

**Rustam Ibrahim**

## **“Filantropi Keadilan Sosial Tidak Identik dengan Advokasi”**

Sumber:

Judul buku : Filantropi Keadilan Sosial di Indonesia

Ditulis ulang dari : Jurnal Galang, Vol.1 No.1 Oktober 2005, PIRAC, 2005, Opini,  
Hal 77 – 83

*Konsep Filantropi Keadilan Sosial (Social Justice Philantropy / SJP) merupakan sebuah praktek pemberian sumbangan kepada lembaga-lembaga nirlaba yang berupaya dalam proses perubahan struktural dalam upaya mengentaskan kemiskinan dan kesetaraan baik secara ekonomi, sosial maupun politik. Keterlibatan segelintir individu (kaya) yang selama ini mendominasi panggung karitas tidak menunjukkan dampak yang signifikan bagi pemerataan kesejahteraan kaum tertindas. Bagaimana pula peran korporasi selama ini dalam perwujudan keadilan sosial dan sejauh mana relevansi konsep ini dapat diterapkan di Indonesia? Berikut wawancara langsung Redaktur Pelaksana, Hamid Abidin dan Sekretaris Pelaksana, Yuni Kusumastuti dengan Rustam Ibrahim, Ketua Dewan Pengurus YAPPIKA dan mantan Direktur LP3ES.*

### **Secara umum, bagaimana Anda mendefinisikan konsep Filantropi Keadilan Sosial dan konteks Indonesia?**

Mungkin kita mulai dulu dari pengertian filantropi itu sendiri. Filantropi berasal dari kata *philos* yang berarti cinta atau kasih dan *anthropos* yang berarti manusia. Jadi, filantropi bisa dimaknai sebagai cinta kasih sesama manusia dan itu diwujudkan dalam bentuk kedermawanan, sedekah, amal dan sebagainya, di mana setiap orang menyisihkan sebagian harta yang dimilikinya untuk membantu orang lain yang membutuhkan. Itu merupakan pengertian filantropi pada tahap awal. Tetapi, pendefinisian yang paling mutakhir melihat filantropi sebagai *social investment* (investasi sosial), di mana seseorang, sekelompok orang atau perusahaan bermitra dengan orang-orang yang dibantunya. Sekarang filantropi tidak lagi dilihat sebagai individu, tetapi juga dilihat sebagai suatu institusi yang bisa memberikan bantuan. Sehingga muncullah istilah *corporate philantropy*.

Konsep filantropi Keadilan Sosial sebetulnya kurang jelas dari mana asal mulanya. Tapi, kalau kita lihat dari konteks Indonesia, di situ ada konsep keadilan sosial yang menjadi falsafah hidup kita sebagai bangsa dan tercantum dalam salah satu sila dari dasar negara kita, yakni ‘keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia’. Kalau kita lihat pandangan-pandangan lain dari segi filosofis misalnya, Aristoteles mengatakan bahkan keadilan sosial adalah pembagian yang adil dalam masyarakat yang didasarkan atas pembagian kepada seseorang sesuai dengan kebutuhannya.

Jadi, menurut saya kalau kita bicara tentang Filantropi Keadilan Sosial di dalam konteks Indonesia sekarang, adalah mengatasi kesenjangan yang timbul dalam masyarakat sebagai akibat dari pembangunan yang dilakukan oleh negara atau perusahaan swasta yang menimbulkan disparitas yang tinggi terhadap orang yang menikmati dan tidak menikmati hasil pembangunan, baik dalam bidang ekonomi, sosial maupun politik.

**Apakah orang yang semata-mata berderma untuk menolong orang lain tidak bisa dikategorikan melakukan Filantropi Keadilan Sosial? Bagaimana melihat perbedaan kegiatan filantropi yang hanya sekedar karitas dan filantropi yang berkeadilan sosial?**

Tidak semua praktek derma bisa dikelompokkan sebagai filantropi untuk keadilan sosial. Untuk melakukan pembedaan itu, saya cenderung menggunakan beberapa faktor yang dikemukakan beberapa pengamat untuk menilai apakah derma yang dilakukan bisa digolongkan dalam filantropi keadilan sosial. Misalnya, Barry Knight mengatakan bahwa ada lima faktor yang bisa dikategorikan sebagai filantropi untuk keadilan sosial. *Pertama*, pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat, misalnya, makanan, pakaian, perumahan, lingkungan hidup, kesehatan, dsb. *Kedua*, berderma untuk hal-hal yang berhubungan dengan kesetaraan, seperti kesetaraan gender, anti-diskriminasi, hak asasi manusia. *Ketiga*, kedermawanan untuk program yang berhubungan dengan pembagian kekuasaan, misalnya penegakan demokrasi. *Keempat*, dukungan pendanaan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat. *Kelima*, partisipasi publik di dalam pengambilan keputusan. Kelima program ini bisa dianggap sebagai filantropi untuk keadilan sosial.

