mendorong disusunnya suatu masalah atau urusan sehingga sangat penting dan mendesak diatur dalam suatu peraturan perundang-undangan. Aspek-aspek yang perlu diperhatikan adalah aspek ideologis, politis, budaya, sosial, ekonomi, pertahanan dan keamanan. Manfaatnya adalah dapat mengetahui secara pasti tentang mengapa perlu dibuatnya sebuah peraturan perundang-undangan dan apakah peraturan perundang-undangan tersebut memang diperlukan oleh masyarakat.

Di dalam naskah akademik juga dijelaskan tinjauan terhadap sebuah peraturan perundang-undangan dari aspek filosofis (cita-cita hukum), aspek sosiologis (nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat), aspek yuridis (secara vertikal dan horizontal tidak bertentangan dengan peraturan-peraturan yang telah ada sebelumnya) dan aspek politis (kebijaksanaan politik yang menjadi dasar selanjutnya bagi kebijakan-kebijakan dan tata laksana pemerintahan). Kajian filosofis akan menguraikan mengenai landasan filsafat atau pandangan yang menjadi dasar cita-cita sewaktu menuangkan suatu masalah ke dalam peraturan perundang-undangan. Untuk kajian yuridis, merupakan kajian yang memberikan dasar hukum bagi dibuatnya suatu peraturan

perundang-undangan, baik secara yuridis formal maupun yuridis materiil, mengingat dalam bagian ini dikaji mengenai landasan hukum yang berasal dari peraturan perundang-undangan lain untuk memberi kewenangan bagi suatu instansi membuat aturan tertentu dan dasar hukum untuk mengatur permasalahan (objek) yang akan diatur. Kajian sosiologis menjelaskan peraturan dianggap sebagai suatu peraturan yang efektif apabila tidak melupakan bagaimana kebutuhan masyarakat, keinginan masyarakat, interaksi masyarakat terhadap peraturan tersebut. Sehingga dalam kajian ini realitas masyarakat yang meliputi kebutuhan hukum masyarakat, kondisi masyarakat dan nilai-nilai yang hidup dan berkembang (rasa keadilan masyarakat) sehingga terpenuhinya aspek *equality before the law*.

Sehingga pada akhirnya naskah akademik akan dapat memberikan pertimbangan dalam rangka pengambilan keputusan bagi pihak eksekutif dan legislatif pembentukan produk hukum daerah tentang permasalahan yang akan dibahas dalam naskah akademik.

Dewasa ini masyarakat melihat perundang-undangan sebagai suatu produk yang berpihak pada kepentingan pemerintah (politik) semata sehingga dalam implementasinya masyarakat tidak terlalu merasa memiliki dan menjiwai perundang-undangan tersebut. Oleh karena itu, naskah akademik diharapkan bisa digunakan sebagai instrumen penyaring, menjembatani dan upaya meminimalisir unsur-unsur kepentingan politik dari pihak pembentuk peraturan perundang-undangan, dan sebuah naskah akademik yang

proses pembuatannya dengan cara meneliti, menampung dan mengakomodasi secara ilmiah kebutuhan, serta harapan masyarakat, maka masyarakat merasa memiliki dan menjiwai perundang-undangan tersebut.

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya awalnya merupakan kegiatan yang sifatnya sukarela dan sangat bergantung pada itikad baik dari perusahaan untuk melakukan kegiatan usaha yang beretika. Perusahaan yang melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya secara finansial harus menyediakan pos dana yang sebelumnya tidak dianggarkan sehingga berpotensi mengganggu neraca keuangan. Pada sisi ini maka perusahaan akan merugi tetapi pada sisi lain, perusahaan akan mendapatkan manfaat berupa pencitraan yang baik, kepercayaan dari konsumen serta memperkuat investasi dan hal tersebut akan berdampak signifikan terhadap keberlanjutan perusahaan. Meskipun demikian tidak sedikit perusahaan yang acuh terhadap kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya dengan berbagai alasan.

Maksud dari pembuatan naskah akademik ini adalah untuk memberikan gambaran dasar persoalan dan kebutuhan penyelenggaraan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya di Kabupaten Banyuwangi. Selanjutnya, gambaran dalam bentuk tertulis tersebut diharapkan menjadi panduan bagi pengkajian materi Rancangan Peraturan Daerah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya.

