

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdirinya sebuah perusahaan dalam suatu wilayah tidak terlepas dari keberadaan masyarakat yang mendiami wilayah tersebut. Perusahaan akan membutuhkan suatu sistem yang saling berfungsi antara perusahaan, masyarakat dan lingkungan guna menjalankan aktivitas usahanya. Tindakan yang paling mendasar dimulai dari interaksi dengan masyarakat lokal yang berada di wilayah perusahaan dan lingkungan sekitar yang ikut terpengaruh akan aktivitas usaha suatu perusahaan.

Masyarakat dan lingkungan bukan lagi memiliki posisi yang berada di bawah perusahaan, melainkan telah menjadi rekan yang memiliki posisi setara dengan perusahaan. Posisi yang setara diwujudkan dengan membangun sebuah hubungan “mutualisme” yang bertujuan guna kelancaran proses aktivitas usaha perusahaan.

Menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat akan memberikan beberapa manfaat, yaitu memperkuat keberlanjutan usaha, menjaga citra atau *image* perusahaan dan yang paling krusial adalah dapat meredam atau menghindari terjadinya konflik sosial (Fajar, 2010 : 180). Peneliti memaparkan 2 contoh

kasus yang diuraikan Hadi (2010 : 14) berkaitan dengan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat di Indonesia.

Tahun 2006, PT. Freeport melakukan pengusiran terhadap penduduk Papua yang melakukan pendulangan emas dari sisa-sisa limbah produksi Freeport di Kali Kabur Wanamon. Akibatnya terjadi bentrok antara perusahaan dan masyarakat yang berakhir dengan penutupan jalan utama Freeport oleh masyarakat. Hal yang sama terjadi di PT. Newmont Nusa Tenggara dengan bentuk penolakan warga sekitar Sumbawa Barat sejak kegiatan Pertambangan Batu Hijau. Konflik yang terjadi mengakibatkan jatuhnya korban jiwa, korban luka serius dan tuduhan melanggar UU Darurat (Hadi, 2010 : 14).

Kasus-kasus yang dicontohkan diatas adalah contoh praktik suatu perusahaan yang kurang menjalankan hubungan baik dengan masyarakat sekitar sehingga memunculkan terjadinya sebuah konflik. Adanya bentuk protes masyarakat terhadap perusahaan merupakan pertanda bahwa adanya kondisi yang tidak seimbang atas apa yang diharapkan masyarakat dengan apa yang dilakukan oleh perusahaan. Kondisi tersebut jika tidak bisa ditangani dengan baik akan mengancam keberadaan perusahaan dalam suatu wilayah.

Eksistensi suatu perusahaan tidak hanya diukur dari profit yang berhasil dicapainya. Kasus diatas memberikan contoh bahwa terdapat aspek lain, yakni masyarakat yang mempengaruhi eksistensi

perusahaan. Seperti yang diungkapkan oleh Jefkins dalam Iriantara (2004 : 25) yaitu “politik bertetangga yang baik”. Perusahaan membutuhkan taktik dan strategi dalam membina hubungan baik dengan masyarakat.

Implementasi CSR merupakan perwujudan komitmen yang dibangun oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan masyarakat (Priyanto, 2008 : 124). Melalui CSR, perusahaan dapat mengupayakan peran sosialnya dalam mewujudkan kesejahteraan bersama sehingga menjembatani keseimbangan hubungan perusahaan dengan masyarakat.

Salah satu perusahaan yang mencoba untuk menjalankan hubungan baik dengan masyarakat sekitar adalah PT. Indonesia Power Unit Bisnis Pembangkitan Mrica. Secara korporat, PT. Indonesia Power adalah sebuah anak perusahaan PT. PLN (Persero) yang menjalankan usaha komersial pada bidang pembangkitan tenaga listrik. Saat ini, PT. Indonesia Power merupakan perusahaan pembangkitan listrik dengan daya mampu terbesar di Indonesia. Bisnis utama PT. Indonesia Power adalah pengoperasian pembangkit listrik di Pulau Jawa dan Bali yang tersebar di 8 lokasi. PT. Indonesia Power Unit Bisnis Pembangkitan Mrica adalah salah satu dari 2 Unit Bisnis yang bergerak pada Pembangkit Listrik Tenaga Air (www.indonesiapower.co.id diakses pada tanggal 7 Oktober 2011 pukul 22.17 WIB).

PT. Indonesia Power melakukan beberapa kegiatan CSR dalam rangka menjalin hubungan baik dengan masyarakat, berupa pemberian bantuan bibit pohon kepada para petani di beberapa kecamatan sekitar perusahaan, pelatihan ketrampilan (tata rias, teknisi hp dan menjahit, teknisi las, memasak dan pembuatan kue kering serta pengolahan hasil pertanian perikanan) dan bakti sosial dengan bentuk pengobatan gratis dan khitanan massal bagi masyarakat di sekitar perusahaan(www2.banjarnegarab.go.id/VI/menu.php?name=Berita&file=print&sid=906, diakses pada tanggal 20 November 2011 pukul 11.10 WIB).

Kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Indonesia Power UBP Mrica tidak hanya terfokus pada pemberian bantuan atau yang biasa dikenal dengan istilah *charity*. Kepentingan perusahaan akan waduk Panglima Besar Soedirman memberikan fokus tersendiri akan isu pelestarian lingkungan. Sungai Serayu sebagai sungai induk waduk Panglima Besar Soedirman dalam beberapa tahun mengalami peningkatan proses sedimentasi yang melonjak.

Waduk yang sedimentasinya tinggi disebabkan oleh tingkat erosi yang tinggi di DAS-nya. Tingkat erosi yang tinggi disebabkan oleh sistem budidaya yang kurang memperhatikan prinsip-prinsip konservasi air dan tanah. Waduk yang mengalami sedimentasi tinggi adalah waduk Mrica di DAS Serayu, Jawa Tengah (diakses dari

<http://www.pusair-pu.go.id/artikel/kesatu.pdf> tanggal 07 Oktober 2011 pukul 22 : 45 WIB).

Harian Kompas (Edisi Rabu, 21 Juli 2010, kolom Jateng) menyebutkan bahwa Waduk Panglima Besar Soedirman, Mrica, Banjarnegara bukan hanya dihadapkan pada persoalan sedimentasi yang dari waktu ke waktu terus meningkat, tetapi juga problem penurunan kualitas air. Plankton air berupa eceng gondok kini telah merebak di permukaan waduk terbesar di Jawa Tengah bagian barat tersebut. Kondisi ini pertanda penurunan kualitas air yang diakibatkan tingginya kandungan logam berat yang berasal dari penggunaan pestisida dan pupuk kimia secara berlebihan di daerah hulu.

Tingkat sedimentasi waduk Mrica atau waduk Panglima Besar Soedirman mengalami peningkatan yang tajam dari tahun ke tahun. Secara kasat mata, sedimentasi dapat dilihat pada kekeruhan air sungai. Selain itu, aliran sungai juga kerap membawa material padat berupa batu cadas atau sampah. Larutnya berbagai material ditengarai menyebabkan penyuburan lumpur, sehingga memicu pertumbuhan tanaman di dasar waduk.

Waduk Mrica disangga oleh dua sungai besar di Banjarnegara, yaitu Serayu dan Merawu. Diperkirakan, erosi pada Daerah Aliran Sungai (DAS) Serayu yang luasnya 678,31 km² itu mencapai 4,12 mm/tahun. Kondisi lebih parah terjadi di DAS Merawu. Dengan luas sekitar 218,6 km², laju erosi mencapai 10,23

mm/tahun. Laju erosi di kedua DAS itu membuat endapan lumpur di dalam Waduk Mrica mencapai 74 juta m³. Padahal kapasitas waduk hanya 140 juta m³. Artinya, separo lebih daya tampungnya dipenuhi oleh lumpur (Wacana pada 29 Juli 2008, “Menyelamatkan Waduk Mrica” oleh Surahmat, peserta Jambalaya Serayu dan anggota Badan Penerbitan dan Pers Mahasiswa (BP2M) UNNES diakses dari <http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2008/07/29/24090/Menyelamatkan.Waduk.Mrica> tanggal 9 Juli 2012 pukul 13.00 WIB).

Kondisi waduk dengan tingkat sedimentasi yang tinggi akan memberikan dampak yang besar jika dibiarkan terus menerus. Waduk PB. Soedirman sebagai sumber energi alternatif yang menyumbang produksi listrik nasional dapat terganggu eksistensinya akibat pendangkalan waduk yang bersumber pada erosi di DAS. Erosi yang sangat cepat terjadi pada DAS dapat disebabkan setidaknya akan tiga hal.

Pertama, tanah di keempat kecamatan penyangga waduk sangat miring sehingga beberapa tanah di daerah perbukitan mudah hanyut oleh air atau longsor. Kedua, sebagian besar penduduk yang berprofesi sebagai petani sayur umumnya mereka menebang tanaman menahun, agar sayuran bisa tumbuh dengan baik. Mereka juga kerap membuat bedeng tanah searah dengan kemiringan tanah, sehingga tanah lebih mudah hanyut jika hujan. Ketiga, terjadi kerusakan di hulu sungai Serayu dan Merawu (diakses dari

<http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2008/07/29/24090/Menyelamatkan.Waduk.Mrica> tanggal 9 Juli 2012 pukul 13.00 WIB).

Sedimentasi yang tinggi pada akhirnya akan mengganggu pengoperasian listrik yang memanfaatkan debit tinggi rendahnya air waduk. Sungai Serayu merupakan Satuan Wilayah Sungai (SWS) yang memiliki fungsi sangat besar bagi kehidupan masyarakat Provinsi Jawa Tengah. Di dalam SWS Serayu terdapat bendung besar yaitu waduk PB. Soedirman atau waduk Mrica. Waduk PB. Soedirman merupakan aset mahal yang berfungsi sebagai sarana irigasi, perikanan, pariwisata dan pembangkit listrik (disampaikan dalam rangka kegiatan Jambalaya II UBP Mrica 27 September 2005 oleh Kepala Laboratorium Lingkungan/Staf Pengajar Univ. Jenderal Soedirman).

Kegiatan CSR menjadi salah upaya perusahaan dalam memberikan kesadaran lingkungan dan perbaikan konservasi alam di daerah aliran sungai (DAS) Serayu dan sub DAS Serayu sekaligus memberdayakan masyarakat. Perhatian akan isu pelestarian lingkungan dibuktikan oleh diperolehnya predikat PROPER Hijau dan Biru bagi seluruh unit pembangkit listrik PT. Indonesia Power di Indonesia(<http://www.indonesiapower.co.id/Lists/PressRelease/AllItems.aspx> diakses pada 4 Januari 2012 pukul 16 : 15 PM).

CSR PT. Indonesia Power UBP Mrica ditujukan untuk mengatasi akar permasalahan lingkungan yang terjadi dengan melakukan rehabilitasi DAS Serayu dan memperbaiki pelan-pelan pola pengelolaan tanah yang keliru, termasuk dengan merehabilitasi

hutan yang rusak. Upaya rehabilitasi lingkungan sebenarnya telah dilakukan oleh UBP Mrica sejak tahun 1982. Upaya penghijauan dilakukan tidak hanya di daerah DAS Serayu ataupun Merawu, melainkan juga kecamatan yang terletak dekat dengan UBP Mrica.

Namun, upaya penghijauan merupakan bentuk yang hanya dapat menyentuh fisik lingkungan. Hal tersebut dikarenakan upaya penghijauan yang dilakukan hanya berupa bantuan pupuk, bibit dan tanam. Sedangkan erosi yang sangat cepat terjadi disebabkan beberapa hal oleh pola perilaku masyarakat. Selain pola bantuan bibit dan tanam, UBP Mrica melakukan pelaksanaan CSR dengan berbasiskan program pengembangan masyarakat (*community development*) yang dijabarkan dalam kegiatan berikut :

Tabel. 1. 1. Program *Community Development* UBP Mrica

No	Tahun Kegiatan	Bentuk Kegiatan
1.	2006	Sosialisasi dan pelatihan bertema pelestarian lingkungan yang diberi nama JAMBALAYA SERAYU (Jumpa Bhakti Lingkungan Alam Raya I)
2.	2007	JAMBALAYA SERAYU II (Jumpa Bhakti Lingkungan Alam Raya II)
3.	2008	JAMBALAYA SERAYU III (Jumpa Bhakti Lingkungan Alam Raya III)
4.	2009	Sekolah Lapangan (SL) Konservasi di 2 desa yakni Kubang dan Leksana
5.	2010	Sekolah Lapangan (SL) Konservasi di 4 desa yakni Pagerpelah, Jlegong, Karanggondang dan Susukan.
6.	2011	Sekolah Lapangan (SL) Konservasi di 4 desa yakni Paweden, Dawuhan, Tlahab dan Ratamba

Sumber : Humas UBP Mrica, diolah kembali oleh peneliti

Pada dasarnya bentuk kegiatan yang tertera dalam tabel di atas merupakan bentuk sosialisasi kepada masyarakat di daerah DAS

agar mau berpartisipasi dalam melestarikan lingkungan. Selain itu, masyarakat yang berpartisipasi dapat memahami peran sertanya dalam upaya menjaga dan menyelamatkan waduk PB Soedirman (disampaikan oleh Surahmat, peserta Jambalaya Serayu, dalam <http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2008/07/29/24090/Menyelamatkan.Waduk.Mrica> diakses pada tanggal 9 Juli 2012 pukul 13.00 wib).

