

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
MEWUJUDKAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**
Studi atas Program PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company TBK
Cimareme Padalarang Kabupaten Bandung

Dewi Wahyuni

ABSTRAK

Pembangunan sosial masih dipandang sebagai pelengkap dari pembangunan ekonomi. Keberlanjutan pembangunan sosial sangat terkait dengan peran pemerintah, dunia usaha dan masyarakat. Untuk itu, pembangunan sosial harus dimulai oleh dunia usaha, salah satunya melalui tanggung jawab dunia usaha yang dikenal dengan istilah Corporate Social Responsibility (CSR). Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan pemberdayaan masyarakat sebagai perwujudan Corporate Social Responsibility (CSR) di PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk. Hasil dari penelitian menunjukkan, bahwa aktivitas CSR PT Ultrajaya, mampu membantu kelompok rentan di komunitas, melalui program air bersih dan beasiswa bagi keluarga miskin. Meskipun demikian, masih perlu kerjasama yang kuat antara pemerintah, dunia usaha dan masyarakat dalam mewujudkan sustainability dari program yang telah dilaksanakan.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan sosial masih dipandang sebagai pelengkap dari pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi dengan strategi pertumbuhan (*growth oriented strategy*) yang dilaksanakan bangsa Indonesia selama rezim orde baru 32 tahunan sering dipandang sebagai obat mujarab untuk mengatasi berbagai permasalahan bangsa ini.

Asumsi dengan strategi tersebut menekankan bahwa apabila terjadi pergerakan ekonomi nasional (*Gross National Product*) yang tinggi, maka sebagai konsekuensinya akan terjadi "*tetesan rejeki ke bawah*" (*Trickle down effect*). Inilah yang diharapkan menyentuh lapisan masyarakat paling bawah (*grass root*) berupa pemerataan pendapatan dan kesempatan kerja terhadap standar kebutuhan minimum dapat dinikmati oleh seluruh anak bangsa (Wahyuni, 2006). Namun kenyataannya, pertumbuhan ekonomi yang tinggi dengan *Trickle down effect*-nya tidak menjamin terciptanya pemerataan hasil-hasil pembangunan. Sebagian besar pendapatan nasional justru dikuasai oleh para elit dan pemilik modal. Mereka kemudian mendirikan

ke korporasi untuk tujuan bisnis atau mencari keuntungan. Korporasi perusahaan inilah yang dalam perkembangannya di Indonesia telah menjadi kekuatan besar yang mendorong terjadinya perubahan sosial. Perusahaan telah menjadi alat yang dominan dalam *transformasi ilmu dan teknologi* berupa barang dan jasa yang berdayaguna secara ekonomis.

Ternyata pembangunan dengan pendekatan strategi pertumbuhan cenderung semakin memperlebar kesenjangan ekonomi di antara kelompok kaya dan miskin karena kepemilikan terhadap aset ekonomi tidak merata cenderung di satu pihak yang memperdalam jurang pemisah kehidupan sosial yang berwujud memudarkan kesetiakawanan sosial. Sudah saatnya pembangunan berorientasi pada penguatan kehidupan sosial. Penguatan kehidupan sosial dilaksanakan dengan memadukan sinergi antara ketiga pelaku utama pembangunan yaitu pemerintah, dunia usaha dan masyarakat. Kenyataan menunjukkan apabila tidak terjadi sinergi di antara ketiga pelaku pembangunan sosial dapat menimbulkan bencana sosial. Berbagai unjuk rasa banyak muncul sebagai protes pada dunia usaha yang tidak mepedulikan kepentingan masyarakat sekitarnya atau sebagai perlawanan terhadap kebijakan

regulasi pemerintah yang dipandang tidak berpihak pada kepentingan masyarakat. Masyarakat merasa kehadiran perusahaan-perusahaan besar umumnya perusahaan asing menjadi pemicu munculnya masalah ekologi, sosial dan budaya (ekososbud), seperti polusi (air, udara, suara), kesenjangan sosial ekonomi yang sangat tajam antara masyarakat perusahaan dengan penduduk lokal dan terjadinya pemiskinan masyarakat secara struktural dengan eksploitasi dan perusakan lingkungan yang dilakukan perusahaan.

Namun, saat ini ada secercah harapan di sektor dunia usaha berkaitan dengan penguatan kehidupan sosial. Hal ini ditandai dengan munculnya paradigma baru di sektor dunia usaha dengan konsep "Triple Bottom line" bahwa kinerja perusahaan bukan hanya dievaluasi dari satu dimensi keuangan (*financial result*) belaka. Namun harus memperhatikan dua dimensi lain yaitu dampaknya terhadap orang (karyawan/komunitas di sekitar perusahaan) dan lingkungan alam (Elkington dalam Pambudi, 2005). Paradigma baru di dunia usaha inilah yang mendorong perusahaan untuk melaksanakan kegiatan tertentu sebagai wujud tanggung jawab perusahaan kepada lingkungannya yang dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. CSR menunjuk pada perluasan peran perusahaan yang tidak hanya mengurus kesejahteraan pegawai dan kebutuhan konsumen saja, melainkan turut peduli akan kehidupan masyarakat yang tinggal di seputar perusahaan (Suharto, 2005).

