

Strategi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Program Alokasi “Bedah Rumah” Untuk Meningkatkan Citra Pada Perusahaan PT Semen Tonasa Pangkep

Strategy CSR In “House Renovation” Program For Improving The Image Of PT Semen Tonasa Pangkep

Oleh Andi Asmi Izzaty

asmieizzaty7@gmail.com

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

Ahdan.S

Ahdan.s@umi.ac.id

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

Andi Muttaqin

andi.muttaqin@umi.ac.id

Ilmu Komunikasi, Universitas Muslim Indonesia

Abstract

The purpose of this research is determine the Corporate Social Responsibility (CSR) strategy in the home renovation allocation program to improve the image of the company PT Semen Tonasa Pangkep, and determine the implementation of CSR to improve the image of a company. The method used in this research is descriptive qualitative. Using Interview, Observation, and Documentation methods. This research lasted for approximately one month located at PT Semen Tonasa Pangkep. The research informants from Corporate Social Responsibility (CSR) unit and staff of PT Semen Tonasa Pangkep and also the people who received assistance from the house renovation program. The results of this study indicate that the Corporate Social Responsibility (CSR) strategy in the home renovation program is to improve the image of the PT Semen Tonasa Pangkep company, namely using Bottom Up through LCO or village forums by providing proposals to the company to be approved by the company. And the impact of the implementation of the Corporate Social Responsibility (CSR) program is a positive impact on the companys image through the community.

Keywords: Strategy, CSR, home renovation, image, PT Semen Tonasa Pangkep

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam program alokasi bedah rumah untuk meningkatkan citra pada perusahaan PT Semen Tonasa Pangkep, dan mengetahui pelaksanaan CSR terhadap peningkatan citra sebuah perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif Deskriptif. Menggunakan Metode Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi. Penelitian ini berlangsung selama kurang lebih satu bulan berlokasi di PT Semen Tonasa Pangkep. Adapun informan penelitian adalah pihak *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Semen Tonasa dan juga masyarakat yang mendapatkan bantuan program bedah rumah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam program alokasi bedah rumah untuk meningkatkan citra pada perusahaan PT Semen Tonasa Pangkep, yaitu menggunakan Bottom Up melalui LCO atau forum Desa dengan memberikan proposal kepada perusahaan agar disetujui oleh perusahaan. Dan dampak dari pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu berdampak positif pada citra perusahaan melalui masyarakat.

Kata Kunci: Stategi, CSR, Bedah Rumah, Citra, PT Semen Tonasa

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan suatu perusahaan tidak dapat dipisahkan dari masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Perusahaan dan masyarakat adalah simbiosis mutualisme (saling memberi dan menguntungkan), kontribusi dan harmonisasi mereka akan menentukan masa depan bangsa. Hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan berbagai kalangan masyarakat dan masyarakat perlu dijaga dan dipelihara agar dapat menciptakan pengaruh positif (*Good Image*) bagi perusahaan.

PT Semen Tonasa merupakan perusahaan persemenan terbesar di kawasan Indonesia Timur, saat ini PT Semen Tonasa memiliki 5 unit pabrik namun hanya ada 4 yang beroperasi yaitu tonasa, II, III, IV, dan V yang berada di Desa Biring Ere Kecamatan Bungoro Pangkep. Perusahaan BUMN ini dengan identitas “Kokoh, Kuat, dan Terpercaya” telah berdiri sejak tahun 1968 dan saat ini di pimpin oleh direktur utama Mufti Arimurti. Setiap BUMN memiliki tiga misi penting yang saling terkait yakni misi sebagai unit ekonomi, sebagai stabilisator dan sebagai *agent of development* yang membantu percepatan pembangunan di daerah guna mengentaskan kemiskinan. Keuntungan dan kondisi pasar yang stabil dapat memudahkan BUMN untuk membantu pembangunan di daerah tempat BUMN itu beroperasi dan menciptakan hubungan baik dengan komunitas dan masyarakat local. (Rahmayanti, 2014 : 94).

