

PERAN ORGANISASI NON-PROFIT (*SOCIAL PROJECT BALI*) DALAM PENYALURAN CSR PERUSAHAAN DI MASA PANDEMI COVID-19

Renaldo Fajar Nugraha Susilo¹, Ernawati Purnama Zebua², Dinda Puspitasari³, I Gusti Putu Arya Utama⁴, Herdian Armandhani, SE⁵

¹Institut Desain & Bisnis Bali

²Fakultas Keguruan & Ilmu Pendidikan, STKIP Nasional

³Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Udayana

⁴Fakultas Hukum, Universitas Ngurah Rai

⁵Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Udayana

e-mail: susilorenaldo1@gmail.com¹, ernawatipurnama150302@gmail.com², dinda.puspitasari@student.unud.ac.id³, aryautama2017@gmail.com⁴, herdianarmandhani2022@gmail.com⁵

INFORMASI ARTIKEL

Received : October, 2022
Accepted : December, 2022
Publish online : December, 2022

ABSTRACT

Social Project Bali is a non-profit organization engaged in Education, Environment, and Social Humanity. Over time, this community has also become a liaison between companies that want to channel their CSR to people who are considered in need. The purpose of this study is to find out what are the roles of non-profit organizations (in this context, Social Project Bali) in distributing CSR from companies, especially during the COVID-19 pandemic. The data analysis technique used is qualitative. The results of this study are non-profit organizations play a role in disseminating corporate CSR, corporate partners in building image, empowering communities in providing educational programs, and as intermediaries for companies with CSR targets.

Key words: Social Project Bali, CSR, COVID-19

ABSTRAK

Social Project Bali merupakan sebuah organisasi non-profit yang bergerak di bidang Pendidikan, Lingkungan, dan Sosial Kemanusiaan. Seiring berjalannya waktu komunitas ini juga menjadi penghubung antara perusahaan yang ingin menyalurkan CSR-nya kepada masyarakat yang dinilai membutuhkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja peranan organisasi non-profit (dalam konteks ini Social Project Bali) dalam menyalurkan CSR dari perusahaan terutama di masa pandemi COVID-19. Teknik analisis data yang digunakan adalah kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah organisasi non-profit berperan dalam penyaluran CSR perusahaan, mitra perusahaan dalam membangun *image*, pemberdayaan masyarakat dalam pengadaan program edukasi, dan sebagai perantara perusahaan dengan target CSR.

Kata Kunci: Social Project Bali, CSR, COVID-19

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 memberi dampak negatif kepada perekonomian Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pekerja yang mengalami PHK besar-besaran, dan beberapa sektor usaha juga mulai melemah [1]. Di Indonesia terutama Bali yang sangat bergantung pada sektor pariwisata, tentu sangat terpuak ekonominya akibat jumlah wisatawan yang berkunjung turun drastis dan beberapa kebijakan yang merugikan pengusaha, seperti PPKM, lockdown, dan lain sebagainya.

Untuk mengatasi hal ini, pemerintah telah berupaya untuk membantu masyarakat yang terdampak melalui berbagai kebijakan, salah satunya adalah bantuan sosial [2] yang diberikan kepada masyarakat berpenghasilan di bawah Rp5.000.000 dan terdaftar di BPJS Ketenagakerjaan.

Tidak hanya pemerintah, banyak perusahaan yang juga turut membantu masyarakat yang tingkat kesejahteraannya turun karena pandemi COVID-19. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya perusahaan yang termasuk dalam nominasi "Indonesia CSR Brand Equity Awards 2021" yang digagas oleh Iconomics, yang ditampilkan dalam gambar berikut.

