

IMPLEMENTASI AKTIVITAS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN KALLA LINES DALAM PROGRAM KESELAMATAN BERLAYAR DI PULAU LAE-LAE KOTA MAKASSAR

The Implementation Of Corporate Social Responsibility Activities At Kalla Lines Company In Salling Safethy Program On Lae-Lae Island, Makassar City

Auliyah Tenribili

aulyaatnribili@gmail.com

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

Hadawiah

hadawiah.hadawiah@umi.ac.id

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

Andi Muttaqin

andi.muttaqin@umi.ac.id

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

Abstract

A qualitative descriptive technique is employed in the research, and methods for gathering data include interviews, observation, and documentation. The Wisma Kalla Building and Lae-lae Island were the sites of this investigation throughout its one-month duration. The planning, execution, evaluation, and reporting stages of the CSR program have all been completed by the Kalla Lines firm, according to the study findings from that program's implementation. The results of the research from the implementation of the CSR program, namely the implementation of the four stages carried out by the Kalla Lines company, have been carried out, including the planning, implementation, evaluation, and reporting stages. In addition, there is the application of the Triple Bottom Line concept by the company in improving its image and providing space for stakeholders. As for the communication pattern that exists between Kalla Lines companies, namely the CSR program implementing committee as a communicator in conveying messages by saying information regarding facilities and infrastructure in the implementation of the CSR program, which will be carried out through direct and indirect communication, In this case, direct communication is visiting the implementation site and indirectly using a smart phone to contact the coordinator of the Lae-lae island community, Dg.H.Bahar. As a result, the community can well accept the concept of implementing CSR and is willing to provide facilities and infrastructure to make it easier for companies to carry out programs.

Keywords: *Implementation, Corporate Social Responsibility, Kalla Lines*

Abstrak

CSR adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan pada dunia usaha atau industri sebagai rasa tanggung jawab yang ditunjukkan untuk social maupun lingkungan sekitar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi aktivitas *corporate social responsibility* pada perusahaan Kalla Lines dalam program keselamatan berlayar di Pulau Lae-lae Kota Makassar. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini berlangsung selama satu bulan di Gedung Wisma Kalla dan pulau lae-lae. Hasil penelitian dari implementasi program CSR yaitu penerapan empat tahapan yang dilakukan perusahaan Kalla Lines telah dilakukan diantaranya tahap perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan. Selain itu adanya penerapan konsep *Triple Bottom Line* yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan citra dan memberi ruang kepada pemangku kepentingan. Adapun pada pola komunikasi yang terjalin antara perusahaan Kalla Lines yaitu panitia pelaksana program CSR sebagai

komunikator dalam menyampaikan pesan dengan mengatakan informasi terkait sarana dan prasarana dalam pelaksanaan program CSR yang akan dilakukan dengan melalui komunikasi langsung dan tidak langsung. Dalam hal ini komunikasi langsung yaitu berkunjung ke lokasi pelaksanaan dan tidak langsung menggunakan telepon pintar untuk menghubungi koordinator dari masyarakat pulau Lae-lae Dg.H.Bahar. Akibatnya yaitu masyarakat dapat menerima dengan baik konsep pelaksanaan CSR dan bersedia untuk menyediakan sarana dan prasarana agar lebih memudahkan perusahaan dalam melakukan program.

Kata kunci: Implementasi, *Corporate Social Responsibility*, Kalla Lines

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia yang mempunyai lebih dari 2.300 pulau berpenghuni salah satunya yaitu pulau Lae-lae yang merupakan pulau peninggalan Jepang yang berada sekitar 1,5 km di wilayah bagian barat kota Makassar di Sulawesi Selatan dengan luas sekitar 6,5 ha. Menurut catatan, Pulau Lae-lae memiliki jumlah penduduk kurang lebih 2000 jiwa dan sekitar 400-an keluarga nelayan dan pelaut. Pengangkutan orang memakai perahu motor penyeberangan sudah ada sejak dulu tidak terkecuali di Makassar. Transportasi penyeberangan antar pulau di Indonesia menjadi sangat krusial guna menopang kehidupan masyarakat.

