

BAB II

TINJAUAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Agar dapat membantu penelitian pada penyusunan skripsi ini, ada beberapa hasil penelitian yang penulis miliki berupa skripsi serta jurnal guna membantu penelitian ini sebagai bahan perbandingan. Oleh karena itu adanya skripsi yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu:

Pertama, penelitian yang berjudul "*Peran Humas Dalam Pelaksanaan Kegiatan Corporate Social Responsibility PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk Kertapati*". ditulis oleh Ari Triwindari (2016) Mahasiswa Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.¹ Skripsi ini fokus pada peran humas dalam kegiatan CSR. Penelitian Ari Triwindari menggunakan metode deskriptif Kualitatif, Penelitian membahas tentang bagaimana peran PR dalam implementasi program kegiatan CSR PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk Kertapati. Adapun dari data, dan pembahasan Ari Triwindari dapat ditarik kesimpulan bahwa Humas PT. Semen Baturaja (Persero) dalam pelaksanaan kegiatan CSR telah berjalan dengan baik. Persamaan dengan skripsi ini terletak pada fokus yang diteliti yaitu sama-sama menfokuskan penelitian pada *Program Corporate Social Responsibility (CSR)*.

¹Ari Triwindari, *Peran Humas Dalam Pelaksanaan Kegiatan Corporate Social Responsibility PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk Kertapati*, Skripsi, (Palembang: Fakultas Dakwah & Dan Komunkasi 2016)

Perbedaannya dalam skripsi ini hanya memfokuskan penelitian pada keseluruhan program CSR sedangkan penelitian yang dilakukan penulis kali ini lebih mengerucut lagi pada kegiatan *Community Relation* sebagai salah satu kegiatan *Corporate Social Responsibility*, selain itu juga terdapat perbedaan lain seperti lokasi penelitian yang berbeda.

Kedua, penelitian yang berjudul “*Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Tanjung Enim Lestari Pulp dan Paper Terhadap Masyarakat Desa Tebat Agung, Muara Enim, Sumatera Selatan*”. Ditulis oleh Astri Yuniarsih Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (2014). Skripsi ini menjelaskan tentang program-program pemberdayaan yang dilaksanakan PT. Tanjung Enim Lestari Pulp dan Paper terhadap masyarakat sekitar (Desa Tebat Agung) dari berbagai aspek, diantaranya Aspek Pendidikan, Kesehatan, Lingkungan, dan Sosial. Dimana program-program yang telah dilaksanakan tersebut mengacu kepada kebutuhan dasar masyarakat di Desa Tebat Agung tersebut. Peranan pekerjaan sosial terlibat dalam program tersebut dalam memfasilitasi program, brokeriasi, mediasi maupun advokasi. Namun sayangnya aktivitas pekerjaan sosial ini belum dilaksanakan perusahaan lebih fokus dalam membantu dan membedakan tugas-tugas yang ada di bawah divisi administrasi untuk melaksanakan program-program CSR yang bertumpuh pada kebutuhan masyarakat yang mana pekerja sosial dengan disiplin ilmu dan keahliannya akan dapat melakukan assesmen makro. ² penelitian yang dilakukan oleh Astri Yuniarsih Fakultas Dakwah dan Komuikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul *Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) PT.*

²Astri Yuniarsih *Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Tanjung Enim Lestari Pulp dan Paper Terhadap Masyarakat Desa Tebat Agung, Muara Enim, Sumatera Selatan*, Skripsi , (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga 2014) <http://digilib.uin-suka.ac.id/20973/> diakses tanggal 10 Oktober 2020.

Tanjung Enim Lestari Pulp dan Paper Terhadap Masyarakat Desa Tebat Agung, Muara Enim, Sumatera Selatan.

Perbedaan dapat dilihat dari fokus penelitian yang berbeda, dalam penelitian ini memfokuskan penelitian dalam Aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan persamaannya yang nantinya akan dijadikan penulis sebagai referensi dalam penelitian implementasi program *Corporate Social Responsibility*.

Ketiga, penelitian yang berjudul "*Community Relations*". Ditulis oleh Arum Yudarwati Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam jurnal Ilmu Komunikasi, Desember. Bentuk Tanggung Jawab Sosial Organisasi' menyatakan hubungan masyarakat dilakukan seperti yang direncanakan, aktif, dan melanjutkan partisipasi lembaga dengan dan dalam masyarakat untuk menjaga dan meningkatkan lingkungan untuk kepentingan kedua lembaga dan masyarakat. Hubungan akan mengurangi konflik dan membantu untuk menemukan kebijakan yang terbaik yang menyebabkan dengan baik menjadi masyarakat melalui pembentukan modal sosial sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan. Pada tingkat makro, pendekatan sistem dan pendekatan komunitarian memberikan perspektif untuk menjelaskan interaksi antara organisasi dengan lingkungannya. Pada tingkat mezzo, hubungan masyarakat harus didukung oleh fungsinya dalam organisasi. Akhirnya pada tingkat mikro, praktisi PR harus mengambil peran yang signifikan dalam organisasi.³ penelitian yang dilakukan oleh Astri Yuniarsih Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul *Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) PT.*

³Arum Yudarwati, *Community Relations*, (Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 1, Nomor 2, Desember:143-156), FISIP, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Tanjung Enim Lestari Pulp dan Paper Terhadap Masyarakat Desa Tebat Agung, Muara Enim, Sumatera Selatan.

Perbedaan dapat dilihat dari fokus penelitian yang berbeda, dalam penelitian ini memfokuskan penelitian dalam Aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan persamaannya yang nantinya akan dijadikan penulis sebagai referensi dalam penelitian implementasi program *Corporate Social Responsibility*. Jurnal yang berjudul “*Community Relations*” karya Arum Yudarwati. Dalam jurnal ini secara keseluruhan membahas tentang “*Community Relations*”, ini tentunya akan berguna bagi penulis sebagai referensi dalam penelitian ini

B. Kerangka Teori

Kerangka teori yang diangkat pada penelitian ini meliputi:

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani yaitu *strategeia*, bila dari sudut etimologi kata, maka istilah *strategeia* merupakan gabungan dari dua kata yaitu “*stratos*” yang artinya militer dan “*ag*” yang artinya memimpin. Pada hakikatnya strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan.⁴

Menurut Chandler, strategi adalah penetapan tujuan dasar jangka panjang dan sasaran organisasi, dan penerapan serangkaian tindakan, serta alokasi sumber daya yang penting untuk melaksanakan sasaran ini.⁵

Dari penjabaran diatas mengenai strategi dapat penulis simpulkan bahwa strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan jangka panjang.

⁴Effendy, Komponen Dalam Strategi, <http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/585/jbptunikompp-gdl-feghaarvia-29233-9-nikom-f-i.pdf> diakses tanggal 25 Desember 2020 pukul: 19.25 WIB.

⁵Chandler, A.D, *Strategi and Structure* MA:MT Press, 1962, h. 14.

b. Tujuan Strategi

Dalam proses penerapan strategi membutuhkan komunikasi yang efektif yang melibatkan komunikator dengan segala kemampuan (*communication skill*) untuk mempengaruhi konsumen dengan dukungan berbagai aspek teknis dan praktis dalam bentuk taktik atau strategi dalam pencapaian tujuan. Tujuan tersebut bersifat internal dan eksternal. Tujuan yang bersifat internal dapat mencakup pada beberapa hal yaitu: ⁶

- 1) Mengadakan suatu penilaian terhadap sikap dan tingkah laku publik terhadap perusahaan terutama ditujukan pada kebijaksanaan perusahaan.
- 2) Mengadakan suatu analisa dan perbaikan terhadap kebijakan yang sedang dijalankan guna mencapai suatu tujuan yang ditetapkan perusahaan dengan tidak mengabaikan kepentingan publik.
- 3) Memberi penerangan pada karyawan mengenai suatu kebijakan perusahaan yang bersifat objektif serta menyangkut berbagai aktivitas dan perkembangan perusahaan.

Pada sisi lain, aktivitas yang bersifat eksternal adalah untuk mendapatkan dukungan dan image yang positif dari publik, hal ini dibatasi kepada pengertian:

- 1) Memperluas langganan atau pemasaran.
- 2) Memperkenalkan suatu jenis hasil produksi atau gagasan yang berguna bagi konsumen.
- 3) Mencari dan mengembangkan modal.

2. Community Relations

a. Defenisi Community Relations

⁶M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*, 2000, (Jakarta: Bumi Aksara), h. 73.

Wilbur J. Peak dalam karyanya, *community relations* yang dimuat dalam *lesly's Public Relations Handbook*, mendefinisikan hubungan dengan komunitas yaitu “*Community Relations, as a public relations funtion, is a instituion's planned active and continuing participation with and within a community to maintain and enchance its enveironment to the benefit of both the institution and community.*”⁷Terjemahannya adalah hubungan dengan komunitas sebagai salah satu fungsi hubungan masyarakat merupakan partisipasi suatu lembaga yang terencana, aktif dan berkesinambungan di dalam suatu komunitas untuk memelihara dan membina lingkungan demi keuntungan dua pihak, baik organisasi maupun komunitas. Definisi Wilbur J. Peak itu menunjukkan bahwa hubungan dengan komunitas berorientasi pada kegiatan yakni kegiatan yang dilakukan organisasi yang bersifat partisipasi yang memberikan keuntungan pada kedua belah pihak.

Community relations dijalankan sebuah organisasi bukan sebagai pemadam kebakaran tegangnya hubungan organisasi dan komunitasnya. *Community relations* merupakan sebuah program yang dilandasi kebijakan (*policy*) organisasi. Dengan memandang *community relations* sebagai kebijakan maka bisa tampak seberapa besar dan seberapa jauh komitmen organisasi terhadap komunitasnya.⁸

Telah disebutkan bahwa penerapan kegiatan *community relations* tidak dimaksudkan untuk memadamkam kebakaran tegangnya hubungan organisasi dengan komunitasnya, maksudnya adalah kegiatan ini dijalankan sebagai pilihan yang dapat diambil oleh perusahaan yang dalam penelitian ini yaitu PT. Pupuk Sriwidjaja agar terjalin kembali hubungan yang baik dengan masyarakat dimana perusahaan tersebut berada melalui penerapan program-program *corporate social responbility* dalam kegiatan *community relations*.

⁷Onong Uchyana Effendy, *Hubungan Masyarakat*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1992, h. 187.

⁸Yosal Iriantara, *Community Relations*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2013), h. 58.

Community relations dipandang berdasarkan dua pendekatan. Pertama, dalam konsep PR lama yang memosisikan organisasi sebagai pemberi donasi, maka program *community relations* hanyalah bagian dari aksi dan komunikasi dalam proses PR. Bila berdasarkan pengumpulan fakta dan perumusan masalah ditemukan bahwa permasalahan yang mendesak adalah mengenai komunitas, maka dalam perencanaan akan disusun program *community relations*. Ini kemudian dijalankan melalui aksi dan komunikasi. Pendekatan kedua, memosisikan komunitas sebagai mitra, dan konsep komunitasnya bukan sekedar kumpulan orang yang berdiam di sekitar wilayah operasi organisasi. *Community relations* dianggap sebagai program tersendiri yang merupakan wujud tanggung jawab sosial organisasi. Di sini organisasi menampilkan sisi dirinya sebagai satu lembaga sosial, yang bersama-sama dengan komunitas berusaha memecahkan permasalahan yang dihadapi komunitas. Organisasi dan komunitas bersama-sama memberikan sumber daya yang dimilikinya untuk memecahkan permasalahan dan mencapai tujuan kemaslahatan bersama.⁹

Berdasarkan penjabaran diatas mengenai *community relations* penulis menyimpulkan bahwa hubungan dengan komunitas berorientasi pada kegiatan yakni kegiatan yang dilakukan organisasi yang bersifat partisipasi yang memberikan keuntungan pada kedua belah pihak *Community relations* dipandang berdasarkan dua pendekatan. Pertama, dalam konsep PR lama yang memosisikan organisasi sebagai pemberi donasi, maka program *community relations* hanyalah bagian dari aksi dan komunikasi dalam proses PR. Pendekatan kedua, memosisikan komunitas sebagai mitra, dan konsep komunitasnya bukan sekedar kumpulan orang yang berdiam di sekitar wilayah operasi organisasi

⁹*Ibid.*, h. 79

b. Tujuan *Community Relations*

Adapun tujuan dari adanya kegiatan *community relations* menurut Lattimore secara umum yaitu ¹⁰ :

- 1) Memberikan informasi kepada komunitas mengenai kebijakan, kegiatan, dan masalah organisasi, atau perusahaan.
- 2) Memberikan penjelasan dan jawaban terhadap pertanyaan atau tanggapan negatif bagi masyarakat sekitar perusahaan.
- 3) Memberikan bantuan kepada lingkungan melalui organisasi atau perusahaan setempat.
- 4) Bekerjasama dengan sekolah dan perguruan tinggi dengan menyediakan bahan-bahan pendidikan serta sasaran dan fasilitasnya.
- 5) Mendukung program-program kesehatan.
- 6) Mendukung kegiatan olahraga, budaya, dan kreasi.

c. Media *Community Relations*

Menurut Frazier moore ¹¹, media yang efektif digunakan dalam program *community relations* ialah sebagai berikut:

- 1) Kunjungan para pengusaha ke lembaga-lembaga komunitas. Atas undangan organisasi sekolah dan pelayanan sosial, para pelaksana bisnis mengunjungi lembaga-lembaga komunitas untuk mengetahui pekerjaan dan masalahnya.
- 2) Gelanggang terbuka dan wisata perusahaan atau pabrik. Cara yang efektif untuk memberikan informasi kepada komunitas yang berkepentingan dengan bisnis adalah dengan mengundang mereka mengunjungi pabrik atau perusahaan untuk menyaksikan kegiatannya (*Open House*). wisata pabrik dapat memperlihatkan

¹⁰Lattimore dkk. *Public Relations : Profesi dan Praktik*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), h. 243.

¹¹Frazier Moore, *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*, (Bandung, PT Reaja Rosdakarya, 2004), h. 428.

dengan meyakinkan bahwa suatu perusahaan menaruh perhatian kepada kesejahteraan karyawan. Hal itu memberikan gambaran bisnis yang tepat kepada komunitas dan karenanya merupakan suatu cara yang efektif dalam membina pengertian.

- 3) Publisitas. Publisitas merupakan unsur hubungan komunitas yang amat penting. Hubungan pribadi dengan kerabat kerja surat kabar, televisi dan radio setempat amatlah berguna bagi manajer pabrik atau kepala hubungan komunitas untuk menjamin publisitas setempat. juga, publikasi perusahaan yang disebarakan kepada pemuka pendapat tertentu merupakan media nyata untuk jenis-jenis publisitas tertentu. Bagian hubungan masyarakat pada kantor pusat mempersiapkan siaran berita yang berasal dari kantor induk dan langsung mengirimnya ke media setempat. Berita-berita pabrik tentang bangunan baru, personel, keamanan, hubungan karyawan promosi, pemindahan dan masalah lainnya demi kepentingan setempat dipersiapkan oleh kepala hubungan komunitas setempat. bagian hubungan masyarakat kantor pusat mempersiapkan buku pedoman publisitas untuk menunjukkan kapa para kepala hubungan komunitas pabrik bagaimana menyajikan berita dan mempersiapkan siaran berita yang dapat diterima oleh redaktur dan pengarah berita pada media setempat.

3. *Corporate Social Responsibility*

a. *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.¹²

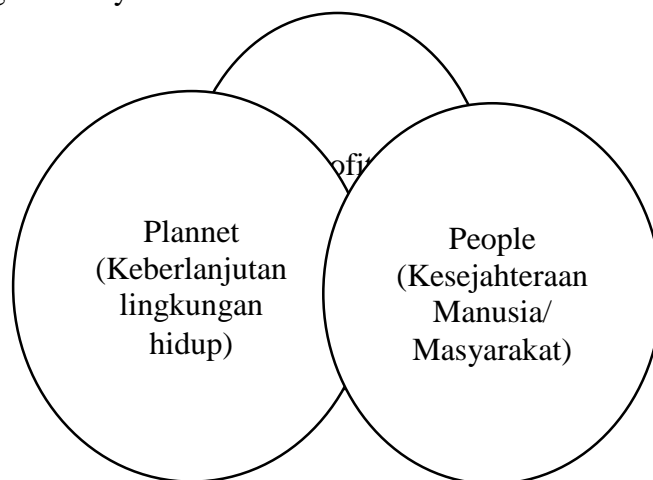
¹²Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h.1.

Sedangkan menurut Schermerhon sebagaimana dikutip oleh Edi Suharto memberi definisi tanggung jawab perusahaan (CSR) sebagai suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal. Secara konseptual, menurut Nuriyana sebagaimana dikutip oleh Edi Suharto menjelaskan CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. ¹³

b. Motif Corporate Social Responsibility

Kemampuan perusahaan untuk bersaing sangat tergantung pada keadaan lokasi dimana perusahaan itu beroperasi. Secara konseptual, CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom lines*, yaitu 3p:

- 1) *Profit*. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- 2) *People*. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia.
- 3) *Planet*. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. ¹⁴



¹³Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri*, h. 102.

¹⁴Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri...* h.107.

