

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan pertumbuhan ekonomi menjadi agenda penting dalam pembangunan nasional. Pembangunan merupakan suatu usaha yang terencana untuk menciptakan kondisi yang lebih baik agar tercapainya kemajuan bangsa. Salah satu yang mendorong keberhasilan pembangunan adalah dunia usaha, dalam konteks pembangunan saat ini, dunia usaha tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang hanya memfokuskan pada kondisi keuangan, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Kegiatan dunia usaha bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan *profit* demi kelangsungan usahanya, melainkan juga bertanggung jawab terhadap aspek sosial dan lingkungan sekitarnya.

Dunia usaha terutama perusahaan besar yang berkembang dengan memanfaatkan sumberdaya alam maupun memanfaatkan masyarakat sebagai potensi pasar hasil produksinya, sudah seharusnya ikut berpartisipasi dalam kegiatan membangun masyarakat. Seiring dengan hal tersebut, kalangan swasta, pemerintah, dan organisasi masyarakat berupaya merumuskan dan mempromosikan tanggung jawab sosial sektor usaha dalam hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan. Secara umum upaya-upaya tersebut

disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan.

CSR sangat erat hubungannya dengan pembangunan berkelanjutan, yang berprinsip memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan pemenuhan kebutuhan generasi masa depan. Pembangunan berkelanjutan sering dipahami hanya sebagai isu-isu lingkungan. Lebih dari itu, pembangunan berkelanjutan mencakup tiga hal kebijakan, yaitu pembangunan ekonomi, sosial, dan perlindungan lingkungan yang digambarkan oleh John Elkington dalam *triple bottom line* (Rachman, dkk 2011).

Pada dasarnya, konsep *Corporate Social Responsibility* dijelaskan dalam model *Triple Bottom Line* (TBL) atau tiga fokus perusahaan dalam beroperasi, yaitu sosial (masyarakat), ekonomi dan lingkungan yang lebih dikenal dengan sebutan *people, profit* dan *planet* (3P). Konsep *Triple Bottom Line* (TBL) dijelaskan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan pada pemegang saham (*profit*), tanggung jawab perusahaan agar menjaga kemampuan lingkungan (*planet*) dalam mendukung keberlanjutan kehidupan bagi generasi berikutnya, dan menjelaskan bahwa kehadiran perusahaan selain mengejar keuntungan (*profit*) juga diharapkan dapat membantu menciptakan kehidupan masyarakat (*people*) yang lebih baik dan mandiri khususnya masyarakat di sekitar tempat perusahaan beroperasi.

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah diterima secara luas oleh berbagai perusahaan. Pelaksanaan CSR telah dijalankan oleh perusahaan-perusahaan besar di Indonesia dan beberapa perusahaan

agroindustri di Provinsi Lampung (Sumaryo, 2011). Provinsi Lampung merupakan Provinsi yang memiliki perusahaan pertanian cukup banyak, mulai dari industri rumah tangga, kecil, sedang hingga industri besar.

Berdasarkan angka sementara hasil pencacahan lengkap Sensus Pertanian 2013 oleh Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah usaha pertanian di Provinsi Lampung sebanyak 1.225.744 dikelola oleh rumah tangga, sebanyak 151 dikelola oleh perusahaan pertanian berbadan hukum dan sebanyak 119 dikelola oleh selain rumah tangga dan perusahaan berbadan hukum. Hal ini dapat terlihat pada tabel 1.

Tabel 1. Jumlah usaha pertanian di Provinsi Lampung berdasarkan hasil sensus pertanian tahun 2013

No.	Kabupaten	Rumah Tangga	Perusahaan	Lainnya
1	Lampung Barat	93.039	1	21
2	Tanggamus	102.566	10	1
<b>3</b>	<b>Lampung Selatan</b>	<b>134.061</b>	<b>26</b>	<b>4</b>
4	Lampung Timur	192.256	10	26
5	Lampung Tengah	232.933	21	12
6	Lampung Utara	95.263	13	20
7	Way Kanan	85.270	15	8
8	Tulang Bawang	63.309	7	-
9	Pesawaran	67.075	17	9
10	Pringsewu	54.677	2	2
11	Mesuji	38.469	6	-
12	Tulang Bawang Barat	48.975	1	8
13	Bandar Lampung	8.486	19	6
14	Metro	9.203	3	2
	Jumlah	1.225.744	151	119

Sumber: Badan Pusat Statistik tahun 2013.

Jumlah perusahaan pertanian berbadan hukum terbanyak berlokasi di Kabupaten Lampung Selatan yaitu berjumlah 26 perusahaan. Diantara 26

perusahaan tersebut, salah satu perusahaan yang telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya adalah PT Perkebunan Nusantara VII (Persero) Unit Usaha Rejosari melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). PKBL merupakan bagian dari CSR, karena salah satu karakteristik utama CSR adalah melampaui kepatuhan terhadap hukum (*beyond compliance*), sedangkan PKBL adalah bagian dari *compliance to laws and regulations* dengan slogan PTPN 7 Peduli, yang dikelola oleh divisi khusus (Nikmatullah D, 2013).