Naskah akademik tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan bidang budaya di Kabupaten Banyuwangi ini bertujuan :

- a. Memberikan landasan dan kerangka pemikiran bagi Rancangan Peraturan Daerah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya Bidang Budaya.
- b. Memberikan kajian dan kerangka filosofis, sosiologis, dan yuridis tentang perlunya Peraturan Daerah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya Bidang Budaya di Kabupaten Banyuwangi.
- c. Mengkaji dan meneliti pokok-pokok materi apa saja yang ada dan harus ada dalam Rancangan Peraturan Daerah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya Bidang Budaya.
- d. Melihat keterkaitannya dengan peraturan perundang-undangan lainnya sehingga jelas kedudukan dan ketentuan yang diaturnya.

Sasaran dilakukan penyusunan naskah akademik tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya di Kabupaten Banyuwangi adalah sebagai berikut:

- a. Teridentifikasi masalah-masalah terkait dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya di Kabupaten Banyuwangi.
- b. Tersusunnya Peraturan Daerah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya di Kabupaten Banyuwangi.

Dalam menyusun naskah akademik ini basis metode yang digunakan adalah metode penelitian. Di dalam penelitian hukum dikenal dua metode yaitu metode yuridis normatif dan yuridis empiris. Mengingat kajian tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya adalah pada sinkronisasi dengan peraturan perundang-undangan lain maka penyusun memilih menggunakan metode yuridis normatif. Metode yuridis normatif dilakukan melalui studi pustaka yang menelaah data sekunder yang berupa peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, perjanjian, kontrak, atau dokumen hukum lainnya, serta hasil penelitian, hasil pengkajian, dan referensi lainnya. Metode yuridis normatif dalam penelitian ini juga dilengkapi dengan diskusi (*focus group discussion*), dan rapat dengar pendapat bersama *stakeholder* budaya di Kabupaten Banyuwangi.

### **C. Hakikat CSR Bidang Budaya**

Kabupaten Banyuwangi erat dengan sebutan daerah seni budaya. Banyuwangi Festifal (B-Fest), Program pemerintah dengan menggelar seni budaya daerah di alun-alun kabupaten setiap malam minggu merupakan bentuk nyata penguatan

seni budaya. Pemberian insentif bagi penduduk yang mau membangun rumahnya dengan ciri khas rumah Using, adalah bentuk lain mempertahankan budaya asli daerah. Selain itu untuk mempertahankan ekosistem lingkungan, Banyuwangi mengusung konsep wisata *ecotourism* yang menonjolkan keaslian potensi alam daerah.

Banyuwangi sangat kaya seni dan budaya. Jenis Tari yang dimiliki antara lain Tari Gandrung, Tri Sekar Tanjung, Tri Ere-erekan, Tari Santri Muleh, Tari Aura Mistis Seblang di Desa Bakungan dan Desa Olehsari, Tari Barong Kemiren, Tari Jejer Gandrung, Tari Kebo Marcuet, Tari Geredhoan, Kesenian Jaranan Butho, Pertunjukan Sidopekso Pupus, , Drama khas Banyuwangi “Janger Banyuwangi”, Senam Lare Using, Makan Nasi Tempong dan masih banyak lagi lainnya. Banyuwangi juga memiliki tradisi-tradisi yang masih dipertahankan. Seperti di Pantai Muncar yang masih rutin mengadakan Petik Laut, kegiatan memberikan berbagai macam sesajen di lautan. Di Desa Alas Malang dan Desa Aliyan terdapat tradisi Kebo-keboan.

Budaya yang telah melekat pada diri mereka dipandang sebagai suatu kumpulan pola-pola tingkah laku manusia dengan bersandar pada daya cipta dan keyakinan untuk keperluan hidup, sehingga budaya warisan leluhur masih terus dilaksanakan hingga saat ini. Hal ini yang diungkapkan oleh seorang pelaku budaya dari Desa Kemiren: “Merupakan adat tradisi yang tidak boleh dihilangkan, seperti seblang, ider bumi, kebo-keboan, sedangkan festival semacam festival angklung, festival pendidikan, itu dibuat oleh pemerintah.”

