

PROSIDING Simposium Nasional

Pengembangan Jejaring Kelembagaan
Menuju Penguatan Keberdayaan Masyarakat



20 JULI 2017
HOTEL LORIN
SURAKARTA



**PROGRAM STUDI MAGISTER DAN DOKTOR
PENYULUHAN PEMBANGUNAN/PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA**

Telp/Fax (0271)632450 exc 315. Email: ppmuns@gmail.com
Web: pasca.uns.ac.id/s3pppm/kegiatan/



PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT PERKEBUNAN NUSANTARA XII

Sad Likah

Prgram Studi Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta

Korespondensi penulis: Sad Likah, sadlikahseno@yahoo.co.id

ABSTRAK

Program CSR pada PTPN XII berupa Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Program kemitraan sebagian besar diberikan kepada bidang peternakan. Program bina lingkungan, sebagian besar untuk pembangunan sarana prasarana di masyarakat. Program kemitraan bidang peternakan berupa pemberdayaan kepada peternak, berupa pemberian pinjaman untuk pembelian bibit sapi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus.

Persepsi peserta kemitraan terhadap CSR dapat dibedakan menjadi dua, yaitu peserta kemitraan "petugas" dan karyawan pelaksana (buruh). "Petugas" pada umumnya mengetahui adanya program CSR perusahaan, sedangkan peserta kemitraan yang bekerja sebagai karyawan pelaksana (buruh) pada umumnya mengetahui program CSR perusahaan sebatas "program kemitraan sapi kereman". Pengetahuan buruh tentang program kemitraan sapi potong cukup bagus, semua peserta kemitraan mengetahui jangka waktu pinjaman, jumlah yang diterima dan jumlah pengembalian.

Semua peserta menyatakan program kemitraan sangat bermanfaat. Persepsi mereka tentang manfaat program kemitraan pada dasarnya bertingkat sesuai dengan kondisi rumah tangga dan usahanya, yaitu untuk: menambah pendapatan, sebagai tabungan, sebagai suntikan modal, pengembangan usaha, untuk meningkatkan aset rumah tangga dan memotivasi agar lebih maju dan bersemangat dalam mengupayakan kesejahteraan dan pekerjaannya.

Key words: persepsi, CSR, kemitraan, perkebunan

I. PENDAHULUAN

Dewasa ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah menjadi kebutuhan bagi perusahaan untuk memperhatikan penerapannya. Berawal dari maraknya konflik yang dialami masyarakat karena kerusakan lingkungan hidup akibat beroperasinya perusahaan. Hal ini semakin menimbulkan sinisme masyarakat terhadap keberadaan perusahaan (Matten, 2006). Kemudian kerusakan lingkungan yang terjadi secara terus menerus dalam jangka panjang mengakibatkan kemiskinan, kesenjangan sosial dan masalah sosial (Rachman, 2011). Lebih jauh juga mengakibatkan ketidakpercayaan masyarakat kepada institusi pemerintah dan bisnis. Survey *Pricewaterhouse Coopers* (PwC) terhadap 750 *Chief Executive Officers* menunjukkan bahwa peningkatan tekanan untuk menerapkan CSR menempati ranking kedua dari tantangan-tantangan bisnis paling penting di tahun 2000 (Morimoto, Ash dan Hope, 2004).

Keadaan di atas mau tak mau mengharuskan dunia usaha untuk melakukan reorientasi bisnis, kemudian timbulah berbagai pemikiran menuju bisnis yang etis, antara lain melalui praktik CSR. Menurut Wibisono (2007) manfaat bagi perusahaan yang berupaya menerapkan CSR, yaitu dapat mempertahankan atau mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan, layak mendapatkan social licence to operate, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumberdaya,

membentangkan akses menuju market, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan stakeholders, memperbaiki hubungan dengan regulator, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan serta berpeluang mendapatkan penghargaan. Kurniawan (2012) menyatakan persepsi yang baik terhadap CSR berpengaruh positif terhadap citra perusahaan.