Penelitian ini memilih PT Perkebunan Nusantara VII (Persero) Unit Usaha Rejosari sebagai tempat penelitian karena merupakan salah satu perusahaan besar di Indonesia khususnya di Lampung yang telah mewujudkan bentuk tanggungjawabnya terhadap masyarakat dan lingkungan melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Program Kemitraan (PK), yaitu program untuk meningkatkan kemampuan pengusaha kecil melalui pemberian pinjaman sebagai modal kerja. Program Bina Lingkungan (BL), yaitu pemberian bantuan untuk anak yatim, sarana ibadah, pendidikan, peningkatan sarana serta prasarana umum, penimbunan jalan, dan pelestarian alam.

PTPN VII (Persero) Unit Usaha Rejosari merupakan perusahaan BUMN yang bergerak di bidang agribisnis perkebunan kelapa sawit. Kewajiban perusahaan BUMN untuk melakukan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) ditegaskan dalam peraturan pemerintah yang tertuang dalam Keputusan Menteri BUMN Nomor 236/MBU/2003. Pemerintah

menegaskan setiap perusahaan BUMN memiliki kewajiban untuk memberdayakan dan mengembangkan kondisi ekonomi, kondisi sosial masyarakat dan lingkungan sekitarnya melalui program kemitraan dengan usaha kecil dan program bina lingkungan. Sebagian besar PKBL PTPN VII Unit Usaha Rejosari hanya memberikan bantuan material atau bantuan langsung tunai kepada masyarakat tanpa dibarengi proses penyuluhan, bimbingan atau pelatihan yang dapat mengubah perilaku masyarakat sehingga nantinya mereka dapat mandiri dan tidak bergantung pada pihak lain. Menurut Suparlan (2005) dalam Sumaryo (2009), dalam praktiknya program CSR yang dilakukan perusahaan lebih bersifat karikatif, umumnya tidak mendidik sasaran.

Menurut Sihaloho (2007), kemitraan di Unit Usaha Rejosari masih bersifat kepentingan jangka pendek dan menyebabkan masyarakat tidak mandiri karena tergantung dengan dana pinjaman yang diberikan perusahaan. Kemitraan masih mengandung unsur *charity* yaitu hanya memenuhi kebutuhan sesaat dan pelaksanaan bantuan langsung dalam program PKBL masih bercirikan sumbangan (karikatif). Hal ini menyebabkan tidak terciptanya pemberdayaan masyarakat dalam kegiatan PKBL perusahaan. Bantuan yang diberikan berupa modal usaha, bantuan pendidikan, kesehatan, keagamaan, dan sebagainya lebih bersifat *top down* dan kurang memperhatikan aspirasi masyarakat. Hal ini terjadi karena implementasi PKBL yang dilakukan belum diawali dengan analisis kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak perusahaan, diperoleh bahwa PTPN VII (Persero) Unit Usaha Rejosari sudah melaksanakan kegiatan PKBL sebagai bentuk kepeduliannya terhadap masyarakat sekitar perusahaan, namun perusahaan belum pernah melakukan analisis kebutuhan masyarakat terhadap kegiatan PKBL yang dijalankan. Apakah Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang dilaksanakan selama ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekitar perusahaan atau belum.

Perencana yang menyusun program-program pembangunan atau pengusaha-pengusaha yang membangun kegiatan usahanya di suatu daerah seharusnya melakukan analisis kebutuhan masyarakat (*community need analysis*).

Pelaksanaan analisis kebutuhan harus benar-benar dapat menghasilkan kebutuhan dan bukan sekedar membuat daftar keinginan yang bersifat sesaat (Adisasmita, 2013). Hal inilah yang ingin ditemukan dalam pelaksanaan analisis kebutuhan masyarakat pada penelitian ini.

Pengimplementasian kegiatan PKBL merupakan salah satu wadah kegiatan pengembangan masyarakat. PKBL seharusnya tidak hanya bersifat *charity* yang hanya berpengaruh untuk jangka pendek, melainkan harus diikuti strategi pemberdayaan dengan harapan masyarakat menjadi mandiri. Keterkaitan antara partisipasi dengan pengembangan masyarakat, menurut Ife (1995 dalam Wicaksono, 2010) salah satu prinsip pengembangan masyarakat adalah partisipasi. Partisipasi dalam pengembangan masyarakat harus menciptakan keterlibatan aktif semua orang dalam masyarakat tersebut pada proses kegiatan di daerahnya. Oleh karena itu, pendekatan pengembangan

masyarakat selalu mengoptimalkan partisipasi dengan tujuan semua warga ikut terlibat dalam tahap partisipasi yang terdiri dari tahap perencanaan, pelaksanaan, menikmati hasil, dan evaluasi.