Tanggung jawab perusahaan terhadap kepentingan public dapat diwujudkan melalui pelaksanaan program – program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berkelanjutan dan menyentuh langsung aspek – aspek kehidupan masyarakat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia telah mengalami perkembangan pesat, dimana sudah menjadi unsur penting bagi perusahaan dalam menjamin keberlanjutan bisnisnya, maupun bagi pemangku kepentingan lain sebagai bentuk tanggung jawab atas sebuah dampak operasional.

Begitupula dengan PT Semen Tonasa yang merupakan BUMN (Badan Umum Milik Negara) yang didirikan berdasarkan TAP MPRS No.II/MPRS/1960, dalam menjalankan program – program *Corporate Social Responsibility* (CSR) membutuhkan strategi yang baik dan benar agar tercapai tujuan yang diinginkan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep yang menunjukkan bentuk perhatian dan kepedulian serta tanggung jawab organisasi perusahaan terhadap lingkungan dan social masyarakat dalam segala aspek operasional perusahaan. Hal ini menuntut bagaimana perusahaan dalam praktiknya tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga harus peduli terhadap lingkungan dan masyarakat. (Muhtar, 2012 : 3).

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi program kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar, yang diakibatkan oleh operasi perusahaan sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawab akan lingkungan agar masyarakat sekitar pabrik tidak merasakan kerugian akibat adanya perusahaan tersebut.

Konsep Citra

Citra (*image*) merupakan seluruh total persepsi terhadap suatu objek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber disetiap waktu. Konsep citra dari beberapa ahli seperti Webster (1993) yang mendefinisikan citra sebagai gambaran mental atau konsep tentang sesuatu.

Kemudian Kotler (1995) secara lebih rinci mendefinisikan citra sebagai jumlah dari keyakinan – keyakinan, gambaran – gambaran, dan kesan – kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Objek yang dimaksud adalah orang, organisasi, kelompok orang, atau lainnya yang ia ketahui.

Dari penjelasan diatas, dapat dilihat bahwa citra itu ada, tapi tidak nyata atau tidak bisa digambarkan secara fisik, karena citra hanya ada dalam pikiran. Walaupun demikian bukan berarti citra tidak dapat diketahui, diukur, dan diubah. Penelitian mengenai citra perusahaan, telah membuktikan bahwa citra dapat diukur, dan di ubah, meskipun perubahan citra relatif lambat. Dengan kata lain, suatu citra akan bertahan cukup permanen pada kurun waktu tertentu. (Sutisna 2002).

Bedah Rumah

Program bedah rumah adalah pembangunan rumah atau perumahan yang dibangun atas prakarsa dan upaya masyarakat, baik secara sendiri atau berkelompok, yang meliputi perbaikan, pemugaran atau perluasan, dan pembangunan rumah baru beserta lingkungan. Program bedah rumah bertujuan untuk membantu Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) dalam membangun rumah layak huni untuk mensejahterakan masyarakat.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dibuat rumusan masalah yaitu sebagai berikut

1. Bagaimana pengaruh strategi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam program alokasi “Bedah Rumah” untuk meningkatkan citra pada program PT Semen Tonasa?
2. Apakah faktor pendukung dan penghambat yang dialami PT Semen Tonasa dalam program alokasi “Bedah Rumah” untuk meningkatkan citra perusahaan?

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam program alokasi “Bedah Rumah” untuk meningkatkan citra pada program PT Semen Tonasa.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang dialami PT Semen Tonasa dalam program alokasi “Bedah Rumah” untuk meningkatkan citra perusahaan.

MANFAAT PENELITIAN

1. Secara Akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dalam kajian ilmu komunikasi.
2. Secara Praktis, Hasil penelitian ini di harapkan jadi bahan masukan, pemikiran, dan dapat memberikan kontribusi yang positif bagi peneliti komunikasi yang lain yang mengambil penelitian tentang “Strategi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam pelaksanaan alokasi “Bedah Rumah” untuk meningkatkan citra pada perusahaan. PT Semen Tonasa Pangkep”.
3. Secara Teoritis, menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dasar tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan menambah pengetahuan tentang strategi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam meningkatkan citra perusahaan.