Namun, saya tidak setuju dengan pendapat yang mengatakan bahwa filantropi untuk keadilan sosial itu selalu identik dengan advokasi. Itu mengesankan bahwa hanya advokasilah yang bisa mengatasi kesenjangan sosial. Bagi saya, apakah programnya itu advokasi atau *development* tidak menjadi soal, yang penting program tersebut diarahkan untuk mengatasi kesenjangan tadi baik dalam bidang sosial, ekonomi, dan politik.

**Dari lima faktor yang dikemukakan Barry Knight, faktor kedua sampai kelima nampak jelas bersifat *non-charity* dan berorientasi jangka panjang. Tetapi faktor yang pertama mengenai pemenuhan kebutuhan dasar, lebih bersifat *charity*. Bagaimana memaknai yang pertama sehingga bisa dibedakan dengan derma yang sifatnya karitas?**

Tergantung dari sisi mana melihatnya. Bagi saya dalam suatu masyarakat yang sangat miskin, yang hidup dibawah garis kemiskinan (kemiskinan absolut), maka hal-hal yang menyangkut kebutuhan dasar merupakan sesuatu yang sangat penting bagi keadilan sosial mereka. Mungkin ketidakadilan sosial buat sebagian yang lain lebih dilihat dalam soal politik, HAM, kesetaraan gender, atau partisipasi politik. Jadi tergantung pada kondisi masyarakatnya. Bagi orang-orang yang sudah terpuaskan kebutuhan pokoknya, mereka mungkin melihat kebutuhan itu sebagai program yang bersifat karitatif. Yang terpenting adalah bagaimana program itu diberikan kepada mereka dengan pendekatan atau metodologi yang melibatkan mereka secara partisipatif. Dengan demikian, pemenuhan kebutuhan pokok tidak hanya sekedar memberikan pakaian, tetapi bagaimana suatu program filantropi bisa melibatkan mereka secara partisipatif di dalam pemenuhan kebutuhan pokok tadi. Dalam hal lebih dilihat kepada metode-metodenya.

**Dengan kata lain, Anda ingin menegaskan bahwa filantropi untuk keadilan sosial tidak hanya dilihat dari apa yang dilakukan, tapi juga proses melakukannya?**

Ya. Dalam konteks tertentu proses jauh lebih penting dari program atau apa yang dilakukan. Seperti yang saya katakan sebelumnya, bentuk terakhir dari filantropi adalah inventasi sosial. Di dalamnya terkandung pengertian partisipasi dan kemitraan. Sebagai investasi sosial, filantropi merupakan suatu upaya untuk mengatasi berbagai persoalan masyarakat dengan melibatkan publik sebagai pelaku dan *beneficiaries*-nya.

**Filantropi Keadilan Sosial merupakan konsep yang masih tergolong baru dan asing. Bagaimana relevansi konsep ini dengan berbagai persoalan yang sedang kita hadapi sekarang? Apakah konsep ini mempunyai prospek yang bagus untuk diterapkan di Indonesia?**

Menurut saya, konsep *Filantropi Keadilan Sosial* sangat relevan untuk diaplikasikan di Indonesia. Kalau kita berbicara tentang perkembangan filantropi di Indonesia, kita selalu berharap kegiatan filantropi itu dipelopori oleh individu, dari orang kaya. Namun, kita harus sadar dan realistis bahwa orang kaya semacam itu masih terbatas sekali jumlahnya. Sepertinya kita lebih tepat bicara tentang kontribusi yang bisa diberikan oleh korporasi atau

perusahaan. Menurut saya hal ini sangat relevan sekali. Namun, konsep Filantropi Keadilan Sosial merupakan hal yang baru. Karena itu, untuk saat ini agaknya masih sulit mengharapkan perusahaan melakukan filantropi untuk hal-hal yang berhubungan dengan redistribusi kekuasaan, HAM, dan partisipasi publik. Karena, pada dasarnya perusahaan itu ingin aman, *sustainability*, dan sedapat mungkin menghindari risiko. Justru konsep Filantropi Keadilan Sosial harus terus dikembangkan dengan berorientasi ke masa depan. Kita bisa saja mengidealisir pengertian Filantropi Keadilan Sosial dengan kegiatan-kegiatan yang lebih ke akar permasalahan masyarakat atau advokasi. Tetapi, pertanyaannya adalah siapa yang mau melakukan itu? Siapa yang kita harapkan memberikan sumbangan untuk itu? Padahal, jika kita bicara dana domestik (bukan dana dari lembaga donor), kita mengharapkannya dari perusahaan/korporasi. Kalau lima faktor yang saya kemukakan tadi dilakukan oleh perusahaan, itu berarti filantropi kita berarti sudah sangat maju.

Dari pengamatan saya, filantropi yang dilakukan perusahaan yang biasa mereka sebut sebagai program CD (*community development*) saat ini masih terbatas pada empat hal. *Pertama*, bidang pendidikan yang di dalamnya sudah termasuk pembangunan fisik, seperti gedung sekolah dan lain sebagainya; *kedua*, bidang kesehatan; *ketiga*, lingkungan hidup yang lebih banyak di tafsirkan sebagai pengelolaan lingkungan, seperti penanaman pohon, dan sebagainya. *Keempat* usaha kecil dan menengah. Keterlibatan perusahaan bahkan mungkin belum sampai kepada kebutuhan pokok yang saya kemukakan tadi. Kalau kita mengharapkan filantropi dari perusahaan, mungkin 5 sampai 10 tahun ke depan kita masih akan berkutat dengan persoalan itu.

### **Bagaimana mendorong filantropi perusahaan menuju proses yang diidealkan oleh Filantropi Keadilan Sosial?**

Sepanjang studi yang saya lakukan, upaya-upaya untuk melakukan filantropi dalam pendekatan *community development* (CD) sudah mulai dilakukan. Karena LSM yang paling memahami pendekatan pemberdayaan, maka saya melihat dalam upaya itu beberapa perusahaan yang saya studi mengundang orang-orang yang punya keahlian dalam penerapan pendekatan tersebut. Misalnya, dalam Program Pengembangan Masyarakat Riau (PPMR), salah satu program yang dilakukan oleh Riau Pulp & Paper, atau program yang dilakukan Bogasari Fluor Mills, mereka merekrut orang-orang berpengalaman dari kalangan LSM untuk memimpin kegiatan sosial atau unit filantropi mereka. Kalau melihat program PPMR itu, terlepas perusahaan penyelenggaranya yang tergolong ekstraktif, merupakan program yang cukup berhasil dari segi pendekatan. Mereka memulai program itu dari pendekatan partisipatif dengan menggunakan *participatory rural appraisal*. Mereka menyusun program itu bersama-sama dengan masyarakat. Mereka berusaha mendekati masyarakat dengan menempatkan orang-orang yang mempunyai pengalaman untuk pendekatan CD.

### **Dengan kata lain, Anda berpendapat LSM-lah yang bisa berperan secara aktif untuk membantu mengarahkan kegiatan filantropi perusahaan ke arah Filantropi Keadilan Sosial**

Dalam konteks penyelenggaraan filantropi perusahaan, secara umum perusahaan melakukannya dengan dua pola. Ada perusahaan yang tidak melakukan kegiatan filantropi itu melalui LSM. Mereka melakukannya sendiri dengan membentuk unit filantropi atau CSR di perusahaannya. Dalam pelaksanaannya, mereka merekrut atau meminta bantuan tokoh-tokoh senior LSM yang berpengalaman dalam *community development*. Misalnya, Cola-Cola Foundation merekrut orang-orang berpengalaman untuk membantu merancang dan melaksanakan program sosialnya. Cara lain adalah seperti yang dilakukan City Bank dengan menyalurkan bantuannya melalui LSM. Jadi mereka tidak melakukan sendiri, tapi penyaluran dananya lewat LSM dan meminta mereka untuk melakukannya di lapangan.

LSM bisa berperan dalam kedua pola tersebut. Peran yang pertama bersifat personal sebagai aktivis LSM, sementara yang kedua lebih bersifat kelembagaan. Mereka bisa

mendorong perusahaan agar tidak terlalu membatasi program pada hal-hal yang sifatnya karitatif. Mereka yakinkan untuk tidak terlalu takut risiko apabila memperluas programnya ke bidang-bidang lainnya. Program-program mereka bisa diperlukan sehingga tidak terbatas pada program pendidikan, kesehatan, atau lingkungan hidup, tetapi dimungkinkan juga kegiatan-kegiatan dalam rangka penegakan HAM, partisipasi publik, dan lain sebagainya.