Berbagai program dalam kegiatan PKBL yang telah dirancang perusahaan agar langsung mengenai pada sasaran yang diinginkan tidak akan tercapai tanpa adanya partisipasi dari masyarakat. Keterlibatan masyarakat sekitar sebagai sentral pembangunan akan sangat membantu dalam upaya mensosialisasikan program atau kebijakan perusahaan agar manfaatnya dapat dirasakan secara nyata oleh masyarakat, dengan partisipasi masyarakat maka perencanaan program diupayakan menjadi lebih terarah, artinya rencana atau program yang disusun sesuai dengan aspirasi masyarakat (Adisasmita, 2013).

Alasan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam penyusunan rencana/program di daerahnya adalah (1) karena mereka yang paling mengetahui sepenuhnya tentang permasalahan dan kebutuhan mereka, (2) mereka memahami sesungguhnya tentang keadaan lingkungan sosial dan ekonomi masyarakat di daerahnya, (3) mereka mampu menganalisis sebab dan akibat dari berbagai kejadian di masyarakat (Adisasmita, 2013). Keterlibatan masyarakat tidak hanya dibutuhkan dalam tahap penyusunan program, tetapi keterlibatan juga dibutuhkan dalam tahap pelaksanaan, pemanfaatan, dan evaluasi program agar tercipta implementasi dan hasil kegiatan PKBL yang tidak hanya bermanfaat untuk perusahaan tapi juga bermanfaat untuk masyarakat.

Keterlibatan masyarakat sangat mendukung kegiatan PKBL perusahaan sebagai upaya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungannya, dengan terlibatnya (berpartisipasi) masyarakat dalam penyelenggaraan kegiatan PKBL, maka program yang dibentuk akan sesuai dengan kebutuhan mereka. Masyarakat akan mendukung program karena memang sesuai dengan kebutuhan mereka, program menjadi tidak sia-sia karena berjalan berkelanjutan. Masyarakat akan mempunyai rasa memiliki terhadap program, semakin tinggi tingkat partisipasi, semakin besar pula rasa memiliki, semakin besar pula tanggungjawab dan semakin besar pula dedikasi yang diberikan masyarakat untuk mencapai tujuan dan keberhasilan program.

Berdasarkan hasil prasurvei penelitian diperoleh bahwa masyarakat selama ini mengetahui kegiatan PKBL yang diberikan merupakan sumbangan/ bantuan dari perusahaan. Masyarakat tidak mengetahui bahwa sebenarnya kegiatan tersebut merupakan program CSR perusahaan yang dikemas dalam bentuk kegiatan PKBL, hal ini menunjukkan kurangnya pemahaman serta keterlibatan masyarakat dalam kegiatan PKBL yang dilakukan perusahaan. Sehubungan dengan masalah dan penjelasan sebelumnya, maka perlu dianalisis kebutuhan masyarakat sekitar perusahaan untuk menentukan strategi prioritas kegiatan PKBL dan sejauhmana tingkat partisipasi masyarakat pada kegiatan PKBL, serta faktor-faktor yang berhubungan dengan partisipasi masyarakat dalam kegiatan PKBL.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apa saja kebutuhan masyarakat sekitar perusahaan untuk kegiatan PKBL di PT Perkebunan Nusantara VII (Persero) Unit Usaha Rejosari ?
2. Bagaimana formulasi program PKBL yang dibutuhkan masyarakat sekitar perusahaan untuk kegiatan PKBL di PT Perkebunan Nusantara VII (Persero) Unit Usaha Rejosari ?
3. Bagaimana tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan PKBL di PT Perkebunan Nusantara VII (Persero) Unit Usaha Rejosari ?
4. Faktor-faktor apa sajakah yang berhubungan dengan partisipasi masyarakat dalam kegiatan PKBL di PT Perkebunan Nusantara VII (Persero) Unit Usaha Rejosari ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat sekitar perusahaan untuk kegiatan PKBL di PT Perkebunan Nusantara VII (Persero) Unit Usaha Rejosari.
2. Memformulasikan kegiatan PKBL yang dibutuhkan masyarakat sekitar perusahaan di PT Perkebunan Nusantara VII (Persero) Unit Usaha Rejosari.
3. Mengetahui tingkat partisipasi masyarakat sekitar perusahaan pada tiap tahapan kegiatan PKBL di PT Perkebunan Nusantara VII (Persero) Usaha Rejosari.

4. Mengetahui faktor-faktor yang berhubungan dengan partisipasi masyarakat sekitar perusahaan dalam kegiatan PKBL di PT Perkebunan Nusantara VII (Persero) Usaha Rejosari.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai pihak :

1. Perusahaan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan program untuk perusahaan PTPN VII (Persero) Unit Usaha Rejosari.

2. Kalangan Akademisi.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan dan menambah literatur bagi kalangan akademisi dalam mengkaji tanggung jawab sosial perusahaan.

3. Masyarakat.

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai PKBL

4. Peneliti.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman peneliti mengenai kegiatan penelitian.