

Community Empowerment in PT. Indonesia Power's Corporate Social Responsibility (CSR) Program in the Alam Malon Batik Village Semarang

Garda Try Ananda*

Email:gardakun99@gmail.com Handphone:+6282243251532

Abstract

The problem of poverty in Indonesia is a social problem that is relevant for continuous review and a solution is sought. Symptoms of poverty are increasing in line with the multidimensional crisis faced by Indonesia. Empowerment of village communities is an alternative in reducing poverty. In the Empowerment Program, cooperation from all stakeholders from the government, private sector and other institutions is needed. Private sector is obliged to contribute to the environment. Through the Corporate Social Responsibility Program, one of them is through community empowerment. One of the factors that support the success or failure of an empowerment program is social capital, with good social capital, undoubtedly the goal of empowerment can be easily achieved. PT. Indonesia Power has conducted its Corporate Social Responsibility program in Kampung Alam Malon through the Sentra Batik Village Program.

In this study carried out using a descriptive qualitative research approach. Qualitative methods are used by the author to assess the image produced from the CSR activities program. This study focuses on community empowerment activities run by companies, namely CSR programs aimed at contributing to society and the environment and improving the economy and the welfare of the community.

The results of this study found that the empowerment program was not maximal in the welfare of the community because of the lack of the role of social capital bridging and social capital linking in the implementation of empowerment programs. this resulted in a high level of public interest in the beginning of the program along with the empowerment program.

Key Word : Community Empowerment, Corporate Social Responsibility, Social Capital

Pemberdayaan Masyarakat dalam program *Corporate Social Responsibility*

PT.Indonesia Power di Kampung Batik Alam Malon Semarang

Oleh : Garda Try Ananda

Abstrak

Masalah kemiskinan di Indonesia merupakan masalah sosial yang relevan untuk dikaji terus menerus dan dicarikan solusinya. Gejala kemiskinan semakin meningkat sejalan dengan terjadinya krisis multidimensional yang dihadapi oleh Indonesia. Pemberdayaan masyarakat desa menjadi salah satu alternatif dalam menekan kemiskinan. Dalam Program Pemberdayaan diperlukan kerjasama dari semua stakeholder dari pemerintah, swasta dan lembaga lain. Swasta berkewajiban untuk berkontribusi terhadap lingkungan Melalui Program *Corporate Social Responsibility* salah satunya melalui pemberdayaan masyarakat. Salah satu faktor yang mendukung berhasil tidaknya program pemberdayaan adalah modal sosial, dengan modal sosial yang bagus niscaya tujuan pemberdayaan dapat secara mudah dicapai. PT.Indonesia Power telah melakukan program Corporate Social Responsibility di Kampung Alam Malon melalui Program Kampung Sentra Batik.

Dalam Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Metode kualitatif digunakan penulis ingin meneliti citra yang dihasilkan dari program kegiatan CSR. Pada penelitian ini berfokus pada kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dijalankan perusahaan yaitu program CSR yang ditujukan untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dan lingkungan dan meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa program pemberdayaan kurang maksimal dalam mensejahterakan masyarakat hal ini dikarenakan kurangnya peran *social capital bridging* dan *social capital linking* dalam pelaksanaan program pemberdayaan . hal ini mengakibatkan minat masyarakat yang tinggi diawal program menjadi relatif menurun seiring dengan berjalanya program pemberdayaan tersebut.

Kata Kunci: Pemberdayaan Masyarakat, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Modal Sosial