Pernyataan tersebut adalah hasil penelitian ini tahun pertama yang disampaikan oleh pelaku budaya, hal ini membuktikan bahwa masyarakat desa Kemiren masih memegang teguh adat tradisi yang berakar di desanya dan senantiasa melaksanakan upacara tradisi tersebut dengan dana mandiri.

Desa Kemiren telah ditetapkan sebagai Desa Osing yang sekaligus dijadikan cagar budaya untuk melestarikan keosingannya. Area wisata budaya yang terletak di tengah desa itu menegaskan bahwa desa ini berwajah Osing dan diproyeksikan sebagai cagar budaya Osing. Banyak keistimewaan yang dimiliki oleh desa ini diantaranya adalah menggunakan bahasa yang khas yaitu bahasa Osing. Desa Kemiren menjadi pusat lokasi wisata sejak tahun 1996, karena desa ini memiliki potensi budaya yang sangat menarik, seperti adat istiadat yang unik, seni pertunjukan dan bahasa Osing yang selalu bermuatan wangsalan dan basanan.

Membahas tentang seni pertunjukan, di desa ini memang banyak pelaku budaya, baik sebagai penari, pemain alat musik ataupun pemilik sanggar kesenian. Peranan mereka sebagai penari dan pemain alat musik adalah untuk selalu bisa menampilkan pagelaran pada acara adat tradisi yang di laksanakan oleh desa. Sedangkan keberadaan sanggar mereka adalah untuk upaya pelestarian. Mereka melatih anak-anak hingga dewasa agar kelak mereka juga bisa mewarisi budaya yang telah mengakar di masyarakat.

Rumah di Banyuwangi yang memiliki bentuk khasnya banyak terdapat di Desa Kemiren Banyuwangi. Pada dasarnya

Desa Kemiren adalah desa dengan penduduk Suku Osing Banyuwangi asli sehingga berbagai Budaya Banyuwangi masih melekat kuat di desa tersebut.

Selain itu beberapa adat-budaya Banyuwangi yang masih dipertahankan Desa Kemiren adalah Mepe Kasur yang merupakan kegiatan unik serempak dilakukan semua penduduk desa pada kasur tidur masing-masing. Ada pula adat Barong Ider Bumi yang dipercaya memiliki khasiat penolak balak/bahaya. Para ibu-ibu di Desa Kemiren juga memiliki kegiatan adatnya sendiri, yakni Memukul Alu menumbuk padi hingga beras terpisah dari kulitnya untuk dimasak. Ketika tongkat dan alu yang digunakan bertumbukan akan terdengar suara benturan. Dan secara kompak beberapa ibu-ibu ini akan menumbuk hingga menimbulkan irama suara pukulan yang indah didengar telinga.

Data terkait perusahaan menunjukkan Kabupaten Banyuwangi yang terdiri dari dua puluh lima kecamatan dengan 217 desa memiliki potensi ekonomi sangat menjanjikan. Hal ini terlihat dari banyaknya jumlah perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas yang menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 serta Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas terkena kewajiban untuk mendonasikan sebagian dananya guna kepentingan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya.

Perusahaan lokal yang ada di Banyuwangi sebagian telah melaksanakan kewajibannya mengeluarkan CSR, sebagian lainnya masih belum. CSR yang telah dikeluarkan perusahaan untuk sosial masyarakat berupa program kemitraan, pembuatan sarana prasarana fasilitas umum, untuk pendidikan dan termasuk juga untuk budaya. Namun kebermanfaatannya terhadap pengembangan budaya masih belum dirasakan oleh pelaku budaya dan pemilik sanggar

Beberapa hal lainnya berdasarkan data skunder yang peneliti peroleh melalui instansi terkait, yang merupakan hasil penelitian tahun pertama, yaitu bahwa Kabupaten Banyuwangi telah memiliki peraturan daerah tentang CSR yaitu Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi Nomor 3 tahun 2014 Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Peraturan Bupati Banyuwangi nomor 43 tahun 2015 tentang Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi Nomor 3 tahun 2014 Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Pemerintah Daerah telah menetapkan desa wisata melalui Perda nomor 1 Tahun 2017 tentang Desa Wisata dan Pemerintah Daerah telah menetapkan Desa Kemiren sebagai Desa Wisata. Penetapan ini karena Desa Kemiren merupakan satu-satunya desa yang masyarakatnya masih melaksanakan ritual secara utuh.