Gambar 3.1

Triple Bottom Lines Dalam Corporate Social Responsibility

c. Hal yang memotivasi perusahaan dalam melakukan CSR

Saidi dan Abidin sebagaimana dikutip oleh Edi Suharto dalam bukunya *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri*, membuat matriks yang menggambarkan tiga tahap atau paradigma yang berbeda, diantaranya:

- 1) *Corporate Charity*, yakni dorongan amal berdasarkan motivasi keagamaan.
- 2) *Corporate Philanthropy*, yakni dorongan kemanusiaan yang biasanya bersumber dari norma dan etika Universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan sosial.
- 3) *Corporate Citizenship*, yakni motivasi kewargaan demi mewujudkan keadilan sosial berdasarkan prinsip keterlibatan sosial.

Jika dipetakan, tampaklah bahwa spectrum paradigma ini berentang dari “sekedar menjalankan kewajiban” hingga “demi kepentingan bersama” atau dari “membantu dan beramal kepada sesama” menjadi “memberdayakan manusia”. meskipun tidak selalu berlaku otomatis, pada umumnya perusahaan melakukan TSP didorong oleh motivasi karikatif dan akhirnya kewargaan.¹⁵

d. Ruang Lingkup CSR

Terdapat banyak landasan pokok dalam ruang lingkup CSR, namun dari beberapa landasan pokok penulis hanya akan berfokus pada landasan CSR yang berhubungan dengan lingkungan hidup dan landasan CSR dalam isu sosial. Adapun landasan pokok CSR dalam isu lingkungan hidup, meliputi :

- 1) Tidak melakukan pencemaran
- 2) Tidak berkontribusi dalam perubahan iklim

¹⁵Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri...* h.108

- 3) Tidak berkontribusi atas limbah
- 4) Tidak melakukan pemborosan air
- 5) Tidak melakukan praktik pemborosan energi
- 6) Tidak melakukan penyerobotan lahan
- 7) Tidak berkontribusi dalam kebisingan\menjaga keanekaragaman, hayati ¹⁶

Sedangkan landasan pokok CSR dalam isu sosial, meliputi :

- 1) Menjamin kesehatan karyawan atau masyarakat yang terkena dampak
- 2) Tidak mempekerjakan anak
- 3) Memberikan dampak positif terhadap masyarakat
- 4) Melakukan proteksi konsumen
- 5) Menjunjung keberanekaragaman
- 6) Menjaga privasi
- 7) Melakukan praktik derma sesuai dengan kebutuhan
- 8) Bertanggung jawab dalam proses *outsourcing* dan *off-shoring*. ¹⁷

e. Tahap-Tahap Penanganan Masalah Sosial

Masalah soisal adalah sebuah gejala atau fenomena yang muncul dalam realitas kehidupan bermasyarakat. Dalam kehidupan keseharian fenomena tersebut hadir bersamaan dengan fenomena yang lain, oleh sebab itu untuk memahaminya sebagai masalah sosial, dan membedakannya dengan fenomena yang lain dibutuhkan suatu identifikasi. Dilihat dari proses untuk melakukan studi masalah sosial maupun proses untuk melakukan upaya penanganan masalahnya dikenal adanya tiga tahap yaitu identifikasi, diagnosis, dan *treatment*. Tahap identifikasi dilakukan untuk membuka kesadaran dan keyakinan bahwa dalam kehidupan masyarakat terkandung gejala

¹⁶Rahmatullah dan Trianita Kurniati, Panduan Praktis Pengelolaan CSR (Corporate Social Responsibility), h.9

¹⁷*Ibid.*, h.9

masalah sosial juga berfungsi untuk mengubah masalah sosial laten menjadi manifest, serta dilaksanakan langkah berikutnya yaitu diagnosis. Tahap diagnosis dimaksudkan sebagai upaya untuk mencari dan mempelajari latar belakang masalah, faktor yang terkait dan terutama faktor yang menjadi penyebab atau sumber masalah. Selanjutnya tahap *treatment* merupakan upaya pemecahan masalah sosial yang didasari oleh hasil diagnosis. Adapun penjelasan secara terperinci tentang tiga tahap dalam penanganan masalah sosial adalah sebagai berikut : ¹⁸

1) Tahap Identifikasi

Masalah sosial merupakan fenomena yang selalu muncul dalam kehidupan masyarakat. Dalam perkembangan masyarakat, perwujudannya dapat merupakan masalah lama yang mengalami perkembangan baik secara kualitatif maupun kuantitatif, akan tetapi dapat pula sebagai masalah baru yang muncul karena perkembangan dan perubahan kehidupan sosial dianggap sebagai kondisi yang tidak diinginkan karena dapat membawa kerugian baik secara fisik maupun nonfisik pada individu, kelompok, maupun masyarakat secara keseluruhan, atau dapat juga merupakan kondisi yang dianggap bertentangan dengan nilai, norma atau standar sosial yang disepakati. ¹⁹

2) Tahap Diagnosis

Setelah masalah sosial teridentifikasi, maka akan mendorong munculnya respon dari masyarakat, berupa tindakan bersama untuk memecahkan masalahnya. Disadari pula, agar upaya pemecahan masalah mencapai hasil yang diharapkan, dibutuhkan pengenalan secara sifat, eskalasi dan latar belakang masalah ini yang biasa disebut sebagai tahap diagnosis, akan sangat membantu untuk menentukan tindakan sebagai upaya pemecahan masalah. Dengan demikian dapat dikatakan,

¹⁸Soetomo, *Masalah Sosial dan Upaya Pemecahannya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010). h.28

¹⁹Soetomo, *Masalah Sosial dan..* h.29.

bahwa upaya pemecah masalah yang didasari oleh diagnosis diharapkan lebih tepat sasaran dan berpijak pada realitas yang ada.²⁰

3) Tahap *Treatment*

Tindakan *treatment* atau upaya pemecahan masalah yang ideal adalah apabila dapat menghapus atau menghilangkan masalahnya dari realitas kehidupan sosial. Walaupun demikian, untuk penanganan masalah sosial, harapan ideal tersebut jarang atau sulit untuk dapat diwujudkan. Sebagai contoh, walaupun sejak lama sudah dilakukan usaha untuk menanganinya, masalah kriminalitas dan prostitusi sebagai bentuk masalah sosial yang tergolong tua, sampai saat ini masih sering dijumpai keberadaannya. Oleh sebab itu *treatment* tidak harus diartikan sebagai upaya untuk menghilangkan masalah sosial, akan tetapi dalam banyak hal juga dapat berupa usaha mengurangi atau membatasi berkembangnya masalah.²¹

Dengan adanya tahap-tahap penanganan sosial ini diharapkan penulis dapat mengetahui tahapan-tahapan apa saja yang perlu dilakukan dalam penanganan masalah sosial dan upaya-upaya apa saja yang telah dilakukan oleh CSR PT. Pusri dalam menangani masalah sosial di kecamatan kalidoni, Kota Palembang.²²

PT. Pusri Palembang menerapkan 7 gagasan pokok atau 7 Asnaf, dengan mengacu pada Visi dan Misi PT. Pusri Palembang yang ingin dapat memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan sekitar, adapun beberapa program CSR yaitu sebagai berikut :

C. Program CSR PT. Pusri Palembang

Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Pusri Palembang dilaksanakan berdasarkan rancangan yang dilandasi oleh semangat untuk kemajuan

²⁰Soetomo, *Masalah Sosial dan..* h.30.

²¹Soetomo, *Masalah Sosial dan..* h.30.

²²*Ibid.*, h.29

bersama antara perusahaan dan seluruh pemegang kepentingan . Tanggung jawab sosial perusahaan diwujudkan dalam tiga bentuk yakni :

1. Menjalinkan kemitraan dengan para pemangku kepentingan; yaitu karyawan, pemasok, penyalur, pelanggan, petani, serta masyarakat di lingkungan dan pemerintah.
2. Melakukan pembinaan terhadap masyarakat & perbaikan lingkungan.
3. Melindungi dan memelihara ekosistem lingkungan unit-unit usaha perusahaan.

23

Tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan Pusri melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang dilaksanakan melalui dua kegiatan strategis yaitu Bidang Pengembangan dan Bidang Pembinaan. Di Bidang Pengembangan, Pusri mengutamakan keunggulan Kelompok Tani dan *Rice Milling Unit* (RMU) yang juga menjadi realisasi dari *core business* perusahaan. Untuk lebih mengoptimalkan hasil, Pusri selalu menciptakan peluang-peluang baru seperti membentuk Badan Usaha Milik Petani (BUMP) yang dilaksanakan bersama dengan Bulog.

PT. Pusri Palembang menerapkan 7 gagasan pokok atau 7 Asnaf, dengan mengacu pada Visi dan Misi PT. Pusri Palembang yang ingin dapat memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan sekitar, dituangkan dalam program-program CSR yang dilaksanakan oleh bagian Bina Lingkungan, Departemen CSR PT. Pusri Palembang antara lain :²⁴

²³Dalam <http://www.pusri.co.id/ina/perusahaan-makna-logo/> (diakses pada tanggal 20 Mei 2021)

²⁴Wawancara dengan staf departemen CSR PT. Pusri, Bapak Achmad Zulkarnain di Palembang, pada tanggal 05 Mei 2021.

1) Pelestarian Alam

Sebagai perusahaan yang peduli dengan kelestarian lingkungan, PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang melakukan berbagai program untuk mendukung program *Go Green* yang telah dicanangkan pemerintah dan menjaga kelestarian alam. Kegiatan-kegiatan dalam bidang Pelestarian Alam yang dilaksanakan CSR PT. Pusri Palembang antara lain :

- a) Penanaman pohon bambu di beberapa lokasi dengan tajuk “ Serumpun Bambu Sejuta Berkah”. di bulan November 2014 Pusri untuk sekian kalinya melakukan penanaman sebanyak 300 bibit bambu di kawasan Kabupaten Ogan Ilir tepatnya di kawasan milik Pondok Pesantren Al- Ittifaqiah Inderalaya. Program penanaman bibit bambu ini telah dimulai sejak bulan September 2013 lalu dengan menanam 500 bibit bambu di RS Kusta Mariana dan 200 bibit dibantaran sungai Musi kawasan merah mata kabupaten Banyuasin pada bulan November 2013 lalu. Pusri akan melakukan pembinaan dan pemberdayaan masyarakat supaya bambu yang ditanam dapat dimanfaatkan lebih lanjut fungsi dan kegunaannya.
- b) Mengembangkan Kampung Cabe atau kampung yang membudidayakan tanaman cabe yang di Kecamatan Kalidoni, Palembang.²⁵

2) Pendidikan

Dari aspek pendidikan CSR PT. Pusri Palembang memberikan bantuan kepada sekolah-sekolah khususnya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dan

²⁵Wawancara dengan staf departemen CSR PT. Pusri, Bapak Achmad Zulkarnain di Palembang, pada tanggal 05 Mei 2021

Mahasiswa di Perguruan Tinggi Sumatera Selatan. Kegiatan-kegiatan dalam bidang Pendidikan yang dilaksanakan CSR PT. Pusri Palembang antara lain :

- a) Beasiswa Pendidikan Strata-1 Kepada Mahasiswa Jurusan Pertanian.
- b) Bantuan penambahan fasilitas laboratoriuun kepada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Kota Palembang.

Beasiswa dalam bidang pendidikan yakni bagi mahasiswa strata 1 khusus jurusan pertanian di Universitas Sriwidjaja yang fokus utama program beasiswa ini adalah teruntuk anak petani dan buruh yang berdomisili di sekitar PT. Pusri Palembang, harapannya agar kedepannya masyarakat tani di Indonesia khususnya di bidang pertanian. Penambahan fasilitas laboratorium juga merupakan bentuk bantuan yang diberikan PT. Pusri Palembang kepada 17 Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di Kota Palembang. ⁽²⁶⁾

3) Kesehatan

PT. Pusri Palembang sangat peduli dengan kesehatan masyarakat oleh karena itu dalam bidang kesehatan masyarakat telah banyak program bantuan yang dilakukan oleh PT. Pusri Palembang untuk meringankan beban masyarakat disekitaran PT. Pusri Palembang Khususnya di Kecamatan kalidoni dan Kecamatan Ilir Timur II. Kegiatan-kegiatan dalam bidang Kesehatan yang dilaksanakan CSR PT. Pusri Palembang antara lain :

- a) Bantuan mobil jenazah dan ambulans gratis untuk masyarakat yang membutuhkan, terutama masyarakat di sekitar wilayah perusahaan PT.

²⁶Wawancara dengan staf departemen CSR PT. Pusri, Bapak Achmad Zulkarnain di Palembang, pada tanggal 05 Mei 2021.

Pusri Palembang khususnya di Kecamatan Kalidoni dan Kecamatan Ilir Timur II.

- b) Fasilitas Rumah Sakit kelas C di Kota Palembang dengan 139 tempat tidur yang dapat digunakan untuk merawat karyawan PT. Pusri maupun masyarakat yang berada disekitar lingkungan PT. Pusri Palembang.
- c) Pengobatan gratis dilaksanakan PT. Pusri Palembang setiap 3 kali dalam setahun di Kecamatan Kalidoni dan Kecamatan Ilir Timur II. ²⁷

4) Ibadah (Kerohanian)

Sarana dan Prasana Ibadah (Kerohanian) adalah aspek penting dalam kehidupan bermasyarakat karena sebagai penunjang hubungan manusia dengan Pencipta-Nya serta hubungan antara manusia dengan manusia. Dalam bidang Ibadah (Kerohanian) ini PT. Pusri Palembang juga sangat memperhatikan perkembangannya khususnya di lingkungan sekitar Perusahaan. Kegiatan-kegiatan dalam bidang Ibadah (Kerohanian) yang dilaksanakan CSR PT. Pusri Palembang antara lain :

- a) Rumah Tahfidz Al-Quran PT. Pusri Palembang.
- b) Bantuan Renovasi Masjid (Mushalla) di Kecamatan Kalidoni dan Ilir Timur II.
- c) Khitanan Massal dilingkungan PT. Pusri Paelembang khususnya di Kecamatan Kalidoni dan Ilir Timur II.

²⁷Wawancara dengan staf departemen CSR PT. Pusri, Bapak Achmad Zulkarnain di Palembang, pada tanggal 05 Mei 2021.

PT. Pusri Palembang memiliki 10 rumah tahfidz di wilayah lingkungan kerja PT. Pusri bertempat di Kecamatan Kalidoni dan Kecamatan Ilir Timur II. Rumah-rumah tahfidz ini, nantinya dapat menciptakan hafidz dan hafidzah yang handal dalam menghafal Al-Quran. Tak hanya itu, selain handal dalam menghafal Al-Quran, juga diharapkan tahu akan isi kandungan di dalam Al-Quran tersebut.

28

5) Kemiskinan

Untuk mengurangi beban masyarakat yang kurang mampu khususnya di daerah kawasan sekitar lingkungan perusahaan PT. Pusri Palembang, CSR PT. Pusri Palembang mengadakan program-program yang bertujuan membantu meringankan beban masyarakat kurang mampu. Kegiatan-kegiatan dalam bidang meringankan beban kemiskinan yang dilaksanakan CSR PT. Pusri Palembang antara lain :²⁹

- a) Mengadakan paket sembako murah setiap 3 bulan sekali di 2 Kecamatan yakni Kecamatan Kalidoni dan Kecamatan Ilir Timur II.
- b) Membagikan sembako gratis kepada masyarakat sekitar lingkungan perusahaan PT. Pusri Palembang pada saat Bulan Suci Ramadhan menjelang Hari Raya Idul Fitri.

²⁸Wawancara dengan staf departemen CSR PT. Pusri, Bapak Achmad Zulkarnain di Palembang, pada tanggal 05 Mei 2021.

²⁹Wawancara dengan staf departemen CSR PT. Pusri, Bapak Achmad Zulkarnain di Palembang, pada tanggal 05 Mei 2021.

6) Sarana Umum

Dalam meningkatkan partisipasi dan kepedulian terhadap masyarakat lingkungan perusahaan PT. Pusri Palembang membantu menciptakan fasilitas sarana dan prasarana umum. Kegiatan-kegiatan dalam bidang Sarana Umum yang dilaksanakan CSR PT. Pusri Palembang antara lain :

- a) Bantuan Pemasangan Gapura di beberapa gang atau lorong di lingkungan sekitar perusahaan PT. Pusri Palembang , khususnya di Kecamatan Kalidoni dan Ilir Timur II.
- b) Membuatkan Pot Bunga raksasa di sepanjang jalan umum di sekitaran lingkungan perusahaan PT. Pusri Palembang.
- c) Berpartisipasi dalam membuat beberapa Halte Bus Way disekitaran perusahaan PT. Pusri Palembang yang bekerjasama dengan Pemerintah Kota Palembang.³⁰

7) Bencana Alam

PT. Pusri Palembang sangat tanggap merespon bencana alam ataupun musibah yang terjadi disekitar lingkungan perusahaan PT. Pusri Palembang khususnya Kota Palembang umumnya. Kegiatan-kegiatan dalam bidang bantuan Bencana Alam yang dilaksanakan CSR PT. Pusri Palembang antara lain :

³⁰Wawancara dengan staf departemen CSR PT. Pusri , Bapak Achmad Zulkarnain di Palembang, pada tanggal 05 Mei 2021.

- a) Program cepat tanggap PT. Pusri Palembang memberikan bantuan seperti bahan sembako, logistik, kesehatan (obat-obatan), dan perlengkapan seperti pakaian kepada masyarakat yang terkena bencana alam.
- b) PT. Pusri Palembang menyediakan Mobil Pemadam Kebakaran gratis kepada masyarakat yang membutuhkan apabila ada musibah kebakaran dan lain-lain.³¹

³¹*Wawancara* dengan staf departemen CSR PT. Pusri , Bapak Achmad Zulkarnain di Palembang, pada tanggal 05 Mei 2021.