Pendahuluan

Kampung Alam Malon merupakan desa wisata sentra batik pewarna alam yang terletak di kelurahan Gunungpati. Kampung Alam Malon merupakan tempat sasaran program CSR dari PT.Indonesia Power Up Semarang. Pelaksanaan pemberdayaan yang dilakukan oleh PT.Indonesia Power di Kampung Alam Malon adalah dengan memberikan pelatihan dan pembinaan produksi kerajinan batik bagi warga masyarakat sekitar dengan sasaran program pemberdayaan untuk ibu rumah tangga dan orang yang belum atau tidak mempunyai pekerjaan diharapkan dengan memberikan program pemberdayaan ini masyarakat dapat mandiri secara ekonomi dan dapat mewujudkan kesejahteraan hidupnya. Berhasil atau tidaknya suatu program pemberdayaan adalah berasal dari tingkat partisipasi dan minat masyarakat terhadap program tersebut. Masyarakat yang mempunyai minat yang tinggi dan konsisten terhadap program tentu akan memperlancar program pemberdayaan tersebut, dalam program pemberdayaan juga dibutuhkan sinergitas antara Masyarakat, pemerintah dan pihak swasta agar program pemberdayaan dapat tercapai sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Peran modal sosial dalam membangun partisipasi masyarakat dalam melancarkan program pemberdayaan tentu menjadi faktor utama berhasil atau tidaknya program pemberdayaan yang dijalankan selain itu juga diperlukan peran yang optimal dari pemerintah, swasta dan lembaga swadaya pemerintah dalam mewujudkan keberhasilan program pemberdayaan.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif deskriptif. Metode kualitatif digunakan, karena bertujuan dan berusaha untuk mendapatkan pemahaman dan penafsiran yang mendalam mengenai makna, kenyataan dan fakta yang relevan terkait program pemberdayaan yang dilaksanakan serta mengetahui apa saja yang menjadi proses pemberdayaan.

Teori

a. Pemberdayaan Masyarakat

Proses dari pemberdayaan dimaknai sebagai serangkaian aktivitas atau kegiatan dan langkah – langkah yang dilakukan secara kronologis sistematis yang berupaya untuk mengubah masyarakat yang pada awalnya memiliki kemampuan yang kurang berdaya menjadi masyarakat yang lebih berdaya. Proses akan merujuk pada suatu tindakan nyata yang dilakukan secara bertahap untuk mengubah kondisi masyarakat yang lemah, yang meliputi pengetahuan, sikap, dan perilaku menuju pada penguasaan dan ketrampilan yang baik.

Pemberdayaan Masyarakat adalah upaya untuk memampukan dan memandirikan masyarakat yang dilakukan dengan upaya, seperti: *Enabling*, yaitu menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang. *Empowering*, yaitu meningkatkan kapasitas dengan memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat dan *Protecting*, yaitu melindungi kepentingan dengan mengembangkan sistem perlindungan bagi masyarakat yang menjadi subjek pengembangan

b. Modal Sosial

Modal sosial dapat dijelaskan sebagai produk relasi manusia satu sama lain, khususnya relasi yang intim dan konsisten. Modal sosial merujuk pada jaringan, norma dan

kepercayaan yang berpotensi pada produktivitas masyarakat. Modal sosial bersifat kumulatif dan bertambah dengan sendirinya. Modal sosial sebagai penampilan organisasi sosial seperti jaringan dan kepercayaan yang memfasilitasi adanya koordinasi dan kerjasama bagi keuntungan bersama. Modal sosial adalah kemampuan yang timbul dari adanya kepercayaan dalam sebuah komunitas

Bonding social capital adalah cenderung bersifat eksklusif. Apa yang menjadi karakteristik dasar yang melekat pada tipologi ini, sekaligus sebagai ciri khasnya, dalam konteks ide, relasi dan perhatian adalah lebih berorientasi ke dalam (*inward looking*) dibandingkan dengan berorientasi ke luar (*outward looking*). Ragam masyarakat yang menjadi anggota kelompok ini pada umumnya homogenius (cenderung homogen).

Modal sosial yang menjembatani atau *bridging social capital* ini biasa juga disebut bentuk modern dari suatu pengelompokan, grup, asosiasi atau masyarakat. Prinsip-prinsip pengorganisasian yang dianut didasarkan pada prinsip-prinsip universal tentang: (a) persamaan, (b) kebebasan, serta (c) nilai-nilai kemajemukan dan humanitarian (kemanusiaan, terbuka, dan mandiri).

Modal sosial yang menghubungkan (*linking social capital*) yang menjangkau orang-orang yang berbeda pada situasi berbeda seperti mereka yang sepenuhnya ada di luar komunitas, sehingga mendorong anggotanya memanfaatkan banyak sumber daya daripada yang tersedia di dalam komunitas

c. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) 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 (UU Nomor 40 tentang PT). *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan

Hasil Penelitian

Pelaksanaan Pemberdayaan di Kampung Sentra Batik Alam Malon

Program Kampung Sentra Batik Alam Malon pada awalnya kegiatan kolaborasi antara Pemerintah Kota Semarang dengan pihak Swasta yang merupakan tanggung jawab sosial perusahaan / *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh PT. Indonensia Power karena menyadari akan pentingnya pembangunan masyarakat. Model program Kampung Batik dengan menggunakan metode pemberdayaan hal tersebut dimaksudkan agar masyarakat yang menjadi subjek dari pembangunan, sehingga diharapkan tumbuh rasa tanggung jawab didalam diri masyarakat untuk mengembangkan hidup mereka ke arah yang lebih baik.

