

**ANALISIS PELAKSANAAN PROGRAM *COMMUNITY DEVELOPMENT* SEBAGAI
BENTUK TANGGUNGJAWAB SOSIAL PT ARARA ABADI DISTRIK SOREK
DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**

OLEH

RAENDY HERLANGGA/ 1201135081

(raendyherlangga@gmail.com)

Pembimbing : Dr. Nurjanah, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau, Pekanbaru

Kampus Bina Widya Jl. HR Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru 28293

Telp/Fax 0761-63272

Corporate Social Responsibility atau tanggungjawab sosial perusahaan merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas (UUPT). Perusahaan dituntut untuk menjalankan dan memberikan hak hak masyarakat dan lingkungan yang diamanatkan oleh undang-undang pada perusahaan. CSR merupakan konsekuensi logis dari adanya hak asasi yang diberikan negara kepada perusahaan untuk hidup dan berkembang dalam suatu area lingkungan. Sebagai perusahaan besar PT Arara Abadi melakukan eksplorasi alam pada sebuah lingkungan, baik secara langsung ataupun tidak akan bersentuhan dengan ekosistem setempat. Hal tersebut menyatakan bahwa PT Arara Abadi harus bertanggungjawab atas semua konsekuensi yang ditimbulkan baik sengaja maupun tidak sengaja kepada pemangku kepentingan (stakeholder). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pelaksanaan program *community development* sebagai bentuk tanggungjawab sosial PT Arara Abadi distrik Sorek dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ditentukan berdasarkan teknik purposive yang terdiri atas kepala tim pelaksana *community development* PT Arara Abadi Distrik Sorek, ketua lembaga Mitra Abadi, serta 3 orang anggota lembaga Mitra Abadi. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model dan interaktif Miles dan Huberman. Sedangkan teknik pemeriksaan keabsahan data meliputi triangulasi dan kecukupan referensi.

Hasil penelitian mengenai pelaksanaan program *community development* sebagai bentuk tanggungjawab sosial PT Arara Abadi dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat disimpulkan berjalan dengan cukup baik. PT Arara Abadi telah melakukan tanggungjawab sosialnya melalui program kemitraan antara perusahaan dengan masyarakat khususnya masyarakat lokal. Kemitraan tersebut diwujudkan dalam program Desa Makmur Peduli Api (DMPA) untuk membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat jangka panjang dengan memberikan sarana produksi kepada masyarakat selama 2 tahun modal tersebut akan

dikembalikan kepada perusahaan untuk digulirkan kembali kepada masyarakat lainnya dimana desa Lubuk Keranji Timur tempat program kemitraan yang dilakukan.

1.1 Latar Belakang

PT Arara Abadi merupakan perusahaan nasional yang bergerak dalam bidang hutan tanaman industri (HTI) untuk mendukung penyediaan bahan baku kayu bagi industri pulp dan kertas PT Indah Kiat *Pulp and Paper*. Perusahaan ini bekerja berdasarkan ijin menteri kehutanan yang menetapkan luasan areal sebesar 299.975 ha melalui SK no 743/kpts-II/1996 tanggal 25 nopember 1996. Areal HTI PT Arara Abadi tersebar pada empat tempat yang dikenal dengan istilah Distrik yaitu distrik Siak, Distrik Duri, Distrik merawang, dan Distrik sorek. setiap Distrik tersusun atas beberapa resort. PT Arara Abadi telah merealisasikan tanaman seluas 398.269 ha selama 21 tahun beroperasi atau rata-rata hanya seluas 18.900 ha setiap tahun. Peranan Humas sangat dibutuhkan oleh hampir semua organisasi atau lembaga, baik profit maupun nonprofit, dari perusahaan/industri, organisasi Profesi, institusi pendidikan, sampai pemerintahan, khususnya bagi PT. Arara Abadi.

Dari ke 4 Distrik tersebut, salah satunya yaitu Distrik Sorek, di areal Distrik sorek memiliki luas lahan 49.000 Ha yang beralamat di desa dundangan Kecamatan Pangkalan Kuras, Kabupaten Pelalawan. Lahan-lahan tersebut di tanam *Acasia Crasicarpa* untuk daerah rawa, acasia mangium untuk daerah kering dan tanaman unggulan *Eucalyptus* SPP. Karyawan distrik Sorek mencapai 108 Karyawan yang terdiri dari 6 Manager dan satu Kepala Distrik.

PT Arara Abadi memiliki kawasan luas dekat dengan masyarakat. Demi menjaga hubungan baik dengan pemerintahan terutama dengan masyarakat, PT Arara Abadi menjalankan CSR yang telah ditetapkan oleh undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas

yakni :Tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL) adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

PT Arara Abadi Distrik Sorek menggunakan terminologi *Community Development* dalam kegiatan CSR-nya karena merasa perusahaan tidaklah hanya sekedar melakukan tanggung jawab sosial yaitu memberikan pendidikan yang layak bagi masyarakat, yang mana berupa perubahan yang mampu memberikan bagi kelanjutan masyarakat dalam berfikir lebih maju kedepan. Lingkungan yang menjadi salah satu strategi CSR PT Arara Abadi Distrik Sorek untuk menjalin hubungan baik dengan masyarakat yaitu program *Community Development* yang dilakukan dalam bidang sosial, lingkungan dan ekonomi yaitu lebih memfokuskan kepada peningkatan dan pengembangan mutu dimulai dari gerakan kecil, sehingga memberikan biaya dalam pendidikan lanjut.

