

**PEMBERDAYAAN PETANI OLEH PERUSAHAAN PT. HOLCIM
CILACAP SECARA KONSEPSIONAL**

***CONCEPTIONAL WAY IN EMPOWERING FARMERS BY PT. HOLCIM
CILACAP COMPANY***

Sarwono dan Pramono Hadi
Dosen Fakultas Pertanian UNISRI dan Dosen Fakultas Pertanian UNIBA
Surakarta

ABSTRAK

Penelitian Pemberdayaan Petani oleh Perusahaan Secara Konsepsional, telah dilakukan dengan baik di kabupaten Cilacap pada bulan Maret sampai Agustus tahun 2013. Penelitian ini bermaksud untuk mendapatkan konsep dasar pemberdayaan petani yang dikembangkan oleh PT Holcim dan bagaimana model konsepsional pemberdayaan petani yang dapat diberlakukan oleh PT Holcim di masa mendatang, sedangkan metode penelitian dengan cara kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep pemberdayaan petani oleh perusahaan yang dapat diterapkan pada perusahaan penyelenggaraan pemberdayaan petani oleh perusahaan telah dikembangkan pada pendekatan bahwa konsep dasar yang dipergunakan perusahaan mempunyai konsep three bottom line yaitu profit, people dan planet, dimana konsep ini masih tetap dipergunakan sebagai dasar pelaksanaan CSR perusahaan. Keterpaduan planet, people dan profit tidak dapat dipisahkan dan merupakan langkah yang perusahaan dalam memperhatikan dan mempertanggungjawabkan semua aktivitas perusahaan. Model pemberdayaan petani yang diusulkan pada perusahaan dengan konsep 4P yaitu. phylantrophy, planet, poeple, dan profit sangat tepat dipergunakan sebagai konsep dasar pemberdayaan petani oleh perusahaan dalam mendukung budaya gotong royong.

Kata Kunci. Konsep pemberdayaan, perusahaan dan petani.

ABSTRACT

The research focused on empowering farmers in conceptional way has been conducted well by the company in Cilacap started from March to August 2013. This research aims at finding the basic concept of empowering farmers developed by PT. Holcim and identifying the conceptional model in empowering farmers which can be operated in the future. The research method is descriptive qualitative.

The reseach finding shows that the concept of empowering farmers conducted by the company has been developing an approach that the basic concept implemented posses three bottom lines, they are: profit, people, and planet in which the concept remain exist as the basic operation of CSR company. Planet, people, and profit are holistic yet unseperated and as a step of a company to care and to responsible its activity. Model of empowering farmers proposed to the company falls into 4Ps, they are: phylantrophy, planet, people and profit that is suitable to be

implemented as a basic concept of empowering farmers conducted by a company that support the culture of giving aid to each other (gotong royong).

Key words: concept of empowering, company and farmers

PENDAHULUAN

Peran sektor perusahaan amat dominan pada pendapatan kabupaten Cilacap. Kabupaten yang merupakan salah satu daerah penghasil migas di Indonesia ini memiliki industri yang menghasilkan devisa yang cukup besar. Perbedaan model tanggungjawab sosial perusahaan yang sebagian besar biasanya memberikan sumbangan dalam bentuk dana maupun financial berdampak pada persepsi dan perilaku masyarakat sekitar perusahaan (Zaidi, 2008). Keadaan tersebut dapat memunculkan perbedaan persepsi pada berbagai kalangan termasuk juga dari masyarakat (Mardikanto, 2009).

Konsep yang terkait antara perusahaan, pemerintah dan masyarakat yang saat ini berkembang yaitu tanggungjawab sosial perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) sebagai suatu pertimbangan moral dan etika menimbulkan banyak perdebatan dan belum ada kesepakatan hingga saat ini. Aspek moral dan etika pada CSR merupakan salah satu aspek yang sangat penting. Pada saat ini ada pendapat CSR bukan dilihat sebagai suatu penghalang kegiatan bisnis perusahaan, tetapi harus dilihat untuk mendatangkan keuntungan dan manfaat baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Branco, 2007).

Kondisi unit kerja perusahaan yang melaksanakan pemberdayaan, belum baik dan kualitas kegiatan pemberdayaan belum baik, bersifat temporer dalam merespon masyarakat yang mengharap bantuan langsung sedangkan peran pemerintah daerah dan lembaga swadaya masyarakat (Ujud, 2006). Pemberdayaan masyarakat yang berorientasi jangka panjang mempunyai strategi yang efektif dan melibatkan partisipasi semua pemangku kepentingan kegiatan CSR (Sumodiningrat, 2007).

Berpijak pada permasalahan-permasalahan tersebut di atas, penelitian ini fokus pada bagaimana aktivitas perusahaan dalam konsep pemberdayaan petani yang telah dilaksanakan oleh PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant, apa saja yang menjadi kunci sukses penyelenggaraan kegiatan tersebut dan bagaimana model

pemberdayaan petani ini bisa dijadikan contoh oleh perusahaan atau lembaga lainnya?.

BAHAN DAN METODE

Penelitian telah dilaksanakan kabupaten Cilacap yang merupakan kabupaten terluas di Jawa tengah dan terdapat beberapa industri yang telah melakukan eksploitasi sumberdaya alam. Penelitian difokuskan di PT Holcim Tbk pabrik Cilacap, yang mempunyai jangkauan terbesar yang konsentrasi pada kegiatan pemberdayaan masyarakat terdiri dari lima kecamatan dengan sembilan belas/19 desa binaan yang terkait langsung dengan perusahaan semen Holcim. Penelitian telah dilakukan pada bulan Maret 2013 sampai bulan Agustus 2013.

Penelitian ini tidak dilakukan intervensi dan kontrol terhadap informan, Karena bersifat kualitatif deskriptif.. Langkah ini diambil semata-mata karena pertimbangan keterbatasan waktu, dana dan prasarana yang mendukung pada penelitian. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Singarimbun dkk, 1989). Populasi penelitian adalah seluruh masyarakat yang terkait dalam kegiatan CSR perusahaan PT Holcim di Cilacap Jawa Tengah. Menurut informasi pihak perusahaan yang ada pada perusahaan tahun 2012, kini terdapat di lima kecamatan, pada sembilan belas desa binaan perusahaan. Teknik Analisis deskriptif dengan uji triangulasi data, teori dan sumber untuk dapat membantu para peneliti untuk menentukan tingkah validitas data/informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Cilacap merupakan daerah terluas di Jawa Tengah, dengan batas wilayah sebelah selatan Samudra Indonesia, sebelah utara berbatasan dengan kabupaten Banyumas, kabupaten Brebes dan kabupaten Kuningan propinsi Jawa Barat, sebelah timur berbatasan dengan kabupaten Kebumen dan sebelah barat berbatasan dengan kabupaten Ciamis dan Kota Banjar propinsi Jawa Barat.

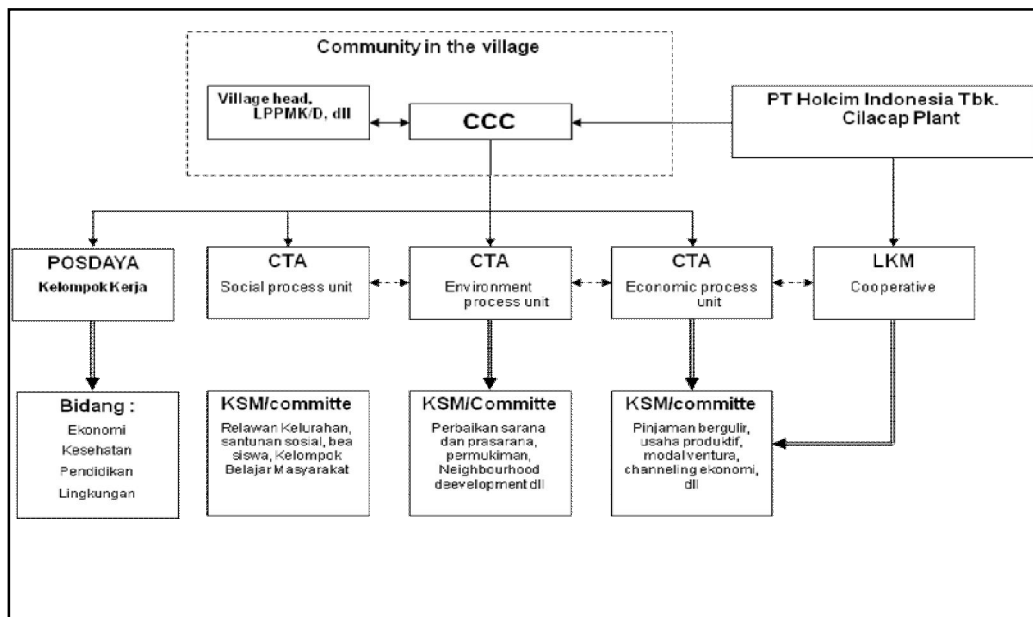
Data potensi bidang pertanian dan rumpunnya kabupaten Cilacap tahun 2009 yang dapat dikembangkan adalah sebagai berikut; 1) luas hutan negara di

kabupaten Cilacap adalah 54.669,80 ha (terdiri dari hutan produksi 36.349,10 ha, hutan produksi terbatas 10.601,70 ha, hutan lindung 6.386,20 ha dan suaka alam 1.332,80 ha); 2) luas hutan rakyat 22.743,08 ha (tanaman jati, mahoni, albasia); 3) total luas hutan di kabupaten Cilacap (hutan negara dan hutan rakyat) adalah 77.412,88 ha; 4) luas perkebunan besar swasta dan negara di kabupaten Cilacap adalah 8.771,82 ha yang ditanami dengan tanaman karet dan kakao; dan 5) luas kebun rakyat adalah 33.825,45 ha tanaman; kelapa, karet, kopi, cengkeh, pala, kakao.

1. Konsep Pemberdayaan Petani yang dikembangkan oleh PT Holcim

Visi PT Holcim Indonesia Tbk adalah menyediakan kondisi kehidupan yang sehat bagi masa depan masyarakat. Misi PT Holcim Indonesia Tbk adalah: Holcim akan tumbuh dengan menyediakan solusi pembangunan yang berkelanjutan untuk segmen pelanggan tertentu, melalui mengembangkan potensi personal dan masyarakat, kepemimpinan yang inovatif serta jaringan terpadu, untuk memberikan keuntungan sebesar mungkin bagi para pemangku kepentingan tanpa melupakan pelestarian lingkungan hidup dan kesejahteraan masyarakat.

Misi pemberdayaan masyarakat PT Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant adalah mendorong kemandirian masyarakat dalam mengembangkan aset ekonomi sumber daya alam kualitas sumber daya manusia dan mengembangkan alam, lingkungan serta meningkatkan komitmen PT Holcim Indonesia Tbk bekerja sebagai mitra bagi seluruh pihak-pihak yang berkepentingan bagi perusahaan untuk memperbaiki kualitas hidup bagi karyawan, keluarga dan masyarakat disekitar lokasi operasional perusahaan, dibangun di atas enam pilar CSR yaitu; 1) *kode etik business*; 2) kebijakan ketenagakerjaan; 3) keselamatan dan kesehatan kerja; 4) peranserta masyarakat; 5) hubungan *customer* dan *supplier*; dan 6) pemantauan dan pelaporan kinerja. Konsep dasar pada gambar dibawah ini. Menunjukkan bahwa perusahaan sudah mulai membentuk lembaga pemberdayaan keluarga/posdaya.



Sumber : data sekunder dari PT holcim cilacap, 2012

Gambar 1. Konsep pemberdayaan masyarakat oleh PT Holcim

Keterangan;

CCC: Community Communication Chanel

LKM : Lembaga Keswadayaan Masyarakat

CTA : Community Technical Assesment/penilaian teknik oleh masyarakat

KSM : Kelompok Swadaya Masyarakat

POSDAYA : Pos Perberdayaan Keluarga

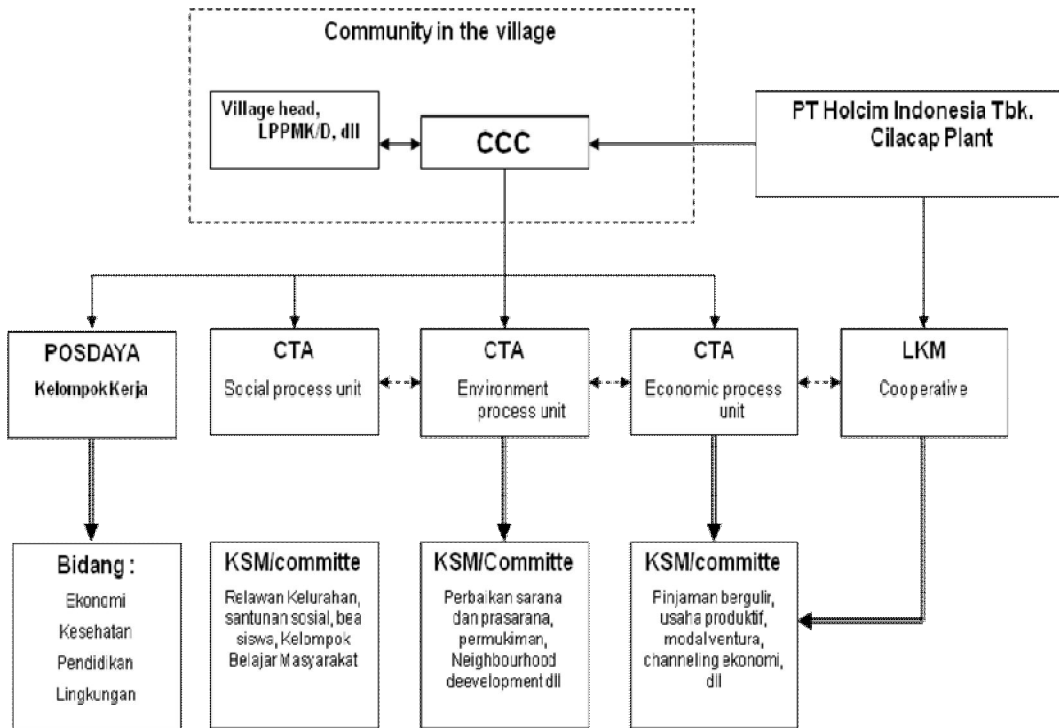
LPPMK/D :Lembaga Pemberdayaan Pembangunan Masyarakat Kelurahan/Desa

Konsep adalah ide atau pengertian yang diabstrakkan dari peristiwa konkret. Menurut flaver (1996) menyatakan bahwa konsep dapat dibedakan menjadi 7 dimensi (atribut, struktur, keabstrakan, keinklusifan, keumuman, ketepatan dan kekuatan). Konsep yang telah dilakukan PT holcim telah terbentuk visi dan misi perusahaan demikian juga dengan visi dan misi pemberdayaan masyarakat. Tetapi keterlibatan masyarakat dalam melihat CSR perusahaan harus meningkatkan sentiment positif atau persepsi positif dengan mngedepankan ragam kegiatan dan persepsi masyarakat dalam partisipasi yang terus harus meningkat (Mardikanto, 2009).

Pada gambar di atas perhatian perusahaan yang telah membentuk pos pemberdayaan keluarga dengan empat bidang kegiatan baik pada bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi dan lingkungan sudah berjalan. Walaupun demikian hal-hal yang harus diperbaiki pada kegiatan pemberdayaan masyarakat oleh perusahaan adalah suatu konsep yang berkelanjutan. Konsep berkelanjutan

mengandung arti bahwa setiap konsep yang akan dipakai harus memperhatikan kepentingan masyarakat dan pemangku kepentingan yang lain. Menurut Mardikanto (2011) menyatakan bahwa setiap perusahaan yang peduli pada masyarakat disekitar perusahaan harus dilibatkan secara aktif. Sehingga koordinasi antara posdaya dengan Lembaga Pemberdayaan Pembangunan Masyarakat Kelurahan/Desa (LPPMK/D) dapat terus berkesinambungan sangat penting untuk disinergikan antar kedua lembaga tersebut. Selain hal tersebut di atas juga sangat penting untuk ditambahkan satu bidang kegiatan yaitu kelembagaan. Pengembangan kapasitas kelembagaan di posdaya. Secara umum dapat dilihat pada gambar 2.

Berpijak pada strategi pemberdayaan petani oleh perusahaan holcim di Indonesia. perusahaan telah menetapkan visi, misi dan strategi rumah holcim yang mempunyai konsep dasar *triple bottom line*. Kebijakan tanggungjawab sosial perusahaan dengan enam pilar yaitu: 1) kode etik *business*; 2) kebijakan ketenagakerjaan; 3) keselamatan dan kesehatan kerja; 4) peranserta masyarakat; 5) hubungan *customer* dan *supplier*; dan 6) pemantauan dan pelaporan kinerja. dilanjutkan dengan penetapan rencana strategi jangka panjang dan penetapan anggaran. Memperhatikan keadaan wilayah dan potensi setiap daerah di sekitar perusahaan dengan tetap memperhatikan dan fokus pada isu-isu yang dirasakan oleh perusahaan dan masyarakat. Sehingga dapat teridentifikasi masalah yang dihadapi masyarakat, mengetahui kelompok-kelompok rentan dan merekomendasikan prioritas pada kegiatan tanggungjawab sosial perusahaan.



Sumber : Diolah data sekunder dari PT holcim Cilacap, 2012

Pendekatan pemberdayaan masyarakat melalui komunikasi pada perwakilan masyarakat dan posdaya. Menyusun dan membentuk struktur kegiatan tanggungjawab sosial perusahaan. pemantauan pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dengan 4 pilar kegiatan yaitu; pendidikan, kesehatan, ekonomi dan lingkungan dan pemantauan manfaat tanggungjawab sosial perusahaan yang berkelanjutan



Gambar 3. Konsep dasar pemberdayaan petani oleh perusahaan

Inisiatif berkesinambungan dilakukan melalui forum komunikasi masyarakat dengan interval 6 bulan dan 1 tahun. *assessment* posdaya dan pameran posdaya.