Pemberdayaan di Kampung Batik Alam Malon pada awalnya diawali dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan bagi masyarakat Kampung Alam Malon, Pelatihan tersebut dibantu oleh dua Kelompok Batik mandiri yang sudah ada di Kampung Malon yang juga sudah mempunyai segmen pasarnya sendiri pelatihan tersebut dibantu dengan pihak pemerintah Kota Semarang dan Pihak Swasta yaitu PT.Indonesia Power dan Universitas Negeri Semarang sebagai desa binaan Kampus. PT.Indonesia Power menetapkan Kampung Alam Malon sebagai lokasi CSR mereka dalam program pemberdayaan tersebut.

***Social Capital Bonding* dalam Program Pemberdayaan**

Program pemberdayaan masyarakat Kampung Batik Alam Malon melibatkan mayoritas Ibu-ibu rumah tangga, petani setempat dan masyarakat yang masih belum bekerja. Partisipasi atau keikutsertaan masyarakat dalam program pemberdayaan pada awalnya sangat tinggi hal itu ditunjukkan dengan antusias masyarakat yang tinggi dalam mengikuti pelatihan dan sosialisasi yang dilakukan oleh perusahaan bekerja sama dengan beberapa stakeholder. Masyarakat Kampung Alam Malon memiliki banyak kesamaan dalam kondisi sosial dan budayanya dari agama dan mata pencahariannya mayoritas masyarakat bekerja sebagai petani dan ibu rumah tangga, masyarakat masih menjunjung tinggi nilai nilai yang ada di tengah masyarakat seperti gotong royong, kerja bakti yang saling bekerjasama satu sama lain Karena keberlanjutan program pemberdayaan masyarakat lebih banyak mengembangkan kerjasama antar warga, hal ini tentu mempengaruhi dalam proses pemberdayaan yang dilakukan karena dengan homogenitas tentu tujuan pemberdayaan dapat dengan cepat dicapai sehingga kesejahteraan masyarakatpun akan cepat terwujud keadaan sosial Kampung Alam Malon Atas dasar homogenitas tersebut *Social Capital Bonding* yang ada di Kampung Alam Malon Kelurahan Gunungpati sudah ada masyarakat guyub rukun dan selalu bekerja sama, Bentuk *social capital bonding* dalam Pemberdayaan Masyarakat Kampung Alam Malon berupa tradisi gotong royong, pengelolaan dan pemasaran produk batik, dan kearifan lokal dalam upaya-upaya penghematan biaya membuat. Tradisi gotong royong dalam pemberdayaan masyarakat terwujud dalam Pembangunan Gapura Kampung Alam Malon, Pembuatan Taman,

pembuatan Talud dan kegiatan kerjabakti yang dilakukan seluruh masyarakat Kampung, serta saling membantu antara anggota kelompok masyarakat dalam kegiatan membatik. Wujud dalam Social Bonding tersebut terlihat dalam Partisipasi Masyarakat dalam pelaksanaan program Partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program sangat antusias di awal namun relatif berkurang di akhir program hal ini disebabkan oleh kurang maksimal peran dari Modal sosial bridging dan Modal sosial Linking yang ada sehingga tujuan dari program pemberdayaan sulit tercapai. Peran dari Pemerintah dan dari Perusahaan dinilai Kurang Maksimal dalam mempercepat program pemberdayaan.