Keterlibatan perusahaan dalam praktik pelestarian lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan dapat memberi dampak positif pada pemangku kepentingan internal dan eksternal karena praktik ini menunjukkan manfaat bagi kinerja keuangan, pengurangan biaya, citra perusahaan (Opreana, 2013). Meningkatnya citra perusahaan akan memiliki implikasi yang strategis bagi perusahaan karena reputasi yang baik merupakan salah satu keunggulan kompetitif. Reputasi merupakan akumulasi dari corporate image, baik antar stakeholders maupun lintas waktu (*over the time*) (Kusniadji (2011). CSR meningkatkan persepsi karyawan terhadap perusahaan. Bila sebuah perusahaan memiliki inisiatif CSR yang baik, karyawannya lebih bangga dan berkomitmen terhadap organisasi (Stawiski, Deal and Gentry, 2010).

PTPN XII merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan status Perseroan Terbatas yang bergerak dalam bidang perkebunan. Menurut Rahman, Efendi dan Wicaksana (2011) kegiatan bisnis berbasis sumberdaya alam yang bisa diperbaharui seperti perkebunan ini tetaplah harus memperhatikan perubahan sosial ekonomi di lokasi. Perubahan ini perlu diantisipasi karena bukan hanya masalah masyarakat tetapi juga masalah perusahaan, seperti tenaga kerja lokal dan perubahan struktur sosial yang mendorong munculnya kecemburuan. Oleh karena itu penting dikaji bagaimana persepsi masyarakat sekitar perkebunan terhadap program CSR yang dilakukan PTPN XII agar dapat meningkatkan brand image dan lisenca to operate perusahaan. Hasil-hasil kajian akan sangat diperlukan dalam memperbaiki program CSR PTPN XII persero di masa mendatang, dimana memerlukan strategi dan pendekatan CSR tersendiri yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan perusahaan serta berkontribusi pada pembangunan masyarakat. Pertanyaan yang ingin dijawab pada artikel ini adalah:

- a. Bagaimana implementasi program CSR pada PTPN XII
- b. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap program CSR yang dilakukan PTPN XII

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut kamus Bahasa Indonesia, istilah persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu atau "proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancaindranya". <http://kbbi.web.id/persepsi>. Menurut Hasminee (2007) persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu suatu stimulus yang diterima oleh individu melalui alat reseptor yaitu indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya. Persepsi merupakan stimulus yang diindera oleh individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang diindera. Sedangkan menurut Firmansyah (2009) persepsi adalah pencarian informasi untuk memahami, alatnya adalah pancaindera dan kognisi atau kesadaran. Persepsi sosial adalah proses yang dialami seseorang untuk mengetahui dan memahami orang lain (Baron dan Byrne, 1997).

Persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna kepada stimulus inderawi. Menurut Luthans, persepsi itu adalah lebih kompleks dan luas kalau dibandingkan dengan penginderaan. Walaupun persepsi sangat tergantung pada penginderaan data, proses kognitif barangkali bisa menyaring, menyederhanakan, atau mengubah secara sempurna data tersebut. Dengan kata lain proses persepsi dapat menambah, dan mengurangi kejadian kenyataannya yang diindera oleh seseorang (Thoha, 1983). Walgito (2004) mengungkapkan bahwa persepsi merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu. Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dengan berbagai macam bentuk. Stimulus mana yang akan mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan. Berdasarkan hal tersebut, perasaan, kemampuan berfikir, pengalaman-pengalaman yang dimiliki individu tidak sama, maka dalam mempersepsi sesuatu stimulus, hasil persepsi mungkin akan berbeda antar individu satu dengan individu lain.

Jalaludin Rakhmat (2007) menyatakan persepsi adalah pengamatan tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sedangkan, Suharman (2005) menyatakan: "persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsir informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia". Menurutnya ada tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia, yaitu pencatatan indera, pengenalan pola, dan perhatian.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik suatu kesamaan pendapat bahwa persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya.

