

KAJIAN IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DI DAERAH PENYANGGA TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO (STUDI KASUS DI KAMPUNG SARONGGE DESA CIPUTRI KECAMATAN PACET KAB. CIANJUR)

Oleh :

Ahmad Nurdianto ¹⁾, Tun Susdiyanti ²⁾, Bambang Supriono ²⁾

Ahmad Nurdianto, Tun Susdiyanti, Bambang Supriono. 2014
Assesment Program Implementation Of Corporate Social Responsibility (CSR) In The Buffer Zone Of Gunung Gede Pangrango National Park (Case Study At Kampung Sarongge Of Ciputri Village, Pacet Regency Of Cianjur)
Journal Nusa Sylva Volume 14 No 1, Juni 2014: 20 - 31

ABSTRACT

Forest management in National Park area are related to community development in the buffer zone . This provided an opportunity for stakeholders which is the company 's to contributing in national park preservation by Corporate Social Responsibility (CSR) program. This study aims to determine the form and implementation of CSR programs that have been implemented in the buffer zone of Gunung Gede Pangrango National Park, and to know perception and satisfaction of the local community about CSR program at Sarongge Resort. The main program of CSR program is adoption tree, beside that there are also community empowerment program. The results showed that CSR programs in Sarongge Resort still in charity. CSR implemented through a partnership between companies and Green Radio. Public perception of the CSR program is moderate. The level of people's satisfaction of CSR programs are less satisfied .

Keywords : CSR , implementation , perception, satisfaction, community

ABSTRAK

Pengelolaan hutan di Kawasan Taman Nasional saling berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat di daerah penyangganya. Hal tersebut membuka peluang berbagai pihak untuk berkontribusi dalam pelestarian kawasan taman nasional salah satunya adalah perusahaan melalui program Corporate Social Responsibility (CSR). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk dan implementasi program CSR yang telah dilaksanakan di daerah penyangga Taman Nasional Gunung Gede Pangrango, serta mengetahui persepsi dan kepuasan masyarakat di sekitar kawasan terhadap Program CSR yang dilaksanakan khususnya di Resort PTN Sarongge. Program utama dalam program CSR di RPTN Sarongge adalah Adopsi pohon, disamping itu dilakukan juga program pemberdayaan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program CSR yang masuk wilayah RPTN Sarongge masih berbentuk *charity*. Implementasi CSR dilaksanakan melalui kemitraan antara perusahaan dengan Green Radio. Persepsi masyarakat terhadap program CSR yang dijalankan adalah sedang. Tingkat kepuasan masyarakat terhadap program CSR adalah kurang puas.

Kata kunci : CSR, implementasi, persepsi, kepuasan, masyarakat

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberhasilan pembangunan kehutanan sangat ditentukan oleh adanya partisipasi masyarakat. Agar masyarakat dapat berperan secara optimal maka

diperlukan peningkatan berupa teknis kehutanan, pengetahuan manajerial, kelembagaan maupun akses terhadap teknologi informasi, modal dan pasar. Selain itu keberhasilan suatu pembangunan sangat ditentukan oleh adanya partisipasi dari pihak-pihak yang terkait seperti pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM),

1). Alumni Fakultas Kehutanan Universitas Nusa Bangsa

2) Dosen Fakultas Kehutanan Universitas Nusa Bangsa

perusahaan dan masyarakat di dalam dan sekitar hutan. Pada saat sekarang pengelolaan sumberdaya hutan sudah dilakukan melalui partisipasi aktif masyarakat desa sekitarnya agar kebutuhan sosial ekonomi serta kelembagaan masyarakat desa dapat dipenuhi. Keberhasilan dalam mengatasi permasalahan sosial ekonomi dan kelembagaan tersebut merupakan salah satu keberhasilan pengelolaan sesuai dengan prinsip *Sustainable Forest Management* (SFM), *Community Based Forest Management*.

Salah satu unit pengelolaan hutan yaitu dalam bentuk Taman Nasional. Pengelolaan taman nasional, terutama dari segi pengamanan kawasan dari intervensi masyarakat yang kurang memahami aturan yang berlaku, kepentingan ekonomi dan permasalahan lahan yang berkembang di sekitar taman nasional menyebabkan pembangunan daerah penyangga menjadi sangat penting. Pembangunan daerah penyangga merupakan bagian integral dari pembangunan daerah secara terpadu. Daerah penyangga merupakan kawasan penting sebagai pendukung kawasan konservasi dan merupakan daerah yang sangat potensial untuk dikelola guna mempertahankan kelestarian biodiversitas dan ekosistem taman nasional, baik sebagai asset wisata alam, penyangga kawasan konservasi, kawasan budidaya, sumber penghasil pangan, kayu bakar dan obat-obatan Bismark dan Sawitri, 2006).

Perusahaan sebagai salah satu pelaku dalam pembangunan ekonomi nasional, sudah selayaknya tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan finansial namun juga perlu berkontribusi bagi masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Sebagaimana yang disebutkan oleh Wibisono (2007) bahwa tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Oleh karenanya dalam dunia

usaha kini hadir konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk nyata kepedulian perusahaan akan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam pelaksanaan CSR di Indonesia suatu perusahaan sebenarnya sudah mempunyai landasan hukum yaitu, UU No.25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal dan UU No.40 Tahun 2007 Tentang Perseroan terbatas.

Kampung Sarongge Desa Ciputri Kecamatan Pacet Kabupaten Cianjur merupakan salah satu kampung yang termasuk dalam daerah penyangga Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Program CSR yang dijalankan di kampung tersebut adalah Adopsi Pohon. Program Adopsi Pohon saat ini memasuki tahun ke-5 (lima) sehingga penelitian ini dapat menjadi program evaluasi pelaksanaan program CSR tersebut.

B. Rumusan masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana bentuk dan implementasi penerapan CSR di daerah penyangga Taman Nasional Gunung Gede Pangrango
2. Bagaimana persepsi dan kepuasan masyarakat di sekitar kawasan terhadap Program CSR yang dilaksanakan

C. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai berdasarkan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bentuk dan implementasi program CSR yang telah dilaksanakan di daerah penyangga Taman Nasional Gunung Gede Pangrango
2. Mengetahui persepsi dan kepuasan masyarakat di sekitar kawasan terhadap Program CSR yang dilaksanakan.

D. Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap perusahaan, Taman nasional Gunung Gede Pangrango, *Green Radio* dan Masyarakat khususnya sebagai informasi dalam pengembangan dan

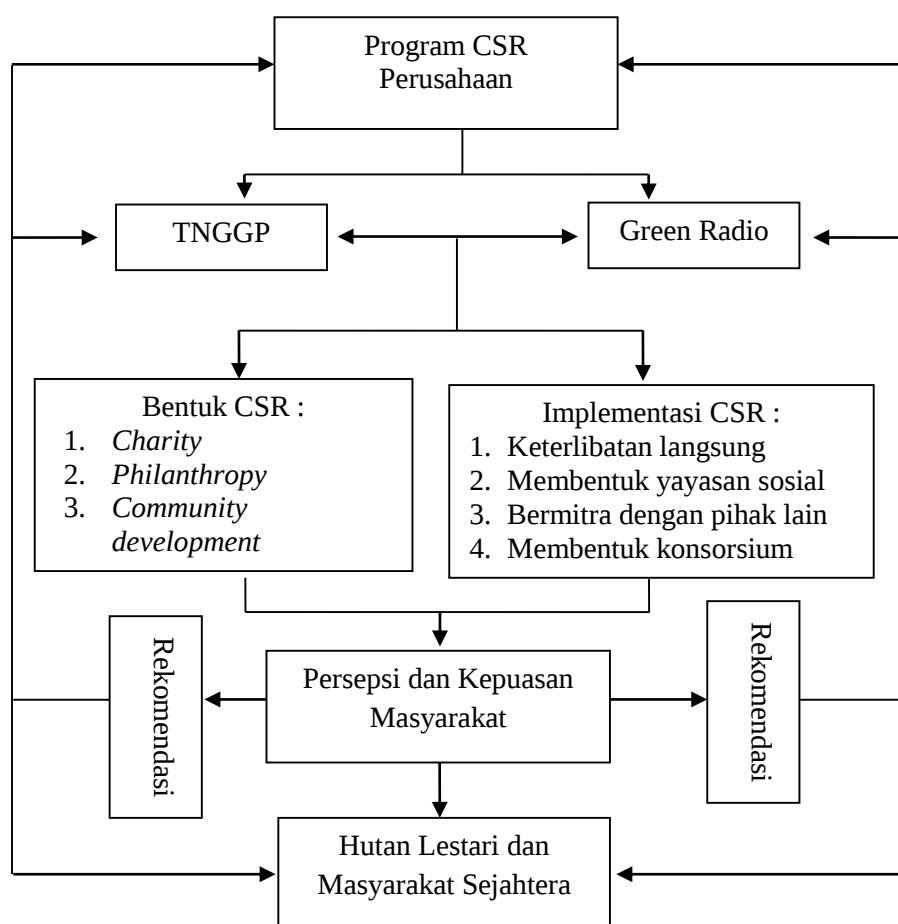
implementasi CSR di masa yang akan datang.

E. Kerangka pemikiran

Dalam rangka menuju *good corporate governance*, Perusahaan telah melaksanakan CSR bekerjasama dengan TNGGP dan *Green Radio*. Perwujudan penerapan CSR dapat dilihat dari bentuk CSR, dan tahap implementasi CSR. Penilaian keberhasilan pelaksanaan CSR dilakukan melalui analisis persepsi dan kepuasan masyarakat terhadap program

CSR yang telah dilaksanakan. Dari analisa bentuk dan implementasi CSR serta persepsi dan kepuasan masyarakat terhadap pelaksanaan CSR akan menghasilkan rekomendasi, sebagai masukan untuk stakeholder terkait dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan serta melestaiakan hutan dan mensejahterakan masyarakat.

Bagan kerangka pemikiran penelitian disajikan dalam gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat

Penelitian dilaksanakan di Kampung Sarongge Desa Ciputri Kecamatan Pacet Kabupaten Cianjur. Penelitian lapangan dan pengumpulan data sekunder serta

pengkajian literature dilaksanakan bulan Desember 2013 – Januari 2014

B. Bahan dan Alat

Bahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah data karakteristik

masyarakat dan kuisioner. Alat yang digunakan dalam penelitian antara lain:

1. Kuesioner
2. Peta wilayah penelitian
3. Alat tulis
4. Kamera
5. Unit komputer dengan program Microsoft Office Word 2007, Microsoft Office Excel 2007

C. Jenis Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Data primer diperoleh dari masyarakat langsung yang dijadikan objek penelitian sedangkan data sekunder diperoleh dari perusahaan berupa dokumen tentang kebijakan, rencana dan realisasi CSR. Data sekunder juga dapat diperoleh melalui buku, majalah, internet, surat kabar dan instansi-instansi yang relevan dengan penelitian ini.

D. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah teknik wawancara mendalam, observasi lapang, serta analisis dokumen. Data primer diperoleh melalui observasi lapang dan wawancara mendalam dengan menggunakan panduan pertanyaan yang dilakukan kepada informan baik secara individu maupun secara kelompok. Panduan pertanyaan tersebut berkenaan dengan hal-hal yang ada kaitannya dengan analisis implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Daerah Penyangga Taman Nasional Gunung Gede Pangrango.

Data sekunder diperoleh melalui informasi tertulis, data-data dan literatur – literatur yang mendukung kelengkapan informasi mengenai lokasi penelitian. Data ini meliputi data profil *Stakeholder* pelaksana program CSR, kegiatan-kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan, dan juga bentuk-bentuk kemitraan yang dilakukan. Selain itu, diperoleh juga informasi melalui literatur-literatur yang ada kaitannya dengan penelitian ini yang meliputi buku-buku

mengenai konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR).

E. Metode Pemilihan Responden

Objek penelitian meliputi Pengelola Green Radio, Pengelola TNGGP dan masyarakat di kampung Sarongge Desa Ciputri yang terlibat dalam program Adopsi Pohon. Masyarakat yang termasuk sebagai objek penelitian adalah masyarakat eks-penggarap di wilayah perluasan Resort PTN Sarongge Seksi PTN Wilayah II Gedeh Bidang PTN Wilayah I Cianjur Taman Nasional Gunung Gede Pangrango sejumlah 155 orang. Pemilihan objek dari masyarakat petani dilakukan secara acak sederhana (*simple random sampling*) dengan menggunakan bantuan program Ms. Excel 2007.

Jumlah responden ditentukan berdasarkan batas minimal dari suatu penelitian sosial yaitu 30 orang (Singarimbun dan Effendi 2006). Hal ini didasari dari perhitungan Tabel T (statistik) dikarenakan perhitungan dengan jumlah 30 tidak berbeda nyata dengan jumlah yang lebih besar dari 30. Jumlah tersebut dianggap telah mendekati distribusi normal (Abrami, Cholmsky dan Gordon 2001) sehingga dianggap telah mewakili populasi yang ada. Selain itu, penentuan 30 responden didasari pula pada kemampuan waktu, pembiayaan dan tenaga dari peneliti.

F. Pengolahan Data

Data primer dan data sekunder yang diperoleh di lapangan diolah dan dianalisis dengan cara kualitatif, kemudian dibedakan dan digolongkan menurut masing-masing unit analisis yaitu untuk masyarakat Kampung Sarongge, Pengelola *GREEN RADIO* dan Pengelola TNGGP sebagai objek penelitian, dimana terdapat beberapa unit analisis yaitu aspek respon masyarakat terhadap program CSR dan penerapan program CSR serta peran *GREEN RADIO* dan TNGGP dalam pelaksanaan CSR. akhir mengenai objek yang diteliti.

1. Pengujian Instrumen Penelitian

a. Pengujian Validitas

Cara yang dipakai dalam menguji tingkat validitas adalah dengan variabel internal, yaitu menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan. Untuk mengukurnya menggunakan analisis butir. Pengukuran pada analisis butir yaitu dengan cara skor-skor yang ada kemudian dikorelasikan

dengan menggunakan Rumus korelasi product moment yang dikemukakan oleh Pearson dalam Arikunto (2002) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{\left\{ \frac{\sum x^2 - (\sum x)^2}{N} \right\} \left\{ \frac{\sum y^2 - (\sum y)^2}{N} \right\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi antara x dan y r_{xy}

N : Jumlah Subyek

X : Skor item

Y : Skor total

$\sum X$: Jumlah skor items

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

(Suharsimi Arikunto, 2002)

Kesesuaian harga r_{xy} diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan rumus diatas dikonsultasikan dengan tabel harga regresi moment dengan korelasi harga r_{xy} lebih besar atau sama dengan regresi tabel, maka butir instrumen tersebut valid dan jika r_{xy} lebih kecil dari regresi tabel maka butir instrumen tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2002).

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, maksudnya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Syaifuddin Azwar, 2000). Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Formula Alpha Cronbach dan dengan

menggunakan program Microsoft excel 2007.

$$\text{Rumus : } r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2 j}{S^2 x} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

Sj = varians responden untuk item I

Sx = jumlah varians skor total

Indikator pengukuran reliabilitas menurut Sekaran (2000) yang membagi tingkatan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut :

Jika alpha atau r hitung:

1. 0,8 - 1,0 = Reliabilitas baik
2. 0,6 - 0,799 = Reliabilitas diterima
3. kurang dari 0,6 = Reliabilitas kurang baik

2. Analisa Persepsi Masyarakat

Pengolahan persepsi masyarakat data dilakukan dengan menggunakan Skala Likert 5. Skala Likert merupakan skala yang paling banyak digunakan untuk pengukuran sikap maupun persepsi. Tanggapan dari Skala Likert 5, yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Biasa (B), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS) secara berturut bernilai 5, 4, 3, 2, 1. Pernyataan dalam item-item favorable mengandung nilai-nilai yang positif sampai item-item unfavorable yang mengandung nilai negatif (Ridwan dan Sunarto 2007). Data yang didapatkan dilakukan editing, untuk mengecek kelengkapan pengisian kuesioner, setelah itu dilakukan *coding* di buku kode untuk mempermudah pengolahan data, sistem scoring dibuat konsisten yaitu semakin tinggi skor semakin tinggi kategorinya. Setelah dijumlahkan dan selanjutnya akan dikategorikan dengan menggunakan teknik *scoring* secara normatif yang dikategorikan berdasarkan interval kelas (Slamet, 1993) sebagai berikut:

$$n = \frac{Max - Min}{\sum k}$$

Keterangan:

n = batas selang

Max = nilai maksimum yang diperoleh dari jumlah skor

Min = nilai minimum yang diperoleh dari skor

$\sum k$ = jumlah kategori

Tabel 1. Tingkat persepsi berdasarkan skala Likert

No	Interval nilai tanggapan	Tingkat persepsi
1 .	4,2 - 5,0	Sangat baik
2	3,4 - 4,2	Baik
3	2,6 - 3,4	Sedang
4	1,8 - 2,6	Buruk
5	1,0 - 1,8	Sangat buruk

3. Analisa Kepuasan Masyarakat

Metode pengukuran kepuasan masyarakat menggunakan metode Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) atau *Customer Satisfaction Index*. Untuk tingkat kepentingan digunakan skala likert 5 tingkat, yaitu sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting, dan tidak penting. Kelima tingkat tersebut diberi skor sebagai berikut:

- Jawaban sangat penting, skor 5.
- Jawaban penting, skor 4.
- Jawaban cukup penting, skor 3.
- Jawaban kurang penting, skor 2.
- Jawaban tidak penting, skor 1.

Tingkat pelaksanaan adalah kinerja aktual dari mutu program CSR yang diberikan oleh Perusahaan, yang dirasakan oleh masyarakat. Untuk tingkat pelaksanaan digunakan skala likert 5 tingkat yaitu sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik, dan tidak baik. Kelima tingkat tersebut diberi skor sebagai berikut:

- Jawaban sangat baik diberi skor 5
- Jawaban baik diberi skor 4.
- Jawaban cukup baik diberi skor 3.
- Jawaban kurang baik diberi skor 2.
- Jawaban tidak baik diberi skor 1.

Dalam analisis data ini terdapat dua buah variabel yang diwakili oleh huruf X dan Y, dimana X adalah tingkat kinerja suatu program sementara Y adalah tingkat kepentingan masyarakat. Rumus untuk tingkat kesesuaian responden yang digunakan adalah :

X_i

$$TK_i = \frac{\sum Y_i}{\sum X_i} \times 100\%$$

Dimana:

TK_i = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Bobot penilaian masyarakat terhadap tingkat kinerja atribut

Y_i = Bobot penilaian masyarakat terhadap tingkat kepentingan atribut

Kinerja program CSR perusahaan dianggap telah memenuhi kepuasan masyarakat jika $TK_i > 100\%$. Dan sebaliknya, jika besar $TK_i < 100\%$ maka kinerja program CSR dianggap belum dapat memenuhi kepuasan masyarakat.

Indeks kepuasan responden dapat diperoleh dari penghitungan indeks kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Index*). Menurut Irawan (2003), pengukuran terhadap indeks kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Index*) diperlukan karena hasil dari pengukuran tersebut dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran-sasaran di tahun-tahun mendatang. Tanpa adanya indeks kepuasan pelanggan tidak mungkin *top management* dapat menentukan target dalam peningkatan kepuasan pelanggan. Selain itu indeks juga diperlukan karena proses pengukuran kepuasan pelanggan bersifat kontinu.

Cara menghitung Indeks Kepuasan Masyarakat adalah:

- Menghitung *Weighting Factors* (WF): fungsi dari median importance score atau skor median tingkat kepentingan masing-masing atribut dalam bentuk % dari total median

importance score atau skor median tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji.

2. Menghitung *Weighted Score* (WS): fungsi dari median satisfaction score atau skor median tingkat kepuasan masing-masing atribut dikalikan dengan *Weighting Factors* (WF) masing-masing atribut.

3. Menghitung *Weighted Median Total* (WMT): total dari nilai *Weighted Score* (WS) keseluruhan.

4. Indeks Kepuasan Masyarakat: perhitungan dari *Weighted Median Total* (WMT) dibagi skala maksimum atau *highest scale* dikali 100%.

Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan masyarakat, dengan kriteria yang disajikan dalam table 3 sebagai berikut:

Tabel 2. Tingkat kepuasan masyarakat

No	Interval nilai	Tingkat kepuasan
1.	0,81 - 1,00	Sangat Puas
2	0,66 - 0,80	Puas
3	0,51 - 0,65	Cukup puas
4	0,34 - 0,51	Kurang puas
5	0,00 - 0,34	Tidak puas

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. CSR di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango

Wilayah penambahan TNGGP yang berasal dari wilayah Perhutani membawa permasalahan yang cukup kompleks baik masalah sosial maupun ekologi. Kondisi hutan akibat PHBM harus dikembalikan melalui restorasi kawasan hutan. Selain itu aktifitas masyarakat penggarap juga harus dibatasi. Dengan berubahnya status kawasan menjadi kawasan konservasi maka masyarakat tidak boleh lagi melakukan aktifitas bertani seperti pada PHBM. Oleh karena itu program CSR yang masuk wilayah TNGGP harus mengkombinasikan antara program berbasis restorasi kawasan dengan pemberdayaan masyarakat.

Kegiatan – kegiatan yang melibatkan CSR di TNGGP dapat berupa Restorasi, pendidikan lingkungan, dan Adopsi Pohon. Program CSR yang ada di

TNGGP ditangani oleh lembaga non-pemerintah sebagai operator kegiatan. Kegiatan tersebut difasilitasi beberapa lembaga seperti Green Radio, Perkumpulan Gede Pahala, Conservation International (CI), OISCA, Forpela dan Voluntir PAL. OISCA dan Forpela menjadi operator kegiatan restorasi yang berlokasi di Kabupaten Sukabumi. CI mengelola kegiatan Restorasi di wilayah Kabupaten Bogor dan Sukabumi. Voluntir PAL mengelola kegiatan persemaian 1 juta bibit dan Green Radio mengelola kegiatan Adopsi Pohon di wilayah kabupaten Cianjur. Sedangkan kegiatan pendidikan lingkungan ke sekolah dan kampus di wilayah Sukabumi, Bogor, dan Cianjur dikelola oleh tenaga fungsional PEH TNGGP.

B. Implementasi program CSR di Resort PTN Sarongge TNGGP

CSR perusahaan mulai masuk wilayah resort sarongge sejak tahun 2008 melalui program Adopsi Pohon yang dikelola oleh Perkumpulan GEDE PAHALA. Tujuan dari program adopsi pohon adalah untuk mengembalikan fungsi dan kondisi hutan yang semula hutan produksi menjadi hutan konservasi dengan fungsi konservasi. Diharapkan dengan terbukanya peluang masyarakat, organisasi, pemerintah daerah, perwakilan negara asing, perusahaan lokal maupun asing untuk berpartisipasi dalam program restorasi ini, maka TNGGP dapat menjadi milik bersama, bahkan dunia.

Program adopsi pohon mencakup kegiatan penanaman pohon pada lokasi-lokasi kawasan taman nasional yang rusak dan kritis, peningkatan kesadaran konservasi alam, keterlibatan dan peranserta petani dalam mendukung upaya pelestarian alam lingkungan yang merupakan sistem penyangga kehidupan masyarakat di sekitar kawasan taman nasional, serta pencarian alternatif penghasilan (*alternative livelihood*) yang dapat meningkatkan kesejahteraan petani.

Adopter dalam program adopsi pohon harus membayar biaya adopsi yakni Rp 108 000/pohon/3 tahun. Pemanfaatan

dana adopsi pohon tersebut disajikan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3. Pemanfaatan Dana Adopsi Pohon

No	Alokasi Kegiatan	Persentase	Besaran Dana
1	Pemenanaman dan perawatan	35 %	Rp. 37.800,-
2	Manajemen	15 %	Rp. 16.200,-
3	Pemberdayaan masyarakat	50 %	Rp. 54.000,-

Penyaluran dana CSR untuk pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui program ternak kambing dan kelinci serta budidaya lebah madu. Selain itu telah dikembangkan juga pelatihan usaha kerajinan bros, pembuatan sabun sereh wangi, dan pembuatan pupuk organik cair. Program yang lain berupa bantuan pembangkit listrik tenaga surya serta pembuatan *Camping Ground* yang nantinya dapat melibatkan masyarakat dalam pengelolaannya. Dari program pemberdayaan tersebut ditujukan agar para petani mendapatkan alternatif usaha yang lain untuk meningkatkan pendapatannya sehingga tidak menggarap di kawasan hutan kembali.

Dari keseluruhan program CSR yang telah dilaksanakan, terlihat bahwa perusahaan hanya bersifat menyumbangkan dana saja atau dapat disebut *charity*. Hal tersebut dapat dilihat dari dana CSR yang disalurkan melalui adopsi pohon hanya berjangka 3 tahun. Selain itu program yang dijalankan hanya diperuntukkan bagi masyarakat penggarap di wilayah perluasan TNGGP khususnya di wilayah RPTN Sarongge. Mekanisme penyaluran CSR melalui Adopsi Pohon cenderung hanya sebagai pemenuhan kewajiban perusahaan semata dalam menjalankan UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Perusahaan hanya membayar sesuai ketentuan adopsi pohon kemudian pihak Green Radio yang mengatur seluruh program baik penanaman maupun pemberdayaan masyarakat.

Segala macam bentuk program dikonsep dan dilaksanakan oleh pihak ketiga sebagai operator yaitu *Green Radio*. Dalam

hal ini perusahaan bermitra dengan *Green Radio* untuk menyalurkan dana CSRnya melalui program Adopsi pohon. Pihak TNGGP sebagai pemilik kawasan hanya dapat memberikan bimbingan teknis pelaksanaan kegiatan adopsi pohon saja. Segala bentuk komunikasi yang terkait dengan perusahaan lebih banyak dilakukan oleh *Green Radio*.

Masyarakat penggarap PHBM di Resort Sarongge seharusnya banyak dilibatkan dalam pelaksanaan adopsi pohon. Setelah adopter melakukan penanaman secara simbolis maka dilanjutkan oleh masyarakat sampai dengan perawatan selama 3 tahun. Dari kegiatan tersebut masyarakat akan mendapatkan insentif untuk penanaman dan perawatan pohon. Besarnya insentif sesuai dengan jumlah pohon yang dirawat oleh masing-masing petani.

Mekanisme keterlibatan masyarakat dalam adopsi pohon belum berjalan dengan baik. Penanaman dan perawatan pohon adopsi sepenuhnya masih ditangani oleh Green Radio dengan membayar pekerja dari masyarakat sebanyak 2 – 4 orang saja. Kondisi ini membuat masyarakat kurang antusias dengan program – program yang dilaksanakan oleh Green Radio. Selain itu pihak TNGGP juga tidak banyak terlibat dalam program Adopsi pohon. Pengelola Resort Sarongge bersama Tim 10 yang dibentuk oleh TNGGP lebih banyak melakukan pendampingan untuk program bantuan dari Presiden. Pihak Green Radio sebagai operator CSR kurang melibatkan pengelola Resort Sarongge maupun Tim 10 dalam menjalankan program program CSR di Resort Sarongge.

C. Persepsi Masyarakat

Hasil analisa data persepsi masyarakat terhadap program CSR yang

telah dilakukan di wilayah Resort PTN Sarongge disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4. Persepsi masyarakat di RPTN Sarongge terhadap program CSR

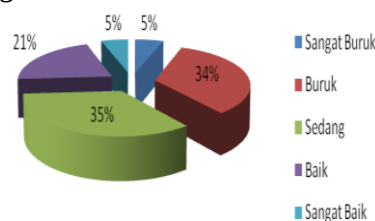
Atribut	Frekuensi Skor					Nilai Skor					Total	Persepsi	
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5		rata2	Kriteria
1	7	14	9	0	0	7	28	27	0	0	62	2.067	Buruk
2	2	12	11	4	1	2	24	33	16	5	80	2.667	Sedang
3	0	7	9	14	0	0	14	27	56	0	97	3.233	Sedang
4	1	11	9	7	2	1	22	27	28	10	88	2.933	Sedang
5	1	9	17	1	2	1	18	51	4	10	84	2.800	Sedang
6	1	11	13	3	2	1	22	39	12	10	84	2.800	Sedang
7	0	4	10	16	0	0	8	30	64	0	102	3.400	Baik
8	1	5	6	16	2	1	10	18	64	10	103	3.433	Baik
9	2	15	8	3	2	2	30	24	12	10	78	2.600	Sedang
10	2	13	9	2	4	2	26	27	8	20	83	2.767	Sedang
11	1	11	13	3	2	1	22	39	12	10	84	2.800	Sedang
Persepsi Secara keseluruhan											945	2.864	Sedang

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 1 atribut persepsi masyarakat berkriteria Buruk yakni atribut nomor 1 mengenai pengetahuan masyarakat tentang pengertian CSR. Hal tersebut terjadi karena CSR merupakan istilah yang baru dikenal oleh masyarakat. Selain itu persepsi tersebut menunjukkan bahwa informasi dari pihak *Green Radio* tentang pengertian CSR tersebut masih kurang, dengan demikian diperlukan pendampingan yang lebih intensif kepada masyarakat.

Sejumlah 8 (delapan) atribut berkriteria Sedang dan terdapat 2 (dua) atribut berkriteria Baik yakni atribut nomor 7 dan 8. Atribut nomor 7 (tujuh) menyatakan bahwa kehadiran CSR memberikan pengalaman dan ilmu pengetahuan baru dan atribut nomor 8 (delapan) menyatakan bahwa Kehadiran CSR tidak mengeserkan nilai budaya atau adat. Persepsi tersebut dapat menjadi gambaran bahwa masyarakat masih memiliki semangat dan harapan untuk meningkatkan keberdayaannya di masa depan.

Tabel 5. Analisa kepentingan dan kinerja atribut kepuasan masyarakat terhadap program CSR

Jika dianalisa secara keseluruhan nilai indeks persepsi masyarakat di RPTN Sarongge menunjukkan nilai 2,864 dengan demikian persepsi masyarakat terhadap program CSR termasuk dalam kriteria Sedang. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase rata-rata frekuensi skor dari seluruh atribut yang disajikan dalam diagram berikut :



Gambar 2. Diagram persentase frekuensi kriteria persepsi masyarakat

D. Analisa Kepuasan Masyarakat

1. Tingkat Kesesuaian Responden

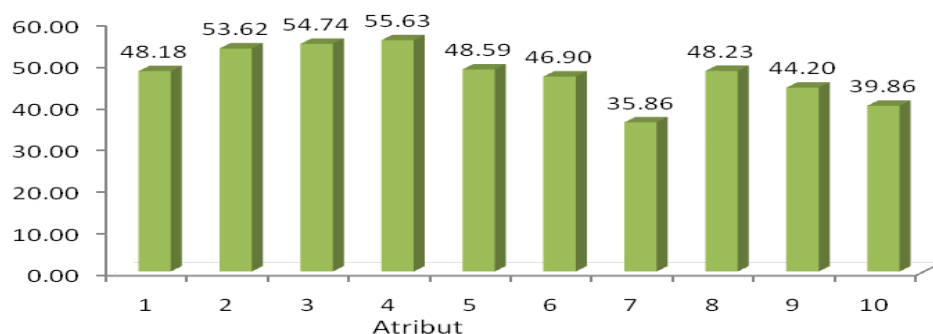
Hasil analisa atribut kepuasan masyarakat di Resort PTN Sarongge terhadap program CSR yang telah dilaksanakan disajikan pada tabel berikut :

No.	Atribut	Rata - rata		Tki %
		Kepentingan	Kinerja	
1	Kejelasan Informasi mengenai program CSR	4.57	2.20	48.18
2	Kemudahan Mengikuti Program CSR	4.60	2.47	53.62
3	Kesesuaian Program CSR dengan Kebutuhan Masyarakat	4.57	2.50	54.74
4	Prospek Program CSR dimasa depan	4.73	2.63	55.63
5	Kontribusi Program CSR terhadap peningkatan keterampilan dan pengetahuan masyarakat	4.73	2.30	48.59
6	Kontribusi Program CSR terhadap peningkatan kesehatan dan kesadaran hidup bersih	4.83	2.27	46.90
7	Kontribusi Program CSR terhadap pengurangan kemiskinan	4.83	1.73	35.86
8	Kontribusi Program CSR terhadap peningkatan pelestarian lingkungan	4.70	2.27	48.23
9	Kontribusi Program CSR terhadap peningkatan wirausaha masyarakat	4.60	2.03	44.20
10	Kontribusi Program CSR terhadap penurunan pengangguran	4.77	1.90	39.86
Total		4.69	2.23	47.51

Kesadaran masyarakat mengenai pentingnya informasi tentang CSR masih kurang, terjadi karena tingkat pendidikan masyarakat masih rendah, masyarakat masih bersikap praktis. Hal ini dilihat ketika ada program bantuan masyarakat cenderung menginginkan bantuan berupa uang. Sikap praktis tersebut juga mempengaruhi pendapat masyarakat mengenai kesesuaian program CSR dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu kegagalan

beberapa masyarakat dalam ternak kambing dan kelinci serta tidak berjalannya budidaya lebah madu juga mempengaruhi pendapat masyarakat mengenai kesesuaian program CSR dengan kebutuhan masyarakat.

Dari analisa tingkat kesesuaian responden (TKi) menunjukkan hasil yang disajikan pada diagram sebagai berikut :



Gambar 3. Diagram Tingkat kesesuaian responden terhadap program CSR di RPTN Sarongge

2. Indeks kepuasan masyarakat

Untuk mengetahui indeks kepuasan masyarakat di wilayah RPTN Sarongge terhadap program CSR, dapat diperoleh dari

rumus penghitungan indeks kepuasan pelanggan atau *Customer Satisfaction Index* (CSI). Analisa indeks kepuasan masyarakat tersebut disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 6. Analisa Indeks kepuasan msyarakat melalui CSI