Faktor Pengambat dan Pendorong Program Pemberdayaan

Pemberdayaan masyarakat di berbagai bidang tidak terlepas dari berbagai hambatan yang menyertainya. Hambatan yang sering muncul adalah sulitnya mensinergikan berbagai pemberdayaan itu dalam suatu program yang terpadu. Dengan memusatkan pada satu dimensi, pengembangan akan mengabaikan kekayaan diatas kehidupan manusia dan pengalaman masyarakat. Tidak ada alasan untuk mengatakan bahwa berbagai tindakan untuk memberdayakan masyarakat tidak bisa disinergikan. Pelaksanaan pemberdayaan program Kampung Sentra Batik Alam Malon, juga mengalami hambatan hambatan dalam pelaksanaannya

Hambatan pertama yang dapat diidentifikasi dari pelaksanaan pemberdayaan dalam program Kampung Batik Alam Malon adalah masih kurangnya keseriusan tanggung jawab sosial dari pihak PT.Indonensia Power upaya pemberdayaan masyarakat dalam program pemberdayaan Kampung Batik tersebut. Masih kurang

meratanya pelaksanaan program pemberdayaan ke seluruh masyarakat di lokasi menjadi penyebab kurang ketertarikan masyarakat serta masih sedikitnya bantuan alat menjadi penyebab kurang terasanya program pemberdayaan tersebut.

Hambatan kedua adalah sosialisai dan pelatihan yang dilakukan PT.Indonesia Power dalam rangka pendampingan ke masyarakat hanya sekali menjadi penghambat pelaksanaan karenan materi yang diberikan belum sepenuhnya terserap oleh masyarakat

Dalam pemberdayaan masyarakat di Kampung Alam Malon mempunyai beberapa faktor yang mempercepat proses pemberdayaan tersebut Berikut ini adalah faktor pendukung dalam Pemberdayaan masyarakat Kampung Alam Malon, sebagai berikut :

1. Potensi Yang Memadai

Kampung Alam Malon mempunyai potensi yang banyak yang bisa dikembangkan menjadi potensi wisata dan mempunyai nilai jual kepada wisatawan. Hal tersebut bisa mendatangkan keuntungan pada masyarakat setempat, tentunya potensi tersebut harus dijaga dan dilestarikan.

2. Minat Masyarakat yang tinggi

Minat masyarakat merupakan modal pokok dala pemberdayaan masyarakat. Minat masyarakat yang tinggi akan berpengaruh pada pelaksanaan pemberdayaan kedepanya , karena awal pelaksanaan pemberdayaan dimulai dari minat masyarakat itu sendiri

Minat masyarakat pada pelaksanaan menjadi faktor pendorong pemberdayaan karena dengan demikian masyarakat menganggap bahwa program yang dijalankan memberikan dampak yang bagus dalam memenuhi kehidupan masyarakat. Minat masyarakat yang tinggi akan berpengaruh dalam pelaksanaan pemberdayaan kedepannya, karena awal dari pelaksanaan pemberdayaan dimulai dari masyarakat itu sendiri

Penutup

Kesimpulan

Program pemberdayaan Kampung Batik Alam Malon kurang maksimal dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seiring dengan berjalannya waktu Program Kampung Batik tersebut mulai ditinggalkan oleh sebagian masyarakatnya karena masyarakat merasa program tersebut kurang memberikan dampak yang signifikan bagi kesejahteraan kehidupannya. Minat masyarakat yang tinggi pada awal program pemberdayaan ternyata mengalami penurunan partisipasi hal tersebut ternyata dikarenakan karena kurangnya Sosialisasi, Pembinaan dan evaluasi oleh para stakeholder terkait seperti pemerintah, pihak swasta yang mempunyai program corporate social responsibility (CSR) maupun lembaga swadaya masyarakat hal tersebut membuat masyarakat menjadi sulit berkembang yang akhirnya menjadi penyebab program pemberdayaan tersebut mengalami kesulitan dalam pengembangannya.

Partisipasi masyarakat untuk ikut serta dalam pelaksanaan pemberdayaan kurang konsisten. Antusiasme masyarakat tinggi diawal program, seiring dengan

berjalanya kampung batik partisipasi dan antusiasme masyarakat menurun. Bentuk bentuk partisipasi masyarakat yang dapat ditemukan dalam pelaksanaan program pemberdayaan kampung batik adalah dengan ikut serta dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan serta ikut study banding yang dilaksanakan oleh PT.Indonesia Power bekerja sama dengan pihak lain dalam rangka pengembangan program Kampung Batik Alam Malon.

