

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PT. KALTIM NITRATE INDONESIA

Juniansyah¹

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan perusahaan dalam memberdayakan komunitas atau masyarakat disekitar wilayah operasional perusahaan melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) dan manfaat yang diterima masyarakat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Fokus dalam penelitian ini yaitu; (1) Kemandirian, (2) Kesejahteraan, (3) Lingkungan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang dikemukakan oleh Mathew B. Miles dan Michael Huberman (1992:15-20), data kualitatif menggunakan analisis data model interaktif yang terdiri atas empat komponen, yaitu Pengumpulan Data, Reduksi Data, Penyajian Data dan Penarikan Kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program-program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Kaltim Nitrate Indonesia menitik beratkan pada tiga pilar tujuan visi misi perusahaan yaitu Kemandirian, Kesejahteraan, dan Lingkungan sesuai dengan konsep triple bottom line juga konsep pemberdayaan. Pemberdayaan masyarakat (Community Empowerment) pada intinya adalah membantu klien (pihak yang diberdayakan) untuk memperoleh daya guna mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan ia lakukan tentang diri mereka, termasuk mengurangi efek hambatan pribadi dan sosial melalui peningkatan kemampuan dan rasa percaya diri untuk menggunakan daya yang dimilikinya antara lain melalui transfer daya lingkungan.

Dalam hal ini peneliti memaparkan berdasarkan 3 konsep triple bottom line menurut John Elkington. Konsep itulah yang penulis gunakan untuk mendeskripsikan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT. Kaltim Nitrate Indonesia. Dari hasil penelitian PT. Kaltim Nitrate Indonesia membantu masyarakat melalui program-program yang mereka buat dengan tujuan untuk memberdayakan masyarakat sekitar perusahaan berproduksi.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR), Pemberdayaan Masyarakat, Konsep Triple Bottom Line, PT. Kaltim Nitrate Indonesia*

¹Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: juniansyaah22@gmail.com

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) saat ini sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat umum, sebagai respon perusahaan terhadap lingkungan masyarakat *Corporate Social Responsibility (CSR)* berkaitan dengan tanggung jawab sosial, kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Industri dan korporasi dalam hal ini berperan untuk mendorong perekonomian yang sehat dengan mempertimbangkan faktor lingkungan hidup. Melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan tidak semata memprioritaskan tujuannya pada memperoleh laba setinggi-tingginya, melainkan meliputi aspek keuangan, sosial, dan aspek lingkungan lainnya (Suharto, 2006). Konsep tanggung jawab perusahaan yang telah dikenal sejak 1970-an, merupakan kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholders*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan.

Implementasi kebijakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu proses yang terus menerus dan berkelanjutan. Dengan demikian akan tercipta satu ekosistem yang menguntungkan semua pihak (*true win win situation*), misalnya konsumen mendapatkan produk unggul yang ramah lingkungan, produsen pun mendapatkan profit yang sesuai, yang pada akhirnya akan dikembalikan ke tangan masyarakat secara tidak langsung. Untuk mencapai keberhasilan dalam melakukan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*, diperlukannya komitmen yang kuat, partisipasi aktif, serta ketulusan dari semua pihak yang peduli terhadap program-program CSR. Program-program menjadi begitu penting karena kewajiban manusia untuk bertanggung jawab atas keutuhan kondisi-kondisi kehidupan umat manusia di masa datang. Perusahaan perlu bertanggung jawab bahwa di masa mendatang tetap ada manusia di muka bumi ini, sehingga dunia tetap harus menjadi manusiawi, untuk menjamin keberlangsungan kehidupan kini dan di hari esok. Salah satu yang menjadi fokus utama adalah program dari PT KNI yang mampu membuat kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* semakin terarah dan sejalan dengan tujuan untuk memberdayakan masyarakat di Kota Bontang. Dimana dalam pelaksanaannya apakah sudah sesuai antara tujuan pemberdayaan masyarakat dengan visi misi perusahaan walaupun perusahaan tersebut baru didirikan akan tetapi sangat giat dalam melaksanakan program-program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Lebih terlihat dibandingkan perusahaan-perusahaan yang sudah berdiri sebelum PT. KNI. Berdasarkan latar belakang diatas penulis merasa tertarik untuk meneliti sejauh mana komitmen PT KNI dalam upaya memberdayakan masyarakat di sekitar beroperasinya perusahaan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dapat dijadikan perumusan masalah yaitu: Bagaimana cara *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. KNI dalam memberdayakan masyarakat? dan Manfaat apa saja yang di peroleh dari

program *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap perusahaan maupun masyarakat?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pemahaman mengenai pemberdayaan masyarakat melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilakukan PT. KNI dan untuk mengetahui dampak ataupun manfaat yang dirasakan masyarakat melalui program PT. KNI dalam memberdayakan masyarakat

TEORI DAN KONSEP

Pemberdayaan

Pemberdayaan adalah terjemahan dari istilah bahasa Inggris yaitu *empowerment*. Pemberdayaan (*empowerment*) berasal dari kata dasar *Power* yang berarti kemampuan berbuat, mencapai, melakukan atau memungkinkan. Awalan *em* berasal dari bahasa latin atau yunani yang berarti didalamnya, karena itu pemberdayaan dapat berarti kekuatan dalam diri manusia, suatu sumber kreativitas. Dalam kamus besar bahasa Indonesia kata pemberdayaan diterjemahkan sebagai upaya pendayagunaan, pemanfaatan yang sebaik-baiknya dengan hasil yang memuaskan.

Sementara menurut Ismet Firdaus pemberdayaan adalah “penyediaan sumber daya, kesempatan, pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat untuk meningkatkan kapasitas mereka sehingga mereka bisa menemukan masa depan mereka lebih baik,”

Pengertian lain dari Pemberdayaan juga disampaikan oleh Isbandi Rukminto Adi yakni mengembangkan diri dari keadaan tidak kurang berdaya menjadi berdaya guna mencapai kehidupan yang lebih baik. Pemberdayaan pada intinya membahas bagaimana individu kelompok ataupun komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dengan keinginan mereka. Pemberdayaan juga dapat diartikan sebagai suatu proses yang relatif terus berjalan untuk meningkatkan kepada perubahan.

Pemberdayaan juga bisa diartikan sebagai perubahan kepada arah yang lebih baik, dari tidak berdaya menjadi berdaya, pemberdayaan terkait dengan upaya meningkatkan hidup ke tingkat yang lebih baik. Pemberdayaan adalah upaya meningkatkan hidup ke tingkat yang lebih baik pemberdayaan terkait dengan upaya meningkatkan hidup ke tingkat yang lebih baik pemberdayaan adalah meningkatkan kemampuan dan rasa percaya diri untuk menggunakan daya yang dimiliki, tentunya dalam menentukan tindakan kearah yang lebih baik lagi.

Pemberdayaan masyarakat (*Community Empowerment*) pada intinya adalah membantu klien (pihak yang diberdayakan) untuk memperoleh daya guna mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan ia lakukan tentang diri mereka, termasuk mengurangi efek hambatan pribadi dan sosial melalui peningkatan kemampuan dan rasa percaya diri untuk menggunakan daya yang dimilikinya antara lain melalui transfer daya lingkungan. Sedangkan menurut Widjaja (2003:169) pemberdayaan masyarakat adalah upaya meningkatkan

kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat, sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri, harkat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri baik di bidang ekonomi, sosial, agama dan budaya.

Dari pengertian diatas, maka disimpulkan bahwa yang dimaksud pemberdayaan adalah sebuah gerakan penguatan sosial agar masyarakat tadinya lemah, baik dalam bidang sosial, ekonomi serta politik, diberdayakan sehingga membangkitkan kesadaran masyarakat tersebut dan meningkatkan potensi yang mereka miliki dan guna membangun serta menentukan tindakan berdasarkan keinginan mereka secara mandiri melalui strategi dan pendekatan tertentu yang dapat menjamin keberhasilan hakiki dalam bentuk kemandirian

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) sebenarnya bukanlah suatu hal yang asing pada saat ini dan telah menjadi sebuah komitmen tertentu bagi setiap perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Definisi *Corporate Social Responsibility (CSR)* itu sendiri adalah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui pilihan bisnis dan sumbangan dari sumber daya perusahaan. Sedangkan Sukada menyebutkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* bagi dunia usaha adalah sebagai sarana sekaligus wahana perwujudan sikap kooperatif serta sikap tanggung jawab sosial dan lingkungan dari perusahaan-perusahaan yang memiliki kesadaran bahwa kegiatan operasional mereka telah menimbulkan dampak positif dan negatif yang besar dan luas.

Corporate Social Responsibility (CSR) sesungguhnya mencakup manajemen dampak sejalan dengan peraturan pemerintah. Adapun pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara kamus manajemen adalah suatu filosofi bisnis yang akan berpendapat bahwa perusahaan harus bertindak sebagai warga negara yang baik bukan hanya patuh pada hukum. Tetapi juga memiliki aktivitas produk dan pemasaran sedemikian rupa menghindari polusi lingkungan atau pengrusakan sumber daya alam, perusahaan tidak hanya bermaksud mencari laba tanpa memperhitungkan kepentingan masyarakat seperti polusi, produk yang membahayakan, perusakan lingkungan dan lain-lain.

Definisi *Corporate Social Responsibility (CSR)* juga telah dikemukakan oleh banyak pakar. Diantaranya adalah definisi yang dikemukakan oleh Magnan dan Ferrel yang mendefinisikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai “*A Business acts in socially responsible manner when is decision on account for and balance diverse stake holder interst*”. Definisi ini menekankan kepada perlunya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholders* yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab.

Pandangan lebih komprehensif mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)* dikemukakan oleh Carrol dalam teori paradigma tanggung jawab sosial

perusahaan. Menurutnya, tanggung jawab perusahaan dapat dilihat berdasarkan empat jenjang (ekonomi, hukum, etis dan filantropis) yang merupakan satu kesatuan. Untuk memenuhi tanggung jawab ekonomis, sebuah perusahaan haruslah menghasilkan laba sebagai pondasi untuk mempertahankan eksistensinya dan berkembang. Tanggung jawab ekonomis ini merupakan hasrat dan primitif dari perusahaan sebagai organisasi bisnis untuk memenuhi keuntungan (laba).

Public Relations (PR)

Definisi Public Relations (PR)

Public Relations (PR) menyangkut kepentingan setiap organisasi, baik organisasi yang bersifat komersial maupun yang non-komersial. *Public Relations (PR)* termasuk kedalam fungsi manajemen yang berarti *Public Relations (PR)* tersebut melekat pada manajemen dan pada proses kerjanya adalah membantu mengkomunikasikan perusahaan dengan masyarakat sekitarnya.

Roberto Simoes dalam Maria Assumpta (2002: 7) menyimpulkan “ Apa *Public Relations (PR)* itu sebenarnya ?”

- a. *Public Relations (PR)* merupakan proses interaksi. *Public Relations (PR)* menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak.
- b. *Public Relations (PR)* adalah fungsi manajemen. *Public Relations (PR)* menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi dengan publiknya, baik internal maupun eksternal. Hal ini merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen dalam pencapaian tujuan organisasinya.
- c. *Public Relations (PR)* merupakan aktivitas di berbagai bidang ilmu (*Public relations* adalah multidisiplin ilmu). *Public Relations (PR)* menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan *goodwill*, kepercayaan, saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya.
- d. *Public Relations (PR)* merupakan profesi profesional dalam bidangnya. Juga, *Public Relations (PR)* merupakan faktor yang sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi dengan secara tepat dan dengan secara terus menerus. *Public Relations (PR)* merupakan kelangsungan hidup organisasi yang bersangkutan.
- e. *Public Relations (PR)* merupakan penggabungan berbagai ilmu. *Public Relations (PR)* merupakan penerapan kebijaksanaan dan pelaksanaannya melalui interpretasi yang peka atas berbagai peristiwa. Definisi lain yang diberikan oleh *International Public Relations Association (IPRA)* adalah : “*Public Relations is a management function, of a continuing and planned character, through which public and private organizations and institutions seek to win and retain the understanding, sympathy, and support of those with whom there are or may be concerned by evaluating public opinion about themselves, in order to correlate, as far as possible their own policies and procedures, to achieve by planned and widespread information more*

productive cooperation and more efficient fulfillment of their common interest.”

Dari definisi tersebut dapat diterjemahkan sebagai Public Relations (PR) merupakan fungsi manajemen dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi-organisasi, lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada hubungannya dan diduga akan ada kaitannya, dengan cara menilai opini publik diantara mereka, dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan, guna mencapai kerja sama yang lebih produktif, dan untuk memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien dengan informasi dan kegiatan yang terencana dan tersebar luas.

Tugas Public Relations (PR)

Maria Assumpta (2002:39) Lima pokok tugas Public Relations (PR) sehari-hari sebagai berikut :

- a. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan serta kegiatan yang dilakukan. Itu disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan publik internal atau eksternal dan memperhatikan, mengolah, mengintegrasikan pengaruh lingkungan yang masuk demi perbaikan dan perkembangan organisasi.
- b. Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat. Disamping itu, menjalankan dan bertanggung jawab terhadap kehidupan kita bersama dengan lingkungan.
- c. Memperbaiki citra organisasi. Bagi Public Relations (PR), menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi, dan seterusnya.

Konsep Triple Bottom Line

Istilah triple bottom line pertama kali dipopulerkan oleh John Elkington (1997) dalam bukunya *Cannibal with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Konsep ini merumuskan bahwa keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan tidak semata-mata bergantung pada laba usaha (*profit*), melainkan juga tindakan nyata yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan (*planet*), dan keadilan (*people*). Dan semuanya dilakukan demi terciptanya *sustainable development* (pembangunan berkelanjutan). Keadaan masyarakat tergantung pada ekonomi, dan ekonomi tergantung pada masyarakat dan lingkungan, bahkan ekosistem global. Ketiga komponen *triple bottom line* ini tidaklah stabil, melainkan dinamis tergantung kondisi dan tekanan sosial, politik, ekonomi dan lingkungan, serta kemungkinan konflik kepentingan. Berikut penjabaran dari konsep *triple bottom line* :

- a. *Profit*

Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomis yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.

b. *Planet*

Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Beberapa program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, pengembangan pariwisata (ekoturisme) dan lain sebagainya.

c. *People*

Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. beberapa program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sering dikembangkan oleh perusahaan diantaranya: pemberian beasiswa bagi pelajar di lingkungan sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal dan lain sebagainya.

Keseimbangan *triple bottom line* merupakan suatu upaya yang sungguh-sungguh untuk bersinergi dengan tujuan pembangunan berkelanjutan yang secara konsisten mendorong keseimbangan ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan pembatasan tentang suatu konsep atau pengertian ini merupakan unsur pokok dari suatu peneliti. Oleh karena itu sesuai dengan judul penelitian ini maka penulis merumuskan konsep yang berhubungan dengan variabel yang dimaksud. Berdasarkan teori dan konsep, maka definisi konseptual pada penelitian ini adalah tujuan dan konsep dari *triple bottom line* dalam visi dan misi perusahaan PT KNI dalam memberdayakan masyarakat.

Sesuai dengan 3 kunci dari visi dan misi dari PT KNI yaitu Kemandirian, Kesejahteraan, dan Lingkungan yaitu:

- a. Terwujudnya kemandirian melalui pemberdayaan potensi sumber daya masyarakat.
- b. Meningkatnya kondisi sosial dan ekonomi masyarakat sekitar perusahaan.
- c. Mewujudkan pelestarian lingkungan hidup secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau melukiskan obyek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam sebuah penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan tersebut akan mempermudah penelitian dan pengelolaan data yang kemudian menjadi sebuah kesimpulan.

Berikut adalah fokus penelitian yang dilakukan peneliti sesuai dengan 3 visi dan misi perusahaan antara lain:

1. Kemandirian.
2. Kesejahteraan.
3. Lingkungan.

Sumber data Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan informan sebagai sumber memperoleh data untuk penulisan skripsi ini. Pemilihan informan didasarkan pada subjek yang banyak memiliki informasi yang berkualitas dengan permasalahan yang diteliti dan bersedia memberikan data.

Informan menurut Moleong (2004:90) adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Informan berkewajiban secara sukarela menjadi anggota tim dengan peneliti walaupun bersifat informal. Pemanfaatan informan bagi peneliti ialah agar dalam waktu yang relatif singkat banyak informasi yang diperoleh, karena informasi dimanfaatkan untuk berbicara, bertukar pikiran atau membandingkan suatu kejadian yang ditemukan dari subyek lain.

Peneliti ingin melakukan penelitian ini dengan melakukan wawancara langsung dengan *GA and CSR Departement*, mengenai program CSR dari perusahaan tersebut juga masyarakat yang merasakan langsung program dari PT. KNI.

Jenis data Penelitian

Berdasarkan sumbernya, data dalam penelitian ini atas menggunakan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh melalui nara sumber dengan cara melakukan tanya jawab langsung dan dipandu melalui pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan penelitian yang dipersiapkan sebelumnya

2. Data Sekunder

data yang diperoleh dari dokumen yang berbentuk tulisan baik itu dokumen resmi seperti Undang-undang atau peraturan Kebijakan, arsip, sebagai sarana untuk mengumpulkan teori dan literature yang berkaitan dengan penelitian itu.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian skripsi ini, penulis menggunakan cara *Field Work Research* untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan. *Field Work Research*, merupakan penelitian langsung kelapangan dengan jalan :

1. Observasi

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan untuk mendapatkan dan mengumpulkan data-data yang valid tentang program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT KNI baik secara formal maupun informal.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Wawancara dimaksudkan sebagai upaya memperoleh informasi dari orang yang

diwawancarai (informan). Wawancara dilakukan secara terbuka dan terstruktur dengan pertanyaan yang terfokus pada permasalahan sehingga informasi yang dikumpulkan cukup lengkap dan mendalam. Dalam wawancara ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan *GA Superintendent* PT KNI, Rheza Zacharias.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan data sekunder berupa dokumen atau arsip, dan karya ilmiah yang relevan dengan penelitian ini.

Analisis Data

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Mathew B. Miles dan Michael Huberman (1992:15-20), data kualitatif menggunakan analisis data model interaktif yang terdiri atas empat komponen, yaitu :

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah tahap mengumpulkan seluruh data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, penelitian kepustakaan dan dokumentasi serta data-data sekunder lainnya.

2. Reduksi Data

Proses reduksi diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar“ / mentah yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Tahap ini merupakan tahap analisis data yang mempertajam atau memusatkan perhatian peneliti.

3. Penyajian Data

Penyajian data dimaknai sebagai sekumpulan informasi yang tersusun, yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan mencermati penyajian data ini, maka akan dapat dipahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Artinya meneruskan analisis atau mencoba untuk mengambil sebuah tindakan dengan memperdalam temuan tersebut. Hal ini dilakukan untuk memudahkan bagi peneliti melihat gambaran dan bagian-bagian tertentu dari data penelitian, sehingga dari data tersebut dapat ditarik kesimpulan. Penyajian data berupa gambar, foto, tabel atau grafik sesuai dengan hasil penelitian dilapangan.

4. Penarikan Kesimpulan

Kegiatan analisis interaktif keempat adalah menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Sedang verifikasi merupakan kegiatan pemikiran kembali yang melintas dalam pemikiran penganalisis selama peneliti mencatat, atau suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan atau peninjauan kembali serta tukar pikiran antara teman sejawat untuk mengembangkan “kesempatan inter subjektif” dengan kata lain makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya (validitasnya), verifikasi dalam penelitian dilakukan secara kontinyu sepanjang penelitian verifikasi oleh peneliti, dimaksudkan untuk

menganalisis dan mencari makna dari informasi yang dikumpulkan dengan mencari tema, pola hubungan, permasalahan yang muncul, hipotesis yang disimpulkan secara relatif, sehingga terbentuk proposisi tertentu yang bisa mendukung teori ataupun penyempurnaan teori. Peneliti menarik suatu kesimpulan sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh serta menurut data-data di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan penelitian yang diperoleh dari lapangan dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi seperti yang sudah dilakukan peneliti. Selanjutnya dalam pembahasan ini peneliti akan mencoba menjelaskan pemberdayaan masyarakat melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. KNI.

Menurut Widjaja (2003:169) pemberdayaan masyarakat adalah upaya meningkatkan kemampuan dan potensi yang dimiliki masyarakat, sehingga masyarakat dapat mewujudkan jati diri, harkat dan martabatnya secara maksimal untuk bertahan dan mengembangkan diri secara mandiri baik di bidang ekonomi, sosial, agama dan budaya.

Dari pengertian diatas, maka disimpulkan bahwa yang dimaksud pemberdayaan adalah sebuah gerakan penguatan sosial agar masyarakat tadinya lemah, baik dalam bidang sosial, ekonomi serta politik, diberdayakan sehingga membangkitkan kesadaran masyarakat tersebut dan meningkatkan potensi yang mereka miliki dan guna membangun serta menentukan tindakan berdasarkan keinginan mereka secara mandiri melalui strategi dan pendekatan tertentu yang dapat menjamin keberhasilan hakiki dalam bentuk kemandirian.

Pelaksanaan pemberdayaan masyarakat di latarbelakangi oleh berbagai faktor. Dalam hal ini peneliti memaparkan berdasarkan tiga tujuan dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. KNI. Tujuan itulah yang penulis gunakan untuk menjelaskan pemberdayaan masyarakat melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. KNI.

Tujuan Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. KNI sesuai konsep triple bottom line Kemandirian

Kemandirian disini yaitu terwujudnya kemandirian melalui potensi sumberdaya masyarakat. Dalam hal tersebut perusahaan melaksanakan program-program yang dibentuk atas *kemandirian sebagai salah satu tujuan perusahaan untuk memberikan banyak manfaat kepada masyarakat untuk hidup mandiri dan mencoba mengembangkan potensi masyarakat.*

I Nyoman Sumaryadi (2005: 114) mengatakan tujuan pemberdayaan masyarakat diantaranya, memotivasi, meningkatkan kesadaran akan potensinya, dan menciptakan iklim atau suasana untuk berkembang juga memperkuat daya potensi yang dimiliki dengan langkah-langkah positif mengembangkannya. Dalam hal ini tujuan pemberdayaan lewat program kemandirian dari PT. KNI

sudah termasuk dalam tujuan pemberdayaan.

Haris (2000) dalam Fauzi (2004) melihat bahwa konsep keberlanjutan dapat diperinci dalam salah satu aspek pemahaman, yaitu keberlanjutan ekonomi atau profit, yang diartikan sebagai pembangunan yang mampu menghasilkan barang dan jasa secara kontinu untuk memelihara keberlanjutan dan menghindari terjadinya ketidakseimbangan sektoral yang dapat merusak produksi. Key Informan juga menyebutkan beberapa program yang bertujuan untuk menciptakan kemandirian. Diantaranya adalah pembentukan Kelompok Usaha Mikro Mandiri Pemuda dengan di bantu peralatan sablon kaos juga dibangunnya workshop tas daur ulang, mengadakan training motivasi dan pelatihan-pelatihan.

Sementara informan sangat mengapresiasi juga mendukung sekali program ini dalam pengembangan potensi masyarakat. Karena mereka dapat mengembangkan keterampilan yang mereka miliki sebelumnya. Selain itu dari program-program tersebut diharapkan dapat menginspirasi masyarakat lainnya untuk mengembangkan potensi mereka.

Kesejahteraan

Kesejahteraan disini memiliki arti meningkatnya kondisi sosial dan ekonomi masyarakat sekitar perusahaan. Tujuan ini sebenarnya merupakan pencapaian hasil dari kemandirian.

Dalam tujuan kesejahteraan dari hasil pelaksanaan program tersebut perusahaan dan masyarakat merasakan langsung efek yang diterima. Perusahaan mendapatkan image positif dari masyarakat sedangkan masyarakat menuai hasil yang sangat bermanfaat bagi keberlangsungan hidup mereka kedepannya, juga meningkatnya derajat hidup mereka.

I Nyoman Sumaryadi (2005: 114) mengatakan tujuan pemberdayaan masyarakat salah satunya adalah penyediaan berbagai masukan, pembukaan akses kepeluang. Upaya pokok yang dilakukan adalah peningkatan taraf pendidikan, derajat kesehatan, akses kepada modal, teknologi tempat guna, informasi, lapangan kerja dan pasar dengan fasilitas-fasilitasnya.

Haris (2000) dalam Fauzi (2004) melihat bahwa konsep keberlanjutan dapat diperinci dalam salah satu aspek pemahaman, yaitu keberlanjutan sosial atau *people*, keberlanjutan secara sosial diartikan sebagai sistem yang mampu mencapai kesetaraan, menyediakan layanan sosial termasuk kesehatan, pendidikan, gender, dan akuntabilitas politik. Dalam hal ini perusahaan sangat memperhatikan masalah pendidikan juga kesehatan. Terbukti dengan program STELR KIT yang sudah berjalan ke 6 Sekolah, Program Pendidikan *Be A Star*, juga membangun posyandu yang berada di kelurahan Bontang Kuala.

Menurut Key Informan, kesejahteraan ini wujud hasil dari kemandirian. Jadi masyarakat yang sudah terjalin dari program kemandirian, pastilah tujuannya untuk kesejahteraan. Selain itu kami juga sangat fokus terhadap pendidikan juga kesehatan. Program unggulan kami pun saat ini berada pada pendidikan,yaitu program STELR KIT. Penuturan dari key informan saya rasa cukup sejalan

dengan para informan, mereka sangat mengapresiasi program-program yang dilaksanakan perusahaan untuk mensejahterakan masyarakat sekitar. Dalam segi ekonomi mereka sangat terbantu sekali dari program-program yang dilaksanakan perusahaan. Dalam segi sosial pun perusahaan sangat peduli seperti program-program yang mengarah ke pendidikan, seperti memberikan beasiswa dan juga membantu mendistribusikan alat-alat yang dibutuhkan oleh sekolah, bantuan untuk rumah tangga miskin (RTM), juga membangun fasilitas kesehatan untuk masyarakat dan balai pertemuan untuk masyarakat di daerah operasional perusahaan.

Lingkungan

Lingkungan disini merupakan mewujudkan pelestarian lingkungan hidup secara berkelanjutan. Haris (2000) dalam Fauzi (2004) melihat bahwa konsep keberlanjutan dapat diperinci dalam salah satu aspek pemahaman, yaitu keberlanjutan lingkungan atau *planet* merupakan sistem yang berkelanjutan secara lingkungan harus mampu memelihara sumber daya yang stabil, menghindari eksploitasi sumber daya alam dan fungsi penyerapan lingkungan. Konsep ini juga menyangkut pemeliharaan keanekaragaman hayati, stabilitas ruang udara, dan fungsi ekosistem lainnya yang tidak termasuk kategori sumber-sumber ekonomi. Menurut *key informan*, perusahaan mengadakan program KNI GO GREEN dan mencoba memberi andil dalam mewujudkan salah satu visi dan misi pemerintah, yaitu Green City. Dalam tujuan mereka yang mengusung lingkungan, perusahaan melaksanakan program-program seperti Launching 1000 tas daur ulang yang terbuat dari limbah karung perusahaan. Hal tersebut dilakukan untuk menekan penggunaan kantong plastik yang tidak bisa terurai. Dengan hadirnya produk tersebut diharapkan masyarakat mulai beralih dari menggunakan kantong kresek ke tas daur ulang. Selain itu perusahaan akan menjalankan program baru di ranah lingkungan yaitu penanaman bibit pohon bekerja sama dengan TNK, namun tempat dan waktu belum di tentukan menunggu koordinasi lagi dengan pihak TNK. Sementara dari para informan berharap perusahaan dapat menambah maupun melaksanakan program-program baru mengenai lingkungan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti kemukakan, maka dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. KNI sebagai berikut:

1. Kemandirian menurut perusahaan PT. KNI merupakan terwujudnya kemandirian melalui pemberdayaan potensi sumber daya masyarakat. Dalam hal tersebut perusahaan melaksanakan program-program yang dibentuk atas kemandirian sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan untuk mengembangkan potensi masyarakat dan memberikan banyak manfaat kepada masyarakat untuk hidup mandiri dan mencoba mengembangkan potensi

masyarakat. Diantaranya program pembentukan Kelompok Usaha Mikro Mandiri Pemuda dengan di bantu peralatan sablon kaos juga dibangunnya workshop tas daur ulang, mengadakan training motivasi dan pelatihan-pelatihan yang telah dilaksanakan

2. Kesejahteraan menurut perusahaan PT. KNI merupakan tujuan meningkatnya kondisi sosial dan ekonomi masyarakat sekitar perusahaan. Tujuan ini sebenarnya merupakan pencapaian hasil dari kemandirian. Selain itu perusahaan memiliki program unggulan di bidang pendidikan, yaitu STELR KIT juga beasiswa *Be A Star*. Memberi bantuan kepada 2 keluarga Rumah Tangga Miskin (RTM) di Kelurahan Guntung serta membangun dua bangunan yaitu gedung sebagai yang berada di Kelurahan Guntung dan bangunan penunjang kesehatan, yaitu posyandu yang berada di Kelurahan Bontang Kuala.
3. Lingkungan merupakan mewujudkan pelestarian lingkungan hidup secara berkelanjutan. Perusahaan mengadakan program KNI GO GREEN dan mencoba memberi andil dalam mewujudkan salah satu visi dan misi pemerintah, yaitu Green City. Dalam tujuan mereka yang mengusung lingkungan, perusahaan melaksanakan program-program seperti Launching 1000 tas daur ulang yang terbuat dari limbah karung perusahaan.
4. Dari program yang telah dilaksanakan, perusahaan cenderung memfokuskan pada sektor kesejahteraan. Terbukti dengan banyaknya program-program kesejahteraan yang telah dilaksanakan dibandingkan dengan kemandirian maupun lingkungan.
5. Program-program yang telah dilaksanakan oleh PT. KNI dari awal dilaksanakan sejak tahun 2012 secara umum telah memenuhi konsep Triple Bottom Line yang mencakup keadilan pada tiga unsur utama yaitu *profit*, *people* dan *planet*.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penulis mengemukakan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan masukan bagi perusahaan. Saran dan masukan diharapkan dapat memberikan pengaruh positif bagi perkembangan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. KNI kedepannya. Adapun saran yang dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan kedepannya perusahaan melaksanakan program-program mereka secara seimbang atau tidak hanya memfokuskan pada satu tujuan saja, dalam hal ini kesejahteraan.
2. Perusahaan hendaknya selalu *update* program-program mereka yang sudah terlaksana di website resmi perusahaan. Karena saat peneliti mengakses situs web perusahaan, yang terlihat hanya program-program lama. Hal ini tentunya sangat berguna bagi masyarakat yang ingin mengenal lebih dekat dengan perusahaan juga program-programnya.