Salah satu program *Community Development* PT Arara Abadi adalah program PPKM (Pelatihan Pengembangan dan Keterampilan Masyarakat). Banyak hal yang dapat diperoleh masyarakat melalui program ini yaitu perusahaan memberi bantuan infrastuktur dalam bidang pengembangan peternakan, pertanian, budi daya ikan, jasa cucian kendaraan, perbengkelan dll.

Bagi perusahaan *Community Development* merupakan hal yang dilakukan sebagai upaya yang memberdayakan masyarakat. Di lain pihak, *Community Development* juga berfungsi sebagai sarana bagi perusahaan untuk kemajuan

perusahaan. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan itu dapat dilakukan melalui sejumlah kegiatan dan inisiatif sosial yang berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungannya. Artinya, pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan perlu diupayakan di lingkungan internal maupun eksternal.

Community Development sangat dipengaruhi oleh seorang praktisi *Public Relations* (PR) dan *CDofficers* yang berkompeten sehinggamampu menyusun strategi yang tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan atau harapan masyarakat, agar program *Community Development* yang dilakukan dapat berkesinambungan dan mampu menciptakan kemandirian masyarakat. *Community Development* juga akan sangat mempengaruhi citra perusahaan jika dapat terwujud dengan baik dan sesuai tujuan. Peran *Community Development* sangat besar bagi perusahaan, selain berperan penting dalam pembentukan citra positif perusahaan, *Community Development* juga menjadi wujud kepedulian perusahaan dalam memenuhi tanggungjawab sosialnya kepada para publiknya.

PT Arara Abadi selalu berupaya membina hubungan baik dengan publiknya, dengan terus menyusun program-program *Community Development* yang dinilai efektif dan inovatif bagi publik dalam hal ini komunitas dan masyarakat. Program *Community Development* yang dijalankan PT Arara Abadi dipusatkan untuk komunitas perusahaan yang ada di wilayah operasional perusahaan, salah satunya yakni di desa Lubuk Keranji Timur dengan program Desa Makmur Peduli Api (DMPA).

Community Development bagi PT Arara Abadi tentunya diharapkan sejalan dengan visi misi perusahaan. Visi dan misi perusahaan itu menjadi acuan bagi operasional perusahaan ke depannya. *Community Development* PT Arara Abadi

juga menetapkan konsep yang bisa disebut kegiatan sosial (*charity*) seperti memberi pengembangan usaha. Program *Community Development* yang dijalankan perusahaan masih terhambat berbagai masalah dan sosialisasi program-program *Community Development* yang ingin dijalankan sehingga menyebabkan pengetahuan masyarakat tentang program-program *Community Development* PT Arara Abadi Distrik Sorek sangat terbatas dan akhirnya menyebabkan partisipasi masyarakat yang kurang maksimal terhadap kegiatan tersebut.

pelaksanaan program *Community Development* PT Arara Abadi distrik Sorek sangat menarik untuk dikaji, dimana program yang dilakukan PT Arara Abadi distrik sorek dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat yaitu program Desa Makmur Peduli Api (DMPA), dan baru pertama kali dilakukan oleh PT Arara Abadi di distrik Sorek pada oktober 2016. Yang dilakukan di desa yang berada di dekat konsesi perusahaan areal PT Arara Abadi Distrik Sorek yang memiliki kawasan HTI (Hutan Tanaman Industri) luas yang hampir mencapai 50.000 Ha.

Demi menjaga hubungan baik dengan pemerintahan terutama dengan masyarakat PT Arara Abadi menjalankan program *Community Development* sebagai bentuk tanggung jawab sosial PT Arara Abadi terhadap masyarakat untuk menjaga pertalian kedekatan PT Arara Abadi dengan masyarakat yaitu program pengembangan yang bisa membantu masyarakat untuk meningkatkan ekonomi masyarakat salah satunya yaitu masyarakat desa Lubuk Keranji Timur kecamatan bandar petalangan dengan pengembangan usaha ternak kambing, budidaya ikan nila dan perbengkelan yang diberi dari perusahaan agar masyarakat dapat meningkatkan perekonomian.

Pada intinya penulis ingin mengetahui Analisis Pelaksanaan Program *Community Development* (CD) Sebagai Bentuk Tanggung Jawab Sosial PT Arara Abadi Distrik Sorek Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti akan mengungkapkan permasalahan dalam penelitian ini adalah: “bagaimana Analisis Pelaksanaan Program *Community Development* Sebagai Bentuk Tanggungjawab Sosial PT Arara Abadi Distrik Sorek Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat”.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka perumusan masalah yang akan diidentifikasi adalah :

1. Bagaimana Pelaksanaan Program *Community Development* Sebagai Bentuk Tanggungjawab Sosial PT Arara Abadi Distrik Sorek Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat?
2. Analisis Pelaksanaan Program *Community Development* Sebagai Bentuk Tanggungjawab Sosial PT Arara Abadi Distrik Sorek Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat?