Keselamatan dalam berlayar ialah permasalahan dan tanggung jawab bersama yang harus ditanggulangi oleh seluruh pihak terutama untuk mereka yang berkecimpung pada dunia penyeberangan antar pulau, hal tersebut tentu memberi dampak yang sangat besar khususnya dalam permasalahan keselamatan jiwa di laut dan kapal serta muatannya yang sangat memberikan pengaruh terhadap kepercayaan para pengguna jasa transportasi laut.

Kalla Lines sebagai perusahaan yang bergerak pada bidang jasa transportasi. Khususnya transportasi laut. Mempunyai kewajiban etis dan legal dalam melaksanakan kegiatan peningkatan kualitas masyarakat sekitar perusahaan. Kegiatan operasional terdapat beberapa jalur transportasi laut yang dilalui kapal-kapal milik perusahaan Kalla Lines. Salah satu wilayah yang paling dekat dengan jarak sekitar 2,0 km dari lingkup kerja/operasional perusahaan Kalla Lines adalah Pulau Lae-Lae. Di mana pulau Lae-Lae sendiri adalah bagian dari Kepulauan Spermonde yang terdiri dari gugusan pulau.

Hal ini berawal dari keprihatinan perusahaan Kalla lines yang melihat masyarakat pulau Lae-lae tidak menaati aturan dalam mengendarai perahu motor dengan tidak menggunakan jaket pelampung sebagai alat keselamatan dalam berlayar. Masyarakat yang dimaksud yaitu para pelaut perahu motor yang dimana mata pencahariaan mereka adalah pengantaran penumpang menyeberang pulau. Pelaut perahu motor tentunya wajib memberikan contoh kepada penumpang dan mampu menyediakan alat keselamatan di dalam booth perahu guna menghindari kecelakaan laut.

Pentingnya menjaga keselamatan di atas kapal dapat mengantisipasi terjadinya bahaya maka perlu disiapkan barang keselamatan yang bisa dipakai secepat mungkin. Jaket penolong ataupun yang dikenal *life jacket* termasuk dari salah satu perlengkapan keselamatan di air yang mana fungsinya guna menjaga seseorang supaya tetap mengambang di air sehingga menghindari terjadinya bahaya tenggelam. Hal ini menjadi salah satu alasan adanya program CSR yang dilaksanakan perusahaan Kalla Lines yaitu mewujudkan keselamatan berlayar dan wisata bahari bagi warga pulau lae-lae yang berhubungan erat dengan kegiatan berlayar. Program tersebut sangat tepat, relevan dan sesuai kebutuhan masyarakat pulau lae-lae.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti menarik rumusan masalah yang akan di teliti yaitu :

1. Bagaimanakah implementasi aktivitas CSR dalam program keselamatan berlayar di Pulau Lae-lae Kota Makassar?
2. Bagaimanakah pola komunikasi perusahaan Kalla Lines dalam program keselamatan berlayar di Pulau Lae-lae?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui implementasi CSR dalam program keselamatan berlayar di pulau Lae-lae Kota Makassar.
2. Untuk mengetahui pola komunikasi perusahaan Kalla Lines dalam program keselamatan berlayar di Pulau Lae-lae.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan peneliti mengenai program *corporate social responsibility*.
2. Manfaat Praktis
Diharapkan hasil penelitian ini mampu menjadi bahan acuan bagi perusahaan Kalla Lines dalam menjalankan program CSR.

TINJAUAN PUSTAKA

Implementasi

Browne dan Wildavsky menyampaikan bahwa implementasi ialah perluasan kegiatan yang saling menyesuaikan. Implementasi bermuara kepada aktivitas, terdapatnya aksi, tindakan ataupun mekanisme sebuah sistem. Implementasi bukan sekadar aktivitas, namun sebuah kegiatan yang terencana serta dilaksanakan dengan sungguh-sungguh berlandaskan acuan norma tertentu guna mencapai tujuan kegiatan¹.