3. Bagi perusahaan, dikarenakan bergerak dalam industri yang rentan terhadap kerusakan alam dan polusi, diharapkan PT. KNI lebih fokus lagi dalam melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan, khususnya di daerah sekitar operasional.
4. Perusahaan hendaknya juga membangun atau merenovasi fasilitas olahraga, tempat ibadah, juga sarana pendidikan dalam menunjang kesejahteraan.
5. Diharapkan perusahaan tetap konsisten membantu pemerintah Kota Bontang dalam mewujudkan visi misinya yaitu *Smart City*, *Green City*, dan *Creative City* dengan program-program unggulan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambadar, Jackie, 2008. *CSR dalam praktek di Indonesia*, PT Alex Media Komputindo, Jakarta.
- Ardiantoro, Elvinaro dan Machfudz Dindin, 2011. *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Carroll, Archie B, 1996. *Bussiness and society: Ethics and stakeholders management*, Ohio South Western College Publshing.
- Fauzi, A. 2004. *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Isbandi Rukminto Adi, 2000. *Pemberdayaan Pengembangan Masyarakat dan Intervensi Komunitas*, Fakultas Ekonomi UI, Jakarta.
- Khudori, *Korupsi dan Tanggung Jawab Sosial*, dalam Amin Wijaya, 2008. edisi ke 2 *Corporate Social Responsbiity*, Harvindo, Jakarta.
- Lili Badriadi, Muhammad Zen, 2005. *Zakat dan wirausaha*, CV.Pustaka Amri, Jakarta.
- Marbun, BN, 2003. *Kamus Manajemen*, PT Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Miles.Huberman, 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Moleong, Lexy J, 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja, Bandung.
- Nasdian, Fredian Tonny, 2006. *Pengembangan Masyarakat (Community Development)*, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Philips, Ronda and Robert H Pittman, 2009. *“An Introduction to Community Development”*, Routledge and Francis Group, London.
- Rukminto Adi, Isbandi, 2000. *Pemberdayaan Pengembangan Masyarakat dan Intervensi Komunitas*, Fakultas Ekonomi UI, Jakarta.
- Suharto, Edi, 2006. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial (edisi ke-2)*, Refika Aditama, Bandung.
- Sukada, Sony, 2007. *CSR for Better Life Indonesian Content, Membumikan Bisnis berkelanjutan: Memahami konsep dan Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, Indonesia Bussines Link, Jakarta.
- Sukirno, Sadono, 2004. *Pengantar Bisnis*, Prenada Media, Jakarta.

- Sumaryadi, I Nyoman, 2005. *Perencanaan Pembangunan Daerah otonom dan Pemberdayaan Masyarakat*, Citra Utama, Jakarta.
- Sumodiningrat, Gunawan, *Pengembangan daerah dan pemberdayaan Masyarakat*, PT Bina Rena Pariwira cet ke-2, Jakarta.
- Susanto,A.B, 2007. *A Strategic management Approach CSR*, The Jakarta Consulting Group, Jakarta.
- Wijaya Tunggal, Amin, 2007. *Corporate Social Responsibility (CSR) Konsep dan Kasus*, Harvindo, Jakarta.

Sumber Internet:

<http://www.kni.co.id/> (diakses pada tanggal 15 Juni 2017)