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka peneliti mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui program pelaksanaan program *Community Development* sebagai bentuk tanggungjawab sosial PT Arara Abadi Distrik Sorek dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
2. Untuk menganalisis program *Community Development* sebagai bentuk tanggungjawab social PT Arara abadi Distrik Sorek dalam

meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

Sebagai bahan masukan atau sumbangan pemikiran bagi para pengkaji masalah ilmu komunikasi yang berminat untuk meneliti masalah yang sama, dan sebagai bahan pertimbangan.

2. Manfaat Praktis:

- a. Untuk mendapat gelar sarjana S1 Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik universitas Riau.
- b. Melalui penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam memberikan informasi mengenai analisis pelaksanaan program Desa Makmur Peduli Api (DMPA) *Community Development* PT Arara Abadi Distrik Sorek.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Public Relations* (PR)

Public Relations (PR) menurut jefkins (2003) adalah suatu bentuk komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Menurut Khasali (2005: 6) “*public relations* adalah komunikasi persuasif dan terencana yang dirancang untuk mempengaruhi publik yang signifikan”.

Sedangkan menurut international *Public Relations Associations* (IPRA) mendefinisikan “PR adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik untuk memperoleh pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungan dengan penelitian opini publik diantara mereka” (dalam rasyid, 2011: 14).

Berdasarkan definisi-definisi di atas maka penulis mengartikan bahwa kegiatan PR adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh pengertian, good will, kepercayaan penghargaan pada dan dari publik yang akan membentuk pencitraan dan mempengaruhi eksistensi perusahaan atau organisasi tersebut. Istilah “*Relations*” adalah hubungan, sementara bagi PR, *relations* merupakan sebuah prinsip karena mengandung arti adanya hubungan timbal balik. Lalu dalam praktiknya, *relations* diadakan dalam rangka memperoleh hubungan baik dengan publik maupun dengan masyarakat pada umumnya.

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Secara konseptual, banyak pengertian tentang tanggung jawab sosial perusahaan. CSR forum mendefinisikan CSR sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan (dalam Wibisono, 2007: 8)

Namun secara konseptual, banyak pengertian tentang tanggung jawab social perusahaan. CSR forum mendefinisikan CSR sebagai bisnis yang dilakukan secara transparan dan terbuka serta berdasarkan pada nilai-nilai moral dan menjunjung tinggi rasa hormat kepada karyawan, komunitas dan lingkungan (dalam wibisono,2007: 8). Sedangkan menurut ISO 26000:“CSR adalah sebuah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat mempertimbangkan harapan pada pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang

ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi menyeluruh”(Rachman, 2011:17).

Istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970an dan semakin populer setelah kehadiran buku *cannibals with FORKS: The triple Botton Line in 21st Century Business* (1998) karya John Elkington mengembangkan 3 komponen penting *suistabinable development*, yakni *economic growth*, *environment protection* dan *social equity* yang ditugaskan *the world Commision On Environmental and development (WCED)* dalam brunrtland report (1987), Elkinton mengemas CSR dalam 3 fokus yakni 3P, singkatan dari profit, planet, dan people (Wibisono, 2007:46).

Salah satu definisi tanggung jawab sosial yang digunakan Indonesia Business Links (IBL) adalah strategi bisnis yang melihat bahwa kepentingan bisnis jangka panjang dicapai dengan laba dan pertumbuhan, sejalan dengan kesejahteraan masyarakat, perlindungan lingkungan dan peningkatan hidup manusia. Sedangkan menurut Wibisono (2007:89), CSR merupakan tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat disimpulkan sebagai komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap masyarakat atau lingkungan untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik. Kontribusi dari perusahaan ini bisa berupa banyak hal, misalnya: bantuan dana, bantuan tenaga ahli dari perusahaan, bantuan berupa barang dll. Disini perlu dibedakan antara program *Corporate Social Responsibility* dengan kegiatan *Charity*.

2.2.1 Aktivitas *Corporate Social Responsibility*

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia aktivitas adalah keaktifan atau kegiatan. Sedangkan CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap social atau lingkungan seputar perusahaan” (Rachman, 2011:16). Dari uraian di atas dapat dipahami bahwa CSR merupakan suatu tindakan yang juga berarti aktivitas atau kegiatan. Aktivitas yang dimaksud adalah aktivitas yang berkait dengan pelaksanaan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan.

Aktivitas CSR merupakan bagian dari aktivitas humas atau PR. Dalam CSR seorang PR diharuskan mampu membina hubungan baik dengan para publiknya, baik internal maupun eksternal, juga mampu menciptakan program-program yang dinilai mampu mencapai tujuan dan sasaran.

1.3.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menurut Wibisono (2007:48), dari segi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR: (1). Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. (2). Perlindungan dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. (3). Ketertiban dan kebanggaan karyawan. (4). Memperbaiki dan mempererat hubungan perusahaan. (5). Meningkatkan jumlah penjualan. (6). Insentif-insentif lainnya.