Bentuk implementasi dari program CSR (*Corporate Social Responsibility*) tidak hanya berupa sejumlah bantuan yang sifatnya jangka pendek misalnya bantuan perayaan sejumlah hari besar nasional, bantuan pembangunan jalan ataupun bantuan pembangunan sarana ibadah, namun berupa program pemberdayaan masyarakat yang dalam jangka waktu yang panjang bisa memberi perubahan kesejahteraan warga misalnya pemberian beasiswa, pembuatan koperasi simpan pinjam dan program orang tua asuh untuk UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) serta yang lain sebagainya².

Implementasi kebijakan berkaitan terhadap tiga hal yakni a) terdapatnya tujuan ataupun sasaran kebijakan; b) terdapatnya kegiatan ataupun aktivitas pencapaian tujuan; serta c) terdapatnya hasil kegiatan. Pada prinsipnya implementasi kebijakan ialah cara supaya suatu kebijakan bisa mencapai tujuannya, tidak lebih serta tidak kurang, guna melaksanakan pengimplementasian kebijakan publik terdapat dua pilihan langkah yakni langsung mengimplementasikan dalam wujud program ataupun lewat formulasi kebijakan derivat ataupun turunan dari kebijakan publik tersebut.

Corporate Social Responsibility

1. Pengertian CSR

CSR (*Corporate Social Responsibility*) ialah komitmen perusahaan ataupun dunia bisnis untuk berkontribusi pada pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab social perusahaan dan menitikberatkan kepada keseimbangan diantara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial serta lingkungan. CSR

¹ Nurdin, et. Al. 2002. Guru professional dan implementasi kurikulum. Jakarta: Ciputat Pers. Hal.70.

² Badroen, D. F., Suhendra, Mufraen, M. A., & Bashori, A. D. (2006). Etika Bisnis dalam Islam. Jakarta: Kencana. Hal.92.

secara konseptual ialah suatu pendekatan dimana perusahaan melakukan pengintegrasian kepedulian social pada operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka terhadap *stakeholders* (para pemangku kepentingan) berlandaskan prinsip kesukarelaan serta kemitraan³.

Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap para pemangku kepentingan agar berlaku etis, memaksimalkan dampak positif maupun meminimalkan dampak negatif yang tidak lagi dihadapkan terhadap tanggung jawab yang berpijak kepada *single bottom line* dalam bentuk ekonomi ataupun nilai perusahaan saja, namun pula berpijak kepada *triple bottom line* yakni tanggung jawab kepada permasalahan sosial serta lingkungan.

2. Konsep CSR

Triple bottom line dijadikan sebagai konsep bisnis berkelanjutan yang melakukan pengukuran terhadap nilai kesuksesan suatu perusahaan memakai tiga kriteria yakni *people, planet dan profit*. Tiga prinsip dasar yang disebut 3P yang diterangkan pada buku “Membedah Konsep dan Aplikasi CSR” yaitu sebagai berikut⁴ :

1. *Profit* (Keuntungan) ialah tambahan pendapatan perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan itu.
2. *People* (Masyarakat Pemangku Kepentingan) ialah perusahaan mempengaruhi dan membawa keuntungan bagi pekerja, buruh, dan masyarakat.
3. *Planet* (Lingkungan Hidup) ialah menjaga kelestarian lingkungan dan menghindari dampak buruk yang dapat merusak.

3. Jenis-Jenis CSR

Kotler dan Lee melakukan pembagian kegiatan CSR dalam enam kategori yaitu⁵ :

- a. *Cause Promotions*, yakni sebuah wujud perusahaan yang mengarahkan promosi maupun dananya guna melakukan pengembangan terhadap perhatian warganya atas isu sosial guna mendukung serta berpartisipasi dengan sukarela.
- b. *Cause-Related Marketing*, yakni sebuah wujud komitmen perusahaan supaya bisa menyisihkan sejumlah persentase tertentu dari total pendapatannya untuk donasi untuk kegiatan amal yang bisa memberikan peningkatan terhadap pemasaran.
- c. *Corporate Social Marketing* yakni sebuah wujud CSR yang mempunyai tujuan untuk bisa melakukan perubahan terhadap perilaku warga supaya memberi peningkatan atas keselamatan publik, menjaga kelestarian alam lewat kampanye yang dilaksanakan oleh sebuah perusahaan.
- d. *Corporate Philanthropy* yakni pemberian kontribusi secara langsung yang dilaksanakan oleh perusahaan terhadap masyarakat tertentu yang memerlukan dalam bentuk pemberian beasiswa, uang tunai, dan pelayanan secara cuma-cuma.
- e. *Community Volunteering* yakni sebuah kegiatan perusahaan untuk memberikan dukungan kepada karyawan, rekan pedagang eceran ataupun sejumlah pemegang franchise untuk bisa meluangkan waktu mereka dengan sukarela membantu beberapa organisasi masyarakat local.
- f. *Socially Responsible Business Practice* yakni sebuah kegiatan bisnis perusahaan yang yang dilakukan pengaturan oleh hukum dan melangsungkan investasi yang

³ Suharto , E. 2008. “Corporate Social Responsibility: Perspektif Ilmu Sosial”, makalah yang disampaikan pada seminar sehari Corporate Social Responsibility.Hal.103.

⁴ Wibisono Y. 2007. Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility). Gresik: Fascho Publishing .Hal.32.

⁵ Kotler, P., & Nance, L. 2005. Corporate Social Responsibility: Doing The Most good for Your Company and Your Cause: John Wiley & Sons Inc.

mendukung aktivitas sosial guna memberikan peningkatan terhadap kesejahteraan komunitas masyarakat.

4. Model Pelaksanaan CSR

Di Indonesia, pelaksanaan CSR sebagaimana yang diterangkan oleh Saidi Abidin ada empat pola yang secara umum diimplementasikan perusahaan untuk menjalankan CSR. Keempat hal itu diterangkan seperti berikut⁶ :

1. Keterlibatan langsung ialah melaksanakan sendiri kegiatan sosial ataupun menyerahkan sumbangan terhadap warga tanpa perantara
2. Lewat yayasan ataupun organisasi sosial perusahaan ialah pendirian yayasan sendiri di bawah perusahaan ataupun grupnya.
3. Bermitra terhadap pihak lainnya ialah lewat kerja sama terhadap lembaga sosial atau organisasi non pemerintah (NGO/LSM), instansi pemerintah, universitas ataupun media massa untuk menjalankan kegiatan sosial.
4. Mendukung ataupun bergabung pada sebuah konsorsium ialah Perusahaan ikut mendirikan, menjadi anggota ataupun pendukung sebuah lembaga sosial yang didirikan yang bertujuan sosial tertentu.

Teori Pendukung

1. Teori Implementasi

Teori ini diperkenalkan oleh Wibisono yang berpandangan bahwa pada umumnya, perusahaan menerapkan CSR dengan menggunakan 4 tahapan yaitu perencanaan (*Awareness building, CSR assessment, CSR manual building*), pelaksanaan (*organizing, staffing, directing, controlling, evaluating*), evaluasi, dan pelaporan.

2. Teori Stakeholder

Teori ini diperkenalkan oleh Robbins & Coulter yang mengemukakan bahwa beberapa pihak tersebut bisa mencakup atas investor maupun non investor misalnya pegawai, pemasok, pelanggan, warga sekitar serta pemerintah.

3. Teori Komunikasi Lasswell

Teori ini diperkenalkan oleh Harold Lasswell yang ditekankan pada model komunikasi yang terdiri dari siapa? (who?), berbicara apa? (Say what?), di dalam saluran apa? (in which channel?), ditujukan untuk siapa? (to whom?), dan apa pengaruhnya? (what that effect?)

METODOLOGI

Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Peneliti memilih desain penelitian deskriptif kualitatif bertujuan mendeskripsikan keadaan yang akan diamati di lapangan secara spesifik, transparan, dan mendalam terkait implementasi aktivitas CSR pada perusahaan Kalla Lines dalam program keselamatan berlayar di pulau Lae-lae.

Waktu dan Tempat Penelitian

Jangka waktu penelitian ini dimulai pada bulan Februari sampai dengan bulan Maret 2022. Penelitian ini berlokasi di Gedung Wisma Kalla Jalan Dr. Sam. Ratulangi No.8-10 dan Pulau Lae-lae Kota Makassar

Informan Penelitian

Informan penelitian ialah orang-orang yang terlibat langsung dalam pelaksanaan program CSR dan dianggap mengetahui dan mampu memberikan informasi diantaranya Muhammad

⁶ Saidi, Z., & Abidin, H. (2004). Wacana dan Praktek Kederawatan Sosial di Indonesia. Jakarta: Piramedia.Hal.64-65.

Naim (Chief Operation Officer), Meilani Dwi Astuti (Assistant Manager Quality Assurance), Hermayanto (Assistant Manager Admin Operation), Mustaqim Akram (Senior Staff HCBP, GA, HSE & Inderct Purchasing), Rafiquah Djamil (CSR & External Relation Departement Kalla Group, Dg. H. Baharuddin (Service Kalla Lines), serta para pelaut Dg. Lawa, Maraung Dg. Rate, Dg. Sempo, Iwan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ada 3 yaitu wawancara dengan memberikan pertanyaan secara lebih bebas dan fleksibel, tanpa terkait susunan pertanyaan yang telah dipersiapkan. Namun, peneliti juga menyiapkan pertanyaan yang biasanya muncul secara spontan sesuai dengan perkembangan situasi wawancara, Observasi melalui pengamatan peneliti merekam/mencatat dengan cara terstruktur maupun semi struktur aktivitas-aktivitas di lokasi penelitian, dan Dokumentasi yang dapat berupa foto-foto atau gambar-gambar terkait aktivitas program CSR, serta membantu dalam memperoleh data dan informasi yang lebih lengkap.

Teknik Analisis Data

Model analisis data yang digunakan pada penelitian ini ialah analisis deskriptif dengan menggambarkan keadaan subjek/objek penelitian secara skematis, proses analisis data menggunakan tiga langkah yaitu Menganalisis implementasi program CSR perusahaan Kalla Lines dalam program keselamatan berlayar di pulau Lae-lae Kota Makassar, mengumpulkan data secara sistematis dari hasil wawancara dan observasi melalui pengamatan langsung terhadap suatu objek, membuat kesimpulan dari permasalahan yang telah diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi aktivitas CSR dalam program keselamatan berlayar di pulau Lae-lae Kota Makassar

Implementasi dapat dimaksudkan sebagai suatu aktivitas yang berkaitan dengan penyelesaian suatu pekerjaan dengan penggunaan sarana (alat) untuk memperoleh hasil dari tujuan yang diinginkan. Dalam hal ini proses implementasi menjadi suatu tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang digariskan dalam keputusan kebijakan. Tindakan tersebut merupakan aksi-aksi kebijakan di dalam kurung waktu tertentu yang menjadi proses, suatu keluaran (*output*) dan juga suatu dampak (*outcome*). Hal ini menunjukkan bahwasannya implementasi merupakan salah satu variable penting yang berpengaruh terhadap keberhasilan suatu kebijakan dalam memecahkan masalah atau persoalan.

Menurut Wibisono ada 4 (empat) tahapan yang harus dilakukan dalam implementasi CSR yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, tahap evaluasi, dan tahap pelaporan.