Definisi secara luas yang di tulis sebuah organisasi dunia World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) menyatakan bahwa CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjaannya beserta seluruh keluarga. definisi CSR juga mengisyaratkan implementasi CSR mengharuskan peningkatan kesejahteraan karyawan dan keluarganya, dan komunitas lokal. Craig Semit (1994) dalam (Aryani, 2005) berpendapat CSR harus disikapi secara strategis dengan melakukan penyelarasan inisiatif CSR yang relevan dengan produk inti (core product) dan pasar inti (core market), membangun identitas merek, bahkan untuk menggaet pangsa pasar atau menghadapi pesaing. Ahli pemasaran Kotler dan Lee (2005) menyatakan ada tiga syarat yang dibutuhkan untuk menjadikan CSR sebagai bagian dari Corporate Sustainability: 1) menjadikan CSR sebagai bagian yang tak terpisahkan dari Corporate Business Strategy, 2) Program CSR berkaitan erat dengan Core Business unit perusahaan, 3) CSR menjadi tanggung jawab perusahaan di internal maupun eksternal.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi penelitian studi kasus. Pendekatan kualitatif digunakan karena mampu memberikan pemahaman secara mendalam tentang suatu realitas social terkait implementasi CSR pada PTPN XII berupa kemitraan dengan peternak untuk introduksi teknologi usaha penggemukan sapi potong yang ditujukan bagi masyarakat perkebunan.

Pada penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu Sumber data primer dan sumber data skunder dan data kualitatif yang berupa narasi (Creswell, 1998). Sumber data primer langsung dikumpulkan dari manajemen PTPN XII, serta data yang dikumpulkan dari persepsi masyarakat sekitar perusahaan peserta kemitraan, dan data skunder diperoleh dari kantor dokumen perusahaan yang berupa laporan tahunan perusahaan, laporan tahunan dan triwulanan PKBL serta dokumen kebun Unit Kotta Blater. Pengambilan data dilakukan melalui interview, depth interview, Focus Group Discussion (FGD), observasi dan studi dokumen.

Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat di sekitar perkebunan pada unit perkebunan Kotta Blater Kabupaten Jember PTPN XII. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Kepala Bagian PKBL atau CSR, staf PKBL, manajer perkebunan Kota Blatter PTPN XII dan selanjutnya berdasar informasi dari informan-informan terdahulu dipilih informan-informan yang mengetahui dan berkaitan dengan permasalahan dan seterusnya. Sistem pengambilan sampel seperti tersebut di atas menggunakan teknik purposive sampling dan Snowball (Sugiyono, 2009).

Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif, yaitu suatu metode yang digunakan untuk memperoleh gambaran dari tujuan penelitian tersebut. Analisa dilakukan secara kualitatif yakni interpretasi data berdasarkan

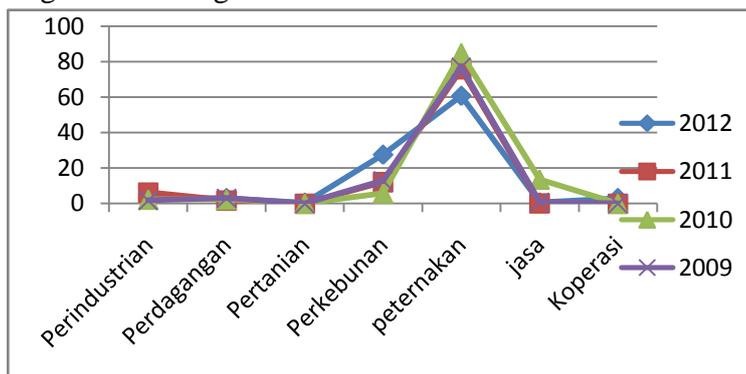
pertimbangan-pertimbangan keahlian (judgement) dalam bentuk narasi. Dengan memberikan ulasan atau interpretasi terhadap data dan informasi yang diperoleh, sehingga menjadi lebih bermakna dari pada sekedar penyajian dalam bentuk angka-angka (numeric) (Hendarso 1995).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