Manfaat CSR dari sisi internal:

- a. “pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Untuk itu dibutuhkan praktik-praktik ketenagakerjaan yang bertanggungjawab sosial.
- b. Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses

produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan *supplier* berjalan dengan baik. Muaranya adalah peningkatan performa lingkungan perusahaan

- c. Menciptakan budaya perusahaan, kapabilitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik.
- d. Kinerja keuangan perusahaan yang telah *go public* menjadi lebih baik”. (dalam Mursitama, 2011: 27).

Manfaat CSR dari sisi eksternal:

- a. Penerapan CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengemban dengan baik pertanggungjawaban secara sosial.
- b. CSR merupakan suatu bentuk differensi produk yang baik. Artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan yang merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial.
- c. Melaksanakan CSR dan membuka kegiatan CSR secara publik merupakan instrumen untuk komunikasi yang baik dengan khalayak”. (Mursitama, 2011:30).

1.3.3 Peran dan Fungsi *Corporate Social Responsibility*

CSR memiliki fungsi dan peran yang strategis bagi perusahaan jika pelaksanaan CSR mengarahkan hubungan yang teratur dengan seluruh *stakeholders*-nya. Menurut Suharto (2008: 48) peran dan fungsi CSR dijabarkan sebagai berikut:

a. *Brand Differentiation*

Dalam persaingan pasar yang demikian kompetitif, CSR bisa memberikan citra perusahaan yang khas, baik dan etis dimata publik yang pada gilirannya menciptakan *customer loyalty*. CSR mampu menjadi pembeda yang membuat perusahaan menjadi karakteristik.

b. *Human resources*

Program CSR dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama yang memiliki kualifikasi tinggi. Saat *interview*, calon karyawan yang memiliki pendidikan dan pengalaman tinggi sering bertanya CSR dan etika bisnis perusahaan, sebelum mereka memutuskan untuk menerima tawaran. Bagi staf lama, CSR juga dapat meningkatkan persepsi, reputasi, dan dedikasi dalam bekerja.

c. *Licence to Operate*

Perusahaan yang menjalankan CSR dapat mendorong pemerintah dan publik memberi izin bisnis karena dianggap telah memenuhi standar operasi dan kepujian terhadap lingkungan dan masyarakat luas.

d. *Risk Management*

Menejemen resiko merupakan isu sentral bagi perusahaan. Reputasi perusahaan dibangun bertahun-tahun bisa runtuh dalam sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan karyawan, atau kerusakan lingkungan. Membangun budaya “*doing the right thing*” berguna bagi perusahaan dalam mengelola resiko-resiko bisnis. Untuk itulah CSR berperan dalam membentuk katup pengaman sosial.

1.3.4 Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Implementasi berarti pelaksanaan, penerapan. Dapat disimpulkan implementasi adalah pelaksanaan ataupun penerapan atau sesuatu yang telah disepakati terlebih dahulu. Sehingga implementasi akan bermuara pada efektivitas atau mekanisme suatu sistem. Dari kata mekanisme, dapat dilihat bahwa implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi sesuatu kegiatan terencana dan dilakukan secara bersungguh-sungguh berdasarkan panduan dari norma-

norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan.

Menurut Wibisono (2007: 9) menyatakan bahwa perencanaan program menjadi penting karena dapat dijadikan arah untuk melaksanakan (implementasi) pelaksanaan program. Di samping itu, perencanaan juga menentukan strategi yang lebih efektif dapat dilaksanakan. Paling tidak terdapat sembilan hal yang perlu diperhatikan, antara lain: merumuskan visi, misi, tujuan, kebijakan, merancang struktur organisasi, menyiapkan SDM, membagi wilayah, mengelola dana, rancang implementasi, evaluasi, dan pelaporan.

Implementasi tanggungjawab sosial (*social responsibility*) merupakan tahap aplikasi program social responsibility sebagaimana telah direncanakan sebelumnya. Penerapan tanggungjawab sosial membutuhkan iklim organisasi yang saling percaya dan kondusif, sehingga memunculkan motivasi dan komitmen karyawan pelaksana.

1.3.5 Prinsip - Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Menurut Crowther (2008:89) mengurai prinsip-prinsip tanggungjawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, antara lain: (1). *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa datang. (2). *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan.

Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Crowther (2008:98).

Implementasi program CSR dapat dikelola berdasarkan pola sebagai berikut:

1. Program Sentralisasi
Perusahaan sebagai pelaksana atau penyelenggara utama kegiatan. Begitupun tempat kegiatan berlangsung di area perusahaan. Pada prakteknya, pelaksanaan kegiatan bisa bekerja sama dengan pihak lain misalnya *event organizer* atau institusi lainnya sejauh memiliki kesamaan visi dan tujuan.
2. Program desentralisasi
Kegiatan dilaksanakan di luar area perusahaan. Perusahaan berperan sebagai pendukung kegiatan tersebut baik dalam bentuk bantuan dana, material maupun sponsorship.
3. Program kombinasi
Pola ini dapat dilakukan terutama untuk program-program pemberdayaan masyarakat, dimana inisiatif, perdanaan maupun pelaksanaan maupun pelaksanaan kegiatan dilakukan secara partisipatoris dengan *beneficiaries* (Wibisono, 2007: 48).