1. Tahap perencanaan

Pada tahap ini perusahaan Kalla Lines merencanakan suatu program dengan tiga langkah antara lain:

- 1) *Awareness building* yaitu menggunakan suatu logo bersama antara perusahaan Kalla Lines dan Yayasan Hadji Kalla pada bantuan jaket pelampung yang berfungsi sebagai identitas visual yang mencerminkan jiwa perusahaan. Hal ini termasuk jenis *corporate social marketing* dimana wujud CSR yang mempunyai tujuan untuk melakukan perubahan terhadap perilaku seseorang dengan upaya peningkatan atas keselamatan dan kesejahteraan melalui kampanye.
- 2) *CSR Assessment* yaitu mengidentifikasi masalah melalui tinjauan secara langsung bahwa kurangnya perhatian para pelaut perahu motor terhadap keselamatan berlayar tanpa menggunakan alat apung. Melihat dari hal tersebut perusahaan mengambil keputusan menjalankan aktivitas CSR guna memberikan solusi dan manfaat. Namun, mengingat

adanya implikasi SDM dan anggaran yang dimiliki perusahaan dalam menyediakan alat bantu apung yang menyebabkan keterbatasan pemberian jaket pelampung.

- 3) *CSR manual building* yaitu perusahaan Kalla Lines melakukan peninjauan dari program CSR yang telah dilaksanakan oleh Kalla group untuk dijadikan sebagai pedoman pelaksanaan CSR.

2. Tahap pelaksanaan

Dalam memulai suatu aktivitas CSR, pada dasarnya ada beberapa hal yang perlu diperhatikan sesuai dengan istilah manajemen populer diantaranya:

- 1) Pengorganisasian (*organizing*) yaitu sumber daya yang diperlukan pada aktivitas CSR perusahaan Kalla Lines tentunya telah diatur sesuai dengan perencanaan yang menghadirkan perwakilan dari pihak Narasumber dan tamu undangan. Dengan total SDM kurang lebih 20 orang telah menghadiri dan mengikuti program.
- 2) Penyusunan (*staffing*) yaitu penempatan orang sesuai dengan tugas dan pekerjaan mulai dari Basarnas yang memiliki tugas pokok melaksanakan pembinaan, pengkoordinasian dan pengendalian SAR, Syahbandar sebagai pejabat pemerintah yang memiliki kewenangan tertinggi dalam menjamin keselamatan pelayaran, Yayasan Hadji Kalla yang berfungsi untuk mengotrol aktivitas sosial yang dilaksanakan perusahaan.
- 3) Pengarahan (*directing*) yaitu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam melaksanakan program. Dalam proses kegiatan tentunya pihak pelaksana mempunyai coordinator pengelola yang bertugas mengarahkan pemberian bantuan jaket pelampung melalui panitia dan service Kalla Lines.
- 4) Pengawasan (*controlling*) yaitu memastikan hasil aktual sesuai perencanaan. Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa pihak yang terlibat mengukur keberhasilan pelaksanaan program CSR sudah bagus dan sesuai rencana. Antusias masyarakat sangat tinggi, animo yang kuat, rasa ingin tahu yang besar.
- 5) Penilaian (*evaluating*) yaitu tingkat pencapaian tujuan dari perencanaan kurang lebih 80% mengingat adanya beberapa hambatan yang membuat keterlambatan proses pelaksanaan program CSR.

3. Tahap Evaluasi

Mengukur sejauh mana efektivitas penerapan CSR yang telah dilaksanakan oleh perusahaan Kalla Lines dapat dikatakan sudah cukup baik. Dengan melalui proses evaluasi yang dijalankan secara formal sebulan sekali, dengan melakukan komunikasi dengan pihak yang diberi tanggungjawab untuk memantau dan mengotrol pemberian jaket pelampung. Sesuai hasil wawancara dan observasi dari beberapa penerima bantuan jaket pelampung yaitu sekitar 80% pelaut perahu motor menggunakan dan terus membawa bantuan tersebut dan 30% hanya menyimpan dan mengamankan di rumah dengan alasan menggunakan pelampung yang lama. Hal ini dapat menjadi bahan evaluasi dan perbaikan dalam melaksanakan program CSR.

4. Tahap Pelaporan

Dalam membangun sistem informasi material dan relevan bagi perusahaan tentunya membutuhkan analisis dalam membangun program berkelanjutan. Pada tahap ini perusahaan Kalla Lines membuat Laporan Pertanggung jawaban yang berisikan dokumen tertulis dan dokumentasi seputar pelaksanaan kegiatan kemudian diserahkan kepada pihak Yayasan Hadji Kalla sebagai penanggungjawab dalam program CSR setelah itu diserahkan ke holding Kalla Group.

Selain dari tahap implementasi pelaksanaan CSR juga terdapat konsep *Triple Bottom Line* yang merupakan suatu konsep bisnis berkelanjutan yang mengukur nilai kesuksesan sebuah perusahaan menggunakan tiga kriteria, yaitu *people, planet, profit*.

- Aspek *profit* dilakukan dengan memperhatikan laba yang diperoleh dari operasional perusahaan. Terbukti bahwa Kalla Lines dapat menyisihkan 1% profitnya untuk pelaksanaan program CSR. Terdapat pula program *referral code* yang berfungsi sebagai *revenue* perusahaan tambahan. Program termasuk strategi marketing yang dilakukan melalui *word of mouth* guna mendapatkan konsumen baru.
- Aspek *people* dalam lingkup social perusahaan adanya pemberian hak-hak karyawan dengan menyediakan fasilitas transportasi, fasilitas kerja, dan fasilitas kesehatan. Dalam hal ini SDM merupakan asset penting dan sangat berharga dalam kegiatan operasional perusahaan melalui pikiran dan tenaga manusia. Selain itu kegiatan social diluar perusahaan yaitu adanya bantuan jaket pelampung yang diberikan kepada masyarakat yang dapat berfungsi dalam menciptakan manfaat bersama dan menjalin hubungan dengan pemangku kepentingan.
- Aspek *planet* yang dilakukan perusahaan kalla lines yaitu penanaman 70.000 pohon diantaranya aksi Mangrove lestari 32.000 pohon dan Aksi hutan lestari 38.000 pohon dengan berfungsi untuk membantu proses pengendapan lumpur yang berhubungan erat dengan penghilangan racun dan unsur hara air karena bahan-bahan partikel lumpur.

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada *profit* tetapi juga mampu mengimplementasikan pada aspek *people* dan *planet* yang dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung kepada perusahaan. Berkaitan dengan teori stakeholder yaitu penerapan konsep tersebut tentunya karyawan akan lebih loyal dan puas kepada perusahaan yang menunjukkan komitmennya terhadap kegiatan CSR. Mampu meningkatkan reputasi perusahaan dimana citra perusahaan akan kepedulian masyarakat dan lingkungan. Terpenuhinya tanggung jawab sosial dan lingkungan akan lebih memudahkan tercapainya pembangunan berkelanjutan.

2. Pola komunikasi perusahaan Kalla Lines dalam program keselamatan berlayar di Pulau Lae-lae

Dalam implementasi program CSR tidak terlepas dari adanya aktivitas komunikasi yang dijadikan sebagai salah satu jaringan tempat mengalirnya informasi. Maka isi komunikasi berisi instruksi, pentintah untuk dikerjakan atau tidak dikerjakan dan informasi yang berisi laporan, pertanyaan, permohonan.

Pada aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan Kalla Lines yaitu mampu menjalin komunikasi kepada masyarakat untuk memberikan perhatian dalam memahami mereka agar perusahaan bisa menjauh dari tindakan negatif yang tidak diinginkan oleh masyarakat, maka perusahaan perlu menyesuaikan diri dengan masyarakat setempat dan mengetahui problematika atas keberadaan perusahaan serta tanggungjawab perusahaan untuk hal tersebut.