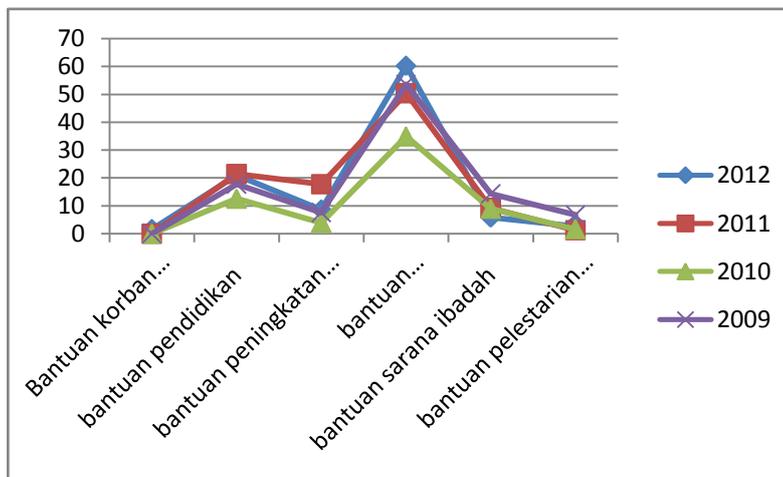
Implementasi CSR

Ruang lingkup kegiatan PKBL pada PTPN XII mengikuti Peraturan Menteri Nomor 05/N.MBU/2012, meliputi program kemitraan dan bina lingkungan. Program kemitraan di bagi per sektor, yaitu pinjaman modal kepada masyarakat sekitar perkebunan di sektor industry (6.51%), perdagangan (1,83%), pertanian/perkebunan (13.40%), peternakan/perikanan (78.07%), jasa (0.17%) dan koperasi. Bina Lingkungan, lingkup kegiatannya meliputi bantuan kurban bencana alam (3%), bantuan pendidikan dan atau pelatihan (24.2%), bantuan peningkatan kesehatan (6.1%), bantuan pengembangan sarana prasarana umum (39.49%), bantuan sarana ibadah (15.25%), pelestarian alam 12.1%), social kemasyarakatan dalam rangka pengentasan kemiskinan.

Perkembangan pelaksanaan PKBL pada PTPN XII berdasarkan sektor atau bidang adalah sebagai berikut:



Gambar 4.8. Perkembangan pelaksanaan Program Kemitraan



Gambar 4.9. Perkembangan Pelaksanaan Program Bina Lingkungan

Dari grafik di atas terlihat bahwa PTPN XII sangat memperhatikan sektor peternakan. Hal ini disebabkan karena peternakan bersinergi dengan perkebunan, penduduk dan karyawan sekitar perkebunan sudah terbiasa beternak sebagai sambilan pekerjaan, karena pakan ternak utama, yaitu rumput ketersediaannya sangat berlimpah. Hal ini dijelaskan Asisten kepala bagian bidang pelaksana PKBL sebagai berikut:

"Pertimbangan kenapa kemitraan sebagian besar diberikan kepada usaha peternakan karena risikonya tidak terlalu besar dan usaha peternakan masih bisa bersinergi dengan perkebunan dan banyaknya ketersediaan pakan ternak berupa rumput alam. Peternakan juga merupakan mata pencaharian yang sudah menjadi usaha masyarakat perkebunan sejak dulu"

Persepsi Masyarakat

Persepsi peserta kemitraan terhadap pengertian CSR dapat dibedakan menjadi dua. Peserta kemitraan yang bekerja sebagai "petugas" di perkebunan pada umumnya mengetahui adanya program CSR perusahaan, mengetahui bahwa selain program kemitraan sapi potong ada program lain seperti beasiswa. Sedangkan peserta kemitraan yang bekerja sebagai BT dan BL pada umumnya tidak mengetahui tentang CSR akan tetapi mereka mengetahui program kemitraan perusahaan ini sebagai "program kemitraan sapi kereman".

Persepsi peserta kemitraan tentang manfaat program kemitraan, semua peserta menyatakan agar program kemitraan ini dilanjutkan pada tahun-tahun berikutnya karena menurut mereka sangat bermanfaat. Dari jawaban peserta kemitraan dapat diringkas bahwa persepsi peserta kemitraan terhadap manfaat program adalah sebagai berikut:

- a. Menambah penghasilan dan meningkatkan pendapatan mereka
- b. Sebagai tabungan untuk kebutuhan yang besar seperti hajatan pernikahan dan biaya sekolah
- c. Sebagai suntikan modal untuk mempertahankan usaha yang sudah berjalan
- d. Untuk pengembangan usaha
- e. Untuk meningkatkan aset rumah tangga berupa tanah dan rumah.
- f. Memotivasi karyawan untuk lebih maju dan lebih bersemangat dalam mengupayakan kesejahteraan dan pekerjaannya.