1.4 Community Development (CD)

CSR yang dipraktikkan di PT Arara Abadi menggunakan terminology *Community Development*, yang merupakan komunikasi pertalian untuk menjaga kedekatan PT Arara Abadi dengan pemerintahan, dan terutama masyarakat yang berada di daerah HTI (Hutan Tanaman Industri) PT Arara Abadi.

PT Arara abadi menggunakan istilah *Community Development* dalam program-program tanggung jawab perusahaannya dikarenakan PT Arara Abadi tidak ingin melihat CD hanya sebagai bagian dari

bentuk tanggung jawab perusahaan saja. Tapi jauh dari itu, CD diharapkan mampu menciptakan sebuah hubungan yang sangat harmonis, dan pastinya menguntungkan bagi kedua belah pihak, baik masyarakat maupun perusahaan.

Karena itulah PT Arara Abadi dalam program-program pemberdayaan masyarakatnya, lebih mengarah ke sebuah pengembangan (*development*) antara masyarakat setempat dan PT Arara Abadi. Program *Community Development* yang dilakukan PT Arara Abadi Distrik Sorek yaitu membuat ternak kambing, budidaya ikan nila, perbengkelan dan persawahan. CD sendiri mempunyai pilar yang menjadi aspek dimana yaitu bidang ekonomi. *Community development* mempunyai peran yang sangat besar bagi PT Arara Abadi kedepannya.

Di dalam lingkungan PT Arara Abadi program yang dilaksanakan lebih dikenal dengan istilah *Community Development* (CD) namun di kalangan umum (di luar perusahaan) lebih dikenal dengan CSR. Dalam menciptakan nilai tersebut ke dalam masyarakat, PT Arara Abadi memilih melakukan investasi terhadap manusianya, dengan cara memberikan fasilitas yang masyarakat butuhkan.

Dalam melakukan sebuah program terutama yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial sebuah perusahaan besar seperti PT Arara Abadi, itulah yang menjadi latar belakang alasan utama program CD ini diciptakan. Di dalam lingkup ini PT Arara Abadi memang selalu menerapkan CD dimanapun berada, termasuk salah satunya yang berada di Riau. Salah satu sasaran utama dari pelaksanaan program ini adalah masyarakat yang menempati seputar perusahaan itu berada. Sebagai salah satu bentuk penghargaan dan penghormatan terhadap mereka, maka PT Arara Abadi membentuk sebuah program yang

dinamakan *Community Development* yang tidak lain adalah bentuk dari CSR.

Salah satu contoh Program *Community Development* yang mencakup meningkatkan kesejahteraan masyarakat yaitu dengan cara meningkatkan ekonomi masyarakat dengan melakukan program *Community Development* sebagai tanggungjawab social PT Arara Abadi seperti mengembangkan peternakan, perikanan, perkebunan, perbengkelan dll.

1.5 Model *Triple Bottom Line*

Dalam istilah praktis, *triple bottom line* berarti memperluas kerangka pelaporan tradisional untuk mempertimbangkan kinerja ikologi dan sosial sebagai tambahan kinerja keuangan. Jhon Elkinton dalam bukunya '*channibal with Forks: The tripple Bottom Line of 21st Century Bussines*' teori *trpple bottom line* sendiri lebih dikenal dengan *sustainability* (berkelanjutan).

Konsep *trippel bottom line* menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan terletak pada pemangku kepentingan (*stakeholder*) mereka daripada pemegang saham. Dalam hal ini *stakeholder* mengacu kepada publik yang dipengaruhi baik secara langsung atau tidak langsung oleh tindakan perusahaan.

Menurut teori kepentingan, identitas bisnis harus digunakan sebagai sarana untuk mengkoordinasi kepentingan *stakeholder* dari pada memaksimalkan keuntungan pemegang sahan saja.

Berdasarkan konsep *trippel bottom line*, kemudian dikembangkan strategi penyusunan CSR perusahaan. Strategi ini pada prinsipnya terdiri atas 4 tahap :

1. Melakukan *CSR Assessment*

Pihak CSR mengumpulkan dan menganalisa informasi relevan mengenai produk, jasa, dan proses pembuatan kebijakan untuk menentukan secara akurat posisi perusahaan dengan hubungannya dengan aktivitas CSR, dan

menentukan lokasi "titik tekanan" untuk tindakan CSR.

CSR Assessment akan membantu perusahaan terhindar dari implementasi program CSR yang tidak sesuai. Pada prinsipnya aktivitas yang dijalankan harus dikembangkan berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap *stakeholders*. Oleh karena itu, sangat penting bagi pihak manajemen untuk membentuk tim CSR yang memiliki akses maupun keluar ataupun kedalam langsung.

2. Menentukan tujuan CSR

Tim CSR menentukan tujuan apa yang akan dicapai dengan memberikan CSR kepada masyarakat. Tujuan dibangun setelah komunikasi intensif dengan pemangku kepentingan dan sesuai dengan bisnis inti perusahaan. Salah satu tujuan PT Arara Abadi memberikan CSR adalah sebagai bentuk bantuan kepada masyarakat lokal sebagai bukti bahwa PT Arara Abadi tidak hanya memproduksi tanpa memperhatikan lingkungan sekitar operasi.