CSR lahir didorong oleh adanya perubahan model perusahaan yang lebih berorientasi pada model sosio ekonomis dari pada model ekonomis. Ciri pendekatan model sosio ekonomis menekankan pada kualitas kehidupan secara keseluruhan, kelestarian sumber daya, kepentingan masyarakat, keterlibatan aktif pemerintah dan pandangan sistem terbuka perusahaan. Sedangkan ciri perusahaan dengan pendekatan model ekonomis menekankan pada aspek produksi, eksploitasi sumber daya, kepentingan individual, peran pemerintah sangat sedikit dan perusahaan sebagai sistem tertutup (Purnama, 2005).

Salah satu contoh perusahaan yang melibatkan masyarakat di sekitarnya dilaksanakan oleh PT. Ultrajaya Milk Industry. Namun

apakah kegiatan yang dipraktikkan perusahaan tersebut sudah merupakan perwujudan dari konsep CSR belum diketahui validitas dan reliabilitasnya. Oleh karena itu, kajian ini lebih difokuskan analisa data pelaksanaan pemberdayaan masyarakat sebagai perwujudan konsep CSR dimaksud.

B. Rumusan Masalah

Pemberdayaan masyarakat sebagai perwujudan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk masih lebih menitikberatkan pada pemberian bantuan daripada pendekatan pemberdayaan masyarakat.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan dan analisa pemberdayaan masyarakat sebagai perwujudan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk Cimareme-Padalarang Kabupaten Bandung.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada tahun 1980-an dan 1990-an kepedulian sosial sebagian besar perusahaan berfokus pada *sponsorship* untuk kegiatan tertentu, seperti olah raga. Namun saat ini perhatian perusahaan mulai pada isu-isu sosial, kemiskinan dan pemberdayaan ekonomi komunitas lokal. Keberadaan perusahaan akan memperhatikan kesejahteraan bukan hanya pada pemilik modal (*shareholder*) namun juga bagi komunitas sekitar perusahaan dan masyarakat terkait (*stakeholder*). Perusahaan sudah mulai melaksanakan konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Schermerhon (1993) dalam Suharto (2006) dengan judul buku "Pekerjaan Sosial di Dunia Industri" mengartikan CSR sebagai suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan publik eksternal. Suatu kegiatan dikatakan CSR lebih menekankan pada prinsip keberlanjutan dari kegiatan sesuai dengan kebutuhan masyarakat di sekitar perusahaan. Hal ini sebagaimana dikemukakan Widjajanti Direktur Eksekutif Yayasan Pembangunan Berkelanjutan dan Direktur Program National Lead Indonesia.

"Sebenarnya yang terpenting, dari program CSR menekankan pada prinsip-prinsip keberlanjutan. Artinya, perusahaan membuat program yang berjalan secara berkesinambungan, bukan sekedar membagi-bagi uang dalam jangka yang sangat pendek. Perlu ada desain program terencana, termonitoring dan evaluasi perbaikan yang kontiniu. Aktivitas CSR yang terbaik adalah program yang bersumber dari hasil pertanyaan apa yang sebenarnya dibutuhkan masyarakat dan lingkungan sekitar kita, sehingga lebih mengena dan tepat sasaran". (Pambudi, 2005 dengan judul artikel "CSR Sebuah Keharusan").

Porter ketika berbicara di Sekolah Bisnis Copenhagen, September 2003, ketika itu ia mengkritik perusahaan yang mempraktikkan CSR hanya sebagai reaksi terhadap tekanan mengatakan bahwa : "Sekecil apapun, dan semurah apapun, perusahaan bisa mempraktekkan CSR. Buatlah dan berilah nilai tambah sebanyak mungkin kepada lingkungan dan masyarakat, terutama untuk yang mereka tak memiliki." Lebih lanjut Porter mencontohkan bahwa : "Jika sebuah perusahaan berada di lingkungan yang sistem pendidikannya kurang bagus, bantulah sebisa mungkin. Seyogyanya CSR bukanlah sebagai reaksi, tapi kegiatan proaktif yang dirancang dengan tujuan memberi nilai tambah buat *stakeholders*." (Pambudi, 2005 dengan judul artikel "CSR Sebuah Keharusan").

Pada dasarnya CSR merupakan suatu standar minimum yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Jadi CSR ditujukan untuk memenuhi harapan *stakeholder* dalam memaksimalkan dampak positif perusahaan terhadap lingkungan sosial dan fisik, dengan tetap menyediakan suatu pengembalian keuntungan kompetitif kepada *shareholder* finansial, sehingga CSR diposisikan sebagai suatu kewajiban sosial perusahaan untuk mempertimbangkan kepentingan *stakeholder* dalam menjalankan bisnis.