Salah satu program CSR PT. Indonesia Power UBP Mrica yang peneliti fokuskan pada penelitian ini adalah Sekolah Lapangan Konservasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan Humas UBP Mrica, Gunawan SW pada 26 Oktober 2011, SL fokus memberdayakan masyarakat di daerah DAS dengan memperkenalkan budidaya baru kepada masyarakat. Pemberdayaan ini diharapkan dapat menjaga kelestarian lingkungan DAS dan berdampak pada kelestarian Waduk PB. Soedirman.

Sekolah Lapangan dalam praktiknya memberikan dampak terhadap masyarakat peserta SL. Peserta SL menguraikan bahwa terdapat dampak secara sosial dan ekonomi. Dampak secara sosial, kelembagaan petani menjadi semakin erat dengan partisipasinya kelompok tani desa dalam proses SL. Sedangkan secara ekonomi, SL membantu petani dalam peningkatan kualitas lahan dan pembudidayaan tanaman kopi (wawancara dengan Bpk. Haryanto, peserta SL Konservasi tahun 2009 pada 31 Januari 2012).

Model Pendekatan Pendidikan Orang Dewasa yang dipraktikkan dalam SL dan usaha tani berbasis konservasi lahan serta berwawasan lingkungan menjadi keunggulan tersendiri bagi masyarakat petani yang mengikuti Sekolah Lapangan. Wawasan *agroforestry* yang didapat oleh petani dapat merubah sikap petani dan memberikan keterampilan dalam bercocok tanam (wawancara dengan Penyuluh Kehutanan untuk Sekolah Lapangan, Firman Fuadi pada 18 Oktober 2011).

Sekolah Lapangan adalah bentuk penerapan konsep segitiga ABG dengan melibatkan akademisi/komunitas masyarakat, bisnis/perusahaan dan pemerintah daerah yang bermuara pada program pengembangan masyarakat (diakses dari <http://nasional.jurnas.com/halaman/38/2011-04-21/166793> pada 4 Januari 2012). Menurut Kartini (2009 : 116), konsep ABG adalah pola kemitraan yang terpadu, terintegrasi dan bermuatan demi kepentingan masyarakat dan berefek yang luar biasa untuk pengurangan kemiskinan masyarakat kota atau kabupaten.

Uraian permasalahan yang telah dipaparkan penulis diatas membuat peneliti tertarik lebih jauh untuk melakukan penelitian mengenai Sekolah Lapangan Konservasi sebagai CSR UBP Mrica dengan menitikberatkan pada implementasi program.

B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

“Bagaimana implementasi Sekolah Lapangan Konservasi tahun 2009 sebagai *Corporate Social Responsibility* PT. Indonesia Power UBP Mrica Banjarnegara ?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

Mendeskripsikan implementasi Sekolah Lapangan Konservasi yang dilakukan PT. Indonesia Power UBP Mrica Banjarnegara sebagai kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis program Pengembangan Masyarakat (*Community Development*).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada kajian Ilmu Komunikasi yakni *Community Development* sebagai bentuk *Corporate Social Responsibility*.

2. Manfaat Praktis

Untuk perusahaan :

- a. Memberikan analisa mengenai pelaksanaan Sekolah Lapangan Konservasi dan output yang diterima masyarakat akan Program *Community Development* Sekolah Lapangan Konservasi, serta dampaknya bagi lingkungan di desa tujuan.

- b. Menjadi salah satu masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas Program *Community Development* Sekolah Lapangan Konservasi.

E. Kajian Teori

E.1. Konsep dan Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Banyak pakar menjelaskan mengenai apa yang dimaksud dengan CSR, peneliti mengambil berbagai penjelasan mengenai konsep CSR :

Howard R Bowen mengartikan CSR sebagai “...it refers to the obligations of businessmen to pursue those policies, to make those decisions, or to follow those lines of actions which are desirable in terms of the objectives and values of our society” (Bowen dalam Wahyudi dan Azheri 2008:20).

Bowen, sebagai Bapak dari CSR Modern memperkenalkan diskursus CSR secara akademik untuk pertama kali dengan melihat CSR sebagai suatu kewajiban sosial dimana kewajiban tersebut ditunjukkan dalam suatu tindakan, dimana tindakan harus sesuai dengan kebutuhan dan nilai-nilai yang ada di dalam masyarakat.

Definisi lebih spesifik diungkapkan oleh The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) sebagai lembaga internasional yang beranggotakan 120 perusahaan multinasional dari 30 negara dunia. WBCSD merumuskan bahwa CSR :

“Continuing commitment by business to behave ethically and contributed to economic development while improving the quality of live of the workforce and their families as well as of the local community and society at large (Budimanta, Prasetyo dan Rudito; 2004 : 72).”

Definisi tersebut mengungkapkan bahwa CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan berikut komuniti setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

Kedua pendapat menurut Bowen dan WBCSD dapat ditarik garis besar bahwa secara sederhana CSR adalah kewajiban perusahaan untuk memahami kepentingan masyarakat. Hendaknya perusahaan mengacu pada kepentingan yang ada dalam masyarakat. Perusahaan juga harus jeli dalam menangkap harapan-harapan masyarakat terhadap perusahaan.

Pendapat mengenai CSR yang terkenal dicetuskan oleh John Elkington. Elkington memberikan rumusan CSR yang dikenal dengan istilah *“Triple Bottom Line”* (Wahyudi dan Azheri, 2008 : 44). Rumusan tersebut mengelompokkan CSR kedalam tiga aspek yang meliputi kesejahteraan atau kemakmuran ekonomi (*economic prosperity*), peningkatan kualitas lingkungan (*environmental quality*) dan keadilan sosial (*social justice*). Lebih lanjut Elkington menegaskan bahwa suatu perusahaan yang ingin menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) harus

memperhatikan “*Triple P*” yaitu *Profit, Planet and People*. Bila dikaitkan antara “*Triple Bottom Line*” dengan “*Triple P*” dapat disimpulkan bahwa “*Profit*” sebagai wujud aspek ekonomi, “*Planet*” sebagai wujud aspek lingkungan dan “*People*” sebagai aspek sosial.

Pendapat Elkington akan CSR memberikan perhatian yang lebih luas lagi bagi perusahaan dalam melakukan praktik bisnisnya. Perusahaan dituntut untuk memahami kebutuhan lingkungan sebagai sumber daya yang harus dijaga kelestarian dan keberlanjutannya sehingga bisa terus dinikmati generasi sekarang dan tetap dinikmati oleh generasi berikutnya. Atau dengan kata lain merupakan bentuk timbal balik yang dilakukan perusahaan dikarenakan perusahaan telah mengambil keuntungan dari lingkungan sekitar.