3. Mengembangkan strategi CSR

Pada prinsipnya CSR merupakan panduan (*roadmap*) untuk menjalankan aktivitas atau program-program dari CSR itu sendiri berdasarkan analisa yang setelah dilakukan tim CSR pada saat *CSR Assessment* dan kemudian penentuan tujuan dari CSR tersebut. Dalam strategi CSR tim menentukan kemana arah perusahaan akan membawa program CSR, bidang prioritas apakah akan menjadi program CSR kemudian merealisasikan CSR.

4. Impelmentasi dan *review*

Program CSR yang dijalankan perusahaan akan berhasil bila perangkul semua pemangku kepentingan, khususnya karyawan. Tim CSR perlu membangun pola pikir dan praktek “keberlanjutan” (*sustainability*) dikalangan karyawan dan lingkungan kerja. Hal ini sangat berkaitan dengan tujuan awal CSR yaitu untuk memberikan pembangunan kesejahteraan yang berkelanjutan terhadap karyawan dan masyarakat sekitar wilayah operasi.

Empat tahapan dalam teori *triple bottom line* inilah yang menjadi tolak ukur keberhasilan CSR yang diberikan kepada masyarakat dan pada akhirnya kebijakan CSR yang dijalankan akan bisa mengembangkan sikap mental untuk membebaskan diri dari hambatan sosial, ekonomi dan politik dan peningkatan kualitas hidup.

1.6 Analisis SWOT

Menurut rangkuti (2005: 17) analisis swot adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi dalam suatu usaha. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara kebersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan pribadi. Dengan demikian suatu perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis suatu usaha (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman).

Analisis ini terbagi atas empat komponen dasar yaitu :

1. *Strength* (S) adalah karakteristik positif internal yang dapat

dieksploitasi organisasi untuk meraih sasaran kinerja strategis.

2. *Weaknesses* (W) adalah karakteristik internal yang dapat menghalangi atau melemahkan kinerja organisasi
3. *Opportunities* (O) adalah karakteristik dari lingkungan eksternal yang memiliki potensi untuk membantu organisasi meraih atau melampaui sasaran strategiknya.
4. *Threat*(T) adalah karakteristik dari lingkungan eksternal yang dapat mencegah organisasi meraih sasaran strategis yang ditetapkan dalam perencanaan analisis SWOT.

HASIL PENELITIAN

5.1 Hasil Penelitian

5.1.1 Pelaksanaan Program *Community Development* PT Arara Abadi Distrik Sorek dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat

Pelaksanaan *Community development* sebagai bentuk tanggung jawab sosial PT Arara Abadi distrik Sorek dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. PT Arara Abadi memberi bantuan dengan kemitraan antara perusahaan kepada masyarakat (khususnya masyarakat lokal). Secara umum kemitraan tersebut diwujudkan dalam program *Community Development* untuk membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat dalam jangka panjang. Melalui program *Community Development* masyarakat diharapkan dapat menerima manfaat keberadaan perusahaan guna menopang kemandiriannya, bahkan ketika perusahaan sudah berhenti sekalipun. Program *Community Development* yang dijalankan yaitu program Desa Makmur Peduli Api (DMPA), dimana program ini khusus untuk peningkatan perekonomian berbentuk

pengembangan usaha seperti ternak kambing, budi daya ikan nila, perbengkelan dan persawahan.

1. Bantuan Ternak Kambing

PT Arara abadi memberikan bantuan berupa program peningkatan ekonomi masyarakat desa Lubuk Keranji Timur untuk mendukung program Desa Makmur Peduli Api (DMPA) PT Arara Abadi, berupa bantuan ternak kambing kepada salah satu masyarakat desa Lubuk Keranji Timur dengan ketentuan bantuan berupa ternak kambing ini berlangsung secara berkelanjutan (selama 2 tahun) dan akan digulirkan ke masyarakat lain desa Lubuk Krenji Timur yang berada disekitar konsesi perusahaan.

PT Arara Abadi memberikan bantuan ternak kambing tersebut selama 2 tahun. Penerima bantuan bertanggungjawab menyediakan tempat untuk ternak kambing di desa Lubuk Keranji Timur. Penerima bantuan dituntun bersungguh-sungguh dalam melakukan kewajiban atau tanggungjawab pekerjaan yang diberi kepercayaan oleh lembaga mitra abadi. Penerima bantuan berkewajiban untuk menjaga keberlangsungan program kerjasama.

Setelah 2 tahun masyarakat yang mendapatkan bantuan akan mengembalikan kambing sebanyak (1 ekor jantan + 4 ekor betina) kepada PT Arara Abadi, kambing tersebut akan digunakan oleh PT Arara Abadi untuk memberdayakan kelompok masyarakat desa Lubuk Keranji Timur lain yang berada di konsesi perusahaan.