CSR penting bagi perusahaan agar keberadaan perusahaan mendapat dukungan dan memberikan manfaat bagi masyarakat sekitarnya. Apabila perusahaan tidak memberikan kontribusi pada lingkungan di sekitarnya, perusahaan akan mengalami berbagai kendala dalam bisnisnya. Tidak jarang komunitas sekitar perusahaan berusaha

menghentikan aktivitas perusahaan antara lain lewat berdemo. Jadi CSR berfungsi memelihara kelangsungan perusahaan sepanjang masa yang memungkinkan perusahaan terhindar dari berbagai risiko dari masyarakat sekitar perusahaan.

CSR pada jangka panjang menjadi aset strategis dan kompetitif bagi perusahaan di tengah iklim bisnis yang menuntut praktik-praktik etis dan tanggung jawab. Praktik tanggung jawab sosial dipercaya menjadi landasan fundamental bagi pertumbuhan berkelanjutan, bukan hanya untuk perusahaan itu sendiri, tapi juga *stakeholders* secara keseluruhan.

Pemberdayaan merupakan salah satu wujud dari konsep CSR. Pemberdayaan berhubungan dengan kekuatan individu dan kompetensinya serta sistem yang saling bergantung dan perilaku proaktif pada aktivitas sosial, kebijakan sosial, perubahan sosial, dan pengembangan masyarakat. Itu semua dapat diterapkan secara praktis pada semua tingkat (Anderson dalam Dubois dan Miley, 2005 dalam buku "Social Work An Empowering Profession"). Jadi, pemberdayaan sebagai proses peningkatan kemampuan individu, keluarga, kelompok dan masyarakat agar dapat mengambil peran dalam meningkatkan kondisi mereka.

Pemberdayaan adalah upaya membangun daya dengan mendorong/memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya (Kartasasmita, 1996 dalam buku "Pembangunan untuk Rakyat Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan"). Pemberdayaan juga berarti upaya untuk menstimulasi, mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan apa yang m e n j a d i pilihan hidupnya (Pranaka dan Moeljarto, 1994 dalam buku "Pemberdayaan, Konsep Kebijakan dan Implementasinya").

Pemberdayaan adalah suatu proses yang bertujuan untuk membantu klien memperoleh daya untuk mengambil keputusan dan menentukan tindakan yang akan ia lakukan yang terkait dengan diri mereka, termasuk mengurangi efek hambatan pribadi dan sosial dalam melakukan tindakan. Hal ini dilakukan melalui peningkatan kemampuan dan rasa

percaya diri untuk menggunakan daya yang ia miliki, antara lain melalui transfer daya dari lingkungannya (Payne, 1997 dalam buku "Modern Social Work Theory").

Pemberdayaan masyarakat dapat menjadikan masyarakat sekitar perusahaan dapat mengaktualisasikan dirinya dan memahami keberadaannya sebagai elemen penting dari perusahaan. Interaksi masyarakat dengan perusahaan akan harmonis, apabila perusahaan mampu memberikan manfaat bagi masyarakat di sekitar perusahaan dan sebaliknya, sehingga tercipta modal sosial (*social capital*) di lingkungan perusahaan. Inilah yang menjadi prasyarat *long life corporate* yang seyogyanya menjadi dambaan setiap perusahaan. Kepedulian perusahaan dalam menyisihkan dananya untuk CSR bukan sesuatu yang dipaksakan melainkan justru menjadi kebutuhan bagi perusahaan. Mengingat keuntungan dari CSR dalam bentuk pemberdayaan masyarakat bukan hanya *intangibile* yang nilai moralitasnya jauh melebihi nilai finansialnya, namun secara *tangible* juga mampu mendatangkan nilai finansial yang lebih tinggi melalui *brand image* produk. Keuntungan CSR secara *intangibile* lebih menekankan pada aspek psikologis, nilai-nilai dan moral, seperti kerjasama, rasa aman, memahami potensi, mampu mengambil keputusan, dan lain-lain. Sementara keuntungan secara *tangible* lebih menekankan pada bantuan permodalan dan peluang usaha di sektor formal dan informal, mengembangkan sarana dan prasarana masyarakat serta pembangunan sarana dan fasilitas masyarakat, dan lain-lain. Keuntungan CSR yang lain terutama dapat mempertinggi citra diri (*brand image*) perusahaan yang tidak hanya dibangun melalui anggaran iklan, tetapi juga ditunjukkan oleh akuntabilitasnya kepada kepentingan masyarakat melalui pemberdayaan masyarakat. Justru pemberdayaan masyarakat inilah yang menjadi iklan paling baik dan sekaligus berfungsi sebagai tali pengaman (*seat belt*) bagi perusahaan agar tetap mampu menarik simpati para pelanggannya agar tetap percaya pada produk perusahaan.