Penerima Penghargaan Indonesia CSR Brand Equity Awards 2021		
No.	Corporate	Title
1	Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia	Leading Ministries in Promoting Social Welfare in Indonesia
2	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	Bank
3	PT Bank Central Asia Tbk	Bank
4	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	Bank
5	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	Bank
6	PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk	Bank
7	PT BNI Life Insurance	Asuransi
8	PT Prudential Life Assurance	Asuransi
9	PT Jasa Raharja	Asuransi
10	PT Great Eastern Life Indonesia	Asuransi
11	PT Asuransi Kredit Indonesia (Persero)	Asuransi
12	PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	Consumer Goods
13	PT Kimia Farma Tbk	Farmasi
14	PT Kalbe Farma Tbk	Farmasi
15	PT April Pulp & Paper	Industri Dasar (basic industry)
16	PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)	Jasa Kurir
17	PT Adhi Karya (Persero) Tbk	Konstruksi
18	PT Waskita Karya (Persero) Tbk	Konstruksi
19	PT Wijaya Karya (Persero) Tbk	Konstruksi
20	PT PLN (Persero)	Listrik & Infrastruktur Kelistrikan
21	PT Pembangunan Jawa-Bali	Listrik & Infrastruktur Kelistrikan
22	Pertamina Foundation	Foundation
23	PT Bhanda Ghara Reksa (Persero)	Logistik
24	PT Pertamina (Persero)	Migas
25	ExxonMobil Indonesia	Migas
26	PT Medco E&P Indonesia	Migas
27	PT Astra International Tbk	Otomotif, komponen otomotif, Industri Berat
28	PT Perkebunan Nusantara III (Persero)	Perkebunan
29	PT Perkebunan Nusantara X (Persero)	Perkebunan
30	PT Petrokimia Gresik	Petrokimia
31	PT Pupuk Kujang	Petrokimia
32	PT Astra Agro Lestari Tbk	Sawit
33	PT Sampoerna Agro Tbk	Sawit
34	PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk	Sawit
35	PT Triputra Agro Persada, Tbk	Sawit
36	PT Semen Padang	Semen
37	PT Bukit Asam Tbk	Tambang Mineral & Batubara
38	PT Adaro Energy Tbk	Tambang Mineral & Batubara
39	PT Kaltim Prima Coal	Tambang Mineral & Batubara
40	PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk	Telekomunikasi

Gambar 1. Daftar Penerima Penghargaan Indonesia CSR Brand Equity Awards 2021 [Sumber: theiconomics.com]

Dalam perjalanannya, perusahaan baik swasta maupun BUMN tidak dapat berjalan sendiri. Mereka memerlukan *partner* yang mengetahui kondisi lapangan, dan memiliki pengetahuan akan target CSR yang tepat sasaran. Salah satu pihak yang dapat menjadi solusi dalam hal ini adalah organisasi non-profit, dikarenakan organisasi non-profit memiliki berbagai latar belakang, termasuk sosial kemanusiaan. Di Bali, terdapat banyak sekali komunitas atau organisasi non-profit yang memiliki perhatian pada isu kemanusiaan, salah satunya adalah Social Project Bali.

Social Project Bali adalah sebuah komunitas relawan di Bali yang karena minimnya relawan pengajar untuk mengedukasi adik-adik yang tidak dapat bersekolah. Berdiri pada bulan September 2019, komunitas ini dibentuk oleh muda-mudi Bali yang memiliki semangat kerelawanan. Seiring berjalannya waktu, Social Project Bali memfokuskan diri pada isu Pendidikan, Lingkungan, dan Sosial Kemanusiaan.

Permasalahan yang terjadi adalah relawan yang tergabung di Social Project Bali seringkali masih belum mengetahui peranannya dalam melakukan pengabdian masyarakat. Dalam perjalanannya

untuk melakukan kolaborasi bersama perusahaan yang mengadakan CSR, seringkali Social Project Bali menunggu undangan saja dan relawannya belum secara sadar dan mengetahui peranannya dalam komunitas yang menjadi mitra penyaluran CSR. Hal ini tentunya berpengaruh langsung terhadap kualitas relawan dan eksistensi Social Project Bali sendiri dalam mengabdikan diri pada isu Pendidikan, Lingkungan dan Sosial Kemanusiaan.

Penelitian ini akan membahas apa saja peranan organisasi non-profit (Social Project Bali) dalam penyaluran CSR perusahaan di masa pandemi COVID-19. Social Project Bali merupakan salah satu komunitas relawan terbesar yang ada di Bali, dengan mayoritas anggotanya adalah mahasiswa & generasi Z. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja peranan organisasi non-profit dalam konteks ini Social Project Bali dalam membantu penyaluran CSR perusahaan di masa pandemi COVID-19 agar lebih tepat sasaran dan tepat guna.