Masyarakat disuruh untuk membayar fee sebesar 2 ekor kambing selama 2 tahun untuk PT Arara Abadi yang mana fee tersebut untuk kebutuhan operasional lembaga. Setelah masyarakat mengembalikan kambing sesuai dengan perjanjian kepada PT Arara Abadi masyarakat berhak atas semua ternak kambing, selanjutnya masyarakat mengembangkan usaha peternakannya

sehingga dari hasil tersebut dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

2. Budidaya ikan nila

Program kedua yang diberikan oleh PT Arara Abadi kepada masyarakat desa Lubuk Keranji Timur adalah bantuan berupa ternak nila, dimana sarana produksi yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat yang menerima bantuan budidaya ikan nila ini berbeda dengan sarana produksi ternak kambing.

Bantuan berupa budidaya ikan nila ini berlangsung secara berkelanjutan (selama 2 tahun) dan akan digulirkan ke desa Lubuk Keranji Timur yang berada di konsesi perusahaan. PT Arara Abadi memberikan bantuan sarana produksi kepada masyarakat sebesar Rp. 10.850.000 untuk kebutuhan budidaya ikan nila di desa Lubuk Keranji Timur. PT Arara Abadi memberikan bantuan sarana produksi kepada masyarakat untuk kebutuhan sarana produksi dan pemeliharaan ikan nila, dan memberikan pinjaman untuk sarana produksi selama 2 tahun.

Masyarakat akan mengembalikan modal sebesar Rp.10.850.000 kepada perusahaan selama 2 tahun, yang modal tersebut akan digunakan oleh perusahaan untuk memberdayakan kelompok masyarakat desa Lubuk Keranji Timur lain yang juga berada di konsesi perusahaan. Masyarakat akan membayar fee sebesar 10% pertahun kepada perusahaan yang mana fee tersebut untuk kebutuhan operasional lembaga.

Setelah masyarakat mengembalikan pinjaman modal kepada perusahaan, masyarakat berhak atas semua hasil budidaya ikan nila, selanjutnya masyarakat mengembangkan usaha budidaya ikan nila sehingga dari hasil tersebut dapat meningkatkan perekonomiannya.

3. Usaha perbengkelan

Program Desa makmur Peduli Api (DMPA) yang diberikan oleh PT Arara Abadi kepada anggota lembaga mitra abadi dan juga sebagai masyarakat desa Lubuk Keranji Timur adalah program bantuan sarana produksi perbengkelan. Dimana sarana produksi yang diberikan oleh PT Arara Abadi berbeda dengan sarana produksi ternak kambing dan budidaya ikan nila.

Perusahaan memberikan bantuan sarana pendukung perbengkelan kepada masyarakat untuk kebutuhan operasional perbengkelan. Perusahaan memberikan untuk sarana pendukung selama 2 tahun. Masyarakat akan mengembalikan modal sebesar 9.800.000 ke perusahaan selama 2 tahun, yang modal tersebut akan digunakan kembali untuk membantu masyarakat desa Lubuk Keranji Timur yang berada di konsesi perusahaan. Masyarakat juga harus membayar fee 10% pertahun untuk perusahaan yang mana fee tersebut untuk operasional lembaga. Setelah masyarakat mengembalikan pinjaman modal kepada perusahaan, masyarakat berhak mendapatkan semua usaha hasil perbengkelan dan bisa mengembangkan usaha perbengkelan dan hasil tersebut dapat meningkatkan perekonomian.

4. Persawahan

Bantuan keempat yang diberikan oleh PT Arara Abadi kepada masyarakat desa Lubuk Keranji Timur sebagai tanggungjawab sosial PT Arara Abadi kepada masyarakat yaitu memberikan bantuan program Desa Makmur Peduli Api (DMPA) berupa persawahan yaitu seluas 33Ha dimana program tersebut belum bisa dilaksanakan karena masih ada kendala banjir.

5.1.2 Analisis SWOT PT Arara Abadi dalam program *Community Development*

Kekuatan.

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani atau yang ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah kompetensi khusus (*distinctive competence*) yang memberikan keunggulan komperatif bagi PT Arara Abadi distrik Sorek.

- a. Program DMPA yang sudah dikenal masyarakat
- b. Banyaknya bantuan yang diberikan kepada masyarakat
- c. Perbaikan lingkungan sekitar konsesi perusahaan.
- d. mendapatkan dukungan dari pemerintah yang telah ditetapkan oleh undang-undang.
- e. Hubungan masyarakat dengan perusahaan yang baik

Kelemahan.

Kelemahan adalah faktor keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan.

- a. Kurangnya pengawasan program Desa Makmur Peduli Api (DMPA) kepada masyarakat yang mendapatkan bantuan.
- b. Hanya bersifat sementara
- c. Tidak menyediakan tempat program DMPA
- d. Harus dikembalikan bantuan yang telah diberikan perusahaan

Peluang.

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.

- a. Ada 26 desa di daerah konsesi perusahaan
- b. Masih terbuka banyak peluang karena masih banyaknya masyarakat yang membutuhkan
- c. Terjaganya HTI yang berada di desa yang mendapat bantuan

- d. Membaiknya hubungan dengan masyarakat

Ancaman.

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam organisasi.

