

Jurnal

***PROBLEMATIKA MASYARAKAT PASKA PROGRAM CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY***

***(Studi Paska Pelaksanaan Program CSR oleh PT. Pembangkitan Jawa Bali pada Tahun
2010-2012 di Kelurahan Jambangan dan Kelurahan Gayungan, Surabaya)***

Jaya Iskandar Arga Kusuma

NIM: 070710307

ABSTRAK

Salah satu pendekatan CSR (*corporate social responsibility*) adalah *sustainable development* yang merupakan usaha untuk memandirikan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. PT. PJB merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan pendekatan tersebut di kelurahan Jambangan dan kelurahan Gayungan, Surabaya, tetapi hanya selama dua tahun, yaitu pada tahun 2010 hingga 2012. Oleh karena itu, hal yang menarik untuk dikaji ialah: bagaimana problematika yang terjadi di dalam kelompok usaha—yang merupakan sasaran program pemberdayaan oleh PT. PJB sehingga dibantu oleh PT. PJB selama dua tahun—paska PT. PJB tidak lagi memberikan bantuannya kepada mereka?

Konsep *community development* digunakan untuk melihat bantuan yang telah diberikan oleh PT. PJB kepada masyarakat yang berkontribusi pada problematika yang hadir di masyarakat. Studi ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan indepth interview kepada empat informan yang berada di kelurahan Jambangan dan kelurahan Gayungan. Informan didapatkan dengan teknik *snowball* yang dimulai dari koordinator program di masing-masing kelurahan.

Studi ini menemukan bahwa problematika yang hadir di masyarakat adalah ketidakmampuan masyarakat untuk mengelola modal dan kelompok usaha. PT. PJB telah memberikan bantuan dalam tiga dimensi: bantuan modal, pembentukan kelompok usaha, dan pelatihan. Namun, permasalahan tersebut muncul karena PT. PJB kurang memberikan pelatihan yang memberikan mereka pengetahuan akan permodalan dan seluk-beluk organisasi.

Kata Kunci : *problematika, masyarakat, sustainable development.*

ABSTRACT

One approach to CSR (corporate social responsibility) is sustainable development which is an effort to meet the needs of society's independence. PT. PJB is one of the companies that implement the approach in Jambangan and Gayungan, Surabaya, but only for two years, in the year 2010 to 2012. Therefore, it is interesting to study: how problems that occur in the business group—which is an empowerment program targeted by PT. PJB so aided by PT. PJB for two years—after PT. PJB no longer provide assistance to them?

The concept of community development is used to see the assistance given by PT. PJB to the people who contributed to the problems that are present in the community. The study used qualitative methods to perform in-depth interview to four informants who are located in Jambangan and Gayungan. The informant obtained by snowball technique that starts from the program coordinator in each location.

The study found that the problems that are present in the community is the community's inability to manage capital and business groups. PT. PJB has provided assistance in three dimensions: financial aid, the formation of business groups, and training. However, these problems arise because of the PT. PJB less provide training that gives them the knowledge of the intricacies of capital and organization.

Keywords: *problem, society, sustainable development.*

Pendahuluan

Corporate Social Responsibility (CSR) semakin sering diperbincangkan seiring dengan maraknya beberapa isu industrialisasi yang berdampak negatif terhadap masyarakat. Istilah CSR mulai digunakan dalam konteks global sejak tahun 1970-an. CSR semakin terkenal sejak buku yang berjudul *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* dirilis pada tahun 1998 yang merupakan karya dari John Elkington (Suharto, 2009, 4). Istilah CSR di Indonesia semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*Corporate Social Activity*) atau aktivitas sosial perusahaan. Penggunaan istilah CSA memang berbeda dengan CSR, tetapi tidak merubah esensi dari terwujudnya program CSR. Esensi program CSR yang dimaksud adalah aktivitas sosial perusahaan yang merepresentasikan bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap kondisi existing lingkungan sekitarnya (Suharto, 2009, 4).

Ada empat tokoh yang mendefinisikan CSR berdasarkan perpektifnya masing-masing. Tokoh tersebut adalah:

1. Certo dan Certo (2006, dalam Sukada et al, 2007, 37) mendefinisikan CSR sebagai *“managerial obligation to take action that protects and improves both welfare of society as a whole and the interest organization”*;
2. Lawrence, Weber, dan Post (2005 dalam Sukada et al, 2007, 37) menyatakan bahwa: *CSR means that a corporation should be held accountable for any of its actions affect people, their communities and their environment*;
3. Kotler dan Lee (2005 dalam Sukada et al, 2007, 38) menyatakan bahwa CSR adalah: *a commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resource*; dan
4. Wineberg dan Rudolph (2004, dalam Suharto, 2009) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai *“the contribution that a company makes in society through its core business activities, its social investment and philanthropy programs, and its engagement in public policy”*.

CSR mempunyai tiga komponen pokok dalam mewujudkan serangkaian aktivitas sosial yang dilaksanakan oleh pihak korporat, yakni: *economic growth, environmental protection, dan social equity*. Ketiga komponen tersebut digagas oleh *the World Commission on Environment and Development (WCED)* dalam *Brundtland Report*. Elkington (dalam Suharto, 2009) memberikan pandangan yang lain terkait CSR, yaitu mengemas CSR ke dalam tiga fokus utama, antara lain: *profit, people, and planet (3P)*. Ketiga konsep tersebut berimbas pada pengertian mengenai eksistensi perusahaan; perusahaan tidak semata-mata didasarkan pada orientasi keuntungan saja, melainkan perusahaan juga harus mempertimbangkan aspek kelestarian lingkungan dan kesejahteraan sosial (Suharto, 2009).

Konsep CSR tidaklah sama dengan karikatif (*charity*) atau kedermawanan (*philanthropy*) karena bentuk CSR tersebut kurang memiliki efek panjang bagi masyarakat dalam konteks pemberdayaan masyarakat, baik secara ekonomi maupun sosial. Semakin banyak perusahaan dewasa ini yang kurang menyukai pendekatan karikatif dalam membuat program CSR. Perusahaan merasa bahwa—sebagaimana telah diuraikan di atas—program CSR yang berdimensi sumbangan tidak dapat meningkatkan keberdayaan dan kapasitas masyarakat disekitar perusahaannya. Tren dalam membuat program CSR saat ini adalah dengan pendekatan *Community Development*. Pendekatan tersebut lebih banyak diterapkan karena lebih mendekati konsep pemberdayaan (*empowerment*) dan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). CSR pada tataran ini tidak lagi sekedar *do good to look good*, melainkan *to make good*; menciptakan kebaikan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Widigdy, 2011, 6-7). Tujuan utama pendekatan *comdev*—jika ditelaah secara teliti—adalah bukan sekedar membantu atau memberi barang kepada penerima, melainkan berusaha agar si penerima

memiliki kemampuan atau kapasitas agar mampu menolong dirinya sendiri (Widigdy, 2011, 9-10).

Idealnya, perusahaan yang menggelar program CSR melakukan beberapa serangkaian proses, yaitu: *design* atau perencanaan program, implementasi program, monitoring program, evaluasi program, hingga membuat pelaporan atau *reporting*. Program yang dilakukan diharapkan dapat berjalan secara efektif dengan melakukan siklus PDCA (*Plan, Do, Check, Action*) (Zafrullah, 2009, 73).