Masyarakat Kampung Malon sangat menjunjung tinggi gotong royong dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan seperti dalam pembuatan gapura selamat datang, pembuatan talud pembuatan taman saling bekerja sama dan saling membantu dalam produksi kerajinan membatik dan pembangunan – pembangunan lain yang berkaitan dengan pengembangan program Kampung Batik Alam Malon hal ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kereteikatan satu sama lain yang terikat dalam satu nilai yang dijunjung dan disepakati bersama oleh masyarakat, hal ini menunjukkan bahwa Modal Sosial mengikat atau Social Capital Bonding yang terdapat di masyarakat Kampung Malon ini cukup baik , Modal sosial Bonding merupakan faktor utama berjalan atau tidaknya program pemberdayaan kedepan karena dengan kondisi masyarakat yang mempunyai kearifan lokal gotong royong yang baik tentu akan mempermudah dan memperlancar dari kelanjutan program pemberdayaan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan Social Capital Bonding yang cukup baik dipunyai masyarakat pada kenyataanya program pemberdayaan belum bisa memberikan dampak yang signifikan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Kampung Alam Malon, hal ini dikarenakan terkesampingnya social

capital bridging dan social capital linking yang berkembang dalam masyarakat, Peran dari para stakeholder yang masih belum konsisten membuat program pemberdayaan tidak berjalan sesuai rencana dan tujuan pemberdayaan menjadi sulit tercapai. Tentu dengan terkesampingnya modal sosial tersebut membuat pengembangan pemberdayaan menjadi terhambat dan kurang maksimal. Masyarakat yang mempunyai keinginan kuat namun kalau tidak didukung dan distimulasi dengan baik dan konsisten dengan dua aspek tersebut diatas akan mengakibatkan program pengembangan pemberdayaan menjadi lambat sehingga tujuan dari pemberdayaan tersebut sulit tercapai dan kesejahteraan masyarakat dalam meningkatkan ekonomi sulit untuk diwujudkan.

Daftar Pustaka

A.B. Susanto.2007.Corporate Social Responsibility. Jakarta : The Jakarta Consulting Group.

Indrajit, Wisnu.2014. Pemberdayaan Masyarakat dan Pembangunan : Gagasan Manajemen Pengembangan Masyarakat untuk Memutus Rantai Kemiskinan. Malang: Intrans publishing

Indradi, Sjamsiar Sjamsuddin. 2005. Kepemerintahan dan Kemitraan. Cetakan Pertama. Malang:Agritek YPN.

Mardikanto, Totok dan Poerwoko Soebianto. Pemberdayaaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik. Bandung : Alfabeta.

Kłoczko-Gajewska, A. (2013). *General characteristics of thematic villages in Poland. Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*, 2(2), 60–63. doi:10.2478/vjbsd-2013-0012.

Kloczko-Gajewska, A. (2014). *Can we treat thematic villages as social innovations? Journal of Central European Green Innovation*, 2(3), 49–59. Retrieved from <https://ideas.repec.org/a/ags/hukrgr/188135.html>.

Moleong, Lexy J. 2012. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Prijono, Onny S. dan A.M.W pranarka.1996. *Pemberdayaan: Konsep, Kebijakan dan Implementasi*. Jakarta : CSIS.

Rahman, Reza.2009. *Corporate Sosial Resposibility: Antara Teori dan Kenyataan* , Jakarta: Media Pressindo.

Rahmatullah, 2011. *Panduan Praktis Pengelolaan CSR (Corporate Sosial Responsibility)*. Yogyakarta : Samudra Biru.

Rejekiningsih, T. W. (2011). Identifikasi faktor penyebab kemiskinan di Kota Semarang dari dimensi kultural. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(1), 28–44. Retrieved from <http://journals.ums.ac.id/index.php/JEP/article/view/203>

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta

Sulistiyani, Ambar Teguh. 2004. *Kemitraan dan Model Model Pemberdayaan*, Yogyakarta: Gava Media.

Supranyo, 2010. *Corporate Sosial Responsibility, Teori dan Praktik*, Semarang: Badan Pnerbit Universitas Diponegoro Semarang.

Susanto,2009.*Reputation- Ddriven Corporate Social Responsibility*, Bandung: Esensi Erlangga Group

Tunggal, Amin Widjaja.2008. Corporate Social Responsibility (CSR). Jakarta: Harvarindo.

Winarni, Tri. 1998. Memahami Pemberdayaan Masyarakat Desa Partisipatif Dalam Orientasi Pembangunan Masyarakat Desa Menyongsong Abad 21:Menuju Pemberdayaan Pelayanan Masyarakat;Yogyakarta : Aditya Media

Peraturan Perundang- undangan.

Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

Peraturan Pemerintah No 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa