

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Tambang batubara selain memberikan dampak positif bagi roda perekonomian daerah maupun negara, tak lepas dari dampak negatif yang menjadi sorotan masyarakat. Selain operasional produksi, dalam praktiknya, perusahaan batubara pun turut melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan atau juga dikenal sebagai *corporate social responsibility* (CSR). Hal ini dilaksanakan guna memberikan timbal balik positif terhadap masyarakat sekitar operasional tambang, yang secara langsung maupun tidak langsung terkena dampak, baik dari segi lingkungan, ekonomi, maupun sosial.

Ketika suatu perusahaan tambang telah selesai masa operasionalnya, bukan berarti tanggung jawab perusahaan berhenti sampai pada tahap itu saja. Tahap reklamasi serta pascatambang menjadi penutup dari kegiatan perusahaan. Hal ini wajib dilakukan guna mengembalikan lingkungan masyarakat yang telah dimanfaatkan perusahaan, serta merencanakan program pasca tambang, agar melahirkan masyarakat yang mandiri, sejahtera dan berdaya. Bahkan ketika perusahaan sudah tidak beroperasi di daerah setempat lagi. Program pascatambang ini kemudian, dapat dilaksanakan dengan program CSR dalam bentuk *community development* atau pengembangan masyarakat.

Direktorat Jenderal Mineral dan Batubara (Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral) menyatakan bahwa pascatambang merupakan kegiatan terencana,

sistematis, dan berlanjut setelah akhir sebagian atau seluruh kegiatan usaha pertambangan untuk memulihkan fungsi lingkungan alam dan fungsi sosial menurut kondisi lokal di seluruh wilayah penambangan. Berkenaan dengan hal ini, maka perusahaan tambang harus merancang program pascatambang melalui pemberdayaan masyarakat untuk masyarakat sekitar operasional tambang. (Sumber: <https://jdih.esdm.go.id>. Diakses pada 16 Desember 2019 pukul 19.00 WIB)

Sabtanto menuturkan bahwa masalah lingkungan serta keselamatan kerja dalam usaha pertambangan di dunia selalu menjadi isu yang paling penting. Masalah utama yang timbul pada wilayah bekas tambang antara lain berupa perubahan lingkungan, yang meliputi perubahan kimiawi, perubahan fisik dan perubahan biologi. Perubahan kimiawi berdampak pada keberadaan air tanah dan air permukaan, berlanjut secara fisik yaitu mengakibatkan perubahan morfologi dan topografi lahan. Lebih jauh lagi yaitu perubahan pada iklim mikro yang disebabkan oleh perubahan kecepatan angin, gangguan habitat biologi berupa flora dan fauna, dan terjadinya penurunan produktivitas tanah dengan akibat tanah menjadi tandus dan gundul (Sabtanto, 2008).

Undang-undang Republik Indonesia yang mengatur tentang kewajiban pelaksanaan CSR perusahaan, tercantum dalam UU RI Nomor 40 Tahun 2007, Pasal 1 Ayat 3 tentang Perseroan Terbatas, yang berbunyi "*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,”. Sumber: <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-No.-40-tahun-2007-tentang-Perseroan-Terbatas.aspx>. Diakses pada 5 November 2019 Pukul 12.00 WITA)

Pelaksanaan *coporate social responsibility* Adaro ini sejalan dengan salah satu misi perusahaan yaitu, “*mendukung pembangunan masyarakat dan Negara*”. Adaro menetapkan kebijakan CSR sebagai bentuk komitmen untuk menjalankan misi tersebut, melalui lima pilar program pemberdayaan masyarakat, diantaranya yaitu dalam bidang ekonomi, pendidikan, kesehatan, sosial budaya dan lingkungan.

Kegiatan CSR Adaro berpedoman pada 8 tujuan *Millennium Development Goals* (MDGs), dan Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan RI No. 3 Tahun 2014, tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup atau PROPER. Berdasarkan hasil evaluasi PROPER tahun 2017, PT Adaro Indonesia belum memiliki program pemberdayaan masyarakat yang sinergi dengan rencana pascatambang. (Sumber: Dokumen QCC MAYA *Continuous Improvement Program* PT Adaro Indonesia Tahun 2019)

Berangkat dari hasil evaluasi PROPER yang belum maksimal tersebut, maka PT Adaro Indonesia berupaya untuk menciptakan suatu program tanggung

jawab sosial perusahaan yang bersinergi dengan rencana pascatambang. Program ini kemudian diberi nama “Istana Kelulut”.

Tujuan dari program ini kedepannya, ketika tambang Adaro sudah tidak beroperasi lagi, masyarakat sudah berdaya, memiliki pengetahuan, keterampilan dan kegiatan pemanfaatan seputar budidaya dan pemasaran Madu Kelulut. Sejalan dengan pemandirian masyarakat tanpa perlu pendampingan dari pihak perusahaan. Kemudian, area pasca tambang Adaro dapat dimanfaatkan kembali dengan rekomendasi program yang telah dijalankan, untuk meningkatkan pendapatan secara ekonomi dan pelestarian lingkungan, sehingga tidak terbengkalai begitu saja.

Rencana pascatambang PT Adaro Indonesia berada di areal reklamasi bekas tambang Paringin. Di areal reklamasi tersebut, terdapat kawasan rencana pascatambang yang memiliki banyak keanekaragaman hayati, salah satunya adalah Lebah Kelulut. Lebah ini dapat menjadi penghasilan tambahan masyarakat dan populasinya banyak, sehingga dapat dimanfaatkan dengan melakukan budidaya.

Kelulut merupakan lebah yang unik, karena berukuran sangat kecil, tidak terlalu menyengat dan menghasilkan madu. Budidaya kelulut ini menarik karena populasi kelulut yang memadai, sehingga dapat dimanfaatkan untuk program pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan. Masalahnya, masyarakat setempat terbiasa memanen madu dengan cara konvensional, yaitu menebang pohon di hutan termasuk di areal reklamasi Adaro. Disinilah, tantangan Adaro

untuk merubah pola pikir hingga perilaku masyarakat untuk bersama-sama melakukan budidaya dan berhenti memburu. Praktek budidaya Lebah Kelulut sudah ada di masyarakat setempat. Peran perusahaan kemudian menyempurnakan teknik budidaya yang sudah ada.

Program CSR Istana Kelulut ini menarik untuk diteliti, karena merupakan program baru yang berpengaruh signifikan terhadap keadaan sosial, ekonomi, dan lingkungan masyarakat lokal. Melihat kenaikan pendapatan petani budidaya Kelulut yang mengalami kenaikan (dari Rp 5.500.000 menjadi Rp 24.000.000) para pemburu lain pun bergabung untuk menjadi petani budidaya. (Sumber: Dokumen *Continuous Improvement Project* MAYA PT Adaro Indonesia Tahun 2019)

Hingga Januari 2019, sudah ada 20 petani budidaya Kelulut, yang awalnya hanya ada 1 petani saja. Jumlah pohon yang ditebang pun menurun, dari 50 pohon ditebang pada Juli 2018, terus menurun pada bulan-bulan berikutnya hingga pada Januari 2019 sudah tidak ada pohon yang rusak di zona *biodiversity* Adaro. Uniknya, program ini dikembangkan menjadi Taman Edukasi Budidaya Kelulut guna pelestarian lingkungan. Istana Kelulut menjadi objek rekreasi dan visitasi dari sekolah-sekolah setempat, hingga universitas lokal bahkan dikunjungi oleh Newcastle University, Australia. (Sumber: Dokumen *Continuous Improvement Project* MAYA PT Adaro Indonesia Tahun 2019)

Program CSR Istana Kelulut ini berhasil mendapat predikat “Hijau” dengan nilai tertinggi PROPER 2018 untuk kategori perusahaan tambang, dan

masuk dalam profil perusahaan EMAS dalam Buku Kolaborasi PROPER dan Dunia Usaha untuk SDG's yang diterbitkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) RI tahun 2018. Selain itu, program ini kembali menjadi kandidat PROPER EMAS tahun 2019. (Sumber: Dokumen QCC MAYA *Continuous Improvement Program* PT Adaro Indonesia Tahun 2019)

Istana Kelulut berhasil menyanggah predikat bintang 3 (tertinggi) di kancah internasional, dalam ajang (ACE) *Awards for Contributing to Excellence*, yang diadakan oleh APQO (*Asia Pacific Quality Organization*). Penghargaan ini merupakan salah satu dari rangkaian kegiatan 19th *Global Performance Excellence Award* 2019. (Sumber: Majalah Envirocoal PT Adaro Indonesia)

Selain PT Adaro Indonesia, perusahaan tambang batubara lain yang memiliki program CSR budidaya Lebah Kelulut adalah PT Antang Gunung Meratus, yang lokasi operasionalnya mencakup Hulu Sungai Selatan, Hulu Sungai Tengah, dan Tapin, Kalsel.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nasriyati & Nurhadi (2018), program PT AGM ini dijalankan sejak tahun 2015 hingga kini. Namun dalam praktiknya, terjadi kevakuman dalam kelompok budidayanya, sekarang hanya ada satu petani saja yang melakukan budidaya Lebah Kelulut ini. Belum ada dampak signifikan bagi perekonomian petani Lebah Kelulut, dan belum ada produk 'brand' tersendiri yang diproduksi dari binaan CSR PT AGM.

Alasan penulis memilih program budidaya Lebah Kelulut dari CSR PT Adaro Indonesia untuk diteliti yaitu, karena program yang mulai berjalan sejak tahun 2018 ini mengalami perkembangan baik dari segi partisipasi warganya,

maupun dampak secara ekonomi dan juga lingkungan masyarakat. Selain itu, petani Lebah Kelulut binaan CSR PT Adaro Indonesia sudah memiliki *brand* sendiri dengan nama “Istana Kelulut”. Produk ini lengkap dengan desain yang menarik, wadah yang aman untuk dikonsumsi, dan berisi manfaat serta kegunaan. Produk ini pun sudah memiliki sertifikat lab dan P-IRT. Maka dari itu, penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan bagaimana proses pemberdayaan masyarakat sejalan dengan rencana pascatambang dalam CSR perusahaan.

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi. Penelitian yang dilakukan oleh Triyono (2014) yang bertujuan meneliti implementasi strategi pengelolaan CSR, dengan program Posdaya oleh PT Holcim Indonesia Tbk., menunjukkan bahwa dalam program pengembangan masyarakat yang dilaksanakan, sepenuhnya ditujukan guna menciptakan pengembangan masyarakat lokal dan membentuk masyarakat yang mandiri. Selain itu, kegiatan *community development* bertujuan untuk meningkatkan partisipasi dan rasa memiliki (*participatory* dan *belonging together*) terhadap program pemberdayaan yang dijalankan. (Sumber: Jurnal KomuniTi, Vol. VI, No.2, Hal 111-121, tahun 2014)

Rinaldy dkk (2017) dalam penelitiannya mengenai proses *community development* melalui program Bank Sampah dari kegiatan CSR PT Indocement, menyatakan bahwa pada tahapan *assessment*, masyarakat dilibatkan secara langsung didalam proses musyawarah dan diskusi dalam mengidentifikasi masalah, kebutuhan maupunn potensi melalui wadah BILIKOM (BIna LIngkungan dan KOMunikasi), sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dan

warga Desa Cupang. Kegiatan ini melibatkan partisipasi masyarakat dalam mencari solusi atas permasalahan yang ada. (Sumber: Jurnal Penelitian & PKM UNPAD, Vol. 2, No.2, Hal 129-389, tahun 2017)

Rosilawati & Mulawarman (2019) melalui penelitiannya mengungkapkan bahwa, CSR Aqua Danone Bali dalam praktiknya mengembangkan program pembangunan masyarakat (*Community Development*), dalam hal ini, perusahaan melaksanakan program CSR berdasarkan kearifan lokal. Selain itu, perlu adanya pemahaman dari perusahaan terkait kebutuhan masyarakat dari perspektif masyarakat lokal. Komunikasi dua arah sangat penting dalam menciptakan relasi yang baik dengan tokoh-tokoh masyarakat. Selain itu, dalam CSR Aqua Danone Bali, partisipasi masyarakat setempat menjadi bagian penting dalam mencapai tujuan, sehingga masyarakat lokal perlu dilibatkan secara aktif dalam proses pengembangan masyarakatnya. (Sumber: Jurnal ASPIKOM, Vol. 3, No. 6, Hal 1215-1227, tahun 2019)

Dalam penelitian ini, penulis berfokus pada bagaimana proses *community development* CSR PT Adaro Indonesia, melalui Program Istana Kelulut. Dalam praktiknya, perusahaan memberdayakan masyarakat dengan melakukan budidaya Lebah Kelulut. Program ini menjadi penting, salah satunya karena terintegrasi dengan rencana pascatambang perusahaan. Dengan menggunakan teori CSR dan *Community Development* sebagai acuan, peneliti mencoba menganalisis proses dalam pelaksanaan program ini.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana Proses *Community Development* Masyarakat Pascatambang Sebagai Aktualisasi CSR (*Corporate Social Responsibility*) PT Adaro Indonesia dalam program Istana Madu Kelulut pada masyarakat Balangan, Kalimantan Selatan?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana CSR PT Adaro Indonesia melakukan proses *community development* masyarakat pascatambang sebagai aktualiasasi CSR dalam program Istana Madu Kelulut PT Adaro Indonesia terhadap masyarakat Kabupaten Balangan, Kalimantan Selatan.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kebaruan kajian *community development* sebagai salah satu bentuk pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR), dalam bidang pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi dan lingkungan yang terintegrasi dengan rencana pascatambang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk meningkatkan hasil capaian, dan sebagai bahan evaluasi dan pengembangan program-program CSR PT Adaro Indonesia dimasa mendatang.

b. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai CSR Perusahaan tambang. Menjalin hubungan yang baik antara universitas dan perusahaan.

c. Bagi Mahasiswa

Meningkatkan pemahaman secara teoritik maupun praktik mengenai CSR di perusahaan dan keterkaitannya dengan teori-teori yang sudah ada. Menjadi referensi ilmu pengetahuan bagi penulis kelak di dunia kerja.

E. KAJIAN TEORI

1. CSR (*Corporate Social Responsibility*)

a. Konsep Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility tidak dapat dilepaskan hubungannya dari *Good Corporate Governance* (GCG). Konsep CSR salah satunya mengacu pada *Good corporate governance*, yang mana secara definitif merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua *stakeholder* (Monks,2003).

Menurut Kaen dan Shaw, dalam konsep *good corporate governance* terdapat empat komponen utama yang diperlukan, yaitu, *fairness, transparency, accountability, dan responsibility*. *Responsibility* (pertanggungjawaban), sebagai salah satu komponen dari *good corporate governance*, merupakan prinsip yang sangat lekat dengan *corporate social responsibility*. Dimana konsep CSR merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan kepada *stakeholders*. Termasuk didalamnya *community*, atau komunitas masyarakat yang berdomisili di sekitar area operasional perusahaan, yang secara langsung maupun tidak langsung terkena dampak dari adanya perusahaan yang beroperasi. Kemudian, prinsip GCG ini menjadi salah satu dorongan bagi perusahaan untuk melaksanakan CSR di perusahaan mereka (Kaen & Shaw, 2003).

Kartini kemudian menjelaskan bahwa ISO 26000 merupakan sertifikasi CSR di masa mendatang. Ada tujuh isu sentral yang menjadi ISO 26000 sebagai dasar pelaksanaan CSR yang didalamnya mencakup *profit, people, planet* yaitu, tata

kelola organisasi, hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, lingkungan, praktik operasi yang adil, konsumen, dan pembangunan sosial dan ekonomi masyarakat (Kartini, 2013: 123-126).

Kartini menuturkan bahwa rumusan CSR dari *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* (1999) (atau yang saat ini dinamakan *Business Action for Sustainable Development*) adalah: “*the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.*” Adapun prioritas kegiatan CSR menurut organisasi ini mencakup: *human rights, employee rights, environmental protection, supplier relation, community involvement, stakeholder rights, CSR performance monitoring and assessment* (Kartini, 2013: 2-3).

Berdasarkan *Brundtland Report* dari PBB pada 1987 dalam Rachman, CSR sangat erat hubungannya dengan pembangunan berkelanjutan. Kata ‘pembangunan berkelanjutan’ merupakan terjemahan dari bahasa Inggris, yaitu *sustainable development*, yang diartikan sebagai proses pembangunan (lahan, kota, bisnis, masyarakat, dan sebagainya) yang berprinsip “memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan pemenuhan kebutuhan generasi masa depan” (Rachman, et.all, 2011)

Philip Kotler kemudian menjelaskan (dikutip oleh Rachman) bahwa, CSR dikatakan sebagai *discretionary* yang dalam arti luas berarti sesuatu yang perlu dilakukan. Seandainya tidak dilakukan, akan berakibat merugikan diri sendiri.

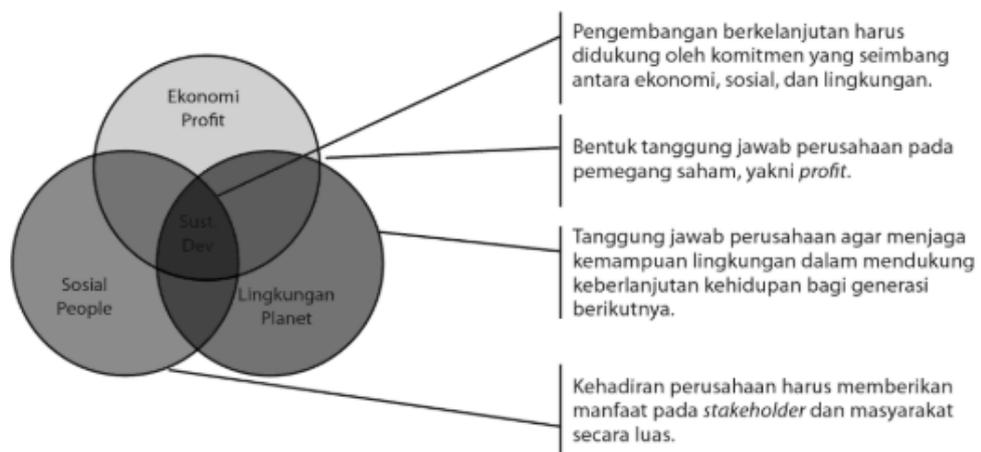
Namun, hal ini bukanlah suatu peraturan yang diharuskan (saat ini di Indonesia telah diharuskan melalui UU Perseroan) (Rachman et.all,2011 :15).

Idris berpendapat bahwa substansi keberadaan CSR adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan sebuah perusahaan di sebuah kawasan, dengan cara membangun kerja sama antar-*stakeholders* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengemban masyarakat sekitarnya. Dalam pengertian lain adalah kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan *stakeholder* yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global. Oleh karena itu, pengembangan CSR ke depan seyogianya mengacu pada konsep pembangunan yang berkelanjutan (*sustainability development*)(Idris 2005:123).

Sari (2014) dalam jurnalnya yang berjudul Analisis Pengungkapan CSR Berdasarkan GRI, Mengungkapkan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) berfokus pada *triple bottom line* yakni *economic prosperity, enviromental quality, social justice*. Perusahaan dapat terus melanjutkan kegiatan usahanya dengan mengimplementasikan konsep *triple bottom line* ke dalam tiga aspek, yaitu keuntungan (*profit*), terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Perusahaan mengungkapkan tindakan pertanggungjawaban sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan kepada *stakeholders* dalam *sustainability report* (laporan keberlanjutan). Laporan keberlanjutan perusahaan memberikan gambaran yang seimbang dan wajar terhadap kinerja keberlanjutan dari organisasi atau perusahaan pelapor, termasuk

kontribusi positif dan negative yang telah mereka lakukan dalam periode tertentu (Sari, 2014: 528)

Konsep ini berangkat dari John Elkington dalam Mardikanto (2018), yang mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development* yaitu *economic growth, environmental protection, dan social equity* yang kemudian disingkat 3P (*profit, planet, people*) dalam karyanya *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), yang digagas oleh *The World Commission on Environment and Development (WCED)* dalam *Brundtland Report* (1987) (Mardikanto, 2018: 85).



(Gambar 2. *Triple Bottom Line*. Sumber: Panduan Lengkap Perencanaan CSR.

Rachman 2011)

b. Stakeholder dalam CSR

Kartini menuturkan bahwa perkembangan konsep CSR berjalan seiring dengan perkembangan konsep *stakeholder*. Adapun konsep *stakeholder* sendiri

tidak dapat dilepaskan perkembangannya dari adopsi pendekatan sistem ke dalam teori manajemen. Pengenalan terhadap konsep lingkungan organisasi perusahaan yang berkembang sejalan dengan berkembangnya pendekatan sistem dalam manajemen, telah mengubah cara pandang manajer dan para ahli teori manajemen terhadap organisasi, terutama mengenai bagaimana suatu organisasi perusahaan dapat mencapai tujuannya secara efektif (Kartini, 2013: 7).

Post et, all (2002) menyatakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Yang dimaksud pemangku kepentingan dalam hal ini adalah orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan (Solihin 2009; Mardikanto, 2018: 130)

Para pemangku kepentingan kemudian dibagi ke dalam dua kategori oleh Post et all., 2002 dalam Kartini(2013:8) yakni: *primary stakeholders* dan *secondary stakeholders*. Para pemangku kepentingan utama (*primary stakeholders*) adalah berbagai pihak yang berinteraksi langsung dalam aktivitas bisnis perusahaan serta memengaruhi kemampuan perusahaan untuk melaksanakan tujuan utamanya yakni menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat. Yang termasuk ke dalam kategori *primary stakeholders* adalah:

- a. Para pemegang saham (*stockholders*)
- b. Para karyawan (*employees*)
- c. Para pemasok (*suppliers*)

- d. Para kreditur (*creditors*)
- e. Para pelanggan (*customers*)
- f. Para pedagang besar dan eceran (*wholesalers and retailers*)

Sedangkan yang dimaksud dengan para pemangku kepentingan sekunder (*secondary stakeholders*) adalah orang-orang atau kelompok di dalam masyarakat yang dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung oleh berbagai aktivitas atau keputusan utama perusahaan. Yang termasuk ke dalam kategori *secondary stakeholders* adalah:

- a. Masyarakat secara umum (*the general public*)
- b. Komunitas lokal (*local community*)
- c. Pemerintah Pusat dan Daerah (*federal state and local governments*)
- d. Para pemerintahan asing (*foreign governments*)
- e. Kelompok aktivis sosial (*social activist groups*)
- f. Media
- g. Berbagai Kelompok Pendukung Bisnis (*business support groups*)

c. Prinsip-prinsip CSR

Prinsip-prinsip CSR yang telah ditetapkan Komisi Brundtland, 1987 yang dikutip oleh Mardikanto (2018: 164) meliputi:

1. Prinsip akuntabilitas, utamanya yang terkait dengan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan
2. Prinsip perilaku etis berdasarkan prinsip-prinsip kejujuran, keadilan, dan integritas

3. Prinsip menghormati kepentingan stakeholders, dalam arti harus menghormati, mempertimbangkan dan menanggapi kepentingan stakeholders
4. Prinsip penghormatan terhadap supremasi hukum, yaitu organisasi harus menerima bahwa penghormatan terhadap supremasi hukum adalah wajib
5. Prinsip menghormati norma-norma perilaku internasional
6. Prinsip menghormati hak asasi manusia, dalam arti organisasi harus menghormati hak asasi manusia dan mengakui pentingnya dan universalitas mereka

d. Pilar-pilar CSR

Wibisono (2007) menyatakan pilar-pilar CSR berdasarkan *Prince of Wales International Business Forum* yang melingkupi penerapan CSR yakni:

1. *Building human capital*

Berkaitan dengan internal perusahaan untuk menciptakan SDM yang andal, di sisi lain, perusahaan juga dituntut melakukan pemberdayaan masyarakat.

2. *Strengthening economies*

Perusahaan harus memberdayakan ekonomi masyarakat sekitarnya, agar terjadi pemerataan kesejahteraan.

3. *Assessing social cohesion*

Upaya menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar, agar tidak menimbulkan konflik.

4. *Encouraging good governance*

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya mengacu pada *Good Corporate Governance (GCG)*

5. *Protecting the environment*

Mengharuskan perusahaan untuk menjaga lingkungan sekitarnya

e. Bentuk-bentuk CSR

Gunawan (2008: 15) kemudian mengungkapkan tiga bentuk *Corporate social Responsibility* (CSR) yang dapat dilakukan di lapangan, diantaranya:

a. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis karikatif (*charity*)

Biasanya program ini sifatnya murni amal. Program karikatif diwujudkan dengan memberikan bantuan yang diinginkan oleh masyarakat. Program karikatif umumnya berwujud hibah sosial yang dilaksanakan untuk tujuan jangka pendek dan penyelesaian masalah sesaat saja. Program ini diatur oleh kepanitiaan kecil atau fokus pada orang-orang lain.

b. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis kedermwanaan

Dalam program ini berbentuk hibah atau sumbangan untuk pembangunan baik instruktur maupun pembangunan SDM. Target program adalah masyarakat luas tidak hanya kaum miskin saja. Program ini terencana dengan baik dibuktikan dengan terbentuknya yayasan independen yang menjadi agen perusahaan untuk melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Filantropinya. Misalnya, memberikan beasiswa.

c. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis *community development*

Program pemberdayaan masyarakat ini dilakukan untuk membangun masyarakat dan menjaga pelestarian lingkungan yang bertujuan untuk menjaga hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekitar

f. Indikator Kinerja CSR

Kartini (2013:54) menjelaskan bahwa diperlukan indikator kinerja kunci dalam implementasi CSR. Indikator yang paling efektif adalah bersifat kualitatif. Ada 8 indikator yang sebaiknya digunakan dalam pengukuran tersebut, yakni:

1. *Leadership* (Kepemimpinan)

- a. Program CSR dapat dikatakan berhasil jika mendapatkan dukungan dari *top management* perusahaan.
- b. Terdapat kesadaran filantropik dari pimpinan yang menjadi dasar pelaksanaan program.

2. Proporsi Bantuan

CSR dirancang bukan semata-mata pada kisaran anggaran saja, melainkan juga pada tingkatan serapan maksimal, artinya apabila areanya luas, maka anggarannya harus lebih besar. Jadi tidak dapat dijadikan tolok ukur, apabila anggaran besar pasti menghasilkan program yang bagus.

3. Tranparansi dan Akuntabilitas

- a. Terdapat laporan tahunan (*annual report*)
- b. Mempunyai mekanisme audit sosial dan finansial di mana audit sosial terkait dengan pengujian sejauh mana program-program CSR telah dapat

ditujukan secara benar sesuai kebutuhan masyarakat, perusahaan mendapatkan umpan balik dari masyarakat secara benar dengan melakukan *interview* dengan para penerima manfaat.

4. Cakupan wilayah (*Coverage Area*)

Terdapat identifikasi penerima manfaat secara tertib dan rasional berdasarkan skala prioritas yang telah ditentukan.

5. Perencanaan dan Mekanisme Monitoring dan Evaluasi

- a. Dalam perencanaan perlu ada jaminan untuk melibatkan multi-stakeholder pada setiap siklus pelaksanaan proyek.
- b. Terdapat kesadaran untuk memperhatikan aspek-aspek lokalitas (*local wisdom*), pada saat perencanaan ada kontribusi, pemahaman, dan penerimaan terhadap budaya-budaya lokal yang ada.
- c. Terdapat blue-print policy yang menjadi dasar pelaksanaan program

6. Pelibatan Stakeholder (*Stakeholders Engagement*)

- a. Terdapat mekanisme koordinasi regular dengan *stakeholders*, utamanya masyarakat.
- b. Terdapat mekanisme yang menjamin partisipasi masyarakat untuk dapat terlibat dalam siklus proyek.

7. Keberlanjutan (*Sustainability*)

- a. Terjadi alih-peran dari korporat ke masyarakat.

- b. Tumbuhnya rasa memiliki (*sense of belonging*) program dan hasil program pada diri masyarakat, sehingga masyarakat dapat ikut andil dalam menjaga dan memelihara program dengan baik.
- c. Adanya pilihan *partner* program yang bisa mejamin bahwa tanpa keikutsertaan perusahaan, program bisa tetap dijalankan sampai selesai dengan *partner* tersebut.

8. Hasil Nyata (*Outcome*)

- a. Terdapat dokumentasi hasil yang menunjukkan berkurangnya angka kesakitan dan kematian (dalam bidang kesehatan), atau berkurangnya angka buta huruf dan meningkatnya kemampuan SDM (dalam bidang pendidikan) atau parameter lainnya sesuai dengan bidang CSR yang dipilih oleh perusahaan.
- b. Terjadinya perubahan pola pikir masyarakat.
- c. Memberikan dampak ekonomi masyarakat yang dinamis.
- d. Terjadi penguatan komunitas (*community empowerment*)
- g. Manfaat CSR bagi perusahaan

Manfaat CSR bagi perusahaan yang disusun oleh Radyati (2014: 19-20)

kemudian mencakup komponen-komponen dibawah ini:

1. Meningkatkan citra perusahaan

Dengan melakukan kegiatan CSR, konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi masyarakat.

2. Memperkuat “*Brand*” perusahaan

Melalui kegiatan memberikan product knowledge kepada konsumen dengan cara membagikan produk secara gratis, dapat menimbulkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi brand perusahaan.

3. Mengembangkan kerja sama dengan para pemangku kepentingan

Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakan sendiri, jadi harus dibantu dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat, dan universitas lokal. Maka perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.

4. Membedakan perusahaan dengan pesaingnya

Jika CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan, perusahaan mempunyai kesempatan menonjolkan keunggulan komparatifnya sehingga dapat membedakannya dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.

5. Menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan

Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreativitas. Merencanakan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.

6. Membuka akses untuk investasi dan pembiayaan bagi perusahaan

Para investor saat ini sudah mempunyai kesadaran akan pentingnya berinvestasi pada perusahaan yang telah melakukan CSR. Demikian juga penyedia dana, seperti perbankan, lebih memprioritaskan pemberian bantuan dana perusahaan yang melakukan CSR.

7. Meningkatkan harga saham

Pada akhirnya jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditur, dll), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan. Maka permintaan terhadap saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham perusahaan juga akan meningkat *Community Development*

2. *Community Development*

a. Konsep *Community Development*

Blackurn (1989) yang dikutip oleh Nasdian, menjelaskan pengembangan masyarakat (*community development*) sebagai konsep dasar yang menggarisbawahi sejumlah istilah yang telah digunakan sejak lama, seperti *community resource development, rural areas development, community economic development, rural revitalization, dan community based development*. *Community development* menggambarkan makna yang penting dari dua konsep: *community*, bermakna kualitas hubungan sosial dan *development*, perubahan ke arah kemajuan

yang terencana dan bersifat gradual. Makna ini penting untuk arti pengembangan masyarakat yang sesungguhnya (Nasdian, 2014).

Sementara itu, *Federation of Community Development Learning* (2003) mendefinisikan *community development*, atau pengembangan masyarakat sebagai upaya mengembangkan sebuah kondisi masyarakat secara berkelanjutan dan aktif berlandaskan prinsip-prinsip keadilan sosial dan saling menghargai. Para pekerja kemasyarakatan berupaya memfasilitasi warga dalam proses terciptanya keadilan sosial dan saling menghargai melalui program-program pembangunan secara luas yang menghubungkan seluruh komponen masyarakat. Pengembangan masyarakat menerjemahkan nilai-nilai keterbukaan, persamaan, pertanggungjawaban, kesempatan, pilihan, partisipasi, saling menguntungkan, saling timbal balik, dan pembelajaran terus-menerus. Inti dari pengembangan masyarakat adalah mendidik, membuat anggota masyarakat mampu mengerjakan sesuatu dengan memberikan kekuatan atau sarana yang diperlukan dan memberdayakan mereka.

Zubaedi berpendapat bahwa semua kegiatan pengembangan masyarakat diarahkan untuk membentuk sebuah struktur masyarakat yang mencerminkan tumbuhnya semangat swadaya dan partisipasi. Pengembangan masyarakat meliputi usaha memperkuat interaksi sosial dalam masyarakat, menciptakan semangat kebersamaan, solidaritas di antara anggota masyarakat dan membantu mereka untuk berkomunikasi dengan pihak lain dengan cara berdialog secara alamiah atau tanpa intervensi, didasari penuh pemahaman dan ditindaklanjuti dengan aksi sosial nyata (Zubaedi, 2016: 5).

Alfitri beranggapan bahwa pengembangan masyarakat lokal adalah proses yang ditujukan untuk menciptakan kemajuan sosial dan ekonomi bagi masyarakat melalui partisipatif aktif serta inisiatif anggota masyarakat itu sendiri. Anggota masyarakat dipandang bukan sistem klien bermasalah, melainkan sebagai masyarakat yang unik dan memiliki potensi, hanya saja potensi tersebut belum sepenuhnya dikembangkan. Hal ini terkait masih belum fokusnya penerapan pemberdayaan masyarakat yang memusatkan perhatian pendekatan partisipatif serta membangun hubungan yang setara antara masyarakat dengan penyelenggara program (Alfitri, 2011:31).

Sementara itu, Christenson & Robinson (1989), dikutip Alfitri mendefinisikan *community development* sebagai suatu proses, masyarakat yang tinggal pada lokasi tertentu mengembangkan prakarsa untuk melaksanakan suatu tindakan sosial (dengan atau tanpa intervensi) untuk mengubah situasi ekonomi, sosial kultural dan lingkungan. Penekanan penting justru terletak pada prakarsa dan partisipasi masyarakat dalam proses yang berlangsung. Artinya konsep pengembangan dan pemberdayaan bertujuan untuk menolong diri sendiri keluar dari masalah. (Alfitri, 2011)

Sejalan dengan itu, maka Charolinda menyatakan bahwasanya, *community development* merupakan salah satu bentuk dari *corporate social responsibility* yang paling penting dalam menjaga hubungan dengan masyarakat sekitar untuk jangka waktu yang lama. Hal ini disebabkan *community development* menyentuh semua aspek-aspek yang terkait dengan *corporate social responsibility*. Dengan menggunakan metode *community development*, otomatis diantara perusahaan dan

masyarakat harus saling mengetahui dan memahami baik dan hal ini akan berpengaruh dalam menentukan *strategic planning* dari perusahaan ke depan, baik strategi dalam pengelolaan lingkungan hidup, strategi dalam penyerapan tenaga kerja lokal maupun strategi dalam menentukan supplier lokal (Charolinda, 2006: 91).

Hal ini serupa dengan pendapat yang dikemukakan oleh Ambadar bahwa *community development* atau pengembangan masyarakat merupakan sebuah aktualisasi dari CSR yang lebih bermakna daripada hanya sekedar aktivitas *charity* ataupun tujuh dimensi lainnya, antara lain *community relation* (Ambadar, 2008:34). Hal ini, menurut Suharto, karena adanya kolaborasi kepentingan antar dua belah pihak yaitu perusahaan dengan masyarakat (komunitas), adanya partisipasi, produktivitas dan keberlanjutan. Dengan menggunakan metode *community development* (pengembangan masyarakat) sebagai pendekatan atau strategi dalam tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) (Suharto,2006).

b. Prinsip-prinsip Community Development

Zubaedi (2013:35). mengemukakan empat prinsip *community development* yang secara garis besar mencakup komponen-komponen berikut:

1. *Community development* tidak memihak pada suatu kepentingan tertentu, hal ini dimaksudkan dalam pengembangan masyarakat pendapat-pendapat personal tidak terlalu diutamakan. Pada kegiatan ini kepentingan masyarakat dalam proses pengembangannya menjadi hal yang diutamakan.

2. Mengubah dan terlibat dalam konflik

Pengembangan masyarakat dalam praktiknya mengubah diskriminasi terhadap masyarakat hal ini karena dalam program pemberdayaan masyarakat, pemerintah tidak dapat menghindari konflik. Sehingga, respon negatif tidak hanya dari penguasa, namun juga dari warga yang tidak setuju dengan program yang dijalankan.

3. Membebaskan, membuka masyarakat dalam menciptakan demokrasi partisipatori

Community development mendorong masyarakat untuk menciptakan demokrasi yang partisipatif dan bertentangan dengan penindasan. Dalam prinsip ini, pengembangan masyarakat mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam program pemberdayaan sebagai bentuk *community development* kearah yang lebih positif.

4. Kemampuan mengakses terhadap program-program yang digunakan sebagai pelayanan masyarakat

Community development melaksanakan program-programnya di tempat yang terjangkau oleh masyarakat. Keadaan lingkungan yang diciptakan melalui *community development* mengusung suasana yang bersahabat, dan informal. Lingkungan dan lokasi yang sesuai dapat memaksimalkan pemberian layanan dengan mudah, sehingga masyarakat dapat menunjang program *community development* tersebut.

c. Konsep Participatory Planning

Mode perencanaan yang ada yaitu diantaranya model perencanaan yang bersifat *top down* dan *bottom up*. Hal ini kemudian dijelaskan oleh Alfitri bahwasanya berbagai fakta empirik menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang tinggi tidak menjamin dapat terciptanya pemerataan hasil pembangunan. Pertumbuhan ekonomi merupakan fakta yang bersifat “tersentralisasi”, sedangkan pemerataan pembangunan sosial lebih bersifat “terdistribusi” untuk semua lapisan masyarakat. Konsep *trickle down effect* yang cenderung bersifat *top down* dianggap sebagai paradigma pembangunan yang konvensional. Sebaliknya, model pembangunan sosial yang lebih bersifat *bottom up* dengan strategi pemenuhan kebutuhan masyarakat bawah, lebih sesuai dengan kenyataan di lapangan (Alfitri, 2011)

Perencanaan pembangunan dari bawah ke atas (*Bottom-up Planning*) dengan menggali potensi riil keinginan atau kebutuhan masyarakat desa. Dimana masyarakat desa diberi kesempatan dan keluasan untuk membuat perencanaan pembangunan dan merencanakan sendiri apa yang mereka butuhkan. Masyarakat desa dianggap lebih tahu apa yang mereka butuhkan. Pemerintah hanya memfasilitasi dan mendorong agar masyarakat desa dapat memberikan partisipasi aktifnya dalam pembangunan desa (Alisyahbana, 2003:98)

Berkaitan dengan program pengembangan masyarakat oleh perusahaan, Parfitt (2004) dalam Alfitri menjelaskan bahwa dalam perencanaan program yang dilakukan perusahaan, pelibatan dini masyarakat target harus memiliki kesempatan untuk berpartisipasi secara langsung, sehingga mereka tahu apa yang

diputuskan dan manfaat yang akan diambil pada saat program diimplementasikan dan selesai dijalankan (Alfitri, 2011).

Maka dari itu, sejalan dengan perencanaan partisipatif yang dikemukakan oleh Abe, yaitu perencanaan partisipatif adalah perencanaan yang dalam tujuannya melibatkan kepentingan rakyat, dan dalam prosesnya melibatkan rakyat (baik secara langsung maupun tidak langsung). Tujuan dan cara harus dipandang sebagai satu kesatuan. Suatu tujuan untuk kepentingan rakyat dan bila dirumuskan tanpa melibatkan masyarakat, maka akan sulit dipastikan bahwa rumusan akan berpihak pada rakyat (Abe, 2002:81)

Jim Ife & Frank Tesoriero (2008), dikutip Alfitri menjelaskan mengenai teori partisipasi, yaitu bahwa program pengembangan masyarakat harus mendorong pengakuan dan peningkatan hak maupun kewajiban untuk berpartisipasi. Mendorong partisipasi merupakan bagian kritis dari proses pengembangan masyarakat (Alfitri, 2011).

d. Ciri – ciri participatory planning

Lebih lanjut, Wijaya (2001:25) menjelaskan ada enam ciri-ciri perencanaan partisipatif yang dikemukakan oleh Wicaksono dan Sugiarto, yaitu sebagai berikut:

1. Terfokus pada kepentingan masyarakat

- a. Perencanaan program berdasarkan pada masalah dan kebutuhan yang dihadapi masyarakat.

- b. Perencanaan disiapkan dengan memperhatikan aspirasi masyarakat yang memenuhi sikap saling percaya dan terbuka.

2. Partisipatoris (keterlibatan)

Setiap masyarakat melalui forum pertemuan, memperoleh peluang yang sama dalam sumbangan pemikiran tanpa dihambat oleh kemampuan bicara, waktu dan tempat.

3. Dinamis

- a. Perencanaan mencerminkan kepentingan dan kebutuhan semua pihak
- b. Proses perencanaan berlangsung secara berkelanjutan dan proaktif

4. Sinergitas

- a. Harus menjamin keterlibatan semua pihak
- b. Selalu menekankan kerjasama antar wilayah administrasi dan geografi
- c. Setiap rencana yang akan dibangun sedapat mungkin menjadi kelengkapan yang sudah ada, sedang atau dibangun
- d. Memperhatikan interaksi yang terjadi diantara *stakeholder*

5. Legalitas

- a. Perencanaan pembangunan dilaksanakan dengan mengacu pada semua peraturan yang berlaku.
- b. Menjunjung etika dan tata nilai masyarakat.
- c. Tidak memberikan peluang bagi penyalahgunaan wewenang dan kekuasaan.

6. Fisibilitas (Realistis)

Perencanaan harus bersifat spesifik, terukur, dapat dijalankan, dan mempertimbangkan waktu.

Kriteria-kriteria dari perencanaan partisipatif menurut Samsura (2003:2) dijabarkan sebagai berikut:

1. Adanya pelibatan seluruh stakeholder
2. Adanya upaya pembangunan institusi masyarakat yang kuat dan legitimate
3. Adanya proses politik melalui upaya negosiasi atau urun rembuk yang pada akhirnya mengarah pada pembentukan kesepakatan bersama (*collective agreement*).
4. Adanya usaha pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan pembelajaran kolektif yang merupakan bagi dari proses demokratisasi.

Abe menyatakan bahwa dengan adanya pelibatan masyarakat secara langsung dalam perencanaan, memiliki dampak positif bagi perencanaan partisipatif itu sendiri (Abe, 2005:90), yaitu:

1. Terhindar dari terjadinya manipulasi, keterlibatan masyarakat akan memperjelas apa yang sebenarnya dikehendaki masyarakat.
2. Memberi nilai tambah pada legitimasi rumusan perencanaan, semakin banyak jumlah mereka yang terlibat akan semakin baik.
3. Meningkatkan kesadaran dan keterampilan politik masyarakat

Alfitri berpendapat bahwa dalam pengembangan masyarakat lokal di perdesaan, konsep partisipasi diartikan sebagai jaringan hubungan segitiga antara pemerintah daerah dan perusahaan dengan masyarakat. Jaringan ini merupakan

manifestasi hubungan egaliter bagi ketiga pilar program yang mengarah kepada pembangunan kepercayaan, sehingga dapat dilakukan sinergi efektif terhadap program pemberdayaan masyarakat yang selama ini masih belum optimal dilaksanakan (Alfitri, 2011).

e. Peran Fasilitator dalam *community development*

Dalam pelaksanaan pengembangan masyarakat, peran fasilitator tidak dapat dipungkiri menjadi salah satu katalisator dalam kesuksesan pelaksanaan kegiatan. Hadi (2001) memaparkan fasilitator dalam *community development*, sebagai berikut:

1. Pemimpin masyarakat lokal

Pemimpin masyarakat ini dapat dipilih secara demokratis maupun mengangkat dirinya sendiri sebagai pimpinan dari kegiatan pengembangan masyarakat. Hal ini didasarkan atas keyakinan masyarakat bahwa pemimpin masyarakat lokal ini mampu menjalankan program ini dan bersifat sukarela serta tidak dibayar. Pemimpin ini dapat berasal dari kalangan masyarakat lokal hingga orang yang telah dibekali pelatihan dari berbagai macam program pemberdayaan masyarakat. Hal ini kemudian menjadi bentuk respon yang nyata bahwa anggota masyarakat bersedia mengakui dan berkontribusi pada kebutuhan mereka.

2. Penduduk lokal yang memiliki keahlian

Penduduk lokal ini memiliki keahlian untuk memperkenalkan program *community development* seperti peningkatan pendidikan, kesejahteraan sosial, pertanian, kesehatan. Pada umumnya tipe ini bekerja dengan

membentuk panitia yang beranggotakan masyarakat lokal itu sendiri. Panitia kemudian bertugas untuk mengatur keuangan dan pengawasan terhadap implementasi program. Keberhasilan program bergantung pada keahlian dan kemampuan, serta kualitas kerjasama dari keseluruhan panitia.

3. Professional Dari Luar

Pada umumnya tipe ini merupakan seorang professional yang ditugaskan oleh pemerintah untuk memperkenalkan program pemberdayaan masyarakat. Biasanya tipe fasilitator ini hanya menjadikan kesejahteraan masyarakat bersifat sementara. Hal ini karena tipe ini lebih memperhatikan kepada yang menugaskannya atau sponsor, dan kurang atau bahkan tidak untuk kepentingan masyarakat lokal itu sendiri.

4. Pekerja *Community Development* Serba Bisa

Tipe fasilitator ini merupakan seorang ahli pengembangan masyarakat yang ditugaskan untuk membantu dan menyelesaikan proyek *community development* masyarakat lokal. Umumnya tipe ini tertarik untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang dibantunya. Kegiatan nya memberikan pelatihan untuk pemimpin lokal agar dapat mengerjakan pekerjaan dalam masyarakat tersebut secara mandiri.

f. Proses *Community Development*

Alfitri (2011:36-37) mengemukakan dalam pengembangan masyarakat, partisipasi menjadi salah satu bagian penting dalam pencapaian tujuan, karena perlu dilibatkan dalam tiap proses pembangunan, yaitu:

1. Identifikasi masalah, yang masyarakat bersama dengan para perencana ataupun pemegang otoritas kebijakan tersebut identifikasi persoalan dalam diskusi kelompok, *brain storming*, identifikasi peluang, potensi dan hambatan
2. Proses perencanaan, yang masyarakat dilibatkan dalam penyusunan rencana dan strategi berdasar pada hasil identifikasi
3. Pelaksanaan proyek pembangunan
4. Evaluasi, masyarakat dilibatkan untuk menilai hasil pembangunan yang dilakukan, apakah pembangunan memberikan hasil guna (manfaat bagi masyarakat) ataukah justru masyarakat dirugikan dengan proses yang telah dilakukan, merupakan inti dari proses evaluasi
5. Mitigasi, yakni kelompok masyarakat dapat terlibat dalam mengukur sekaligus mengurangi dampak negative pembangunan
6. Monitoring tahap yang dilakukan agar proses pembangunan yang dilakukan dapat berkelanjutan. Dalam tahap ini, juga dimungkinkan adanya penyesuaian berkaitan dengan situasi dan informasi terakhir dari program pembangunan yang telah dilaksanakan.

Radyati (2008:63) beranggapan bahwa tahapan pengembangan masyarakat sangat ditentukan oleh persiapan dan strategi perencanaan yang baik, sehingga program aksi pengembangan masyarakat dapat mencapai sasaran. Ada tiga pendekatan untuk perencanaan pengembangan masyarakat (*community development approach*, diantaranya yaitu:

Pertama, *development for community*. Pencetus kegiatan pengembangan masyarakat adalah perusahaan yang mempunyai status sebagai pendonor,

sedangkan kedudukan dari komunitas target adalah sebagai objek kegiatan pengembangan masyarakat. Efek dari kegiatan ini adalah ketergantungan dari komunitas terhadap perusahaan untuk mencapai hasil akhir. Oleh karena itu tujuan akhir adalah menghasilkan sesuatu, maka jangka waktu program ini relative pendek. Karakteristik dari program ini adalah berorientasi pada perusahaan atau dikenal dengan program inkind.

Kedua, *development with community*, dalam program ini kegiatan dirumuskan bersama-sama antara perusahaan dan masyarakat. Kedudukan perusahaan adalah sebagai agen pembangunan, sedangkan komunitas adalah sebagai subjek sekaligus sebagai objek program pengembangan masyarakat. Tujuan dari program ini adalah berorientasi pada hasil dan memberikan sumbangan pada proses pembangunan. Dampak positifnya, komunitas tidak sepenuhnya bergantung pada perusahaan, akan tetapi mereka dilatih untuk berswadaya. Jangka waktu program ini biasanya cukup lama dan berkelanjutan. Karakteristik program ini adalah berorientasi untuk memenuhi kebutuhan komunitas sekaligus tujuan perusahaan.

Ketiga, *development of community*, karakteristik utama program ini adalah berorientasi pada pemenuhan kebutuhan komunitas. Tujuan akhirnya adalah pembangunan yang berproses. Disini yang menjadi pencetus ide adalah komunitas sendiri, jadi komunitas yang mengidentifikasi kebutuhan dan program. Dengan demikian komunitas berkedudukan murni sebagai subjek sedangkan perusahaan sebagai agen pembangunan. Dampak positifnya adalah membuat komunitas menjadi *self-reliance* oleh karena mereka terlibat langsung sepenuhnya pada program dan mereka sendiri yang menentukan keberhasilan atau kegagalan

usahanya. Oleh karena karakteristik tersebut, maka program semacam ini biasanya mempunyai jangka waktu yang panjang. Biasanya program ini bentuknya dikenal dengan kemitraan, yakni pelatihan dan pendampingan pada komunitas tertentu.

Tahap-tahap perencanaan hingga evaluasi dari pengembangan masyarakat, disesuaikan dengan kondisi masyarakat yang ada, termasuk didalamnya identifikasi masalah, serta peluang yang dapat dilakukan. Proses *community development* menurut Zubaedi meliputi enam tahap (Zubaedi, 2013: 84) yaitu:

1. *Problem posing* (pemaparan masalah)

Pada tahap ini pelaku pengembangan masyarakat melakukan pengelompokan dan menentukan masalah serta persoalan yang dihadapi oleh masyarakat dari kelompok sasaran yang dituju. Masyarakat pada dasarnya menyadari permasalahan-permasalahan dan berbagai persoalan yang dihadapi, namun tidak mengungkapkan hal tersebut. Pada tahap ini, pelaku pengembangan masyarakat bertugas untuk memberikan penjelasan, informasi, serta memfasilitasi kegiatan musyawarah atau diskusi antar warga yang menjadi kelompok sasaran.

2. *Problem analysis* (analisis masalah)

Pada tahap ini, pelaku pengembangan masyarakat mengumpulkan informasi terkait jenis, ukuran, dan ruang lingkup permasalahan-permasalahan yang dihadapi masyarakat. Selain itu, informasi yang dibuat ditujukan agar dapat diakses oleh berbagai pihak yang berkepentingan.

3. *Aims and Objectives* (penentuan tujuan dan sasaran)

Tujuan ini merujuk pada visi, tujuan jangka panjang, dan *statement* mengenai gambaran umum. Sementara itu, sasaran bersifat lebih khusus dibanding dengan tujuan. Pelaku perubahan, menetapkan tujuan yang ingin diraih dan kemudian menyusun proses dan tugas-tugas khusus. Sasaran yang ditetapkan terdiri atas beberapa kegiatan yang dapat diidentifikasi, dianalisis, dan dijelaskan kepada warga. Sasaran dan tujuan sering kali mengalami pembaharuan, guna cara penanganan terhadap masalah dengan cara yang berbeda-beda.

Sasaran jangka panjang memerlukan strategi berbeda-beda dan disusun dalam berbagai tahap, sedangkan sasaran jangka menengah dan pendek berskala lebih kecil lagi. Dalam memahami dan menjelaskan tujuan dan sasaran jangka panjang, menengah dan pendek, perencanaan bergerak dari sesuatu yang luas ke spesifik dan dari sesuatu yang abstrak ke konkret.

4. *Actions plans* (perencanaan tindakan)

Tahap ini dilakukan oleh pelaku pengembangan masyarakat melalui kegiatan perencanaan dengan berbagai aksi, untuk mencapai tujuan. Dalam merencanakan aksi, pelaku perubahan memerhatikan tenaga kerja, peralatan, jaringan sosial, dana, tempat, informasi, waktu yang tersedia, factor-faktor penghambat, factor-faktor pendukung, permasalahan-permasalahan *stakeholder*, tugas-tugas nyata yang dilakukan, pihak-pihak berpengaruh secara signifikan terhadap hasil, pemain-pemain kunci baik secara individual dan kelompok, dilema atau kontradiksi atau ketegangan antara alat dengan tujuan dan hasil-hasil yang mungkin dicapai.

5. Pelaksanaan Kegiatan

Dalam tahap ini, dilakukan oleh pelaku perubahan dengan mengimplementasikan tahapan pengembangan masyarakat yang telah dirancang. Perhitungan konsekuensi yang akan terjadi dari program yang dilaksanakan, perlu diperhitungkan oleh pelaku perubahan.

6. Evaluasi

Tahap ini dilakukan oleh pekerja sosial secara terus menerus, baik secara formal maupun semi formal, pada akhir proses pengembangan masyarakat maupun secara informal dalam setiap bulan, mingguan, bahkan harian.

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian studi kasus. Dimana menurut Creswell studi kasus adalah merupakan salah satu jenis penelitian kualitatif, dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktifitas, terhadap satu atau lebih orang. Suatu kasus terikat oleh waktu dan aktifitas dan peneliti melakukan pengumpulan data secara mendetail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dan dalam waktu yang berkesinambungan (Creswell, 2012).

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, Sugiyono menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme atau enterpretif, digunakan untuk

meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dokumentasi), data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena, dan menemukan hipotesis (Sugiyono, 2018: 9).

Sementara itu, Bogdan dan Biklen menyatakan, *qualitative research is descriptive. The data collected is in the form of words of pictures rather than number*. Jadi, penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Dimana data yang terkumpul dalam bentuk kata-kata dan gambar, yang kemudian diinterpretasikan oleh peneliti dalam bentuk deskriptif agar lebih mudah dipahami (Bogdan & Biklen, 2006).

2. Objek penelitian

Objek penelitian ini adalah program CSR PT Adaro Indonesia yang bertajuk Istana Kelulut tahun 2018, yang ditujukan pada masyarakat Kabupaten Balangan, Kalimantan Selatan.

3. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian bertempat di Dahai *External Office* PT Adaro Indonesia, tepatnya di *CSR Department*, dan di regional Kabupaten Balangan yang tersasar program ini.

4. Teknik pengumpulan data

- a. Wawancara

Jenis wawancara yang dipilih penulis dalam penelitian ini yaitu, wawancara semiterstruktur (*semistruktur interview*). Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan. Wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan wawancara mendalam dengan pihak-pihak yang bersangkutan, untuk mengetahui tentang program *Corporate Social Responsibility* Istana Kelulut tahun 2018 yang dilakukan oleh PT Adaro Indonesia. Kriteria informan yang dipilih peneliti, yaitu:

1. Informan mengetahui segala informasi mengenai pelaksanaan program CSR Istana Kelulut, yaitu Jatmiko Wicaksono, selaku *CSR Program Staff* sekaligus *Project Leader*, dari program CSR Istana Kelulut PT Adaro Indonesia. Berperan penting dalam terlaksananya proyek dan bertanggung jawab dalam menjalin komunikasi, serta negosiasi dengan penerima manfaat.
2. Informan mengetahui segala informasi mengenai pelaksanaan program CSR Istana Kelulut yaitu, Leni Marlina selaku *CSR Department Head* PT Adaro Indonesia. Berperan penting dalam proses pelaksanaan proyek dan bertanggung jawab dalam menjalin komunikasi dengan penerima manfaat.

3. Informan dari pihak penerima manfaat dari program CSR Istana Kelulut yaitu Maskuni, selaku masyarakat yang menerima manfaat dan menjadi petani Lebah Kelulut pertama dari Istana Kelulut.
4. Informan dari penerima manfaat program CSR Istana Kelulut yaitu petani budidaya Lebah Kelulut binaan Maskuni, yaitu Hj. Yasin.

b. Studi dokumentasi

Dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu, menurut Setiawan dan Anggito, merujuk pada materi seperti foto, video, film, memo, surat, catatan harian, catatan kasus klinis, dan memorabilia segala macam yang bisa digunakan sebagai informasi tambahan sebagai bagian dari studi kasus yang sumber data utamanya adalah observasi dan wawancara (Setiawan & Anggito, 2018: 146).

5. Teknik analisis data

Penulis menggunakan teknik analisis data Model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*, yang dijelaskan dibawah ini:

b. *Data reduction* (reduksi data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih dan memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas,

dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2018: 135)

c. *Data display* (Penyajian Data)

Menurut Sugiyono melalui penyajian data, maka data akan terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dalam hal ini, Miles and Huberman (1984) menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2018).

d. *Conclusion drawing/verification*

Sugiyono mengungkapkan bahwa kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2018: 141-142).

6. Teknik pemeriksaan keabsahan data

Penulis menggunakan teknik triangulasi dalam pemeriksaan keabsahan data. Menurut Sugiyono, triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber, dimana menurut Sugiyono (2018) bahwa Triangulasi sumber yaitu untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah didapatkan dari beberapa sumber.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Secara sistematis penulisan dalam penelitian Proses *Community Development* “Istana Kelulut” Masyarakat Pascatambang Sebagai Aktualisasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Adaro Indonesia yaitu sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan dalam penelitian ini berisi latar belakang masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan teori, penelitian terdahulu, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB 2 : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab gambaran umum objek penelitian akan berisi profil secara umum dan khusus mengenai PT Adaro Indonesia dan CSR *Department* yang meliputi struktur organisasi, visi misi, dan aktivitas perusahaan.

BAB 3 : SAJIAN DAN ANALISIS DATA

Bab sajian dan analisis akan berisi sajian data dari proses tahapan *Community Development* Istana Kelulut dalam CSR PT

Adaro Indonesia, dan hasil analisis data berdasarkan teori yang telah dipaparkan.

BAB 4 : PENUTUP

Bab penutup akan berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan, guna menjadi saran atau referensi bagi penelitian selanjutnya.