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat, penulis, perusahaan, maupun Social Project Bali, penelitian ini pun dapat menjadi bahan evaluasi Social Project Bali untuk pengembangan organisasi mereka kedepannya. Semoga jurnal ini bermanfaat dan dapat menjadi referensi belajar maupun pembuatan karya tulis ilmiah berikutnya.

LITERATUR REVIEW

Organisasi Non-Profit

Menurut Salamon dan Anheier, organisasi non-profit adalah organisasi swasta, independen, pemerintahan sendiri, berdasarkan partisipasi sukarela, yang keuntungannya tidak dibagikan kepada individu atau pemilik, tetapi diinvestasikan kembali dalam misi organisasi, yang mewakili kontribusi untuk kebaikan publik atau kesejahteraan umum [3]. Menurut Komang dalam [4], organisasi non-profit atau nirlaba merupakan organisasi yang bertujuan untuk mendukung suatu isu dalam menarik perhatian masyarakat dengan tujuan yang tidak bersifat komersial tanpa mencari laba. Dalam perkembangannya organisasi nirlaba menciptakan model keuangan yang berkelanjutan untuk kegiatannya dalam menambah nilai sosial [5].

Corporate Social Responsibility

Menurut Aguinis & Glavas, CSR adalah tindakan dan kebijakan organisasi yang mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan dan *triple bottom line* (3P: *People-Profit-Planet*) dari ekonomi, sosial, dan lingkungan [6]. Meskipun mengacu pada kebijakan dan tindakan oleh organisasi, hal ini dipengaruhi dan diimplementasikan oleh para aktor di semua tingkat (kelembagaan, organisasi, dan individu). Karenanya CSR telah ditetapkan memerlukan bantuan manajemen perusahaan untuk menyelesaikan dan menempatkan perusahaan pada posisi yang positif [7].

Definisi dari CSR menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya harus mengejar tujuan utama mereka yaitu memaksimalkan keuntungan, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat melalui upaya sukarela [8].

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2018) dalam (Mustika, 2021), penelitian kualitatif adalah penelitian dengan tujuan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, yang mana peneliti bertindak sebagai instrument kunci, dan hasilnya lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Dalam penelitian ini, hubungan peneliti dengan subyek yang diteliti bersifat interaktif dan tidak dapat dipisahkan [10].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data/hasil

Dari hasil riset & observasi yang kami lakukan, telah didapat bahwa Social Project Bali sebagai organisasi non-profit dalam membantu perusahaan untuk menyalurkan CSR-nya berperan dalam beberapa aspek, yaitu Penyaluran, Pemberdayaan, Perantara, dan Pemasaran, yang selanjutnya kami sebut dengan 4P NPO.

Pembahasan

Penyalur

Dalam hal ini, Social Project Bali sebagai organisasi non-profit berperan dalam menyalurkan CSR dari perusahaan yang ingin memberikan CSR kepada masyarakat. Sebelum menyalurkan CSR, organisasi non-profit melakukan riset mengenai sasaran penerima CSR yang tepat entah lewat referensi atau basis data yang dimiliki. Sebagai contohnya, Social Project Bali menjadi penyalur donasi selada dari Plaga Farm Bali pada tanggal 13 Oktober 2021.



Gambar 2. Penyaluran donasi selada dari Plaga Farm Bali oleh Social Project Bali pada 13 Oktober 2021.
[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Pemasaran

Pemasaran yang dimaksud adalah organisasi non-profit berperan dalam meningkatkan kesadaran merek perusahaan pemberi CSR bahwa mereka adalah perusahaan yang peduli akan masyarakat lewat upaya sukarelanya. Dengan memberi CSR,

perusahaan juga lebih dikenal oleh masyarakat yang notabene adalah target pasarnya. Salah satu contohnya adalah Paxel Denpasar bekerja sama dengan Social Project Bali untuk menyalurkan CSR-nya kepada *pemangku* dan *pangempon* pura di Pura Agung Jagadnatha dalam menyambut Hari Sumpah Pemuda tahun 2021.