Proses aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan Kalla Lines yaitu mampu melaksanakan kegiatan CSR sesuai kehendak yang diinginkan walaupun terdapat beberapa kendala. Pihak perusahaan menjalin komunikasi yang efektif melalui komunikasi langsung dengan berkunjung ke lokasi dan menngontrol perkembangan pemberian jaket pelampung. Meskipun kendala dalam menyampaikan informasi terhambat karena adanya gangguan jaringan tetapi hal tersebut dapat diatasi oleh pihak perusahaan dengan mempunyai perantara dalam memberikan informasi.

Hubungan antara pihak perusahaan dan masyarakat mampu menumbuhkan proses komunikasi yang tidaklah mudah. Dimana kendala jaringan sangat sulit untuk didapatkan di suatu pulau. Hal ini membuat pihak perusahaan kesulitan dalam menyampaikan pesan kepada

masyarakat pulau Lae-lae. Maka perusahaan menggunakan perantara dalam memberikan informasi agar lebih memudahkan menjalin suatu hubungan.

Adapun pola komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan Kalla Lines yaitu pola komunikasi sekunder. Mustaqim Akram sebagai komunikator dalam menyampaikan pesan dengan mengatakan informasi terkait sarana dan prasarana dalam pelaksanaan program CSR yang akan dilakukan dengan melalui komunikasi langsung dan tidak langsung. Dalam hal ini komunikasi langsung yaitu berkunjung ke lokasi pelaksanaan dan tidak langsung menggunakan telepon pintar untuk menghubungi koordinator dari masyarakat pulau Lae-lae Dg.H.Bahar. Akibatnya yaitu masyarakat dapat menerima dengan baik konsep pelaksanaan CSR dan bersedia untuk menyediakan sarana dan prasarana agar lebih memudahkan perusahaan dalam melakukan program.

PENUTUP

Implementasi aktivitas corporate social responsibility yang dilakukan oleh Kalla Lines dalam program keselamatan berlayar di Pulau Lae-lae tentunya dilaksanakan berdasarkan pada 4 aspek diantaranya perencanaan dengan menerapkan *Awareness building*, *CSR Assessment*, *CSR manual building*. Tahapan pelaksanaan terdapat pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, pengawasan, penilaian. Tahapan evaluasi yang dilakukan secara formal sebulan sekali dengan menggunakan penanggungjawab lapangan. Tahap pelaporan dengan membuat laporan pertanggungjawaban yang berisi dokumen tertulis dan dokumentasi pelaksanaan.

Pola komunikasi dilakukan oleh perusahaan Kalla Lines yaitu mampu melaksanakan kegiatan CSR berdasarkan pola komunikasi sekunder dengan menyediakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikasi dan akan memberikan dampak bagi pelaksanaan program CSR. Malaupun terdapat beberapa kendala dimana adanya gangguan jaringan yang membuat pihak perusahaan memilih berkunjung langsung ke lokasi pelaksanaan program CSR agar menghindari terjadi miss-komunikasi bersama masyarakat pulau lae-lae.

REFERENSI

- Badroen, D. F., Suhendra, Mufraen, M. A., & Bashori, A. D. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.Hal.92.
- Kotler, P., & Nance, L. 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing The mostgood for Your Company and Your Cause: John Wiley & Sons Inc.*
- Nurdin, et. Al. 2002. *Guru professional dan implementasi kurikulum*. Jakarta: Ciputat Pers.Hal.70.
- Saidi, Z., & Abidin, H. (2004). *Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*. Jakarta: Piramedia.Hal.64-65.
- Suharto , E. 2008. “Corporate Social Responsibility: Perspektif Ilmu Sosial”, makalah yang disampaikan pada seminar sehari Corporate Social Responsibility.Hal.103.
- Wibisono Y. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Gresik: Fascho Publishing