Forum CSR di Banyuwangi dibentuk untuk menyampaikan rencana, pelaksanaan dan evaluasi CSR perusahaan. Namun tetap diperlukan peranan Dewan Kesenian Blambangan untuk dapat menjadi mediator antara pelaku budaya/ pemilik sanggar dan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tahun pertama

tersebut peranana CSR budaya secara langsung terhadap pelaku budaya berupa sanggar-sanggar binaan diharapkan dapat membantu pengembangan dan pelestarian budaya sehingga diperlukan Perda yang dapat menaungi secara legal kepentingan tersebut.

Ditengah era otonomi daerah saat ini, DPRD dan Pemerintah Daerah mempunyai kewenangan yang cukup luas dalam penyelenggaraan pemerintahan. Dari sisi praktis tidak jarang terjadi penerapan kewenangan yang kurang selaras dengan ketentuan perundangan yang lebih tinggi ataupun dengan ketentuan perundangan yang sama. DPRD dan Bupati dalam membentuk Peraturan Daerah harus selalu memperhatikan azas pembentukan dan azas materi muatan peraturan perundang-undangan.

Fenomena tersebut kemudian diakomodasi oleh pemerintah dengan diundangkannya Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan merupakan pengganti Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan. Salah satu perubahan yang mendasar dari undang-undang tersebut adalah diwajibkannya naskah akademik dalam setiap pembuatan rancangan peraturan perundangan baik rancangan undang-undang, rancangan peraturan daerah provinsi maupun rancangan peraturan daerah kabupaten. Dalam pasal 63 dinyatakan bahwa –ketentuan mengenai penyusunan peraturan

daerah provinsi sebagaimana dimaksud dalam pasal 56 sampai dengan pasal 62 berlaku secara mutatis mutandis terhadap penyusunan peraturan daerah kabupaten/kota. Adapun pasal 56 ayat (2) menyebutkan bahwa: rancangan peraturan daerah provinsi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disertai dengan penjelasan atau keterangan dan/atau naskah akademik.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka keberadaan naskah akademik dalam perancangan undang-undang, peraturan daerah provinsi, peraturan daerah kabupaten /kota merupakan sebuah kewajiban, dan oleh karenanya dalam setiap perancangan peraturan perundang-undangan diperlukan naskah akademik yang tujuannya antara lain adalah agar undang-undang yang dihasilkan sejalan dengan sistem hukum nasional, sesuai dengan (tuntutan) kehidupan masyarakat, dan dapat meminimalisir permasalahan dikemudian hari.

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya telah dilakukan oleh beberapa perusahaan di Kabupaten Banyuwangi, bahkan dari beberapa perusahaan yang menjadi responden dalam penelitian tentang Pengumpulan Data Potensi Sumber Pembiayaan dan Mapping Data CSR di Kabupaten Banyuwangi pada tahun 2017, masing-masing perusahaan telah melaksanakan tanggung jawab sosial dengan memberikan sumbangan untuk event B-fest. Permasalahannya adalah mekanisme serta bentuk pelaksanaan berbeda-beda serta belum semua orang, termasuk pemerintah daerah, mengetahui aktifitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan. Akibatnya, tidak sedikit pihak yang menyatakan bahwa perusahaan-

perusahaan tersebut belum melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial.

Dalam rangka memastikan berjalannya program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya di Kabupaten Banyuwangi berjalan dengan baik, maka perlu dibuat suatu peraturan perundang-undangan dalam bentuk peraturan daerah kabupaten agar pelaksanaan di lapangan dapat berjalan sesuai dengan sistem yang telah dibangun sehingga seluruh masyarakat tahu serta paham pihak-pihak yang telah melakukan tanggung jawab sosial.