**Dari dua pola kegiatan filantropi yang dilakukan perusahaan itu, mana yang paling ideal dan berpeluang untuk di kembangkan ke arah Filantropi Keadilan Sosial?**

Saya cenderung untuk mengusulkan bahwa program filantropi tidak dilakukan oleh perusahaan itu sendiri. Mereka lebih baik menyumbangkan dana mereka kepada LSM-LSM yang lebih berpengalaman dalam menjalankan kegiatan sosial. Jadi, mereka lebih sebagai *grant making* bagi LSM. Sebab, jika mereka melakukan program itu sendiri pastilah akan banyak pertimbangan-pertimbangan dalam melakukan kegiatan sosial. Misalnya, pertimbangan soal untung rugi dalam berderma. Selain itu, mereka tak punya kemampuan yang memadai dalam melakukan kegiatan filantropi karena tugas utamanya adalah menjalankan usaha. Karena itu, mereka lebih baik menyalurkan sumbangannya kepada LSM-LSM yang sesuai dengan bidang yang ditangani LSM itu. Menurut saya, mekanisme semacam itu lebih sehat daripada perusahaan melakukan sendiri kegiatan-kegiatan filantropinya.

**Dalam konteks sumbangan dari individu, khususnya dari para orang kaya, hambatan apa saja yang dihadapi dalam pengembangan SJP, misalnya dikaitkan dengan kecenderungan pola menyumbang sebagian masyarakat yang masih karitatif?**

Salah satu hal yang harus diatasi adalah bagaimana kita mendorong orang untuk mau menyumbang. Jangan persoalkan dulu apakah sumbangan mereka itu bersifat karitatif ataupun bukan. Nah, untuk mendorong masyarakat menyumbang diperlukan adanya insentif perpajakan. Misalnya, kalau individu atau perusahaan penyumbang, seperti yang tercantum dalam undang-undang zakat, dana yang disumbangkan diperhitungkan dengan pajak penghasilan yang diberikan. Diharapkan dengan adanya insentif perpajakan ini bisa semakin memperbesar sumbangan, baik dari individu maupun perusahaan.

Sementara untuk mengubah orientasi dan kecenderungan menyumbang masyarakat yang masih karitatif, mungkin bisa dilakukan melalui *public campaign*. Dalam beberapa kasus, *public campaign* ini terbukti efektif. Misalnya, dalam kasus penggalangan dana untuk korban tsunami. Kita bisa lihat betapa besar sumbangan yang diberikan masyarakat, walaupun ini bisa dikatakan *emergency*. Kecenderungan menyumbang untuk program karitatif itu barangkali terjadi karena masyarakat tidak paham betul dengan program-program nonkaritatif yang banyak dilakukan kalangan LSM. Selain itu, kalangan LSM pun mungkin sudah terlalu senang dengan bantuan dana dari lembaga donor sehingga melupakan potensi yang bisa digalang dari masyarakat lokal. Akibatnya, hampir tidak pernah ada upaya-upaya untuk menggali potensi mereka. Nah, upaya-upaya yang bisa dilakukan di antaranya dengan memperkenalkan program-program LSM kepada publik kemudian memperlihatkan akuntabilitas dan transparansi kepada mereka. Jadi, kalangan LSM harus memperkenalkan program-program dan dampaknya atau hasil-hasil yang telah mereka capai kepada masyarakat melalui surat kabar, radio, TV, dan sebagainya. Misalnya, Suara Ibu Peduli dulu pernah menerima banyak dana dari masyarakat ketika melakukan kampanye pada 1998, begitu pula yang dilakukan Nurani Dunia. Jadi, sebetulnya menurut saya penyebabnya lebih karena faktor "tak kenal, maka tak sayang".

**Kalau dikaitkan dengan pengalaman negara luar, dalam perkembangannya kita lihat ada pergeseran pola menyumbang di Amerika, Eropa dan bahkan Filipina. Awalnya dari derma-derma untuk agama atau gereja ke arah program yang lebih umum. Nah, dalam konteks Indonesia, apakah itu bisa dilakukan?**

Saya kira itu bisa saja terjadi. Kita memiliki pola menyumbang yang tidak jauh berbeda dengan mereka. Kalau di Amerika atau Eropa orang berderma ke gereja, orang Indonesia berderma ke masjid. Tetapi, pada akhirnya kita bisa juga mengubah atau mengarahkan orang agar tidak hanya berderma untuk program sosial keagamaan, tetapi kepada kegiatan atau program yang sifatnya umum. Hal ini tergantung dari kemampuan OMS dalam berkomunikasi dengan menjelaskan program-programnya kepada masyarakat.