TEORI PENELITIAN

1. Teori Perencanaan

Menurut Alder (1999) menyatakan bahwa perencanaan adalah suatu proses menentukan apa yang ingin dicapai pada masa yang akan datang serta menetapkan tahapan – tahapan yang dibutuhkan untuk mencapainya.

Perencanaan merupakan suatu proses yang berlanjut yang meliputi dua aspek, yaitu formulasi perencanaan dan pelaksanaannya. Perencanaan dapat digunakan untuk mengontrol dan mengevaluasi jalannya kegiatan, karena sifat rencana itu adalah sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan.

Perencanaan dapat dilakukan dalam berbagai bidang, namun tidak semua rencana merupakan perencanaan pembangunan terkait dengan kebijaksanaan pembangunan maka pemerintah berperan sebagai pendorong pembangunan, ini terkait dengan definisi perencanaan yang merupakan upaya institusi publik untuk membuat arah kebijakan pembangunan yang harus dilakukan disebuah wilayah baik di negara maupun daerah dengan didasarkan keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh wilayah tersebut.

2. Teori Pemberdayaan Masyarakat

Teori pemberdayaan masyarakat adalah sekumpulan konsep, definisi, dan proposisi yang menyajikan pandangan sistematis melalui pengkhususan hubungan antar variable dengan tujuan menjelaskan dan meramalkan atau menduga suatu proses pemberdayaan di masyarakat.

Menurut Sumaryadi (2005 : 11) pemberdayaan masyarakat adalah upaya mempersiapkan masyarakat seiring dengan langkah memperkuat kelembagaan masyarakat agar mereka mampu mewujudkan kemajuan, kemandirian, dan kesejahteraan dalam suasana keadilan sosial yang berkelanjutan. Pemberdayaan adalah sebuah proses penyadaran masyarakat yang dilakukan secara transformatif, partisioatif, dan berkesinambungan melalui peningkatan kemampuan dalam menangani persoalan dasar yang dihadapi dan meningkatkan kondisi hidup sesuai dengan harapan.

Kemudian menurut Edi Suharto (2010: 60), “Pemberdayaan adalah proses dan tujuan”. Dimana sebagai proses pemberdayaan merupakan serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuatan dan keberdayaan kelompok yang lemah didalam masyarakat, termasuk individu – individu yang mengalami masalah kemiskinan. Sedangkan sebagai tujuan, pemberdayaan menunjuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai dalam sebuah perubahan sosial yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kehidupannya.

METODOLOGI

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individual atau sekelompok orang.

Pendekatan kualitatif juga disebutkan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah. Serta metode ini menyajikan secara langsung hubungan antara peneliti dan responden, Sementara, konsep utama pendekatan fenomenologi adalah makna yang bertujuan untuk menggambarkan makna dari pengalaman hidup yang dialami oleh beberapa individu, tentang konsep atau fenomena tertentu dan cara kita memandang dan memahami fenomena dalam

kehidupan sosial. Karena itu, sifat penelitian ini adalah naturalistik dan mendasar atau bersifat kealamiah. Penelitian ini dilakukan untuk mengungkapkan Bagaimana strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam program alokasi “bedah rumah’ untuk meningkatkan citra pada perusahaan PT Semen Tonasa Pangkep.

Analisis data merupakan suatu upaya yang dilakukan dengan cara mengolah data, menganalisis data, memilah-milah menjadi satuan yang dikelola, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan serta menemukan apa yang dapat diceritakan pada orang lain. Data dalam penelitian ini bersifat deskriptif analisis yakni menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan atau gejala-gejala tertentu dan hubungan atau gejala tersebut. Proses analisis data dalam penelitian adalah menyimpulkan data dan verifikasi.

Reduksi Data Tahap pertama dalam menganalisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah reduksi data atau data reduction. Tahap reduksi data adalah tahap mereduksi atau menyederhanakan data agar bisa sesuai dengan kebutuhan dan tentunya mudah untuk didapatkan informasi. Penyajian Data dimana peneliti dapat mengabungkan informasi sehingga peneliti bisa memberikan gambaran terhadap keadaan yang terjadi.

Selanjutnya penarikan kesimpulan yang dilakukan peneliti selama berlangsungnya penelitian seperti halnya proses reduksi data, sesudah data telah terkumpul memadai maka akan dapat diperoleh kesimpulan sementara, dan sesudah data benar – benar lengkap maka dapat diperoleh kesimpulan akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam program alokasi “bedah rumah” untuk meningkatkan citra pada perusahaan PT Semen Tonasa Pangkep.

Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Semen Tonasa bahwa tahapan atau manajemen yang dilaksanakan sebelum melakukan Program Bedah Rumah dengan perencanaan sesuai dengan prosedur pada Struktur Organisasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) warga yang ingin di Bedah Rumahnya harus memenuhi kriteria yaitu rumah hak milik, warga tersebut tidak mempunyai pekerjaan baik dari orang tua dan anak, skala prioritas, usulan dari forum Desa dan sudah ada izin dari Kelurahan setempat. Program Bedah Rumah yang dilakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Semen Tonasa ini sendiri sudah dilakukan sejak tahun 2012. Bagi PT Semen Tonasa, bentuk kegiatan yang merupakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini tidaklah seperti halnya perusahaan lain yang memberikan bantuan tanpa memperhitungkan asas manfaat jangka panjangnya.

Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Semen Tonasa bahwa strategi yang digunakan oleh perusahaan kepada masyarakat berkaitan dengan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bedah Rumah Warga melibatkan pihak ketiga yang disebut dengan LCO (*Local Commite Officer*). Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk menjalankan program – program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Semen Tonasa adalah melalui LCO (*Local Commite Officer*) sebagai perpanjangan tangan pihak perusahaan terhadap masyarakat. Dengan beberapa pertimbangan bahwa dengan melalui LCO (*Local Commite Officer*) yang menaungi forum – forum Desa inilah yang kemudian masyarakat akan lebih terbuka atau bersifat transparansi karena dengan forum – forum Desa secara umum sudah mengetahui seperti apa Desa tersebut dan apa yang dibutuhkan dibandingkan dengan pihak perusahaan itu sendiri.

Strategi yang digunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Semen Tonasa merupakan tindakan apa yang akan dijalankan guna mencapai tujuan. Strategi diatas memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa yang akan datang, guna mencapai efektivitas. Dimana hal ini untuk menetapkan strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperhitungkan kondisi mengenai tindakan yang mereka gunakan melalui LCO (*Local Commite Officer*) dan juga memperhitungkan kondisi yang akan dan mungkin terjadi seperti yang dilakukan LCO (*Local Commite Officer*) ketika ada dari sebagian masyarakat yang belum mendapatkan infromasinya melalui sosialisai dengan mendatangi secara langsung.

Strategi yang juga digunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Semen Tonasa dalam program Bedah Rumah ini yaitu strategi *Bottom Up*. Dimana Strategi *Bottom Up* itu sendiri adalah pendekatan dari bawah ke atas, yang menggunakan pengambilan kebijakan berdasarkan masukan dari rakyat dan kemudian disusun serta direalisasikan oleh pemerintas maupun perusahaan.

Tujuan dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk pemberdayaan masyarakat untuk memenuhi sebuah kebutuhan masyarakat bukan hanya untuk kesejahteraan masyarakat namun untuk meningkatkan citra perusahaan itu sendiri. Dan untuk pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) ada strategi yang dilakukan untuk menunjang keberhasilan keberlangsungan program tersebut. Keberhasilan sebuah perusahaan pasti tidak terlepas dari dukungan masyarakat karena tanpa masyarakat, perusahaan tidak akan berjalan dengan baik. Maka secara otomatis masyarkat sangat diperlukan untuk keberlangsungan perusahaan, sama halnya dengan pemimpin yang sangat menentukan berjalannya program yang dilakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR), tanpa arahan dan kebijakan yang dilakukan maka program *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berjalan sesuai.

Dalam program kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan PT Semen Tonasa maka citra perusahaan akan secara otomatis menjadi baik, apalagi citra perusahaan yang baik sangatlah penting bagi keberlangsungan suatu perusahaan. Apabila program kegiatan tersampaikan atas kebutuhan masyarkat, maka perusahaan dapat mempertahankan *image* perusahaan dan mendograk reputasi perusahaan, layak mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat dan juga menerima kehadiran PT Semen Tonasa dan bahkan masyarakat lebih percaya dengan perusahaan yang telah memberikan bantuan – bantuan kegiatan yang dibutuhkan masyarakat, apabila perusahaan sedang ada masalah.

Faktor – faktor Penghambat dan Pendukung

Faktor pendukungnya ialah, kewajiban perusahaan yang harus menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diatur dalam Undang – Undang No. 40 tahun 2007, hal ini mengharuskan PT Semen Tonasa melaksanakan atau menjalankan kewajiban Tanggung Jawab Sosial Lingkungan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan dalam melestarikan lingkungan, meningkatkan perekonomian, dan mensejahterakan masyarakat setempat, serta meraih kepercayaan masyarakat melalui kepedulian pada masyarakat dan lingkungan. Faktor penghambat ialah, cuaca yang buruk bisa menjadi penghambat berjalannya program “Bedah Rumah” dan stok bahan bangunan yang tidak tersedia di toko terdekat.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan temuan data melalui proses wawancara observasi langsung melalui beberapa informan dan rujukan dari beberapa teori maka peneliti menyimpulkan tentang Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam program alokasi “bedah rumah” untuk meningkatkan citra pada perusahaan PT Semen Tonasa Pangkep :

1. Strategi yang digunakan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Semen Tonasa dalam program alokasi Bedah Rumah untuk meningkatkan citra yaitu strategi *Bottom Up* melalui LCO (*Local Commite Officer*) atau forum Desa. Dampak pelaksanaan dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Alokasi Bedah Rumah terhadap peningkatan citra perusahaan PT Semen Tonasa, dengan adanya program alokasi Bedah Rumah *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini maka citra perusahaan yang muncul dari masyarakat otomatis menjadi positif dan baik. Apabila program kegiatan tersampaikan atas kebutuhan masyarakat, maka perusahaan dapat mempertahankan *image* perusahaan dan mendograk reputasi perusahaan, layak mendapatkan tanggapan positif bagi masyarakat dan juga menerima kehadiran PT Semen Tonasa dan bahkan masyarakat lebih percaya dengan perusahaan yang telah memberikan bantuan – bantuan kegiatan yang dibutuhkan masyarakat.
2. Faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) alokasi bedah rumah untuk meningkatkan citra terdapat pada pelaksana dan penerima bantuan yang tidak adanya efektif dalam melihat dan menerima bantuan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta faktor cuaca pada saat berlangsungnya program bedah rumah.

SARAN

1. Sebaiknya pada penelitian selanjutnya diharapkan memakai jenis penelitian kuantitatif agar memiliki data yang akurat dan berbeda sehingga memperkaya temuan selain dari skripsi ini, untuk menilai *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Semen Tonasa dari berbagai aspek.
2. Seyogyanya PT Semen Tonasa terus menjaga citra yang positif terhadap masyarakat dengan tetap menjalankan program – program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

REFERENSI

Rahmayanti, Dian Rhesa. 2014. *Implementasi Corporate Responsibility dalam Membangun Reputasi Perusahaan*. Universitas Seblas Maret.

Muhtar, Sitti Murniati. 2012. *Strategi Komunikasi Dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Oleh Humas PT. Semen Tonasa Terhadap Komunitas Lokal di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan*. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin.

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.

Mardikanto, Totok. 2014. *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Alfabeta: Bandung

Asy'ari, Hasan. 2019. *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada Pt Newmont*. Tesis Magister Ilmu Hukum Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.

Urip, Sri. 2014. *CSR (Corporate Social Responsibility) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Untuk Peningkatan Daya Saing Perusahaan di Pasar Negara Berkembang*. Literati.