Gambar 3. CSR Paxel Denpasar bersama Social Project Bali dalam bakti sosial menyambut Sumpah Pemuda pada tanggal 23 Oktober 2021.

[Sumber: Dokumentasi Pribadi]

Pemberdayaan

Perusahaan sering memberikan CSR yang dibungkus dalam bentuk program yang membutuhkan organisasi non-profit dalam pengadaannya. Di sini, perusahaan memberikan dukungan biaya (*financial support*) kepada organisasi non-profit untuk menjalankan program yang tidak dapat dijalankan langsung oleh perusahaan, salah satunya edukasi. Organisasi non-profit menjadi penyelenggara program, yang berhubungan langsung dengan penerima manfaat (*beneficiary*). Contohnya, PT Indonesia Power memberikan CSR berupa dukungan biaya kepada Social Project Bali dalam penyelenggaraan Donor Darah Volume 6 Pada tanggal 2 April 2022.

Perantara

Organisasi non-profit memiliki peran sebagai Perantara antara perusahaan pemberi CSR dengan penerima manfaat (*beneficiary*) apabila perusahaan pemberi CSR tidak dapat terlibat secara langsung dalam kegiatan CSR. Dalam konteks ini, organisasi non-profit dapat menjadi perwakilan perusahaan dalam penyaluran CSR dengan penerima manfaat. Contohnya adalah penyaluran nasi bungkus dari Prasad Food Kitchen yang dilakukan rutin hampir setiap minggunya.

Pendekatan yang dilakukan oleh organisasi non-profit (SPB) untuk mendapatkan CSR

Miliki Visi dan Misi yang jelas

Dalam setiap kegiatannya SPB berpedoman dengan visi dan misi yang jelas. Setiap kegiatan yang memerlukan dana yang cukup besar Paguyuban SPB membuat sebuah proposal yang memiliki rincian biaya yang jelas dan terukur kepada para donatur. Selain itu juga Paguyuban SPB rutin melaporkan LPJ pertanggungjawaban kepada donatur untuk menjaga kepercayaan yang telah diberikan. Tentunya proposal ini disesuaikan dengan pengeluaran yang akan dikeluarkan.

Meyakinkan Instansi/Perusahaan

Melakukan presentasi di depan donatur menjadi salah satu kunci meyakinkan calon donatur. Disini donatur bisa menanyakan kepada penerima hibah dana secara langsung. Para donatur bisa menanyakan pos-pos pendanaan dengan rinci sehingga dana donatur yang disalurkan bisa amanah.

Mencari banyak relasi untuk mendapatkan CSR yang potensial

Membuat daftar calon instansi/perusahaan menjadi kunci untuk bisa mendapatkan dana CSR. Jangan bergantung pada satu instansi karena belum tentu perusahaan/instansi selalu memiliki dana CSR. Ibarat seorang *marketing* sebuah organisasi/paguyuban maupun komunitas harus membuat *database* dan memetakan perusahaan /instansi mana saja yang sesuai dengan visi misi organisasi untuk bisa menyalurkan dana CSRNya.

Apresiasi Donatur

Donatur yang menyalurkan dana CSR merupakan mitra kerja dalam sebuah organisasi/paguyuban dan komunitas. Untuk meningkatkan engagement kepada donatur dan menghargai segala bantuan mereka banyak hal yang perlu diperhatikan. Kita bisa memberikan apresiasi dalam bentuk sertifikat, plakat atau karangan bunga. Kita bisa hadir saat perayaan seremonial instansi atau perusahaan yang mereka adakan. Hubungan relasi harus terus dibina sebelum atau sesudah mendapatkan CSR.

Laporan secara berkala dan Tunjukan Portofolio CSR

Laporan pertanggungjawaban kegiatan sangat penting untuk membuat kepercayaan donatur terus terbina. Laporan pertanggungjawaban dapat dikirimkan berupa fisik maupun non fisik. Organisasi/paguyuban atau komunitas bisa membuat laporan kepada publik di sosial media juga sebagai bentuk transparansi penggunaan dana CSR.