Dalam konteks komunikasi atau *public campaign* ini, media memegang peranan penting. Kalau kita lihat, sebetulnya sukses besar Dompot Dhuafa (DD) adalah karena afiliasinya dengan Harian Republika. DD bisa mengkomunikasikan program-programnya melalui media itu sehingga secara tidak langsung merubah pola menyumbang masyarakat yang berdimensi keagamaan. Masyarakat mau menyumbang program-program yang dilakukan DD yang hampir sama dengan apa yang dilakukan LSM, yaitu kegiatan yang tidak langsung berhubungan dengan surga atau masjid, tapi juga program pemberdayaan masyarakat. Karena masyarakat sudah mengenal DD, maka bantuan untuk mereka terus mengalir walaupun program mereka tidak lagi mutlak berhubungan dengan soal-soal keagamaan, tapi juga kebutuhan pokok masyarakat lainnya. Demikian juga program-program yang dilakukan media seperti RCTI Peduli, Pundi Amal SCTV, dsb. Selama ini LSM tidak pernah mencoba melakukan upaya-upaya semacam itu, misalnya dengan merangkul media untuk mengkampanyekan program dan hasil kerja mereka. LSM-LSM besar WALHI, YLKI, LBH sebenarnya berpeluang besar menggalang dana publik karena program yang mereka lakukan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.

**Di luar kurangnya kapasitas dan upaya dari LSM untuk mengkomunikasikan programnya untuk masyarakat, bagaimana pengaruh faktor yang lain? Misalnya, ketergantungan mereka kepada lembaga donor yang selama ini menyebabkan mereka enggan menggalang dana dari masyarakat?**

Ya, realitasnya memang sampai sekarang masih banyak LSM yang sangat tergantung dengan dana internasional. Tapi, belakangan ini sudah ada kesadaran dan upaya dari beberapa lembaga donor untuk mendorong atau berusaha meningkatkan kapasitas LSM-LSM lokal dalam melakukan *fundraising*. Misalnya, mereka memberikan bantuan kepada LSM untuk melakukan *fundraising*, meski belum terprogram dengan baik. Menurut saya, donor lebih baik punya program mendorong dan membantu LSM untuk melakukan kampanye publik, meningkatkan *fundraising*, akuntabilitas dan transparansinya, yang pada akhirnya masyarakat bisa lebih mengenal LSM. Saya katakan demikian karena masyarakat belum mengenal dengan baik program-program LSM karena tidak semua LSM membuat *annual report* yang bisa diakses masyarakat. Jadi, akuntabilitas LSM kepada publik masih sangat rendah sehingga pada akhirnya dukungan publik kepada LSM pun juga masih rendah.

**Kalau konsep Filantropi Keadilan Sosial bisa dipraktekkan di Indonesia, sejauh mana dampaknya terhadap perubahan pola pendanaan di organisasi masyarakat sipil?**

Menurut saya, butuh proses panjang untuk mengimplementasikan konsep SJP. Di samping perlu *public campaign* secara kontinyu, juga perubahan sistem pajak. Mengubah pola dan orientasi menyumbang masyarakat memang butuh waktu yang lama. Kalau itu bisa dilakukan, dalam jangka panjang kita bisa membantu pendanaan untuk LSM dan LSM kita tak perlu lagi harus menggantungkan dananya kepada lembaga donor.

LSM-LSM yang programnya jelas dan mudah dikenal masyarakat seharusnya bisa hidup dan berkembang dari dukungan pendanaan masyarakat. Misalnya, lembaga konsumen yang banyak berjasa membela kepentingan konsumen seharusnya bisa hidup dari konsumen. Mereka bisa mengharapkan bantuan itu dari konsumen atau orang-orang yang memperhatikan masalah konsumen. Demikian juga misalnya LSM yang bergerak dibidang lingkungan hidup, atau LSM hukum macam LBH yang selama ini berjuang untuk membantu berbagai problem hukum yang dihadapi masyarakat yang tertindas. Seharusnya mereka

bisa *survive* dari donasi publik. Namun, saya belum melihat upaya-upaya mereka untuk menggali dana publik secara maksimal.