Pentingnya CSR untuk diterapkan oleh pelaku bisnis dapat dilihat dari definisi yang dimiliki oleh Philip Kotler dan Nancy Lee. Kotler dan Lee melihat bahwa CSR merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan.

Philip Kotler dan Nancy Lee mengungkapkan “*CSR is a commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resources (Kotler and Lee, 2005 : 3).*”

Berbagai definisi yang ada mengenai CSR memberikan peneliti point penting sebagai acuan yakni dari dua konsep CSR yang ditawarkan oleh Elkington dan Kotler. Pada intinya, CSR merupakan

“komitmen” dari Perusahaan untuk menitegrasikan kepeduliannya terhadap masalah ekonomi, sosial dan lingkungan. Keberhasilan ekonomi akan berkaitan erat dengan kondisi sosial dan lingkungan dimana perusahaan beroperasi. Kaitannya dengan Sekolah Lapangan Konservasi, program CSR dilakukan sebagai komitmen akan pelestarian lingkungan yang berkaitan dengan aspek sosial ekonomi masyarakat dengan memberikan kontribusi kepada masyarakat.

E.2. Bentuk-bentuk *Corporate Social Responsibility*

Kotler dan Lee (2005 : 34-36) mengidentifikasi 6 pilihan program bagi perusahaan untuk melakukan inisiatif dan aktivitas yang berkaitan dengan berbagai masalah sosial sekaligus sebagai wujud komitmen dari tanggung jawab sosial perusahaan. Keenam inisiatif sosial yang bisa dieksekusi tersebut yakni :

1. Cause Promotions (Promosi Kegiatan Sosial)

Bentuk *Cause Promotions* merupakan bentuk komitmen perusahaan dengan memberikan kontribusi dana atau model penggalangan dana dengan tujuan meningkatkan kesadaran akan masalah-masalah sosial tertentu.

2. Cause-Related Marketing (Pemasaran terkait kegiatan sosial)

Perusahaan menyisihkan sepersekian persen dari pendapatan perusahaan sebagai bentuk kontribusi perusahaan bagi masalah sosial tertentu untuk periode atau

jenis produk tertentu. Bentuk ini dengan kata lain merupakan donasi perusahaan sebagai wujud komitmen perusahaan.

3. *Corporate Social Marketing* (Pemasaran kemasyarakatan korporasi)

Perusahaan membantu pengembangan maupun implementasi dari kegiatan kampanye dengan tujuan fokus untuk merubah perilaku tertentu yang bisa berdampak negatif.

4. *Corporate Philantrophy* (Kegiatan Filantropi perusahaan)

Perusahaan berinisiatif dengan memberikan secara langsung kontribusi dalam bentuk donasi atau sumbangan tunai kepada suatu kegiatan amal.

5. *Community Volunteering* (Pekerja Sosial kemasyarakatan secara sukarela)

Komitmen yang dilakukan perusahaan berupa aktivitas memberikan bantuan dan mendorong karyawan serta mitra bisnisnya untuk secara sukarela terlibat membantu masyarakat setempat.

6. *Socially Responsible Business Practices* (Praktika bisnis yang memiliki tanggung jawab sosial)

Merupakan inisiatif dimana perusahaan mengadopsi dan melakukan praktik bisnis tertentu serta investasi yang

ditujukan untuk meningkatkan kualitas komunitas dan melindungi lingkungan.

Selain 6 identifikasi pilihan program menurut Kotler dan Lee, peneliti juga mengacu pada konsep CSR yang memuat 4 kategori dan aktivitas CSR menurut Caroll (1979) dalam Kartini (2009 : 14) yakni, *Discretionary Responsibilities*, *Ethical Responsibilities*, *Legal Responsibilities* dan *Economic Responsibilities*. Bentuk dan penjabaran 4 kategori CSR tersebut peneliti ungkap dalam tabel di bawah ini.

Tabel 1.2. Kategori CSR dan Aktivitas CSR

Kategori CSR	Aktivitas CSR
<i>Discretionary Responsibilities</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Corporate Giving/charity</i> - <i>CorporateCitizenship</i> - <i>Community Development</i>
<i>Ethical Responsibilities</i>	Memproduksi produk makanan yang bergizi dan aman bagi konsumen.
<i>Legal Responsibilities</i>	Membayar pajak, mematuhi Undang-Undang ketenagakerjaan
<i>Economic Responsibilities</i>	Melaksanakan <i>Good Corporate Governance</i> yang memungkinkan perusahaan memperoleh maksimalisasi laba

Sumber : Diadaptasi dari Archie B. Caroll, A. *Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance* dalam Kartini, 2009 : 15

Poerwanto (2010 : 29) mencoba menjelaskan lebih dalam mengenai keempat kategori CSR menurut Archie B. Carroll :

Kriteria tanggung jawab ekonomi (*economic responsible*), menunjukkan bahwa setiap usaha harus mampu memperoleh keuntungan baik berupa uang, keuntungan sosial, citra, maupun keberlangsungan usaha. Kriteria tanggung jawab legal (*legal responsibilities*) berkaitan dengan kepatuhan perusahaan memenuhi aturan yang berlaku dalam tata kehidupan.

Kriteria tanggung jawab etika (*ethics responsibilities*) merupakan kebijakan perusahaan yang didasarkan pada nilai dan norma yang berkembang di masyarakat sebagai kepedulian akan hak-hak individu maupun kelompok. Bentuk tanggung jawab yang terakhir yakni *discretionary* yakni suatu kebijakan yang murni sukarela dan didasarkan atas keinginan perusahaan untuk memberikan kontribusi sosial yang tidak mengharapkan imbalan secara langsung.

E.3. 1. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR merupakan suatu kegiatan yang memiliki pertimbangan kunci bagi perusahaan ketika membangun dan mengkomunikasikan strategi CSR. Strategi CSR akan menjadi lemah ketika perusahaan tidak memasukkan komponen komunikasi yang jelas. Dalam Komunikasi Korporat (Argenti, 2010 : 85) Komunikasi dua arah dan menciptakan dialog berkelanjutan merupakan kunci

penting dalam membangun dan mengkomunikasikan strategi CSR sebuah perusahaan.

Komunikasi dua arah akan melihat respons dan harapan konstituen akan suatu program CSR. Komunikasi dua arah akan membantu kesuksesan sebuah strategi CSR dan memungkinkan membantu perusahaan dalam meningkatkan reputasinya. Harapan konstituen kemudian akan terus dipantau melalui dialog berkelanjutan yang dilakukan oleh perusahaan dengan konstituennya.

Implementasi *Corporate Social Responsibility* terbagi dalam tiga langkah, yakni :

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan menjadi bagian penting dari proses pelaksanaan kegiatan CSR, hal ini dikarenakan perencanaan akan menentukan ketepatan dan keefektifan akan suatu program yang dirancang bagi stakeholder sasaran. Perumusan tujuan CSR oleh Perusahaan sangat bergantung kepada hasil analisis perusahaan (Solihin, 2009 : 129). Menurut Hadi (2010 : 132) perusahaan melakukan CSR lebih didasarkan pada motif perusahaan sehingga dalam praktiknya lebih didasarkan pada pertimbangan sejauh mana praktik CSR memberikan manfaat pada operasional perusahaan.

Kaitannya dengan CSR, tanggung jawab sosial perusahaan diimplementasikan dalam program dan kegiatan *community development*. Bisa juga dinyatakan *community development*

merupakan bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan. Program *community development* mempunyai potensi untuk meningkatkan nilai usaha terhadap perusahaan. Nilai usaha perusahaan dapat dimaksimalkan jika program *community development* merencanakan strategi program melalui (Rudito, Budimanta, 2003 : 32) :

1. Pendefinisian Sasaran

Perusahaan harus dapat mengidentifikasi keuntungan usaha potensial dari sebuah program *community development* guna membentuk basis dalam merencanakan tujuan dan sasaran dari perusahaan.

2. Memahami harapan komuniti dan *stakeholder*

Perusahaan dapat membuat program yang berasal dari tujuan umum komuniti dan *stakeholder*. Tujuan secara umum ini dapat membantu perusahaan dan komuniti dalam membangun kepercayaan, meningkatkan kemampuan, transparansi dan mendefinisikan tujuan dan sasaran secara bersama.

3. Membentuk kerjasama untuk mempromosikan *community development* sebagai unit usaha.

Community development akan memberikan suatu keuntungan yang lebih jika perusahaan mendukung dengan melibatkan *stakeholder* yang ada ke dalam perusahaan. Sebagai contoh, perusahaan dapat mengikutsertakan senior

manager, staff lingkungan, staff hubungan masyarakat, organisasi pekerja dan lainnya.

Gunawan (2008 : 30) mengungkapkan bahwa proses perencanaan dapat juga dilakukan melalui metode PRA atau *Participatory Rural Appraisal* sebagai langkah awal sebuah program pengembangan masyarakat. PRA diartikan sebagai penilaian, pengkajian dan penelitian keadaan/kondisi (potensi dan masalah) desa dengan melibatkan partisipasi masyarakat setempat.

Tujuan digunakannya PRA menurut Gunawan adalah masyarakat mampu mengetahui potensi dan permasalahannya sendiri secara rinci sebagai tujuan jangka pendek. Tujuan jangka panjang dari PRA dapat menggugah dan menumbuhkan kesadaran bahwa masyarakat memiliki dan potensi sekaligus menghadapi masalah.

Metode PRA menekankan pada teknik pengumpulan data dan yang lebih luas adalah proses pembelajaran masyarakat yang terus-menerus dari awal perencanaan hingga evaluasi akhir. PRA akan memberikan tiga hal bagi pengorganisir/pendamping masyarakat, yakni sejarah desa, peta desa dan potensi desa dengan berbagai permasalahannya.

2. Pelaksanaan

Pelaksanaan CSR merupakan tahap aplikasi dari perencanaan program CSR yang telah ditentukan sebelumnya. Strategi pelaksanaan CSR dapat ditetapkan jika perusahaan memiliki

ketergantungan arah mengenai sasaran kebijakan tanggung jawab sosial. Strategi implementasi perusahaan tidak terlepas dari visi misi perusahaan serta kebijakan tanggung jawab sosial yang akan dilakukan. Menurut (Hadi, 2010 : 129) program CSR dilakukan dengan mengacu pada strategi *Public Relations*, strategi *Defensif* dan *Community Development*.

Public Relations, pada umumnya strategi ini dipimpin oleh public relations departemen ataupun pihak lain yang bertujuan untuk membangun citra perusahaan. Strategi yang mengacu pada model ini berusaha membangun dan menanamkan citra perusahaan kepada para pemangku kepentingan perusahaan dan masyarakat. Bentuk aktivitas CSR yang dipraktikan digunakan dalam rangka promosi, membangun citra produk, membuka pasar atau memenangkan pasar persaingan bisnis.

Strategi *Defensif*, digunakan setelah adanya komplain para pemangku kepentingan terjadi kepada perusahaan. Strategi ini dilakukan sebagai bentuk tangkisan atau mengubah anggapan negatif yang telah tertanam pada diri komunitas terhadap perusahaan. Upaya yang dapat dilakukan berupa pemenuhan tuntutan masyarakat, pemenuhan anjuran peraturan, kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku, maupun upaya yang muncul dari dalam diri perusahaan, adanya persepsi dan prediksi potensi muncul komplain pemangku kepentingan di masa yang akan datang.

Strategi *community development* mendudukan *stakeholder* dalam paradigma *common interest*. *Stakeholder* dilibatkan dalam pola hubungan kemitraan, dengan diberikan kesempatan menjadi bagian dari *shareholder*. Perusahaan memberikan kesempatan kepada *stakeholder* untuk meningkatkan kesejahteraannya lewat pemberdayaan yang dikelola bersama melalui kegiatan produktif. Kegiatan produktif akan memberikan manfaat jangka panjang yaitu akses lebih luas kepada *stakeholder* dalam meningkatkan kemandiriannya.

Berdasarkan 3 acuan strategi yang dipaparkan Hadi (2010), terlihat bahwa perusahaan memiliki latar belakang berbeda-beda dalam melaksanakan CSR. Latar belakang yang paling mendasar yaitu adanya kebutuhan untuk membangun citra perusahaan dikarenakan hanya melibatkan kepentingan perusahaan. Sementara yang paling kompleks ada pada strategi terakhir yaitu melakukan kemitraan masyarakat sebagai bentuk kontribusi perusahaan dalam mengaplikasikan kebutuhan masyarakat.

Selain bentuk strategi di atas, terdapat pola strategi lain yang dijadikan pijakan dalam mengimplementasikan CSR di lapangan. Hadi (2010 : 146) membagi 2 pola strategi pelaksanaan CSR dilihat dari sudut pandang keterlibatan manajemen perusahaan, yaitu :

1. Self managing strategy

Strategi ini mempraktikkan kegiatan CSR yang dilakukan sendiri oleh Perusahaan di lapangan atau dapat dilakukan dengan pendirian yayasan oleh perusahaan. Perusahaan bisa melakukan kegiatan CSR dengan membentuk departemen yang difungsikan untuk mengimplementasikan CSR. Departemen tersebut yang akan merencanakan, merumuskan tujuan, target, evaluasi dan monitoring serta melaksanakannya.

2. Outsourcing

Pola strategi *outsourcing* dapat diartikan pelaksanaan CSR tidak dilakukan langsung oleh perusahaan di lapangan, melainkan diserahkan kepada pihak ke tiga. Terdapat pola model *outsourcing*, yakni :

- 1) Bermitra dengan pihak lain (seperti event organizer, LSM, Pemerintah, institusi pendidikan, dan sebagainya)
- 2) Bergabung dan mendukung kegiatan bersama baik berjangka pendek maupun berjangka panjang.

3. Evaluasi

Evaluasi dimaksudkan sebagai kegiatan menilai, menaksir, mengukur secara obyektif atas program sejak perencanaan selama pelaksanaan hingga pelaporan di akhir program (Gunawan, 2008 : 58). Model evaluasi parsitipatif dapat digunakan sebagai metode evaluasi

akan suatu program *community development* dengan dilakukan oleh semua yang terlibat dalam program (perencana, pelaksana, penyandang dana, penerima manfaat dan evaluator).

Dalam evaluasi partisipatif terdapat beberapa tahapan, yakni (Gunawan, 2008 : 60) :

1. Penyamaan persepsi mengenai evaluasi partisipatif
2. Membahas hal-hal yang akan dievaluasi
3. Menentukan obyek-obyek yang akan dievaluasi
4. Mengumpulkan informasi (data lapangan)
5. Membahas hasil pendataan
6. Analisis dan merumuskan hasil evaluasi
7. Menyusun dan menyepakati rencana tindak lanjut
8. Menyusun laporan

Salah satu cara untuk mengetahui sebuah program lebih bersifat *charity* ataukah telah menyentuh persoalan-persoalan ataupun kebutuhan masyarakat adalah melalui mekanisme pemantauan dan evaluasi (Rudito dan Budimanta, 2003 : 106). Pemantauan dalam pelaksanaan program dilakukan guna mencari persepsi secara emik dari pandangan para pelaku program tentang kinerja dan efektifitas dari program yang dilaksanakan.

E.3.2. Faktor yang Mempengaruhi Implementasi CSR

CSR tidak hanya memiliki definisi suatu bentuk kedermawanan yang biasanya lebih karena bencana alam. Bentuk seperti itu akan memberikan tujuan CSR yang berupa pembodohan masyarakat, dikarenakan akan melahirkan sikap masyarakat yang manja. CSR sebenarnya memiliki tujuan untuk pemberdayaan, bukan memperdayai. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri (Untung, 2008 :11).

Menurut *Princes of Wales Foundation* dalam (Untung, 2008: 11) ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi CSR. Lima faktor yang mempengaruhi CSR yaitu :

1. Menyangkut *Human Capital* atau pemberdayaan manusia.

Faktor *Human Capital* berkaitan dengan internal perusahaan untuk menciptakan sumber daya manusia yang handal, sedangkan secara eksternal perusahaan dituntut melakukan pemberdayaan masyarakat.

2. *Environments* yang berbicara tentang lingkungan.

Perusahaan harus berupaya keras menjaga kelestarian lingkungan.

3. *Good Corporate Governance*.

Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan harus mengacu pada praktik bisnis yang baik (*Good Corporate Governance*).

4. *Social Cohesion*

Pengertian *social cohesion* adalah pelaksanaan CSR tidak boleh menimbulkan kecemburuan sosial. CSR adalah upaya untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar tidak menimbulkan konflik.

5. *Economic Strength*

Economic Strength diartikan dengan memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi. Perusahaan dituntut untuk tidak menjadi kaya sendiri sementara komunitas di lingkungannya miskin. Perusahaan harus memberdayakan ekonomi sekitarnya.

E.3.3.CSR berbentuk Pemberdayaan Masyarakat (*Community Development*)

Program *community development* memiliki tiga karakter utama (Gunawan, 2008 : 21), yaitu berbasis masyarakat (*community based*), berbasis sumber daya setempat (*local resource based*) dan berkelanjutan (*sustainable*). Dua sasaran yang ingin dicapai adalah sasaran kapasitas masyarakat dan sasaran kesejahteraan.

Ruang lingkup *community development* yang dapat diartikan sebagai kegiatan pengembangan masyarakat dapat dibagi berdasarkan kategorinya kedalam tiga program menurut Budimanta dalam (Rudito, Budimanta, 2003 : 33), yakni : *Community Services*, *Community Empowering* dan *Community Relation*.

Community Services merupakan pelayanan korporat untuk memenuhi kepentingan masyarakat ataupun kepentingan umum. Bentuknya berupa pembangunan sarana umum (transportasi atau jalan), peningkatan sarana pendidikan, peningkatan sarana transportasi, perbaikan atau peningkatan kesehatan (bantuan obat-obatan, paramedis, penyuluhan kesehatan) dan lain sebagainya.

Community Empowering yakni program-program yang berhubungan dengan pemberian akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya. Kegiatannya terkait dengan pengembangan ataupun penguatan kelompok-kelompok swadaya masyarakat, komunitas lokal, organisasi profesi serta peningkatan kapasitas usaha masyarakat yang berbasis sumber daya setempat.

Community Relation, merupakan kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Sebagai contoh konsultasi publik, penyuluhan dan lain sebagainya.

Dalam praktiknya, usaha-usaha untuk mengimplementasikan *community development* adalah melalui konsentrasi kepada aktivitas, sumber daya dan fasilitas yang ada, dan membentuk dasar-dasar sehingga pada masanya nanti komunitas setempat dapat mengontrol masa depannya. *Community development* memiliki beberapa prinsip, yaitu (Gunawan, 2008 : 22) :

1. Kebutuhan komunitas harus dilihat dalam pendekatan yang holistik. Meskipun prioritas dapat disusun secara sektoral, namun harus mampu menjelaskan keterkaitannya dalam perencanaan secara menyeluruh.
2. CD adalah proses. Artinya proses mestilah menjadi bagian penting dalam seluruh aktivitas, sehingga dimonitor dan dievaluasi secara baik, dan diperlakukan sama pentingnya dengan hasil atau kemajuan yang diperoleh.
3. Pemberdayaan merupakan hasil dari pengaruh, partisipasi dan pendidikan komunitas. Yang dituju oleh kegiatan CD adalah “pemberdayaan” dari komunitas bersangkutan. Ia akan dicapai apabila rangkaian aktifitas yang dijalankan merupakan kebutuhan dan keinginan komunitas bersangkutan, sehingga partisipasi dapat berjalan secara sempurna. Selain itu, seluruh tahapan haruslah dipandang sebagai sebuah proses pendidikan bagi komunitas.
4. Aktifitas yang dijalankan harus menjamin bahwa itu memperhatikan lingkungan sekitar.
5. Mempertimbangkan keberlanjutannya (*sustainability*).
6. Kemitraan antar seluruh pelaku akan lebih menjamin akses kepada sumberdaya secara lebih adil.