Dengan berlakunya peraturan daerah ini diharapkan masyarakat akan mendapatkan dampak positif baik secara langsung maupun tidak langsung. Akibat langsung misalnya adalah mendapatkan subsidi untuk kegiatan pementasan kesenian oleh satu atau beberapa perusahaan yang merupakan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan. Pada sisi lain masyarakat khususnya pelaku seni budaya juga akan merasakan akibat tidak langsung dari pemberlakuan peraturan daerah ini diantaranya adalah berkembangnya sanggar-sanggar seni yang dikelola masyarakat karena memiliki “Bapak Asuh Perusahaan” dimana sebelumnya berkembang dengan lambat karena aspek pembiayaan dan bermodalkan “cinta seni semata” yang merupakan panggilan jiwa mereka.

Undang-undang yang mengatur tentang tanggung jawab sosial sudah ada yaitu pada Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-

Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Dalam kedua undang-undang tersebut hanya disebutkan adanya kewajiban bagi penanam modal untuk melaksanakan tanggung jawab sosial sebagai kompensasi atas beroperasinya bisnis sebuah perusahaan. Pengaturan detil tentang bagaimana pelaksanaan masih belum ada. Pada tahun 2012 diterbitkanlah Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas yang merupakan peraturan pelaksanaan dari kedua undang-undang di atas.

Permasalahannya adalah Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas hanya terdiri dari sembilan pasal dan sama sekali belum menjelaskan tentang program apa yang harus dilakukan oleh perseroan, besaran biaya, serta siapa yang melaksanakan. Dalam peraturan pemerintah ini hanya menjelaskan tentang kewajiban perseroan untuk memasukan tanggung jawab sosial dalam rencana kerja tahunan disertai anggaran biayanya. Adapun besaran biayanya hanya disebutkan bahwa harus memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

Kebiasaan, tatanan norma, ataupun kondisi riil yang terdapat di Kabupaten Banyuwangi perlu diakomodasi dalam sebuah peraturan perundangan yang mungkin saja tidak akan sama dengan kabupaten lain di Indonesia. Dengan demikian, adanya peraturan daerah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya adalah untuk lebih memberikan kepastian hukum pada level daerah terkait tujuan,

ruang lingkup serta adanya penghargaan bagi korporasi yang telah melakukan tanggung jawab sosial secara berkelanjutan.

Terdapat fakta empiris di mana praktek Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya sebenarnya telah dilakukan oleh beberapa perusahaan namun sifatnya masih sendiri-sendiri dan belum terdapat kejelasan untuk pembinaan “budaya” karena sampai saat ini belum ada regulasi di tingkat kabupaten yang mengatur tentang pelaksanaan kegiatan tersebut. Padahal apabila telah ada payung hukum terkait Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya maka terdapat banyak hal yang dapat dilakukan diantaranya adalah pemberdayaan usaha menengah, kecil dan mikro serta pengorganisasian PKL yang selama ini sumber dananya dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah. Adapun dana di Dinas dimaksud yang tadinya diperuntukan untuk pemberdayaan usaha menengah, kecil dan mikro serta pengorganisasian PKL dapat dialihkan ke bidang lain yang muaranya akan semakin mempercepat laju pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Banyuwangi.

Kegiatan lain yang dapat didanai oleh program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan adalah pengembangan budaya. Terdapat temuan bahwa selama ini Banyuwangi Festival telah mendapat bantuan dari program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan yang ada di Banyuwangi. Meskipun demikian, masih belum jelas siapa pihak yang diberi kewenangan serta bagaimana bentuk pengawasan pelaksanaan program tersebut sehingga prinsip keterbukaan dan

akuntabilitas masih belum terpenuhi dalam kasus ini. Dalam hal telah tersusun sebuah peraturan perundang-undangan dalam bentuk Peraturan Daerah yang mengatur khusus tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya, maka beberapa masalah sebagaimana telah diuraikan sebelumnya akan teratasi.

Melihat pada permasalahan di atas maka Kabupaten Banyuwangi perlu untuk segera menyusun Peraturan Daerah yang akan menjadi peraturan pelaksana program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya di tingkat kabupaten yang tentunya akan mempertimbangkan aspek kedaerahan setempat serta kearifan lokal yang dipercaya dan ditaati oleh masyarakat Kabupaten Banyuwangi. Mengingat Peraturan Daerah tersebut telah mengakomodasi kepentingan masyarakat setempat maka diharapkan masyarakat akan memahami dan mematuhi isi Peraturan Daerah Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya.

Peraturan Daerah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya didasarkan pada pemikiran bahwa Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial terhadap pemangku kepentingan dalam segala aspek operasional perusahaan yang berdampak terhadap kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat serta kelestarian fungsi lingkungan hidup. Tanggung Jawab tersebut memerlukan adanya hubungan yang sinergis antara Pemerintah Daerah, Perusahaan dan masyarakat untuk mewujudkan Tanggung Jawab Sosial

dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya. Sedangkan pembentukan Peraturan Daerah ini bertujuan untuk memberi kepastian dan perlindungan hukum atas pelaksanaan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya, memberi arah kepada Perusahaan dan pemangku kepentingan dalam menyiapkan diri memenuhi standar internasional; dan mensinergikan pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya dengan program pembangunan berkelanjutan di Daerah dengan tetap memperhatikan kelestarian fungsi lingkungan, pertumbuhan ekonomi, dan pengurangan tingkat kemiskinan, menyelenggarakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya sesuai dengan peraturan perundang-undangan, meminimalisasi dampak negatif keberadaan perusahaan dan mengoptimalkan dampak positif keberadaan perusahaan.

Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya meliputi : Program “Bapak Asuh perusahaan” atas “Sanggar Seni Binaan dan Bina lingkungan dan sosial. Dalam rangka memastikan bahwa masyarakat berpartisipasi dalam program ini maka terdapat pasal yang mengatur tentang peran serta masyarakat yaitu: Masyarakat dapat berperanserta dalam penyelenggaraan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya dalam bentuk : penyampaian usulan, saran, masukan dalam proses penyusunan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya; dan pengaduan

terhadap pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya yang tidak sesuai dengan program dan/atau kegiatan yang telah ditetapkan.

Pada bagian akhir dari materi Peraturan Daerah mengatur tentang penghargaan yang dapat diberikan pada perusahaan yang telah melaksanakan program tanggung jawab sosial dan lingkungan serta kewajiban Bupati untuk melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap kegiatan ini dalam rangka memastikan program yang dimaksud berjalan sesuai maksud dan tujuan di awal.

Perusahaan di Kabupaten Banyuwangi telah melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dalam bentuk sumbangan (*charity*). Kabupaten Banyuwangi juga sudah memiliki Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, namun implementasinya masih bersifat sukarela dan sporadik, hal ini dikarenakan di Kabupaten Banyuwangi masih belum memiliki "lembaga independen" yang substansinya bertanggung jawab terhadap pengelolaan Dana Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan serta sifatnya masih umum dan tidak terdapat penjelasan yang khusus untuk Budaya. Kabupaten Banyuwangi juga sudah memiliki Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi Nomor 14 Tahun 2017 Tentang Pelestarian Warisan Budaya dan Adat Istiadat di Banyuwangi yang berisi hal-hal terkait dengan Pembinaan, Pengawasan dan Pembiayaan Kegiatan Pelestarian Warisan Budaya dan Adat Istiadat oleh Pemerintah Daerah yang berasal dari APBD. Tujuan dari

pengaturan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya melalui peraturan daerah ini adalah memberikan arahan dalam penyusunan norma-norma pengaturan dalam peraturan mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya, menyelaraskan pengaturan norma dalam peraturan daerah sesuai dengan norma akademis, teoritis dan yuridis, dan memberikan penjelasan mengenai kerangka pikir dan tujuan norma-norma pengaturan dalam pengaturan peraturan daerah tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Bidang Budaya.

Maka naskah akademik menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari legalitas CSR bidang budaya. Melalui naskah akademik ini diusulkan penambahan pada perda yang selanjutnya diharapkan dapat memayungi legalitas hukum pelaksanaan tanggung jawab social bidang budaya di Banyuwangi.



# DAFTAR PUSTAKA

- Bowen, H.R. 1953. *Social responsibility of the businessman*. Mey yorl: Harper & row
- Budimanta. (2005). Memberlanjutan pembangunan di perkotaan melalui pembangunan berkelanjutan dalam bunga rampai pembangunan kota Indonesia dalam Abad 21.
- Carroll, A.B. 1999. *CSR: evolution dan definition construct*. Bussiness and society, Vol. 38. No 3. P. 268-295. University of Georgia: Sage publication
- Elkington, J. 1997. *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21 st century business*, capstone: oxford
- World Business Council For Sustainable Development (WBCSD)*. 2002. *CSR: The WBCSD's journey*, Switzerland: conches
- Mapisangka, A. 2009. *Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat*. JESP 1(1).
- Marnelly, T.R. 2012. *Corporate Social Responsibility(CSR) Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia*.Jurnal Aplikasi Bisnis 2 (2).