No.	Atribut	Rata - rata		IWF	WS
		Kepentingan	Kinerja		
1	Kejelasan Informasi mengenai program CSR	4.57	2.20	0.097	0.214
2	Kemudahan Mengikuti Program CSR	4.60	2.47	0.098	0.242
3	Kesesuaian Program CSR dengan Kebutuhan Masyarakat	4.57	2.50	0.097	0.243
4	Prospek Program CSR dimasa depan	4.73	2.63	0.101	0.266
5	Kontribusi Program CSR terhadap peningkatan keterampilan dan pengetahuan masyarakat	4.73	2.30	0.101	0.232
6	Kontribusi Program CSR terhadap peningkatan kesehatan dan kesadaran hidup bersih	4.83	2.27	0.103	0.233
7	Kontribusi Program CSR terhadap pengurangan kemiskinan	4.83	1.73	0.103	0.179
8	Kontribusi Program CSR terhadap peningkatan pelestarian lingkungan	4.70	2.27	0.100	0.227
9	Kontribusi Program CSR terhadap peningkatan wirausaha masyarakat	4.60	2.03	0.098	0.199
10	Kontribusi Program CSR terhadap penurunan pengangguran	4.77	1.90	0.102	0.193
Jumlah		46.93	22.30	1.00	2.23
CSI					44.56

Dari penilaian yang dilakukan oleh masyarakat penerima program CSR di wilayah RPTN Sarongge, tingkat kepuasan secara keseluruhan terhadap atribut kualitas kinerja program CSR yang dikelola oleh *Green Radio* masih tergolong kurang baik. Hal ini dapat dilihat dari indeks kepuasan masyarakat (CSI) yang memiliki nilai sebesar 44,56% (0,4456). Hal ini dapat terjadi karena kurangnya informasi yang diperoleh masyarakat. Hal tersebut menggambarkan bahwa masyarakat tidak banyak berpartisipasi dalam perencanaan program. Masyarakat masih cenderung menjadi objek dalam pelaksanaan program CSR sedangkan pemberdayaan masyarakat dapat tercapai apabila masyarakat dapat berperan sebagai pelaku program.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bentuk penerapan CSR dari perusahaan di RPTN Sarongge TNGGP adalah *Charity*, dan implementasinya melalui kemitraan yaitu antara perusahaan sebagai Adopter program Adopsi pohon dengan *Green Radio* sebagai pihak operator.

2. Nilai rata – rata persepsi masyarakat penerima program CSR di RPTN Sarongge adalah sebesar 2,864 dengan demikian persepsi masyarakat terhadap program CSR termasuk dalam kriteria Sedang. Indeks kepuasan masyarakat (CSI) menunjukkan nilai sebesar 44,56% (0,4456), dengan demikian tingkat kepuasan total berada pada interval 0,34 – 0,51 yang berarti masyarakat penerima program CSR di wilayah RPTN sarongge kurang puas dengan program-program yang telah dilaksanakan oleh *Green Radio*.

B. Saran

Dari permasalahan yang ditemukan dapat disarankan hal – hal sebagai berikut :

1. Pendampingan intensif kepada masyarakat penerima program CSR di RPTN Sarongge sehingga masyarakat mendapatkan semua akses informasi yang baik terkait dengan program adopsi pohon dalam rangka merestorasi kawasan hutan dan meningkatkan pemberdayaan masyarakat.
2. Peningkatan partisipasi masyarakat dalam program Adopsi Pohon, sehingga masyarakat terlibat dalam penanaman dan pemeliharaan pohon adopsi.

3. Perbaikan Koordinasi antara pihak TNGGP sebagai pengelola kawasan dengan pihak Green Radio sebagai operator, terutama di level resort sehingga teknis program – program yang dilaksanakan dalam rangka pelestarian kawasan dan pemberdayaan masyarakat dapat terlaksana dengan baik dan terintegrasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Azwar, Syaifuddin. 2000. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Gunawan, Alex. 2008. *Membuat Program CSR Berbasis Pemberdayaan Partisipatif*. Yogyakarta
- Hadi, Agus Purbathin. 2001. *Hubungan Antara Komunikasi Publik Perusahaan dan Sikap Komunitas Setempat (Kasus Perusahaan Pertambangan di Nusa Tenggara Barat)* [tesis]. Program Pasca Sarjana. Institut Pertanian Bogor.
- Handasari, Irma. 2013. *Pengelolaan Resolusi Konflik Agraria Kawasan Taman Nasional Gunung Gede Pangrango: Sikap dan Strategi Bertahan Petani* [skripsi]. Departemen Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat. Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor.
- Kotler P. 2005. *Manajemen Pemasaran. Indeks*. Jakarta.
- Leavitt, Harold J. 1978. *Psikologi Manajemen*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ramdhani, Hasan Slamet. 2011. *Studi sosial ekonomi dan persepsi masyarakat terhadap corporate social responsibility (csr) perusahaan hutan tanaman industri pt. Nityasa idola di kali barat* [skripsi]. Departemen Manajemen Hutan Fakultas Kehutanan Institut Pertanian Bogor
- Santoso, Singgih. 1999. *Aplikasi Excel dalam Statistik Bisnis*. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods for Business*. Third Edition. New York: John Wiley & Sons inc.
- Singarimbun, M, Effendi S. 2006. *Metode Penelitian Survey*. LP3ES. Jakarta.
- Suharsimi, arikunto. 2002. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek Edisi-revisi IV*. Jakarta: Rineka Cipta
- Suharto, Edi. 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat. Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*. Jakarta : Refika Aditama.
- Wibisono, Yusuf. 2002. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Gresik : Fascho Publishing.