Perusahaan-perusahaan besar dengan skala multi-nasional telah banyak memperhatikan masalah CSR dan memandang pelaksanaan CSR sebagai hal yang wajib bagi kelangsungan hidup perusahaannya. Salah satu perusahaan yang dimaksud adalah *Starbucks Corporation*. Tema yang diangkat Starbucks dalam kegiatan CSR-nya pada tahun 2006 adalah “*My Starbucks*”. Starbucks memandang setiap pihak yang berhubungan dengan mereka, yaitu: pelanggan, karyawan, dan petani kopi; adalah pihak yang juga “memiliki” Starbucks. Menurut Widjaja dan Pratama (2008, 58-63) fokus kegiatan CSR Starbucks terdiri dari lima area, yaitu:

1. *Area coffee* (kopi) yang merupakan bahan baku utama bisnis Starbucks. Perusahaan tersebut melakukan CSR dengan nama “Creating Sustainability Approach”, yang terdiri dari: membuat guidelines dalam pembelian kopi dari pemasok—yang mereka sebut *Coffee and Farmer Equity (C.A.F.E) Practices*; *Starbucks Farmer Support Center* yang menyediakan sumber teknis bagi petani kopi; membiayai proyek komunitas kopi yang dimulai sejak tahun 1998; meluncurkan program *Starbucks Black Apron Exclusive*; dan menyediakan kredit untuk petani kopi agar mendapatkan pinjaman.
2. *Area Society*, yaitu kegiatan sosial yang dilakukan di sekitar area tempat toko Starbucks didirikan. Starbucks selalu memastikan bahwa mereka memiliki ikatan yang kuat dengan masyarakat dengan cara memberi dukungan kepada komunitas lokal melalui pengadaan kegiatan-kegiatan sosial secara sukarela. Starbucks telah menyumbangkan £36,1 juta selama tahun 2006 bagi kegiatan sosial dan karyawan. Selain itu, perusahaan ini telah melakukan kegiatan sosial secara sukarela selama 383.000 jam di Amerika dan Kanada.
3. *Area environment*, yaitu komitmen Starbucks untuk melestarikan lingkungan yang dimulai sejak tahun 1992. Starbucks telah mengembangkan dan menerapkan strategi pengolahan lingkungan dan pengembangan lingkungan yang difokuskan pada daerah penghasil kopi yang penting bagi perusahaan. Selain itu, dukungan terhadap lingkungan ini juga termasuk penggunaan gelas berbahan kertas yang dapat didaur-ulang.
4. *Area health and wellness*. Wujud konkrit pelaksanaan program tersebut adalah: pengembangan pilihan menu, mencantumkan informasi nutrisi pada makanan serta minuman yang disajikan, dan mengurangi kadar lemak jenuh pada produk-produknya.
5. *Area workplace*. Starbucks percaya bahwa pelanggan tidak hanya dipuaskan dengan kualitas kopi yang baik, tetapi juga oleh pelayanan yang baik dari para “barista”. Melalui program CSR-nya, Starbucks bertujuan menciptakan lingkungan kerja terbaik bagi

karyawannya (yang oleh Starbucks disebut partners). Starbucks mencoba memperhatikan masukan dari karyawan, menawarkan keuntungan yang komprehensif dan kompetitif, serta mendukung kesehatan dan kesejahteraan karyawan.

CSR tidak hanya berkembang di dunia pertama, tetapi juga mengalami perkembangan di Indonesia. Perkembangan CSR di Indonesia tertuang dalam UU PT No. 40 Tahun 2007 yang menerangkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1 s/d ayat 3). Berdasarkan dari beberapa regulasi tersebut, terkandung batasan kewajiban pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan oleh badan usaha tertentu/Perseroan Terbatas (PT) serta pihak-pihak yang diwajibkan melaksakan program tersebut. Sejatinnya, target dari program CSR bukan hanya shareholders (pemegang saham), melainkan pula *stakeholders*, yakni pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. Pengembangan model CSR (*CSR Models*) mengalami pergeseran dari segi perspektif shareholder ke perspektif stakeholder yang artinya kehadiran perusahaan harus dilihat dari dan untuk mereka yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan, dalam hal ini tidak hanya pemilik bisnis saja, akan tetapi diperluas dalam kelompok yang lebih lebar (Roesminingsih, 2009, 53-54). Stakeholders mencakup: karyawan dan keluarganya, pelanggan, pemasok, masyarakat sekitar perusahaan, lembaga-lembaga swadaya masyarakat, media massa, dan pemerintah selaku regulator. Jenis dan prioritas stakeholders relatif berbeda antara satu perusahaan dan lainnya, bergantung pada tujuan bisnis perusahaan yang bersangkutan (Soepomo, 2004).

Salah satu contoh perusahaan di Indonesia yang sukses dalam menjalankan program CSR adalah PT HM. Sampoerna, Tbk. Program CSR PT. HM. Sampoerna tidak sekedar menjadi alat pelengkap untuk mendongkrak citra perusahaan atau sebagai *marketing gimmick* belaka, tetapi juga bagian dari etika berbisnis yang baik. Secara khusus, strategi program CSR perusahaan tersebut tertuang dalam *Society Empowerment Program (SEP)* yang terdiri dari empat pilar kegiatan utama, yaitu: bidang pendidikan, ekonomi, sosial, dan lingkungan. Wibisono (2007, 64-69) menyatakan bahwa beberapa wujud dari proram CSR tersebut antara lain: *United School Program*, beasiswa pendidikan, Mitra Produksi Sigaret, Kemitraan Petani Tembakau, Sampoerna Rescue, serta mensukseskan berbagai aktivitas lingkungan (penanaman sejuta pohon dan prokasi).

PT. Pembangkitan Jawa Bali (PT. PJB) juga merupakan salah satu perusahaan yang memberikan perhatian lebih terhadap program CSR. PT. PJB melakukan kegiatan-kegiatan CSR-nya sudah sejak lama yang dibuktikan dengan adanya *Annual Report* PT. PJB. Laporan tahunan tersebut sudah ada sejak tahun 2004 yang berisi tentang laporan kegiatan CSR. PT. PJB menilai bahwa perusahaan bisa tumbuh dan berkembang apabila mampu menjalankan praktek bisnis yang etis dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, PT. PJB menempatkan kegiatan CSR dalam kerangka upaya untuk melakukan bisnis yang berkelanjutan. Arti dari bisnis yang berkelanjutan adalah perusahaan tidak hanya berupaya untuk memaksimalkan kinerja keuangan/pendapatan,

tetapi juga berusaha untuk memberikan kontribusi yang maksimal dalam aspek sosial dan lingkungan bagi pemangku kepentingan. PT. PJB percaya bahwa perusahaan, masyarakat, dan lingkungan bisa berjalan beriringan dalam mencapai tujuan yang sama. Oleh karena itu, PT. PJB menempatkan kegiatan CSR sebagai strategi inti dan menjadikannya sebagai sumber inovasi dan efisiensi untuk meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan.

Program CSR yang telah dilakukan PT. PJB di dalam *Annual Report*-nya (PT. PJB, 2009) mencakup: bidang pendidikan, kesehatan, bidang ekonomi, kemanan, dan lingkungan hidup. Wujud konkrit pelaksanaan CSR PT. PJB antara lain: pemberian beasiswa kepada siswa dari keluarga kurang mampu, bantuan sarana pendidikan, perbaikan bangunan fisik lembaga, pemberian pelatihan keterampilan bagi siswa, pelatihan terhadap guru, pengobatan gratis, khitanan massal, bantuan sarana kesehatan, pemberian bantuan permodalan, pembangunan pusat jajan dan makanan (*food court*) di Jl. Urip Sumohardjo Surabaya serta bantuan sarana berjualan PKL di Surabaya, bantuan tanaman dalam pot, pembangunan fasilitas MCK, penanaman pohon penghijauan (pohon pelindung dan tanaman produktif), dan bantuan bak sampah (PT. PJB, 2009).

PT. PJB mendesain program CSR yang berbasis *comdev* pada tahun 2010. Program ini disusun berdasarkan perencanaan yang matang, bertanggung jawab, serta terkonsep dengan mengacu pada kebijakan PT. PJB. Pelaksanaan program CSR diawali dengan survei serta pemetaan kondisi lingkungan dan masyarakat sekitar. Hasil survei dijadikan acuan penyusunan program sesuai kebutuhan masyarakat setempat agar program CSR tepat sasaran dan tepat guna. Selanjutnya, program yang telah disusun itu dilaksanakan dengan melibatkan masyarakat secara aktif dengan mekanisme *bottom up* dan melakukan kemitraan dengan pemangku kepentingan lain. Agar program dapat tersealisasi dengan baik dan memberikan manfaat yang maksimal, maka metode pelaksanaan program disesuaikan dengan kondisi masing-masing wilayah, dan dikoordinasikan dengan pihak-pihak terkait, utamanya pemerintah setempat, serta para pihak yang terlibat langsung.

PT. PJB yang bekerjasama dengan Universitas Airlangga melakukan pemetaan kembali terhadap kebutuhan program CSR di lingkungan PT. PJB. Pelaksanaan CSR PT. PJB dilakukan dengan metode partisipatif, yaitu dengan menumbuh-kembangkan potensi daerah yang ada serta swadaya agar dapat meningkatkan kemampuan, penghasilan dan kemakmuran secara berkelanjutan (PT. PJB, 2010).

Program CSR yang dilakukan oleh PT. PJB merupakan program CSR dengan dimensi *community development* yang dirancang bersama masyarakat dan bekerja sama dengan pihak Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga (FISIP UNAIR)—selaku tim konsultan dan mediator. Aktifitas yang dilakukan antara lain adalah perencanaan program yang direncanakan dan ditentukan sendiri oleh masyarakat yang mereka anggap sangat cocok dan sangat mungkin dilakukan oleh masyarakat yang bersangkutan. Selanjutnya, rancangan program

yang telah diterima lalu dibahas dalam *focus group discussion (FGD)* untuk dirancang ulang dan menyusun program kegiatan selanjutnya.

Program CSR oleh PT. PJB yang dimulai pada tahun 2010 kemudian berhenti pada tahun 2010. PT. PJB tidak kembali memberi bantuan dan/atau pendampingan kepada masyarakat selaku target program pemberdayaan oleh PT. PJB. Namun, program tersebut masih berjalan secara mandiri di masyarakat. Tentunya, berjalannya program tersebut tanpa bantuan dari PT. PJB akan memiliki problematika tersendiri di masyarakat. Oleh karena itu, problematika paska PT. PJB tidak memberikan bantuan kepada masyarakat target pemberdayaan merupakan hal yang menarik untuk dikaji.

Fokus Penelitian

Sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, PT. PJB ikut serta dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Wujud nyata peran aktif PT. PJB untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah dengan program CSR yang berbasis *community development*. Aspek penting dalam program pembangunan masyarakat (*community development*) adalah: program yang disusun sendiri oleh masyarakat, mampu menjawab kebutuhan dasar masyarakat, mendukung keterlibatan kaum miskin dan kelompok yang terpinggirkan lainnya, dibangun dari sumber daya lokal, sensitif terhadap nilai-nilai budaya lokal, memperhatikan dampak lingkungan, tidak menciptakan ketergantungan, berbagai pihak terkait terlibat (instansi pemerintah, lembaga penelitian, perguruan tinggi, LSM, swasta dan pihak lainnya), serta dilaksanakan secara berkelanjutan. Lebih lagi, perwujudan program tersebut merujuk pada UU PT No.40 tahun 2007 yang mewujudkan setiap badan usaha yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang juga dikenal dengan sebutan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

PT. PJB merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan pembangunan masyarakat (*community development*). PT. PJB memulai program tersebut pada tahun 2010, tetapi perusahaan tersebut menghentikan program comdev-nya pada tahun 2012. Dengan demikian, program tersebut telah berhenti selama dua tahun hingga saat ini. Absennya pemberian bantuan dari PT. PJB kepada masyarakat tentunya akan menghadirkan problematika tersendiri kepada masyarakat sebagai target pemberdayaan. Oleh karena itu, problematika yang terjadi di dalam masyarakat setelah tidak dibantu oleh PT. PJB merupakan hal yang menarik untuk dikaji, dengan mengangkat fokus penelitian studi ini adalah: bagaimana problematika yang terjadi di dalam kelompok usaha—yang merupakan sasaran program pemberdayaan oleh PT. PJB sehingga dibantu oleh PT. PJB selama dua tahun—paska PT. PJB tidak lagi memberikannya kepada mereka?

Tujuan Penelitian

Tujuan studi ini adalah untuk mengetahui problematika yang terjadi di dalam masyarakat yang berada di sekitar perusahaan paska perusahaan tidak lagi memberikan bantuannya lagi kepada masyarakat.

Manfaat Penelitian

Manfaat Praktis

Secara praktis, penulisan skripsi ini bermanfaat menambah wawasan dan pengetahuan kepada mahasiswa mengenai CSR (Corporate Social Responsibility), khususnya terkait problematika di dalam masyarakat paska perusahaan tidak memberikan bantuan kembali kepada mereka.

Manfaat Akademis

Secara akademis, studi ini dapat digunakan sebagai literatur terkait CSR (Corporate Social Responsibility) khususnya yang berhubungan dengan problematika pemberdayaan di masyarakat paska perusahaan tidak memberikan bantuan pemberdayaannya kepada masyarakat.

Jenis Penelitian

Metode penelitian memberikan kerangka dasar tentang bagaimana: mendekati permasalahan sosial, memberikan ruang lingkup kegiatan penelitian dan mengarahkan kegiatan-kegiatan bagi peneliti, dan memberikan gambaran-gambaran tentang persoalan apa yang dihadapi peneliti; dalam melaksanakan penelitiannya (Desita, 2011, 37).

Studi ini menggunakan metode kualitatif. Pendekatan ini di dalam penelitian merupakan hal yang paling pokok dan berkaitan dengan permasalahan, ruang lingkup dan persoalan yang dihadapi peneliti. Definisi penelitian kualitatif menurut Denzim dan Lincoln (dalam Moloeng, 2006, 5) adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

Realitas menurut pendekatan kualitatif adalah hal yang subjektif; realitas tersebut dapat dijelaskan dengan komposisi relasi yang lebih intim di antara peneliti dan informan. Asumsi dasar pendekatan ontologis, epistemologis, aksiologis, dan metodologis yang diuraikan oleh Creswell dapat menjelaskan argumentasi terkait penggunaan pendekatan ini. Pengertian pendekatan dengan metodologi memiliki kesamaan, yakni sebagai sebuah cara untuk mengkaji sebuah realitas sosial (Moloeng, 2006, 5).

Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan sebagai tempat penelitian adalah kelurahan Jambangan dan kelurahan Gayungan. Lokasi tersebut dipilih karena di tempat tersebut terdapat program yang masih berjalan sejak PT. PJB menghentikan bantuan program pemberdayaan kepada masyarakat pada tahun 2012.

Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam studi ini menggunakan teknik snowball. Eriyanto (2007, 255) menyatakan snowball sampling sebagai:

“teknik ini (snowball sampling) amat berguna, terutama untuk survei dengan tema yang spesifik ... teknik sampel ini dimulai dari sampel kecil beberapa orang. Dalam perkembangannya jumlah orang yang diwawancarai akan terus berkembang sampai jumlah terpenuhi”.

Beberapa orang (Daymon dan Holloway, 2002, 251; Babbie, 2008, 208; Bailey, 1994, 96) menyatakan bahwa teknik snowball digunakan saat peneliti kesusahan untuk mengidentifikasi informan. Oleh karena itu, informan yang diambil merupakan informan berdasarkan saran dari informan sebelumnya.

Teknik snowball yang digunakan dimulai dari koordinator program selaku subyek yang menjadi penyampai informasi kepada masyarakat saat PT. PJB melakukan program CSR-nya pada tahun 2010 hingga 2012 lalu. Ada beberapa program yang dijalankan oleh masing-masing kelurahan. Setiap program tersebut terdapat koordinator program di mana koordinator program tersebut merupakan penanggung-jawab program yang dijalankan oleh kelompok program tersebut. Jadi, kordinator program juga termasuk masyarakat yang menjalankan program CSR yang diberikan atau dengan kata lain, dia merupakan sasaran program yang mengaplikasikan dan merasakan secara langsung dampak yang diterima dengan adanya program tersebut. Informan yang dicari, yaitu masyarakat penerima program yang merupakan sasaran dari program CSR itu sendiri didapat melalui snowball yang dimulai dari koordinator program di setiap kelurahan.

Jumlah informan yang digunakan dalam studi ini berjumlah empat orang, mengingat program yang berjalan di masing-masing kelurahan hanya tersisa dua saja. sementara itu, individu yang masih menjalankan program tersebut rata-rata hanyalah satu orang saja pada setiap programnya.

Teknik Pengumpulan Data

Studi ini menggunakan wawancara mendalam (indepth interview) sebagai instrumen untuk mengumpulkan data primer. Wawancara mendalam dilakukan berdasarkan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya. Pedoman wawancara mendalam disusun berdasarkan pada kerangka konseptual yang digunakan dalam rangka menjawab fokus penelitian yang diangkat.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam studi ini adalah teknik analisis data oleh Huberman dan Miles. Teknik analisis data oleh Huberman dan Miles terdiri atas tiga hal, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Idrus, 2009, 146-147).

Proses reduksi data merupakan proses saat data yang diperoleh dari lapangan disunting berdasarkan data yang relevan dengan studi ini. Penyuntingan data dilakukan dengan menyusun data berdasarkan kebutuhan sub-bab untuk memudahkan proses analisa data. Proses ini mengisyaratkan penghapusan data yang telah didapatkan yang kiranya tidak berhubungan dengan proses analisa data. Dengan demikian, tidak semua hasil wawancara akan ditampilkan.

Proses selanjutnya adalah proses penyajian data, yaitu menampilkan data yang telah disunting di dalam studi ini. Penyajian data di dalam studi ini ditampilkan dengan tiga cara, yaitu: pengutipan langsung dari hasil wawancara, parafrase untuk menarik kesimpulan hasil wawancara untuk mencari intisari dari yang disampaikan oleh informan, dan menampilkan data dalam tabel untuk memudahkan pembacaan data.

Proses terakhir yaitu penarikan kesimpulan. Proses tersebut merupakan proses yang bertujuan untuk menjawab fokus penelitian yang telah ditentukan. Proses ini berlangsung dengan meninjau-ulang catatan-catatan lapangan atau meninjau kembali data yang telah didapatkan (Miles, 1992, 16-19).

Strategi Pemberdayaan oleh PT. PJB

Strategi kebijakan dan perencanaan merupakan usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam proses pemberdayaan masyarakat melalui program CSR. Aksi yang dilakukan dalam strategi ini secara konkret berdasarkan usaha yang umumnya dilakukan oleh perusahaan adalah pemberian modal. Bentuk dari pemberian modal tersebut dapat berupa bantuan berupa: pemberian barang untuk proses produksi, pemberian uang, maupun peminjaman modal berupa uang. Tujuan utama dari pemberian oleh perusahaan kepada masyarakat yang menjadi target pemberdayaan adalah membuka akses mereka kepada sumber daya. Masyarakat yang pada mulanya tidak memiliki sumber daya/modal untuk melakukan usaha menjadi memiliki daya tersebut setelah perusahaan memberikannya kepada mereka.

PT. PJB sebagai perusahaan yang memberikan bantuan kepada masyarakat saat program CSR-nya dilakukan di kelurahan Jambangan dan kelurahan Gayungan juga menerapkan strategi kebijakan dan perencanaan ini. Program budidaya ikan yang diadakan di kelurahan Jambangan mendapatkan bantuan modal untuk memulai usaha tersebut. Modal yang diberikan berupa kolam dan bibit ikan. Program pembuatan kue, baik di kelurahan Jambangan maupun di kelurahan Gayungan mendapatkan suntikan modal awal dari PT. PJB berupa pinjaman uang, pemberian modal, dan juga pemberian alat produksi seperti loyang, oven, mixer, dan blender. Sementara itu, usaha bordir yang diinisiasi oleh PT. PJB diberi bantuan oleh perusahaan tersebut berupa alat

bordir. PT. PJB tidak memberikan bantuan dana kepada usaha bordir, tetapi usaha tersebut mendapatkan dana bantuan dari PNPM sebesar Rp 1.000.000.

Bantuan modal yang datang dari PT. PJB dinilai oleh masyarakat mampu membantu mereka untuk memulai usaha mereka masing-masing. Usaha budidaya ikan yang sebelum dibantu oleh PT. PJB telah mendapatkan berbagai pelatihan oleh berbagai pihak merasa bahwa bantuan yang diberikan oleh PT. PJB merupakan realisasi atas pelatihan-pelatihan sebelumnya. Mereka mampu merealisasikan pengetahuan terkait budidaya lele saat PT. PJB memberikan bantuan kolam dan bibit ikan. Usaha pembuatan kue merasakan hal yang sama dengan usaha budidaya lele terkait bantuan modal yang diberikan kepada mereka. Para pelaku usaha pembuatan kue menyatakan bahwa bantuan modal yang mereka peroleh dari program CSR yang dilaksanakan oleh PT. PJB mampu menyebabkan mereka untuk memproduksi kue. Usaha bordir yang masih berjalan hingga sekarang di kelurahan Gayungan juga merasakan bahwa bantuan modal berupa alat bordir yang hadir kepada pelaku usaha bordir menjadikan mereka mampu untuk memulai membordir.

Hadirnya bantuan modal kepada para pelaku usaha yang menjadi target community development oleh PT. PJB mampu merealisasikan pengetahuan mereka menjadi usaha produksi. Hal tersebut dikarenakan akses masyarakat terhadap sumber daya utama untuk memproduksi telah dibuka oleh PT. PJB. Sumber daya utama yang berbentuk: kolam, bibit ikan, alat bordir, alat pembuatan kue, dan modal usaha merupakan sumber daya yang secara logis adalah hal yang sukar untuk diakses masyarakat kelas bawah yang notabene-nya memiliki keterbatasan dalam hal ekonomi. Masyarakat tidak akan mampu merealisasikan pengetahuan maupun skill yang mereka miliki apabila tidak memiliki media untuk mengaplikasikannya. Selain itu, bantuan modal yang telah mereka terima merupakan syarat utama untuk memulai memproduksi barang berdasarkan usaha mereka masing-masing. Akses mereka untuk memproduksi dengan demikian terbuka secara luas saat PT. PJB (dan juga pihak lainnya, misalnya PNPM) memberikan bantuan modal kepada masyarakat. Dengan demikian, usaha pemberian modal sebagai strategi pemberdayaan merupakan pra-syarat utama dalam proses pemberdayaan.

Secara logis, mereka tidak akan dapat berdaya ketika tidak memiliki alat produksi. Mereka akan mengalami ketergantungan dengan pihak lain apabila mereka tidak memiliki alat produksi secara pribadi. Ketergantungan terhadap pihak lain dalam pemberdayaan bukanlah hal yang memperlancar tujuan community development; malah berkebalikan dengan tujuan pemberdayaan masyarakat, yaitu memandirikan masyarakat, secara kontekstual adalah pemberdayaan dalam bidang ekonomi.

Community development bukanlah program CSR yang berdimensi charity, yaitu program CSR yang sekadar memberikan sumbangan—baik barang maupun uang—berdasarkan kedermawanan perusahaan. Berbeda dengan charity, program CSR community development melibatkan usaha peningkatan pengetahuan melalui rentetan program CSR-nya. Strategi yang dimaksud di dalam strategi pemberdayaan adalah strategi pendidikan dan penyadaran-tahunan.

Strategi tersebut berusaha untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat akan keberadaannya. Strategi pendidikan dan penyadar-tahunan pada umumnya dilaksanakan oleh perusahaan dengan metode sosialisasi maupun pelatihan. Tujuannya tetap sama, malah berkembang, menjadi peningkatan skill/kemampuan masyarakat agar berdaya secara mandiri—khususnya—dalam bidang ekonomi.

PT. PJB sebagai perusahaan yang mengadakan CSR dengan perspektif community development di kelurahan Jambangan dan kelurahan Gayungan juga menerapkan strategi pendidikan dan penyadar-tahunan dalam rangkaian program CSR-nya. PT. PJB memberikan pelatihan yang berhubungan dengan masing-masing program yang ada di kelurahan Jambangan dan kelurahan Gayungan, yaitu: program budidaya ikan, program pembuatan kue (masing-masing satu di setiap kelurahan), dan program pembordiran.

Pelatihan yang diberikan oleh PT. PJB kepada pelaksana program budidaya lele adalah pelatihan terkait cara merawat ikan, mulai saat ikan baru saja dirawat di kolam (usia dini) hingga masa panen. Program pembuatan kue mendapatkan pelatihan pembuatan kue kering dan pelatihan pengemasan hasil produksi. Pelatihan yang diadakan oleh PT. PJB kepada program pembuatan kue tidak hanya memperhatikan cara produksi, tetapi juga memperhatikan cara pengemasannya dalam rangka menarik perhatian pembeli. Pelaku usaha yang ada di kelurahan Jambangan juga mendapatkan pelatihan dari BKM terkait pelatihan produksi kue. Sementara itu, pelatihan pembuatan kue oleh PT. PJB yang diadakan di kelurahan Gayungan diadakan bersama Bogasari, yaitu salah satu produsen bahan baku untuk pembuatan kue. Pelatihan tersebut diadakan selama lima hari. Pelatihan untuk meningkatkan skill para target community development oleh PT. PJB juga diberikan kepada pelaku usaha pembordiran. Pelatihan tersebut diadakan oleh PT. PJB selama tiga bulan. Namun, pelaku usaha tidak sepenuhnya mengikuti pelatihan tersebut karena berbagai alasan. Akhirnya, pelaku usaha mencari pengajar sendiri dalam rangka mengejar ketertinggalan ilmunya karena tidak sepenuhnya mengikuti pelatihan yang diadakan oleh PT. PJB.

Pelatihan yang diadakan oleh PT. PJB mampu menginisiasi para pelaku usaha untuk memulai usahanya. Strategi pendidikan dan penyadar-tahunan merupakan pendukung dari pemberian modal yang sebelumnya juga telah dilakukan oleh PT. PJB. Strategi pendidikan dan penyadar-tahunan mencoba untuk mengeksplorasi skill para calon pelaku usaha agar mampu memanfaatkan modal yang telah diberikan guna memandirikan mereka dalam bidang ekonomi. Penerapan strategi pendidikan dan penyadar-tahunan sebagai rangkaian dalam program CSR yang menggunakan pendekatan community development tentunya tidak hadir dalam program CSR yang berdimensi charity. Program charity hanya sekadar memberikan barang, tetapi tidak memberikan pelatihan untuk menggunakannya. Hal tersebut berujung pada ketidakmampuan masyarakat untuk mengelola modal yang telah diberikan sehingga mereka hanya menggunakannya dalam rentang waktu yang pendek. Pemberian pendidikan maupun usaha peningkatan skill masyarakat melalui pelatihan menyebabkan hal yang berbeda, yaitu

masyarakat mampu mengelola modal yang telah diberikan sehingga tujuan pemberdayaan dalam jangka waktu yang lama dapat terealisasi. Hal tersebut dikarenakan modal yang telah diberikan oleh perusahaan dapat digunakan secara maksimal akibat pemberian pengetahuan terkait modal yang diberikan yang berhubungan dengan usaha yang akan dilakukan. Secara logis, pengetahuan mengisyaratkan kemampuan untuk menggunakan barang—dalam konteks ini ialah modal—secara maksimal guna mendapatkan manfaat yang bernilai, yaitu pendapatan ekonomi. Dengan demikian, masyarakat mampu berdaya secara mandiri akibat proses transfer pengetahuan yang dimiliki oleh pihak yang berkompeten kepada masyarakat para calon pelaku usaha.

Refleksi atas signifikansi pelatihan yang diadakan oleh PT. PJB kepada pelaku usaha diungkapkan oleh para pelaku program di dua kelurahan di Surabaya. Pelaku usaha budidaya ikan menyatakan bahwa pelatihan yang diadakan mampu memberi mereka pengetahuan tentang seluk-beluk dan cara perawatan ikan. Hal senada juga diungkapkan oleh pelaku usaha pembuatan kue, baik yang berada di kelurahan Jambangan maupun yang berlokasi di kelurahan Gayungan. Mereka menyatakan bahwa pelatihan pembuatan kue mampu memberikan mereka pengetahuan terkait pembuatan kue dan pengolahan bahan sehingga mampu menempuh proses produksi dengan baik. Pelatihan branding yang dilakukan oleh PT. PJB merupakan pelatihan yang signifikan bagi pelaku usaha pembuatan kue. Mereka menyatakan bahwa pelatihan branding menyebabkan awareness mereka akan proses pembungkisan semakin menguat. Para pelaku usaha pembuatan kue menjadi lebih memperhatikan proses pembungkisan kue mereka saat kue telah siap dijual dalam rangka meningkatkan perhatian masyarakat sehingga mereka berharap bahwa tingkat penjualan kue yang mereka produksi akan semakin tinggi. Sementara itu, pelaku usaha program bordir menyatakan bahwa pelatihan yang diadakan oleh PT. PJB mampu menginisiasi kemampuan mereka dalam usaha bordir. Pelatihan tersebut juga meningkatkan ketertarikan mereka akan usaha bordir yang tercermin melalui usaha mereka untuk menutupi kekurangan pengetahuan karena tidak mengikuti pelatihan secara penuh dengan mencari pembimbing yang lain hingga ke kota lain, yaitu Bangil, Pasuruan.

Pelatihan yang ditujukan untuk peningkatan skill seyogyanya tidak dilakukan hanya pada proses produksi, tetapi juga memperhatikan pelatihan kepada masyarakat agar mampu mengelola modal yang telah diberikan. Namun, pelatihan terkait manajemen modal tidak diberikan kepada masyarakat secara luas. Pelatihan tersebut hanya ditujukan kepada koordinator program di kelurahan Jambangan. Pelatihan yang diberikan kepada koordinator program CSR oleh PT. PJB di kelurahan Jambangan adalah memberikan informasi terkait cara mempertahankan modal dengan cara menabung dan yang terpenting adalah menjalin hubungan dengan bank terdekat guna membantu mereka dalam mengembangkan usahanya. Pelatihan yang berisi informasi mengenai pengelolaan modal perlu diberikan kepada masyarakat agar mereka mampu mengembangkan modal yang telah diberikan. Jadi, masyarakat tidak hanya menggunakan modal tersebut untuk proses produksi semata, tetapi juga mampu menggunakan modal sebaik mungkin

guna meningkatkan modal mereka dalam rangka meningkatkan kapasitas usaha yang mereka jalankan.

Strategi yang juga signifikan dalam rangka memandirikan masyarakat melalui program CSR dengan perspektif *community development* adalah strategi pemberdayaan melalui aksi sosial dan politik. Strategi tersebut mengupayakan masyarakat yang menjadi target pemberdayaan memiliki kemampuan politik secara mandiri. Aksi politik dalam konteks rangkaian pemberdayaan tidak melulu berkonotasi dengan bidang pemerintahan maupun parlementer; menjadi legislatif. Namun, politik yang dimaksud memiliki arti usaha untuk memperkokoh posisi masyarakat dalam tatanan struktural. Masyarakat yang menjadi target *community development* diusahakan agar mampu meningkatkan serta memperkokoh posisinya di dalam masyarakat agar mereka memiliki posisi tawar yang kuat. Tujuan dari pemberdayaan aksi sosial dan politik ialah meningkatkan kemampuan masyarakat dan memperkokoh posisi masyarakat dalam rangka memperlancar usaha yang telah diinisiasi dari program CSR.

Bentuk konkret yang umum dilakukan oleh perusahaan dalam program CSR-nya yang berbasis *community development* pada strategi aksi sosial dan politik adalah membentuk kelompok usaha. Dengan demikian, tujuan strategi pemberdayaan aksi sosial dan politik dalam tingkatan penerapan adalah mengusahakan agar program *community development* mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama. Kelompok yang dibentuk diharapkan memiliki mekanisme saling kontrol antar anggota kelompok sehingga secara preventif mampu menghadang permasalahan—misalnya, berhubungan dengan hilangnya anggota sehingga kelompok usaha berakhir—ke permukaan.

PT. PJB pada saat melakukan program CSR-nya dengan mengangkat pendekatan *community development* dengan dimensi waktunya ialah *sustainable development* telah secara tidak langsung mengisyaratkan pembentukan kelompok. Para pelaku usaha menyatakan bahwa PT. PJB hanya akan melatih kelompok usaha; PT. PJB tidak melatih masyarakat yang mengajukan secara pribadi/sendiri-sendiri. Hal tersebut menyebabkan masyarakat yang memiliki ketertarikan pada program pemberdayaan oleh PT. PJB saling mencari anggota kelompok. Dengan demikian, kelompok usaha yang berada di kelurahan Jambangan dan kelurahan Gayungan terbentuk pada saat yang bersamaan dengan program CSR yang dilaksanakan oleh PT. PJB.

Ironinya, tidak ada pelatihan yang memberikan pengetahuan kepada masyarakat terkait pengelolaan kelompok yang telah terbentuk. Para pelaku usaha menyatakan bahwa tidak ada pelatihan manajemen organisasi dalam rangkaian program CSR oleh PT. PJB sepanjang tahun 2010 hingga tahun 2012. Pelatihan manajemen organisasi seyogyanya turut dilaksanakan oleh PT. PJB sebagai bentuk dari *community development* karena pelatihan tersebut mendukung—walaupun secara tidak langsung—eksistensi kelompok usaha di masyarakat. Ketidakhadiran pelatihan pengelolaan kelompok usaha mengisyaratkan masyarakat tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk mempertahankan keberadaan kelompok usahanya. Hal tersebut dapat

berakibat pada terhambatnya tujuan dari strategi aksi sosial dan politik, yaitu memperkokoh posisi kelompok di dalam masyarakat. Masyarakat tidak mampu secara mandiri untuk mengatasi (fungsi maintenance) apabila mereka mengalami permasalahan di dalam kelompoknya.

Problematika di Masyarakat Paska Pemberdayaan

Strategi pemberdayaan yang dilakukan oleh PT. PJB melalui program CSR-nya yang berdimensi community development dengan mengedepankan sustainable development telah menerapkan tiga strategi dalam rangka memandirikan masyarakat. Strategi yang telah diterapkan—sebagaimana telah diungkapkan di atas—yaitu: strategi kebijakan dan perencanaan, strategi pendidikan dan penyadar-tahunan, dan strategi aksi sosial dan politik. Namun, tidak serta-merta penerapan strategi tersebut memuluskan proses pemberdayaan masyarakat. Terdapat berbagai permasalahan dalam tataran pelaksanaan paska PT. PJB tidak kembali memberi bantuan terhadap masyarakat yang menjadi target CSR sejak tahun 2012. Hal tersebut terefleksikan dalam banyaknya program yang tidak berjalan. Studi ini berkonsentrasi pada problematika yang terjadi pada program yang masih berjalan hingga sekarang, yaitu tahun 2014.

Permasalahan yang sangat terlihat adalah banyaknya anggota kelompok yang meninggalkan kelompok usaha. Kelompok usaha budidaya ikan yang berada di kelurahan Jambangan kehilangan anggotanya. Kurangnya pendapatan yang diterima oleh para anggota kelompok usaha budidaya ikan menjadi penyebab utamanya. Hal yang sama terjadi pada usaha pembuatan kue yang berada di kelurahan Jambangan dan usaha pembordiran yang ada di kelurahan Gayungan. Selain itu, anggota kelompok pembuatan kue meninggalkan kelompoknya karena susahny menyatukan pemikiran di antara anggota kelompok. Sementara itu, kelompok usaha pembuatan kue di kelurahan Gayungan yang awalnya berjumlah dua kelompok sekarang hanya tinggal satu kelompok. Hal tersebut karena kelompok yang meninggalkan usaha pembuatan kue menganggap bahwa penghasilan yang dihasilkan dari pembuatan kue masih minimal.

Minimnya penghasilan dari penjualan hasil produksi kelompok usaha menjadi penyebab utama masyarakat tidak tertarik lagi dengan berbagai macam program yang dicanangkan oleh PT. PJB melalui program CSR-nya. Kelompok usaha budidaya ikan yang berada di kelurahan Jambangan menyatakan bahwa modal yang mereka miliki masih kurang sehingga angka penjualanpun terpengaruh; mereka mengalami pendapatan yang minim. Hal yang sama diungkapkan oleh kelompok usaha pembuatan kue dan usaha pembordiran. Modal menjadi hal yang menentukan untuk mempengaruhi tingkat penjualan. Minimnya modal yang mereka miliki tidak mampu untuk memberikan penghasilan yang menjanjikan bagi mereka. Selanjutnya, minimnya pendapatan yang mereka terima menjadi penyebab utama untuk mengembangkan usaha mereka dengan cara menambah modal dalam proses produksi. Rendahnya kemampuan ekonomi yang mereka alami menjadi alasan mengapa mereka tidak mampu menambah modal yang telah diberikan oleh PT. PJB dari saku mereka sendiri.

Permasalahan terkait anggota kelompok yang meninggalkan kelompok usaha turut disebabkan oleh absennya pelatihan organisasi dalam proses pemberdayaan masyarakat melalui program CSR oleh PT. PJB. Pelatihan manajemen organisasi atau pelatihan pengelolaan kelompok usaha diharapkan dapat memberikan masyarakat yang menjadi target community development agar mampu mempertahankan kelompok usaha yang telah dibentuk PT. PJB saat awal program CSR dilaksanakan. Tujuan awal untuk memberikan kemampuan bargaining secara tersirat melalui pembentukan kelompok usaha kemudian tidak dapat tercapai karena anggota kelompok meninggalkan kelompok usaha.

Pelatihan manajemen modal/pengelolaan modal untuk memanfaatkan modal yang telah diberikan oleh PT. PJB secara efektif juga tidak ada, atau hanya diberikan kepada koordinator program, tetapi tidak diberikan kepada para pelaku usaha secara keseluruhan. Pelatihan pengelolaan modal—seperti informasi untuk meminjam uang atau kemudahan meminjam/menambah modal ke PT. PJB—tidak diberikan sehingga para pelaku usaha mengalami kebingungan untuk menambah modalnya. Jumlah modal yang dimiliki merupakan hal yang penting mengingat jumlah modal sangat mempengaruhi pendapatan yang diterima oleh masyarakat. Para pelaku usaha juga tidak mampu—karena kurangnya pengetahuan yang mereka miliki—untuk mengelola pendapatan secara efektif dalam rangka menambahkan modalnya. Para pelaku usaha semata-mata hanya terfokus pada pemutaran modal, yaitu memproduksi barang lalu menjualnya, tanpa mampu menyisihkan pendapatannya dalam upaya untuk menambahkan jumlah modal kelompok usahanya.

Kesimpulan

Studi ini menunjukkan adanya fenomena yang muncul melalui keberlangsungan program CSR PT. PJB. Program bantuan CSR tersebut diberikan kepada kelurahan Jambangan dan kelurahan Gayungan. Program tersebut diharapkan dapat berjalan tepat sasaran, yaitu saat masyarakat penerima manfaat dapat memberdayakan dirinya sendiri melalui bantuan tersebut. Bantuan CSR dari PT. PJB berupa modal dan alat yang diberikan secara langsung kepada kelompok penerima manfaat. Kelompok tersebut dibentuk atas inisiatif masyarakat sendiri yang berminat untuk mengikuti program CSR yang diadakan oleh PT. PJB tersebut. Dengan demikian, PT. PJB secara tidak langsung turut berkontribusi dalam membentuk kelompok usaha di masyarakat. Beberapa program dapat dikatakan berhasil dikarenakan program tersebut dapat tetap berjalan secara mandiri paska diberhentikannya program bantuan CSR PT. PJB.

Pemberhentian program CSR PT. PJB dilakukan menginjak tahun 2013, saat masyarakat dinilai telah mampu memberdayakan usahanya secara mandiri sesuai dengan tujuan dilakukannya CSR oleh PT. PJB. Strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara mandiri melalui program CSR berdimensi community development dengan tujuan sustainable development yaitu: strategi kebijakan dan perencanaan, aksi sosial dan politik

serta pendidikan dan penyadar-tahunan. Strategi inilah yang diupayakan pada pemberdayaan masyarakat, dalam hal ini CSR PT. PJB khususnya di kelurahan Jambangan dan kelurahan Gayungan.

Strategi yang juga dilakukan oleh PT. PJB tersebut dapat dilaksanakan dengan baik dan maksimal sehingga menciptakan masyarakat yang mandiri dan “berdaya”. Masyarakat pada akhirnya dapat merencanakan sendiri apa yang menjadi prioritas mereka serta bagaimana mereka memutar modal tersebut untuk keberlangsungan usaha mereka. Masyarakat sadar bagaimana memberdayakan diri mereka sendiri dan memandirikan ekonomi mereka melalui bantuan tersebut, meskipun dengan bantuan yang minim. Keberlangsungan program tersebut menjadi penanda bahwa mereka telah memiliki kesadaran akan kehidupan mereka untuk bertahan hidup. Beberapa permasalahan yang muncul selama keberlangsungan program tersebut dapat diatasi dengan cara mereka sendiri demi berjalannya usaha kecil tersebut.

Maka dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. Program budidaya lele dan usaha kue di kelurahan Jambangan masih berjalan dengan baik meski terdapat beberapa kendala. PA dan DE sebagai penerima manfaat mengaku bahwa bantuan dari PT. PJB tersebut sangat membantu perekonomian mereka secara tidak langsung meskipun bantuan yang diberikan tidak terlalu besar. Namun, bantuan modal untuk pembuatan kue tersebut sangat membantu keberlangsungan usaha kecil yang dilakukan beliau yang tidak lain juga menjadi sumber penghasilannya. Sama halnya dengan adanya bantuan modal untuk budidaya ikan lele di kelurahan Jambangan yang diberikan PT. PJB. Ketersediaan lahan di wilayah kelurahan benar-benar dimanfaatkan untuk budidaya lele tersebut meski dengan modal yang tidak terlalu banyak. PA sebagai kordinatornya berusaha meneruskan program tersebut meski harus dilakukannya sendiri, setelah beberapa anggota lainnya memilih melanjutkan pekerjaan lainnya dengan pertimbangan penghasilan yang lebih besar.
2. Kelurahan Gayungan sebagai wilayah Ring 1 PT. PJB juga mendapat bantuan CSR yang hingga kini masih terus berlangsung yaitu usaha kue dan bordir. Keberlangsungan usaha tersebut tidak lain dikarenakan adanya kesadaran akan pemberdayaan masyarakat yang terjadi pada masyarakat penerima manfaat di kelurahan tersebut. Bantuan yang diberikan oleh PT. PJB melalui CSR-nya yaitu berupa modal untuk usaha kue dan mesin bordir. SH sebagai penerima manfaat usaha bordir pada akhirnya tetap berusaha menjalankan usahanya tersebut meski mengalami banyak kesulitan terutama ketika mesinnya rusak. Dari sini ia menyadari betul manfaat dari program bantuan CSR PT. PJB tersebut. Sama halnya dengan SR, beliau merupakan penerima manfaat dari usaha kue basah dan kering di Kecamatan Gayungan. Meskipun modal yang dipinjamkan tidak terlalu besar, namun beliau berusaha memanfaatkannya dengan tetap memproduksi. Dengan peralatan kue yang diberikan, sedikit banyak dapat membantu perekonomiannya semakin mandiri.

3. Beberapa permasalahan yang muncul dalam upaya pemberdayaan masyarakat paska diberhentikannya program bantuan CSR dari PT. PJB menjadi ancaman tersendiri bagi penerima manfaat. Minimnya penghasilan dari penjualan usaha tersebut lambat laun menyisakan beberapa anggota saja yang siap bertahan. Lainnya memilih untuk melanjutkan usahanya sendiri dan meninggalkan usaha tersebut. Pelatihan manajemen organisasi untuk mempertahankan kelompok usaha juga tidak diberikan oleh PT. PJB, sehingga mau tidak mau kelompok usaha yang telah dibuat berubah menjadi perseorangan yang sadar akan pemberdayaan tersebut. Modal yang sedikit tentu mempengaruhi penjualan, sedangkan modal yang diberikan juga tidak terlalu banyak. Pelatihan manajemen modal/pengelolaan modal untuk memanfaatkan modal yang telah diberikan oleh PT. PJB secara efektif juga tidak ada, atau hanya diberikan kepada koordinator program, tetapi tidak diberikan kepada para pelaku usaha secara keseluruhan.

Daftar Pustaka

- Akbar, Roby (2012) Benang Kusut Regulasi CSR. [online] Diakses dari robayakbar.wordpress.com [Diakses pada 8 November 2014].
- Asy'ari, Hasan (2009) Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Modal Sosial pada PT Newmont. Tesis. Universitas Diponegoro. [online] Diakses dari eprints.undip.ac.id/17529/1/HASAN_ASY'ARI.pdf [Diakses pada 27 November 2014].
- Babbie, Earl. (2008) The Basics of Social Research. Edisi ke-5. California: Wadsworth. [online] Diakses dari <https://books.google.co.id/books?id=koFuKlfodWsC&pg=PA208&dq=snowball+sampling&hl=id&sa=X&ei=cOKMVLPTD5SOuATQu4GYBg&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=snowball%20sampling&f=false> [diakses pada 12 Desember 2014].
- Badaruddin. (2008) Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Masyarakat melalui Pemanfaatan Potensi Modal Sosial: Alternatif Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Indonesia. Medan: Universitas Sumatera Utara. [online] Diakses dari <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/733> [Diakses pada 30 November 2014].
- Budhiarta, Iwan (2009) Menguak Benang Merah Corporate Social Responsibility dan Pemasaran Sosial di Indonesia. [online] Diakses dari <http://www.scribd.com/doc/14215097/Corporate-Social-Responsibility-A-Different-Perspective> [Diakses pada tanggal 19 Oktober 2014].
- Bailey, Kenneth D. (1994). Edisi ke-5. Methods of Social Research. New York: The Free Press. [online] Diakses dari <https://books.google.co.id/books?id=NT8eiiYhIpoC&pg=PA96&dq=snowball+sampling&hl=id&sa=X&ei=cOKMVLPTD5SOuATQu4GYBg&ved=0CC0Q6AEwAg#v=onepage&q=snowball%20sampling&f=false> [diakses pada 12 Desember 2014].

- CSR Jawa Timur. [online] Diakses dari <http://csrjatim.org/2/data/sejarah-csr.pdf> [Diakses pada 22 November 2014].
- Desita, Amanda Rahma (2011) Konflik Ruang Publik: Studi terhadap Mahasiswa Pengguna Facebook di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga. Skripsi. Universitas Airlangga.
- Delivery. (2004) Pemberdayaan Masyarakat. [online] Diakses dari http://www.deliveri.org/guidelines/policy/pg_3/pg_3_summaryi.htm [Diakses pada 28 Oktober 2014].
- Erdanu, Yudho. (2010) Pengaruh Jenis Industri terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) pada Laporan Tahunan Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Publik yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009. Skripsi. Universitas Diponegoro. [online] Diakses dari eprints.undip.ac.id/22799/1/Skripsi.pdf [diakses pada 27 November 2014].
- Idrus, Muhammad. (2009) Metode Penelitian Ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. Edisi ke-2. Jakarta: Erlangga.
- Ife, Jim dan Tesoriero, Frank. (1996) Community Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi. Edisi ke-3. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Indonesia Business Links. (2007) Integrating CSR a Business Strategy: How to adopt CEO values into CSR Policies. Hotel Nikko Jakarta, 2 Mei.
- Indrawan, Raditya Dwi. (2012) Peran Tata Ruang dalam Pembangunan Kota Berkelanjutan di Indonesia. Kompasiana.com, 10 Januari. [online] Diakses dari <http://edukasi.kompasiana.com/2012/01/10/peran-tata-ruang-dalam-pembangunan-kota-berkelanjutan-di-indonesia-429147.html> [Diakses pada 3 November 2014]
- Iskandar., Almutahar, Hasan. Dan Sabran, M. (2013) Kajian Sosiologis terhadap Peran Penyuluh Kehutanan dalam Pemberdayaan Masyarakat pada Pengelolaan Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) di Desa Tunggul Boyok Kecamatan Bonti Kabupaten Sanggau. Jurnal Tesis PMIS-UNTAN-PSS-2013. [online] Diakses dari jurnal.untan.ac.id/index.php/jpmis/article/download/2292/pdf [Diakses pada 27 November 2014].
- Miles, Matthew B et al. (1992) Analisis Data Kualitatif. Jakarta: UI Press.
- Moloeng, Lexy J. (2006) Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya

- PJB. (2010) Annual Report Tahun 2010. [online] Diakses dari http://www.ptpjb.com/index.php?option=com_content&view=article&id=105&Itemid=107&lang=id [diakses pada 23 September 2014].
- PJB. (2013) Annual Report Tahun 2013. [online] Diakses dari <http://www.ptpjb.com/phocadownload/annual2013.rar> [diakses pada 8 November 2014].
- Rachman, Nurdizal M., Efendi, Asep. Dan Wicaksana, Emir. (2011) Panduan Lengkap Perencanaan CSR. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Roesminingsih. (2009) Pemberdayaan Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (CSR). Dialektika, Vol. 4 No.1.
- Supriyanto. dan Subejo. (2004) Harmonisasi Pemberdayaan Masyarakat Pedesaan dengan Pembangunan Berkelanjutan. Buletin Ekstensia-Pusat Penyuluhan Pertanian Deptan RI, Vol 19 (Th XI). [online] Diakses dari <http://rohmatdiono.files.wordpress.com/2009/08/harmonisasi-pemberdayaan-masyarakat-dengan-pembangunan-berkelanjutan.pdf> [Diakses pada 17 November 2014].
- Suharto, Edi. (2009) Corporate Social Responsibility (CSR): Perspektif Ilmu Sosial. Dialektika, Vol.4 No.1.
- Sukada, Sonny., Wibowo, Pamadi., Ginano, Katamsi., Jalal., Kadir, Irpan. Dan Rahman, Taufik. (2007) Membuka Bisnis Berkelanjutan: Memahami Konsep dan Praktik Tanggungjawab Sosial Perusahaan. Jakarta: Indonesia Business Links.
- Supomo, Sita. (2004) Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Prinsip GCG. Republika, 20 Oktober.
- Triandono, Riki. (2009) CSR (Corporate Social Responsibility): Memahami Konsep dan Perkembangannya di Indonesia. Dialektika, Vol.4 No.1.
- Wibisono, Yusuf. (2007) Membedah Konsep dan Aplikasi CSR. Cetakan ke-2. Gresik: Fascho Publishing.
- Widjaja, Gunawan dan Pratama, Yeremia Ardi (2008) Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR. Jakarta: Forum Sahabat.
- Zafrullah, Ahmad. (2009) Optimalisasi Program Corporate Social Responsibility (Tinjauan Aspek Ekonomi). Dialektika, Vol.4 No.1.