- Paramita, Ratna, WD. 2012. *Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan konsep dan pro kontra CSR*. Repositori perpustakaan STIE Widya Gama Lumajang
- .. 2013. *Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Repositori perpustakaan STIE Widya Gama Lumajang
- .. 2014. *Pengaruh Corporate Sosial Responsibility (CSR) terhadap Earnings Response Coeficient (ERC)*. Repositori perpustakaan STIE Widya Gama Lumajang
- .. 2015. *Penerapan Corporate Sosial Responsibility (CSR) terhadap Masyarakat di Sekitar Perusahaan : Studi Kualitatif*. Repositori perpustakaan STIE Widya Gama Lumajang
- Paramita. Ratna. WD. dkk. 2017. *Model pengembangan corporate sosial responsibility (csr) budaya: Potret partisipasi perusahaan lokal terhadap pelestarian budaya adat suku osing banyuwangi*. Repositori perpustakaan STIE Widya Gama Lumajang
- .. 2017. *Preservation of custom culture osing by means of csr culture model*. Procceding 14<sup>th</sup> ADRI International Conference and call for paper social science.
- .. 2017. *Kemiren 1: Potret Budaya Adat Osing*. Penerbit Azyan Mitra Media Yogyakarta.
- .. 2018. *Culture CSR In Perceptions of Cultural Preservation Osing*. SINERGI Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen vol 8 no 1 Maret 2018 (LOA)

- .. 2018. Naskah Akademik: Rancangan Peraturan Daerah Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Budaya Kabupaten Banyuwangi. Repositori perpustakaan STIE Widya Gama Lumajang
- ..2018. Kemiren 2: Menguak Potret Pelaku Budaya Adat Osing. Penerbit Azyan Mitra Media Yogyakarta.
- ..2019. Model Implemtasi Alur Dana *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Budaya: Potret Partisipasi Pelestarian budaya Adat Osing Banyuwangi. Repositori perpustakaan STIE Widya Gama Lumajang
- ..2019. Kemiren 3: Pengabdian Diluar Nalar. Penerbit Widya Gama Press
- .. 2020. Kemiren 4: Akuntansi berkebudayaan. Penerbit Widya Gama Press
- ..2020. *Model Implementation of Corporate Social Responsibility Policy in Osing Culture*. IJIICC (International Journal of Innovation Creativity and Change, Academic, Science) Vol 12 Issue 9
- Redman. E. 2005. *Three models of CSR: implications for public policy*. Roosevet review.
- Sirajuddin, Fatkhurrohman, Zulkarnain. 2008. *Legislative Drafting. Pelebagaan metode Partisipatif Dalam Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan*. In Trans Publishing Malang. Cet. III.

Utrecht, E. 1960. *Pengantar Hukum Administrasi Negara Indonesia*. Fakultas Hukum dan Pengetahuan masyarakat Universitas Negeri Padjajaran.

Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep dan Apikasi CSR*. Fascho Publising. Jawa Timur.

Peraturan Perundang-Undangan :

Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 165, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3886.

Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2003 tentang Perkebunan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 85, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4411.

Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 70, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4297.

Republik Indonesia, Undang-Undang nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125 Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437.

Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 67; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4274

Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106; Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4756.

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 140, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5059.

Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 12, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4967.

Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Nomor: PER-20/MBU/2012 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-05/MBU/2007 Tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi No. 3 Tahun 2014 Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi Nomor 14 Tahun 2017 Tentang Pelestarian Warisan Budaya dan Adat Istiadat di Banyuwangi

Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi Nomor 1 Tahun 2017 Tentang Desa Wisata

Peraturan Bupati Banyuwangi nomor 43 tahun 2015 tentang  
Petunjuk Pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten  
Banyuwangi Nomor 3 tahun 2014 tentang Tanggung  
Jawab Sosial Perusahaan

# BIOGRAFI PENULIS



**Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, S.E., MM.;** Aktif sebagai Dosen Akuntansi sejak tahun 1996, meniti karir dengan setia di profesi ini hingga kini. Saat ini mengemban amanah sebagai Ketua STIE Widya Gama Lumajang, tempat dimana ia belajar menjadi dosen yang baik. Riwayat pendidikan S1 pada prodi Akuntansi dan Manajemen Keuangan pada S2 dan S3. Ia tinggal di Lumajang, kota kelahirannya. Saat ini ia sedang mencoba untuk menyukai dunia literasi Beberapa buku telah dihasilkan, antara lain: *Metodologi Penelitian Kuantitatif* edisi 1 dan 2, *Accounting Earnings Response Coefficient: Pengukuran kualitas laba akuntansi*, *Kemiren 1: Potret Budaya Adat Osing*, *Kemiren 2: Menguak Potret Pelaku Budaya Adat Osing*, *Kemiren 3: Pelestarian Budaya Diluar Nalar*, *Kemiren 4: Pelestarian*

*Budaya Melalui Akuntansi Berkebudayaan.* Ada 3 buku antologi berjudul *Love Mom, I Am A Lecturer,* dan *Sabda Cinta.* Tulisan lain karyanya terdokumentasikan di media sosial FB: Ana || IG:@ratnawijayantidp. Ia memiliki motto hidup “Kehidupan itu selalu adil”.



**Noviansyah Rizal, S.E., M.M., Ak.;** Lahir di Probolinggo, 13 November 1975. Dosen tetap di STIE Widya Gama Lumajang. Pada tahun 1995 ia menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) di Universitas Merdeka Malang. Kemudian di tahun 2001 ia menyelesaikan pendidikan magister di Universitas Wijaya Putra Surabaya. Saat ini mengampu mata kuliah Auditing, Akuntansi Sektor Publik dan Metodologi Penelitian. Sebagai seorang dosen, ia juga berpengalaman di bidang penelitian. Beberapa karyanya dipublikasikan dalam jurnal dan buku.





# Corporate Social Responsibility CSR Budaya

*Corporate Sosial Responsibility (CSR)* merupakan tanggungjawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar sebagai bentuk kepedulian social terhadap masyarakat dan bernilai positif. CSR yang diberikan oleh perusahaan beragam, bisa berupa CSR pendidikan yang memberikan bantuan khusus untuk pendidikan dengan memberikan fasilitas atau beasiswa pendidikan. Bisa juga CSR untuk fasilitas-fasilitas umum seperti perbaikan jalan, sarana ibadah, sarana kesehatan dan lain-lain.

Hasil riset yang dilakukan selama 4 tahun di Banyuwangi menawarkan model penyaluran *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* perusahaan local untuk bidang budaya. Model ini memungkinkan untuk diterapkan di Banyuwangi sebagai kota yang hingga saat ini memiliki kepedulian yang tinggi terhadap pelestarian budaya adat dan memiliki puluhan sanggar.

Melalui *Focus Group Discussion* akhirnya dicapai sebuah kesepakatan bahwa perusahaan local akan melakukan pembinaan terhadap sanggar-sanggar yang didirikan untuk melestarikan nilai-nilai budaya adat Osing. Pak Wowok, founder Waroeng Kemarang selama ini telah berperan nyata melestarikan budaya melalui penyaluran CSR Budaya. Meskipun selama ini memang tidak secara langsung membina sanggar-sanggar budaya tetapi kiprahnya telah nyata dibuktikan dengan penyediaan sarana dan prasarana kesenian, seperti gamelan, angklung pakaian tari dan barong serta tempat untuk berlatih dan melakukan perform. Pak Wowok tidak hanya menyediakan tempat di Kemiren tetapi juga membantu menyediakan pendanaan ketika pelaku budaya melakukan perform di luar kota bahkan luar negeri.



**WIDYA GAMA PRESS**  
**STIE WIDYA GAMA LUMAJANG**  
(ANGGOTA ASOSIASI PENERBIT PERGURUAN TINGGI INDONESIA)  
Jl. Gatot Subroto No. 4, Karang Sari, Kec. Sukodono,  
Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. Telp. (0334) 881924

ISBN: 978-623-98289-1-2