- a. Banyaknya perusahaan lain yang menjadi pesaing
- b. Masyarakat lain yang belum mendapatkan bantuan DMPA
- c. Tidak berhasilnya usaha yang telah diberikan
- d. Tidak dikembalikan modal yang telah diberikan

Kesimpulan

1. Pelaksanaan program *community development* sebagai bentuk tanggung jawab sosial PT Arara Abadi distrik sorek dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dapat disimpulkan sudah berjalan dengan cukup baik, dimana perusahaan menjalankan tanggungjawab sosialnya dengan membuat program kemitraan antara perusahaan dengan masyarakat (khususnya masyarakat lokal), secara umum kemitraan tersebut diwujudkan dalam program Desa Makmur peduli Api (DMPA) untuk membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat dengan jangka panjang. Program Desa Makmur Peduli Api (DMPA) sudah dilaksanakan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggungjawab sosial kepada masyarakat yang berada diwilayah konsesi perusahaan. Dengan adanya program Desa Makmur Peduli Api (DMPA) masyarakat merasa perekonomian yang meningkat dari sebelumnya dan masyarakat sudah bisa memiliki usaha sendiri, hanya saja program persawahan yang belum dilaksanakan karena banjir di lahan tersebut.

2. Pelaksanaan program *community development* sebagai bentuk tanggungjawab sosial PT Arara Abadi Distrik Sorek dalam meningkatkan kesejahteraan maka disimpulkan bahwa pelaksanaan program Desa makmur Peduli Api (DMPA) menjadi kekuatan dan peluang bagi perusahaan dan mempunyai manfaat yang sangat berguna bagi masyarakat yang berada dekat dengan konsesi perusahaan untuk mendukung meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Program Desa makmur Peduli Api (DMPA) sangat mendukung untuk dilakukan secara berkelanjutan atau digulirkan kepada masyarakat lain untuk mendapatkan keunggulan perusahaan dan dapat memenuhi tanggungjawab sosial terhadap masyarakat terutama masyarakat yang dekat dengan konsesi perusahaan.

Saran

1. PT Arara abadi harus tetap menjalankan dan mempertahankan program Desa Makmur Peduli Api (DMPA) yang diberi perusahaan kepada masyarakat, dimana masih banyak desa dan masyarakat lain yang belum merasakan Program Desa Makmur Peduli Api (DMPA). Hal ini bertujuan agar masyarakat yang dekat dengan konsesi perusahaan bisa meningkatkan perekonomian. Tim *Community Development* harus terus mengontrol pendapatan atau peningkatan usaha program Desa Makmur Peduli Api (DMPA) yang dijalankan masyarakat agar program yang dijalankan berjalan dengan baik dan selama 2 tahun masyarakat bisa mengembalikan modal yang telah ditetapkan oleh perusahaan sebelumnya.
2. PT Arara Abadi distrik sorek harus memperhatikan program Desa Makmur Peduli Api, menjaga dan

mengembangkan program yang telah dilaksanakan agar masyarakat lain bisa merasakan program Desa Makmur Peduli Api tersebut. Perusahaan sebaiknya lebih fokus pada proses pelaksanaan dengan menambah dan membuat program lain demi kesejahteraan masyarakat dan menjadi kekuatan juga peluang bagi perusahaan. Perusahaan harus pandai mengambil peluang dan kesempatan pemilihan program DMPA yaitu dengan strategi kompetitif yakni menggunakan kekuatan-kekuatan yang dimiliki program Desa Makmur Peduli Api (DMPA) untuk memanfaatkan peluang jangka panjang. Perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas dan daya jangkauan yang luas agar dapat bersaing dengan perusahaan lain sehingga terhindar dari ancaman-ancaman program dari perusahaan lain yang semakin bermunculan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro & Macfudz, Dindin M. 2011. *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Manajemen penelitian*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- _____. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bungin, Burhan. 2005. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Carroll. 1979. "A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance". The Academy of Management Review. Vol. 4. Oktober.
- Crowther, D. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Guler Aras & Ventus Publishing ApS.
- Harahap, S. S. 2007. *Menuju Perumusan Akuntansi Islam*. Pustaka Quantum Jakarta.
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2005.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana
- Moleong, lexy. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Mursitama. 2011. *Corporate Social Responsibility di Indonesia Teori dan Implementasi*. Institutefor Develop of Eco and Finance (Indef).
- Rachman. 2011. *Panduang Lengkap Perencanaan CSR*. Jakarta: Penebar Swadaya
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Metode Analisis SWOT*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rasyid, Anuar. 2009. *Kapita Selekta Humas*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.
- _____. 2011. *Dasar-dasar Public Relations*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Cetakan ketiga. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- _____. Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers
- Solihin ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility : from Charity to Sustainability*. Salemba Empat. Jakarta
- Suharto, Edi. 2008. *Kebijakan sosial sebagai kebijakan publik*. Bandung: Alfabeta
- Umar, Husein. 2007. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Usman, Husaini, dan Purnomo Setiady. 2004. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wahyudi, A. S. (1996). *Manajemen strategik*. Jakarta: bina rupa aksara

Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Fascho Publishing. Jatim.