III. METODELOGI PENELITIAN YANG DIGUNAKAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan data kualitatif khususnya menggunakan studi kasus. Penelitian ini berusaha untuk memberi gambaran tentang pemberdayaan masyarakat sebagai perwujudan CSR di PT. Ultrajaya Milk Industry Cimareme Padalarang.

B. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Wawancara :

Wawancara dilakukan kepada para manajer dan karyawan di PT. Ultrajaya Milk Industry tentang pemberdayaan masyarakat sebagai perwujudan CSR. Wawancara juga dilakukan kepada tokoh masyarakat, warga masyarakat dan orangtua dari anak penerima beasiswa.

2. Observasi :

Dilakukan untuk mengetahui pemanfaatan bantuan (air bersih, beasiswa dan fasilitas lainnya) oleh masyarakat.

3. Studi literatur :

Dilakukan untuk mempelajari konsep CSR dan pemberdayaan serta mencermati data tentang pemberdayaan masyarakat di perusahaan tersebut.

Pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan memilih informan. Informan dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive sampling* yang ditentukan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini (Nasution, 2003).

Informan pada penelitian ini berjumlah sepuluh orang yang di bagi menjadi dua bagian yaitu :

1. Karyawan PT. Ultrajaya Milk Industry sebanyak 5 orang terdiri dari 3 orang dari kalangan manajer dan 2 orang staff yang dapat memberikan gambaran tentang pemberdayaan masyarakat sebagai pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

2. Masyarakat di sekitar perusahaan sebanyak 5 orang terdiri dari Kepala Desa Gadobangkong, tokoh masyarakat, warga masyarakat (2 orang) dan orangtua dari anak penerima beasiswa yang dapat memberikan gambaran tentang manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)* bagi masyarakat.

C. Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dan bersifat terbuka (*open ended*), artinya terbuka terhadap perubahan, perbaikan dan penyempurnaan berdasarkan data baru yang masuk (Nasution, 2003). Analisis data kualitatif merupakan upaya yang berlanjut, berulang dan terus menerus selama pengkajian berlangsung melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Data kualitatif yang diperoleh dari hasil wawancara direduksi yang dimaksud adalah dilakukannya pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasi data sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.

IV. PEMBAHASAN

PT. Ultrajaya Milk Industry merupakan salah satu perusahaan susu cair dan sari buah yang cukup tua yang sudah mulai beroperasi sejak tahun 1971 dan mulai tahun 2000 menjadi PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk dengan melakukan penawaran umum sahamnya kepada masyarakat.

PT. Ultrajaya Milk Industry memiliki visi "menjadi perusahaan industri makanan dan minuman yang terbaik dan terbesar di Indonesia dengan senantiasa mengutamakan kepuasan konsumen serta menjunjung tinggi kepercayaan para pemegang saham dan mitra kerja perusahaan". Untuk mewujudkan misi tersebut dirumuskan misi : "menjalankan usaha dengan dilandasi kepekaan yang tinggi untuk senantiasa berorientasi kepada pasar/konsumen dan kepercayaan serta kepedulian untuk senantiasa memperhatikan lingkungan yang dilakukan secara optimal agar dapat memberikan nilai tambah sebagai wujud pertanggungjawaban kepada para pemegang saham".

PT. Ultrajaya Milk Industry terletak di Jalan Cimareme Nomor 131 Padalarang Kabupaten Bandung yang merupakan lokasi strategis di daerah lintasan peternakan dan pertanian sehingga memudahkan untuk memperoleh pasokan bahan baku dan pengiriman hasil produksinya.

PT. Ultrajaya Milk Industry merupakan perseroan yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman. Makanan yang diproduksi, seperti mentega, susu bubuk, susu kental manis dan bermacam-macam minum, seperti minuman susu, sari buah, teh, minuman tradisional dan minuman untuk kesehatan yang diproses dengan teknologi UHT (*Ultra High Temperature*) dan dikemas dalam kemasan antiseptik (*Antiseptic packaging material*) serta memproduksi teh celup dan konsentrat buah-buahan tropis.

Kegiatan PT. Ultrajaya Milk Industry dalam kerangka CSR dilaksanakan dengan memperhatikan kebutuhan hajat hidup orang banyak khususnya warga masyarakat yang bertempat tinggal disekitar lokasi perusahaan dengan harapan mempunyai dampak langsung terhadap pemenuhan sebagian kebutuhan mereka diantaranya :

A. Air Bersih

Menyadari bahwa air memiliki arti yang sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia dan perusahaan menggunakan air bawah tanah sebagai bahan penunjang produksi, maka PT. Ultrajaya Milk Industry memberikan sebagian air yang diambilnya untuk disalurkan kepada masyarakat sekitarnya sesuai dengan batas kewajaran.

Pengambilan Air Bawah Tanah (ABT) dikaitkan dengan upaya pemberian air bersih kepada masyarakat sekitar selalu menjadi perhatian yang serius dan diupayakan semaksimal mungkin agar tidak menimbulkan dampak negatif. Oleh karena itu PT. Ultrajaya Milk Industry selalu peduli dan memberikannya dengan alokasi sebagai berikut:

- a. Di RW 04 Desa Gadobangkong (seberang jalan raya Cimareme), diberikan air bersih dengan menyalurkankannya melalui pipa dan ditampung pada sebuah bak penampungan.

- b. Di RW 05 Desa Gadobangkong, diberikan air bersih dengan menyalurkan ke pipa-pipa induk penyaluran dan dibuatkan juga 2 (dua) bak penampungan. Pendistribusian air agar sampai ke warga dilakukan dengan swadaya menyediakan paralon.
- c. Di RW 06 Desa Gadobangkong, diberikan juga air bersih dengan menyalurkannya ke pipa-pipa induk dan dibuatkan juga 3 (tiga) bak penampungan. Pada tahap awal pendistribusian air untuk sampai ke warga masyarakat dikelola oleh warga dengan swadaya menyediakan paralon.
- d. Di RW 05 dan RW 06 Desa Cimareme yang jumlah penduduknya padat, dibuatkan 1 (satu) sumur bor tersendiri lengkap dengan pipanya. Untuk mengurus pendistribusian air sampai ke warga dikelola oleh tim pengelola RW setempat dan untuk pemeliharaan teknis masih dibantu oleh PT. Ultrajaya Milk Industry.
- e. Air bersih langsung disalurkan melalui pipa untuk rumah-rumah ibadah dan sekolah yang letaknya berdekatan dengan lokasi perusahaan.

PT. Ultrajaya Milk Industry memberikan air bersih kepada warga sekitar berdasarkan perhitungan dari *flow meter* yang terpasang mencapai hampir 2 (dua) sumur bor yang ada di dalam kompleks pabrik dengan debit pengambilan sesuai dengan Surat Izin Pengambilan Air (SIPA) adalah 146 - 154 m³ per hari. Memang hal ini berpengaruh pada persediaan air untuk produksi yang pada akhirnya berpengaruh pada proses produksi selanjutnya.

Guna meringankan beban semua pihak, perusahaan berniat untuk membuat sumur bor di setiap RW tersebut di atas dengan biaya sepenuhnya ditanggung perusahaan. Namun sebagian warga belum menyetujui pembuatan sumur bor dimaksud. Selama ini warga yang

tempat tinggalnya jauh dari lokasi perusahaan, mendapatkan air tanah dari sumur pantek maupun sumur tradisional miliknya. Mereka khawatir apabila di setiap RW dimana mereka tinggal dibuatkan sumur bor, akan mengakibatkan sumur-sumur mereka tidak lagi keluar airnya.

B. Pemberian Beasiswa

Pemberian bantuan beasiswa untuk membantu menunjang program pemerintah tentang wajib belajar 9 tahun. Dasar pemikiran pemberian beasiswa bagi anak yang tinggal di sekitar perusahaan antara lain :

- a. Mahalnya biaya pendidikan yang mengakibatkan banyaknya orang tua yang tidak mampu membiayai pendidikan anaknya meskipun hanya sampai ke sekolah lanjutan tingkat pertama.
- b. Perusahaan berkepentingan, apabila masyarakat disekitarnya memiliki tingkat pendidikan yang memadai, maka perusahaan apabila membutuhkan tenaga kerja diharapkan dapat menyerap dari warga setempat.

Beasiswa diberikan kepada anak-anak lulusan sekolah dasar yang akan melanjutkan ke Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) dengan persyaratan sebagai berikut :

- a. Anak yang berasal dari keluarga tidak mampu.
- b. Berminat melanjutkan pendidikan ke Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP).
- c. Adanya dukungan orang tua untuk menyekolahkan anak.

Program pemberian beasiswa dimulai pada tahun ajaran 2001/2002 dengan jumlah penerima beasiswa yang terus bertambah dan besarnya dana yang diterima pun meningkat pula. Secara lebih rinci jumlah penerima beasiswa dan besaran dana yang diterima dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1

JUMLAH PENERIMA BEASISWA
PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY TAHUN 2001 S.D TAHUN 2007

NO.	TAHUN	JUMLAH PENERIMA BEASISWA	KELAS (Jumlah Siswa)	BESAR BEASISWA RATA-RATA PER BULAN
1.	2001	47 Orang siswa	1 (25 orang) 2 (22 orang)	Rp. 63.696,00
2.	2002	116 Orang siswa	1 (62 orang) 2 (32 orang) 3 (20 orang)	Rp. 66.295,00
3.	2003	158 Orang siswa	1 (53 orang) 2 (32 orang)	Rp. 73.508,00
4.	2004	192 Orang siswa	1 (80 orang) 2 (51 orang) 3 (61 orang)	Rp. 76.174,00
5.	2005	230 Orang siswa	1 (98 orang) 2 (80 orang) 3 (52 orang)	Rp. 83.560,00
6.	2006	278 Orang siswa	1 (104 orang) 2 (97 orang) 3 (77 orang)	Rp. 95.875,00

Sumber : PT. Ultrajaya Milk Industry, 2006

Penerima beasiswa tersebut tersebar di berbagai SLTP di wilayah Ngamprah, Cimahi dan Padalarang. Beasiswa diberikan langsung kepada pihak sekolah dengan terlebih dahulu pihak perusahaan meminta pihak sekolah untuk merinci kebutuhan pendidikan siswa selama setahun. Pemberian bantuan beasiswa meliputi: Dana Sumbangan Pendidikan (DSP), Dana BP3, seragam sekolah & pramuka sampai pada buku LKS (Lembar Kerja Siswa dan alat tulis termasuk dana untuk karya wisata. Jadi beasiswa yang diberikan tidak diterima langsung oleh orang tua siswa, namun langsung diserahkan kepada pihak sekolah sesuai dengan kebutuhan siswa selama setahun. Besarnya dana yang dikeluarkan perusahaan untuk setiap bulannya akan berbeda. Pengeluaran dana terbesar terjadi saat penerimaan siswa baru di SLTP, karena penerima beasiswa yang masuk di kelas 1 harus membayar Dana Sumbangan Pendidikan (DSP) yang besarnya bervariasi tergantung pada kebijakan sekolah. Apabila dihitung rata-rata, dana yang dikeluarkan untuk setiap siswa pada tahun 2007 sebesar Rp. 95.875,00.

Di bidang pendidikan keagamaan, pada setiap Bulan Ramadhan, semua penerima beasiswa diundang untuk buka puasa dan Sholat Tarawih bersama sekaligus di isi dengan ceramah pembinaan rohani oleh perusahaan.

Setiap akhir semester dan kenaikan kelas diselenggarakan acara silaturahmi antara penerima beasiswa bersama orang tua siswa, guru dan perwakilan manajemen PT. Ultrajaya sekaligus dilakukan evaluasi dan memantau kemajuan proses belajar siswa.

Perusahaan tidak menutup kemungkinan memberikan beasiswa lanjutan kepada siswa lulusan terbaik penerima beasiswa PT. Ultrajaya yang ternyata lulus Ujian Akhir Nasional (UAN) dan diterima disekolah Negeri favorit.

C. Bantuan Sosial Lain

Bentuk kepedulian lain yang dapat dikategorikan sebagai "kepedulian" Perusahaan terhadap masyarakat disekelilingnya adalah berupa :

- a. Bantuan yang sifatnya rutin :
 - Pemberian bantuan rutin tahunan berupa iuran desa pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa baik Desa Cimareme maupun Desa Gadobangkong.
 - Bantuan rutin keamanan kepada aparat Desa dan RW sekitar perusahaan.
 - Bantuan partisipasi kerja bhakti lingkungan maupun desa setempat.

- Pemberian kesempatan kepada desa setempat membeli barang-barang sisa pembungkus untuk selanjutnya dijual kembali kepada yang membutuhkan.
 - Pemberian bantuan berupa infaq maupun sodakoh kepada masyarakat tidak mampu di sekitar perusahaan, terutama pada hari Raya Idul Fitri dan hari-hari besar Islam lainnya.
- b. Bantuan yang sifatnya insidental, meliputi:
- Bantuan peralatan 2 Set komputer lengkap kepada Desa Cimoreme dan Desa Gadobangkong.
 - Bantuan pengerasan dan pengaspalan jalan desa di Kampung Sindangsari yang menghubungkan Jalan Raya Cimoreme ke jalan desa di Kampung Bunisari, Desa Gadobangkong sepanjang 500 meter.
 - Pemberian pinjaman 1 (satu) bangunan rumah tinggal karyawan untuk digunakan sebagai gedung Kantor dan Posyandu RW 06 Desa Cimoreme.
 - Pemberian bantuan perbaikan/renovasi bangunan tempat-tempat ibadah di sekitar perusahaan.

Bentuk pemberdayaan yang masih direncanakan untuk dilaksanakan adalah pemberdayaan di bidang ekonomi. Kegiatan yang akan dilaksanakan dikaitkan dengan kegiatan perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Perusahaan berupaya untuk memanfaatkan lahan kosong milik perusahaan di Desa Gadobangkong untuk istal/kandang koloni ternak sapi perah yang berorientasi mandiri dengan menyerap tenaga calon peternak dari warga setempat yang berminat dan belum memiliki pekerjaan tetap. Lahan untuk kandang ternak disediakan oleh PT Ultrajaya.

Kesulitan saat ini menyediakan lahan untuk menanam pakan ternak berupa rumput hijau. Sudah dilakukan penjajagan ke daerah Cijapati Desa Bojong Kecamatan Nagreg, Perkebunan Cisadea, Cigombong perbatasan Cianjur dan

Gunung Halu, Cililin. Namun semuanya belum dilaksanakan karena tidak ada investor yang tertarik.

Kegiatan yang dilaksanakan PT. Ultrajaya Milk Industry sudah mencerminkan pelaksanaan konsep CSR, seperti pemberian air kepada masyarakat secara cuma-cuma. Suatu kegiatan dikatakan sebagai pelaksanaan CSR apabila kegiatan yang dilaksanakan berkelanjutan dan benar-benar sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Penulis memandang bahwa pemberian air kepada masyarakat sekitar perusahaan adalah wujud kepedulian perusahaan pada masyarakat sekitar. Masyarakat sekitar memang sangat memerlukan air untuk kelangsungan hidupnya, karena sumur mereka sedikit sekali bisa mengeluarkan air bahkan ada yang sama sekali tidak mengeluarkan air. Warga masyarakat di sekitar perusahaanpun sangat merasakan manfaat bantuan air bersih dari perusahaan. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh kepala desa, tokoh masyarakat dan warga masyarakat ketika dilakukan wawancara dengan mereka. Pemberian air dari perusahaan kepada masyarakat sifatnya berkelanjutan, karena tanpa air yang diberikan oleh perusahaan, kehidupan warga sekitar akan sangat berat.

Sebaliknya warga masyarakatpun sangat bertanggung jawab untuk memelihara dan memanfaatkan air yang disalurkan perusahaan. Mereka membentuk pengelola pada tingkat RW dan melakukan swadaya untuk pengadaan paralon agar air sampai ke warga. Manfaat bantuan air bersih dari perusahaan akan dirasakan menurun oleh masyarakat apabila ada kerusakan pada pipa induk di perusahaan dan ini akan segera dapat diatasi apabila warga melapor dan perusahaan memperbaikinya.

Selain itu, kegiatan pemberian beasiswa kepada anak dari keluarga tidak mampu yang tinggal di sekitar perusahaan merupakan bentuk pemberdayaan sebagai pelaksanaan dari konsep CSR. Artinya kehadiran PT. Ultrajaya Milk Industry mampu memberikan nilai tambah bagi kemajuan pendidikan di sekitar perusahaan. Penulis memandang pemberian beasiswa tersebut adalah bentuk pemberdayaan. Pada hakikatnya pemberdayaan dapat dimaknai sebagai suatu proses yang berisi serangkaian kegiatan untuk memberikan sebagian kekuatan

dan kemampuan agar individu menjadi lebih berdaya. Jadi pemberdayaan merupakan upaya berkesinambungan untuk meningkatkan daya yang ada. Dengan beasiswa yang diberikan, keluarga yang semula tidak mampu membiayai sekolah anaknya menjadi mampu menyekolahkan anaknya. Melalui pendidikan juga diharapkan dapat menjadi bekal bagi anak untuk merubah masa depannya menjadi lebih baik, sehingga anak dapat menolong dirinya sendiri di masa yang akan datang. Pada dasarnya pendidikan merupakan investasi manusia (*human investment*) yang hasilnya baru akan dinikmati setelah melalui proses.

Prasyarat diperolehnya beasiswa adalah anak dari keluarga tidak mampu yang tinggal di sekitar perusahaan tanpa melihat anak tersebut berprestasi atau tidak di sekolahnya. Hal ini menarik untuk ditelaah karena keluarga yang tidak berdaya memiliki banyak keterbatasan untuk menjadikan anaknya seorang yang berprestasi. Apabila ukuran anak yang berprestasi menjadi salah satu prasyarat untuk mendapatkan beasiswa, maka anak dari keluarga tidak mampu di sekitar perusahaan tidak akan pernah mendapat kesempatan.

Dengan demikian, bantuan yang diberikan PT. Ultrajaya Milk Industry sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan merupakan pemberdayaan masyarakat sebagai pelaksanaan dari konsep CSR. Pemberdayaan masyarakat menjadikan masyarakat sekitar perusahaan dapat mengaktualisasikan dirinya dan memahami keberadaannya sebagai elemen penting dari perusahaan. Interaksi masyarakat dengan perusahaan akan harmonis, apabila perusahaan mampu memberikan manfaat bagi masyarakat di sekitar perusahaan, sehingga tercipta modal sosial (*social capital*) di lingkungan perusahaan. Kepedulian PT. Ultrajaya Milk Industry dalam menyisihkan dananya untuk pemberdayaan masyarakat bukan sesuatu yang dipaksakan melainkan justru menjadi kebutuhan perusahaan agar memberikan manfaat sekecil apapun bagi masyarakat di sekitar perusahaan.

IV. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

CSR dalam berbagai manifestasinya penting dilaksanakan mengingat sebagian besar masyarakat masih hidup dalam kondisi serba kekurangan. Sudah saatnya CSR yang sekarang masih bersifat kesukarelaan berubah menjadi suatu keharusan untuk dilaksanakan oleh perusahaan. Hal ini disebabkan masalah sosial di masyarakat khususnya yang berkaitan dengan kondisi sosial dan ekonomi sudah sangat berat, sehingga pemerintah tidak sanggup lagi menanggungnya sendiri.

Kegiatan yang dilaksanakan PT. Ultrajaya Milk Industry merupakan kegiatan CSR untuk memberdayakan masyarakat di sekitar perusahaan. Wujud nyatanya berupa pemberian air bersih secara cuma-cuma kepada masyarakat dan pemberian beasiswa bagi anak dari keluarga tidak mampu di sekitar perusahaan. Suatu kegiatan dapat dikatakan sebagai kegiatan CSR, apabila kegiatan yang dilakukan lebih menekankan pada prinsip keberlanjutan sesuai dengan kebutuhan masyarakat di sekitar perusahaan dan kegiatan tersebut dapat memberikan nilai tambah pada masyarakat, terutama untuk warga yang tidak mampu. Kenyataannya yang dilaksanakan perusahaan adalah pemberian air bersih dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan dapat menumbuhkan pemberdayaan masyarakat dengan mengelola air bersih secara swadaya. Selain itu, pemberian beasiswa kepada anak dari keluarga tidak mampu di sekitar perusahaan adalah bentuk pemberdayaan. Mengingat pemberdayaan itu sendiri dapat dimaknai sebagai suatu proses yang manfaatnya baru akan dirasakan di masa yang akan datang.

B. Rekomendasi

Terdapat beberapa rekomendasi agar pemberdayaan masyarakat sebagai perwujudan konsep CSR di PT. Ultrajaya Milk Industry dapat mencapai hasil yang maksimal, antara lain :

1. PT. Ultrajaya Milk Industry perlu lebih meningkatkan kerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Bandung, Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Kabupaten Bandung serta masyarakat di sekitar perusahaan untuk mewujudkan pemberdayaan ekonomi warga sekitar yang sampai saat ini belum terwujud.
2. Apabila pemberdayaan masyarakat di PT. Ultrajaya Milk Industry meningkat, kiranya perlu dipikirkan untuk bekerja sama dengan organisasi sosial setempat, bahkan perlu dipikirkan untuk membentuk unit khusus sebagai pelaksana CSR yang berisi tenaga profesional tidak bersatu dengan manajemen seperti yang dilaksanakan selama ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dubois, B dan Milley K. 1992. *Social Work An Empowering Profession*. Boston: Allyn and Bacon.
- Kartasasmita, Ginanjar. 1996. *Pembangunan untuk Rakyat Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*. Jakarta: Dides.
- Majalah SWAsembada. *Perusahaan-perusahaan Dermawan*, 19 Desember 2005 11 Januari 2006.
- Nasution. 2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Nuryana, Mu'man. 2005. *Sumber Dana Sosial dari Corporate Social Responsibility Perusahaan (Isu-isu Tematik Pembangunan Sosial Konsepsi dan Strategi)*. Jakarta: Balatbangsos.
- Payne, Malcolm. 1997. *Modern Social Work Theory, Second Edition*. London: MacMillan Press. London.
- PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk. 2005. *Profil Perseroan Company Profile*.
- Pranarka, A.M.W dan Moeljarto, Vindyandika. 1994. *Pemberdayaan, Konsep Kebijakan dan Implementasinya*. Jakarta: Center For Strategic and International Studies.
- Purnama, Asep Sasa. 2005. *Tanggung Jawab Sosial Dunia Usaha dalam Pembangunan Kesejahteraan Sosial. (Investasi Sosial)*. Jakarta: La Tofi Enterprise.
- Suharto, Edi. 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Suharto, Edi. 2007. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri*. Bandung: Refika Aditama.
- Pambudi, Teguh Sri. 2005. *CSR Sebuah Keharusan (Investasi Sosial)*. Jakarta: La Tofi Enterprise.
- Wahyuni, Dewi. 2006. *Konsep dan Praktik Pengembangan Masyarakat*. Bandung: BBPPKS.

BIODATA PENULIS :

Dewi Wahyuni, Menyelesaikan pendidikan S1 di Sekolah Tinggi Kesejahteraan Sosial (STKS) Bandung tahun 1992 dan pada tahun 2005 menyelesaikan pendidikan Magister Profesional Pengembangan Masyarakat di Institut Pertanian Bogor (IPB). Saat ini menjabat widyaiswara di Balai Besar Pendidikan dan Pelatihan Kesejahteraan Sosial (BBPPKS) Bandung.