Prinsip tersebut diatas memperlihatkan bahwa *community development* dalam implementasinya menyangkut peran dan

kebutuhan masyarakat yang lebih besar dibanding terhadap perusahaan itu sendiri. Pemenuhan 5 faktor diatas dapat membantu perusahaan untuk melakukan praktik CSR tidak hanya terfokus pada bentuk bantuan materi. Melahirkan masyarakat yang kreatif dan inovatif lebih bermanfaat bagi masyarakat dalam menghadapi permasalahan yang sedang dihadapi dengan mengembangkan kemampuan/potensi yang mereka miliki.

E. 4. Peran *Public Relations* dalam *Corporate Social Responsibility*

Public Relations tidak ubahnya seperti pencerminan suatu perusahaan. Secara umum, *Public Relations* memiliki peranan untuk membentuk citra yang positif bagi perusahaan. Ruslan (2001 : 21) menjabarkan bahwa *Public Relations* memiliki peranan yang lebih luas yakni membina hubungan ke dalam yaitu bagian dari perusahaan itu sendiri dan membina hubungan keluar perusahaan (masyarakat).

Cutlip, et al (2007:7) menerangkan bahwa aktivitas *Public Relations* yang berorientasi kedalam dan keluar perusahaan memberikan *Public Relations* sebagai fungsi manajemen dan *Public Relations* sebagai fungsi komunikasi. PR sebagai fungsi manajemen sangat terkait dengan penyusunan kebijakan perusahaan yang selaras dengan kepentingan publik sehingga PR telah menjadi bagian penting dalam manajemen puncak perusahaan dalam pengambilan

keputusan perusahaan. Fungsi komunikasi yang dimiliki PR dapat dipahami dengan kedudukan PR sebagai staff khusus yang melakukan komunikasi antara perusahaan dengan publiknya.

Peranan *Public Relations* dalam organisasi sangat berpengaruh pada aktivitas kehumasan yang dijalankannya. Scott M. Cutlip, Allen H. Center dan Glen M. Broom dalam (Ruslan, 2001) membagi empat peran *Public Relations* di masyarakat, yaitu :

1. *Communications Technician* (Teknisi Komunikasi)

Perekrutan teknisi komunikasi ditujukan untuk menulis dan menyunting majalah karyawan, menulis siaran pers dan cerita feature, mengembangkan isi situs web dan berurusan dengan kontak media. Dalam menjalankan peran ini praktisi PR tidak turut serta dalam identifikasi masalah PR yang dihadapi organisasi dan pencarian solusi yang tepat untuk mengatasinya. Para praktisi hanya berkonsentrasi pada aspek-aspek teknis pelaksanaan komunikasi.

2. *Expert Prescriber* (Penentu Ahli)

Praktisi yang beroperasi sebagai praktisi ahli bertugas mendefinisikan masalah yang muncul, menjalankan program dan bertanggung jawab penuh atas penerapannya. Disini manajemen bersifat pasif, dimana manajemen percaya akan kemampuan praktisi PR. Dengan segala kemampuan dan keahlian di bidang kehumasan, praktisi PR

diberi wewenang sepenuhnya oleh manajemen untuk membantu manajemen dalam menangani permasalahan yang dihadapi.

3. *Communication Fasilitator* (Fasilitator komunikasi)

Praktisi PR bertindak sebagai komunikator/mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya dari organisasi yang bersangkutan, sekaligus memfasilitasi publik untuk menyampaikan maksudnya berkaitan dengan organisasi dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Praktisi PR harus mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan/harapan organisasi kepada publiknya.

4. *Problem Solving Process Fasilitator* (Fasilitator pemecah masalah)

Sebagai fasilitator pemecah masalah, PR merupakan bagian dari tim manajemen untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat hingga mengambil tindakan keputusan dalam mengatasi persoalan/krisis yang tengah dihadapi oleh organisasi secara rasional dan profesional.

Berdasarkan 4 peran PR diatas, mewujudkan peran-peran tersebut kedalam penerapan PR maka PR harus memiliki akses langsung ke top manajemen. Seperti pada hasil penelitian mengenai peran PR dalam CSR yang pernah dilakukan oleh Nurhasyidah

(2006 : 91), PR mendapatkan perhatian yang besar dari pihak manajemen dengan memasukkan PR sebagai bagian dalam struktur manajemen. PR yang diletakkan pada jajaran top manajemen akan membantu dalam penanganan tugas PR. Selain itu, PR yang berdiri mandiri akan dapat melaksanakan tanggung jawab dan fungsi yang sesuai dengan kompetensi kehumasan yang dimilikinya.

CSR sebagai bagian dari proses perubahan atau pemecahan masalah di dalam perusahaan atau organisasi menerapkan beberapa tahapan yang dilakukan secara ilmiah. Empat langkah pemecahan problem menggunakan teori dan bukti yang terbalik (Cutlip, et al, 2007 : 320), yaitu :

1. Mendefinisikan permasalahan

PR diharuskan dapat mengenali masalah dan penyebab yang dialami perusahaan dengan melalui langkah penyelidikan dan pemantauan pengetahuan, opini, sikap dan perilaku pihak yang terkait dengan, dan dipengaruhi oleh tindakan dan kebijakan perusahaan.

2. Perencanaan dan Program

Informasi yang dikumpulkan dalam tahap mendefinisikan masalah digunakan untuk membuat keputusan tentang program publik, strategi tujuan, tindakan dan komunikasi, taktik dan sasaran program.

3. Mengambil tindakan dan berkomunikasi

Tahap ini merupakan implementasi dari program yang telah didesain untuk mencapai tujuan spesifik yang telah ditetapkan. Sasaran program yang dibuat merupakan sasaran publik, baik komunikasi antar personal, komunikasi kelompok dan komunikasi media massa.

4. Mengevaluasi program

Proses PR dimulai dengan fakta dan diakhiri dengan fakta. Evaluasi menjadi penilaian atas persiapan, implementasi dan hasil dari program. Evaluasi dibutuhkan sebagai ukuran sejauh mana efektivitas penerapan CSR dan membantu perusahaan dalam memetakan kembali kondisi dan situasi serta pencapaian dalam implementasi CSR sehingga dapat mengupayakan perbaikan-perbaikan yang perlu berdasarkan rekomendasi yang diberikannya.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode pengkajian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Tylor dalam Moleong (1990), seperti yang dikutip oleh Zuriah (2006:92), bahwa yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian

kualitatif memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut (Zuriah, 2006 : 93) :

- a. Lingkungan alamiah sebagai sumber data langsung.
- b. Manusia merupakan alat (instrumen) utama pengumpul data.
- c. Analisis data dilakukan secara induktif.