Portofolio kegiatan dalam bentuk dokumentasi dan video bisa menjadi data pendukung dalam bukti pelaporan penggunaan dana CSR.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa Social Project Bali sebagai organisasi non-profit dalam membantu perusahaan untuk menyalurkan CSR-nya berperan dalam beberapa aspek, yaitu Penyaluran, Pemberdayaan, Perantara, dan Pemasaran, yang selanjutnya disebut dengan 4P NPO. Peran NPO (*non-profit organization*) khususnya dalam masa COVID-19 sangat berpengaruh dan cukup efektif menjangkau pihak yang membutuhkan karena terjun langsung dalam masyarakat.

Adapun rekomendasi yang dapat disarankan antara lain agar perusahaan dalam penyaluran CSR dapat menjadikan NPO sebagai mitra terbaik untuk lebih

memahami kebutuhan dalam masyarakat sehingga CSR yang disalurkan perusahaan dapat lebih berdampak dan bermanfaat bagi masyarakat. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mewawancarai salah satu perusahaan yang memberikan CSR agar dapat mengetahui peran NPO dalam penyaluran CSR dari pihak pemberi manfaat/CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Norhayati, C.W. Prasetyandari, and A.R. Sofa, "SETRATEGI MARKETING BMT MASLAHAH CABANG MARON DALAM MENINGKATKAN LABA SELAMA PANDEMI COVID-19," *Jurnal Imagine Vol. 2, No. 1*, 2022.
<https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/imagine/article/view/323/248> (accessed Sep. 29, 2022).
- [2] H. Retnaningsih, "Bantuan Sosial bagi Pekerja di Tengah Pandemi Covid-19: Sebuah Analisis terhadap Kebijakan Sosial Pemerintah," *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, vol. 11, no. 2, pp. 215–227, Dec. 2020, doi: 10.22212/aspirasi.v11i2.1756.
- [3] I. Buonomo, P. Benevene, B. Barbieri, and M. Cortini, "Intangible Assets and Performance in Nonprofit Organizations: A Systematic Literature Review," *Front Psychol*, vol. 11, p. 729, May 2020, doi: 10.3389/FPSYG.2020.00729/BIBTEX.
- [4] M. D. D. Prakoso, "Analisis Akuntabilitas dan Transparansi Pengelolaan Keuangan Organisasi Nirlaba (studi kasus: Gereja Katolik Maria Marganingsih Kalasan)," Jun. 2021.
- [5] F. Rebetak and V. Bartosova, "Non-profit organizations in the conditions of Slovakia", doi: 10.1051/shsconf/20207405020.
- [6] A. Glavas and M. Radic, "Corporate Social Responsibility: An Overview From an Organizational and Psychological Perspective," *Oxford Research Encyclopedia of Psychology*, Jun. 2019, doi: 10.1093/ACREFORE/9780190236557.013.90.
- [7] N. A. Nugroho and H. Hersugondo, "Analisis Pengaruh Environmental, Social, Governance (ESG) Disclosure terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan," 2022. [Online]. Available: [http://journal.stekom.ac.id/index.php/E-Bisnis](http://journal.stekom.ac.id/index.php/E-Bisnis/page233)■page233
- [8] G. Barauskaite and D. Streimikiene, "Corporate social responsibility and financial performance of companies: The puzzle of concepts, definitions and assessment methods," *Corp Soc Responsib Environ Manag*, vol. 28, no. 1, pp. 278–287, Jan. 2021, doi: 10.1002/CSR.2048.
- [9] E. MUSTIKA, "Problematika Pembelajaran Daring Ditinjau dari Resiliensi Matematis Siswa," Aug. 2021.
- [10] Hardani *et al.*, *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. 2020. Accessed: Oct. 01, 2022. [Online]. Available: https://perpustakaan.gunungsitolikota.go.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/YjU0ZDA0M2M0ZjE5ZWM0ZTk3NW10MGJhYmI2YWYyNmM1YTFFINWE5Yg==.pdf