Dari jawaban di atas persepsi masyarakat terhadap program CSR, CSR bermanfaat untuk meningkatkan kesejahteraan rumah tangganya dan meningkatkan kinerja dalam pekerjaannya. Program CSR bermanfaat bagi kesejahteraan masyarakat dan kinerja perusahaan melalui peningkatan kinerja karyawan dan peningkatan loyalitas karyawan. Menurut Opreana (2013) keterlibatan perusahaan dalam praktik tanggung jawab sosial perusahaan dapat memberi dampak positif pada pemangku kepentingan internal dan eksternal. Pemberian bantuan pinjaman dengan bunga ringan melalui program kemitraan ini dapat diartikan sebagai bentuk perhatian perusahaan kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan kinerjanya. Penilaian peserta kemitraan yang berhasil terhadap perusahaan juga positive,

sehingga dapat meningkatkan citra perusahaan. Menurut Stawiski, Deal and Gentry (2010) CSR meningkatkan persepsi karyawan terhadap perusahaan. Bila sebuah perusahaan memiliki inisiatif CSR, karyawannya akan lebih bangga dan berkomitmen terhadap organisasi. Kurniawan (2012) menyatakan persepsi yang baik terhadap CSR berpengaruh positif terhadap citra perusahaan.

V. KESIMPULAN

- a. Perusahaan memberikan perhatian besar kepada peningkatan kesejahteraan peternak sapi potong di sekitar perusahaan yang sebagian besar bermata pencaharian sebagai peternak dan bidang perkebunan.
- b. Manfaat program kemitraan Semua peserta menyatakan bahwa bantuan modal sangat bermanfaat bagi peningkatan kesejahteraan rumah tangganya. Program kemitraan juga dapat meningkatkan identifikasi karyawan kepada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, S., 2005. CSR, Bukan Sekedar Tren. Penulis adalah Konsultan TI PT Fokus Usaha Solusi. <http://www.sinarharapan.co.id/berita/0603/25/opi02.html>
- Battacharya, C.B; Sen, S dan Korschun, D, 2007. Corporate Social Responsibility as An Internal Marketing Strategi. Sloan Management Review
- Creswell, J. W. 1998. Qualitatif Inquiry and Research Design. Sage Publications, Inc:California.
- Firmansyah, F. 2011. Psikologi Sosial I. Pusat Pengembangan Bahan Ajar. Universitas Mercu Buana
- Jalal, 2013. CSR dalam Konteks ISO 26000. Prinsip Subyek inti dan Integrasi ke dalam Praktek Organisasi. Lingkar Studi CSR. Jakarta
- Jalal, 2012. Jalal diantara Pusaran CSR Arus Utama. Majalah Bisnis & CSR Edisi 13-19 Agustus 2012.
- Hendrarso, E,S.1995. Penelitian Kualitatif, Dalam Buku Metode Penelitian Sosial (Editor:Bagong Suyatno, dkk). Airlangga University Press. Surabaya.
- Kotler, P. And Lee, N., 2005. Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good for Your Company and Your Cause. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey
- Kurniawan, I., 2012. Kurniawan. Jurnal Ilmiah Universitas Bakri. Vol 1, No 01 (2012)
- Opreana, A., 2013. Segmentation of Employee Perceptions in Relation to Corporate Social Responsibility Practices. Expert Journal of Business and Management (2013) 1: 15-28

- Stephen B. Young and Frank Straub, 2006. The Caux Round Table: Taking CSR from Aspiration to Action. dalam Judith Hennigfeld, Manfred Pohl and Nick Tolhurst. The ICCA Hand Book On Corporate Social Responsibility. John Wiley & Sons Ltd, The Atrium, Southern Gate, Chichester, West Sussex PO19 8SQ, England
- Sugiyono, 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Alfabeta C.V. Bandung
- PT. Perkebunan Nusantara XII, 2010. Laporan Tahunan PT. Perkebunan Nusantara XII Tahun 2010. Surabaya
- PT. Perkebunan Nusantara XII, 2011. Laporan Tahunan Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Bina Lingkungan Tahun 2011.
- Stawiski, S., Deal, J.J. and Gentry, W., 2010. Employee Perceptions of Corporate Social Responsibility. The Implications for Your Organization employee. Paper. Center for Creatice Leadership (www.ccl.org)
- Thoha, M., 2011. Perilaku Organisasi. Konsep Dasar dan aplikasinya. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Rachman, N.M; Efendi, A dan Wicaksana, E., 2011. Panduan Lengkap Perencanaan CSR. Penerbit Penebar Swadaya. Depok.
- Walgito, B., 2004. Psikologi Sosial. Andi Offset. Yogyakarta
- Wibisono, Y.,2007. Membedah Konsep dan Aplikasi CSR. Fascho Publishing. Gresik