Penelitian kualitatif tidak dimulai dari deduksi teori, tetapi dimulai dari fakta empiris.

- d. Penelitian bersifat deskriptif-analitis.

Data yang diperoleh oleh peneliti berupa kata-kata, gambar, perilaku dituangkan dalam bentuk kualitatif dengan memberikan analisis data berupa uraian naratif yang berisi pemaparan gambaran mengenai situasi yang diteliti.

- e. Tekanan penelitian berada pada proses.

Pertanyaan apa (yang dilakukan), mengapa (hal itu dilakukan) dan bagaimana (hal itu dilakukan) merupakan bentuk pemaparan tentang suatu fenomena menjadi uraian naratif.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, yaitu penelitian yang mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tatacara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-

sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena (Nazir, 1988:63).

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah studi kasus. Studi kasus yaitu suatu studi yang memusatkan perhatian pada suatu kasus secara intensif dan mendetail. Studi kasus merupakan salah satu metode penelitian ilmu sosial yang lebih tepat digunakan untuk menjawab pokok pertanyaan suatu penelitian “*How*” atau “*Why*”, khususnya jika peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki dan bilamana penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2000 : 1).

2. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah masyarakat anggota Kelompok Tani “Sari Tani” Dukuh Wanasari Desa Leksana, Kecamatan Karangobar dan anggota Kelompok Tani “Sido Mulyo” Dukuh Kecepit, Desa Kubang, Kecamatan Wanayasa Kabupaten Banjarnegara. Kedua kelompok tani tersebut diatas merupakan sasaran peserta pertama program *Community Development* Sekolah Lapangan Konservasi PT. Indonesia Power UBP Mrica Banjarnegara tahun 2007.

3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. Indonesia Power UBP Mrica Jl. Raya Banyumas Km. 8 Kabupaten Banjarnegara dan Kelompok Tani Marsudi Tani Makmur Kecamatan Karangobar serta Kelompok Tani Sido Mulyo Kecamatan Wanayasa Kabupaten Banjarnegara.

Waktu penelitian dilakukan mulai dari bulan Januari 2012 sampai dengan Maret 2012.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan panduan wawancara atau interview guide (Nazir, 1988 : 234). Kegunaan teknik wawancara adalah untuk mengumpulkan data primer tentang sarana pendukung (Rakhmat, 1989 : 59).

Kriteria informan dalam penelitian ini adalah beberapa informan atau pihak-pihak yang dianggap penting, berpengaruh dan memiliki kaitan dengan penelitian. Adapun pihak yang dimaksud adalah Humas PT. Indonesia Power UBP Mrica selaku penggagas program, Tim Penyuluh Kehutanan Dinas Kehutanan dan Perkebunan Banjarnegara selaku pelaksana program dan

perwakilan masyarakat desa sasaran selaku penerima program Sekolah Lapangan. Tujuan dari wawancara ini adalah peneliti dapat memperoleh data dan informasi lengkap dari seluruh informan untuk penelitian ini.

b. Observasi

Observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (S. Margono (1997) dalam Zuriah (2006 :173). Dengan pengamatan langsung, dapat memungkinkan untuk mencatat perilaku-perilaku (baik verbal, fisik atau ekspresif), pertumbuhan sewaktu kejadian berlaku atau sewaktu perilaku tersebut terjadi (Nazir, 1988 : 213).

Peneliti menggunakan jenis observasi non partisipan, yakni peneliti tidak terlibat secara langsung dalam aktivitas kelompok tetapi bersikap sebagai observer yang pasif dengan memperhatikan dan mendengarkan berbagai aktifitas mereka dan menarik kesimpulan dari pengamatan tersebut. Peneliti dapat melihat praktik kegiatan di lapangan dengan faktor pendukung dan penghambat program *community development*. Observasi sangat sesuai digunakan dalam penelitian yang berhubungan dengan kondisi/interaksi belajar mengajar, tingkah laku, dan interaksi kelompok (Moleong, 2001 : 25).

c. Penelitian dokumentasi dan kepustakaan

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi merupakan “cara yang digunakan untuk menggali data dari narasumber berupa surat, memorandum, pengumuman resmi, agenda, kesimpulan-kesimpulan dalam pertemuan, dokumen administrasi, proposal, kliping dan artikel di media massa” (Yin, 2000 : 104).

Penelitian dilakukan dengan menggunakan buku-buku sebagai sumber data dan acuan teori yang berhubungan dengan penelitian yang diambil. Selain buku-buku, sumber data penelitian juga diambil dari dokumen, arsip atau laporan perusahaan serta berita maupun artikel dari media massa yang berhubungan dengan penelitian *community development* Sekolah Lapangan Konservasi PT. Indonesia Power UBP Mrica Banjarnegara.

5. Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan setelah selesai dilapangan. Pekerjaan analisis data dalam penelitian kualitatif bergerak dari penulisan deskripsi kasar sampai pada produk penelitian atau bisa dijelaskan bahwa data dianalisis pada saat pengumpulan data dan setelah selesai pengumpulan data (Zuriah, 2006:217).

Analisis dapat dijelaskan sebagai 3 alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu :

a. *Data reduction* (reduksi data)

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data-data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Kegiatan ini adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu sehingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.

b. *Data display* (penyajian data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian-penyajian data, akan dapat dipahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan – lebih jauh menganalisis atautkah mengambil tindakan – berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian-penyajian.

c. *Conclusion drawing / verification* (penarikan kesimpulan).

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan. (Sugiyono, 2008: 252). Reduksi dan penyajian data akan memberikan peneliti pemahaman dan pemaknaan tentang data sehingga peneliti lebih mudah menarik

kesimpulan yang kemudian digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

6. Uji Validitas Data

Teknik yang dilakukan dalam uji validitas data yaitu dengan teknik triangulasi. Menurut Moleong (2001 : 178), triangulasi adalah teknik pemeriksa keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber sebagai teknik triangulasi. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Patton dalam Moleong, 2001 : 178).

Peneliti menggunakan sumber primer dan sekunder yang didapatkan diluar perusahaan, yaitu dari Dinas Kehutanan dan Perkebunan Banjarnegara selaku pelaksana teknis dan dari masyarakat sebagai pelaku program. Selain itu peneliti melakukan perbandingan antara data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan hasil observasi yang dilakukan secara langsung oleh peneliti.