Sedangkan model yang dilakukan oleh holcim pada konsep pemberdayaan petani sebagai pada gambar di atas .



Gambar 4. Konsep existing model pemberdayaan petani oleh PT Holcim

Berdasarkan pada existing model (gambar 4) yang telah dilakukan oleh holcim pada pelaksanaan pemberdayaan petani. diusulkan rumusan model pemberdayaan petani oleh perusahaan yang dilakukan pada perusahaan lain atau instansi sejenis dalam mendukung dengan rincian sebagai berikut:

Tahap I. Konsep Dasar CSR

1. *Social Investment* atau investasi social/*phylantropy* merupakan tindakan perusahaan dalam mengalokasikan tindakan pembiayaan dan kombinasi pada pemberdayaan petani melalui kegiatan pemberdayaan petani oleh perusahaan tanpa harus menunggu perhitungan keuntungan pada akhir tahun. Alokasi pembiayaan dan kombinasi disediakan pada awal tahun seperti pada kegiatan operasional perusahaan lain. Hal ini tercermin dalam beberapa indikator yang berupa konsistensi pembiayaan, kontinuitas aliran pembiayaan, besar pembiayaan dan kecepatan pembiayaan.
2. *Planet* atau lingkungan merupakan tanggungjawab sosial perusahaan dalam bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan baik lingkungan di perusahaan maupun di luar perusahaan. Tanggungjawab dalam bidang lingkungan tercermin pada indikator menurun; konsentrasi belerang, konsentrasi nitrogen, polusi konsumsi listrik, konsumsi bahan bakar fosil, pencemaran udara, kebutuhan air. Meningkatkan hasil produksi yang bersih, tatakelola limbah padat, tatakelola limbah berbahaya, gerakan penghijauan

tatakelola limbah padat, tatakelola limbah berbahaya, gerakan penghijauan dan transportasi ramah lingkungan.

3. *People* atau manusia merupakan variabel paling dasar manusia pada dimensi manusia baik pada tingkat sumberdaya manusia di perusahaan maupun sumberdaya manusia di sekitar perusahaan merupakan salahsatu tanggungjawab sosial perusahaan. Tanggungjawab sosial perusahaan tercermin pada indikator yang berupa pengurangan tingkat pengangguran, besarnya prosentase tenaga kerja wanita, meningkat pendapatan keluarga, pengurangan kemiskinan, prosentase pengurangan populasi derajat terendah, jam kerja meningkat, pengurangan tingkat kejahatan, meningkatkan lama masa hidup, meningkatnya kesehatan tenaga kerja dan masyarakat, meningkat keikutsertaan masyarakat pada kegiatan pemberdayaan.
4. *Profit* atau keuntungan merupakan tanggungjawab sosial perusahaan dalam bentuk kepedulian perusahaan terhadap sektor keuntungan baik keuntungan di perusahaan maupun di luar perusahaan. Dalam bentuk seperti meningkat; pendapatan personal, keahlian pekerjaan, tenaga kerja wanita, penetapan penggajian, penetapan ukuran pembiayaan, distribusi tenagakerja yang adil, prosentase perhatian CSR pada setiap perusahaan, pendapatan disetiap sektor produksi, kesehatan tenaga kerja dan masyarakat, meningkat keikutsertaan masyarakat pada kegiatan pemberdayaan, investasi dan kreativitas pekerjaan, citra positif perusahaan dan menurun angka prosentase kriminalitas.

KESIMPULAN

Konsep pemberdayaan petani oleh perusahaan yang dapat diterapkan pada perusahaan penyelenggarakan pemberdayaan petani oleh perusahaan telah dikembangkan pada pendekatan bahwa konsep dasar yang dipergunakan perusahaan mempunyai konsep *three bottom line* yaitu *profit, people dan planet*, dimana konsep ini masih tetap dipergunakan sebagai dasar pelaksanaan CSR perusahaan. Keterpaduan *planet, people dan profit* tidak dapat dipisahkan dan merupakan langkah yang perusahaan dalam memperhatikan dan mempertanggungjawabkan semua aktivitas perusahaan.

Model pemberdayaan petani yang disulkan pada perusahaan dengan konsep 4P yaitu. phylantropy, planet, poeple, dan profit sangat tepat dipergunakan sebagai konsep dasar pemberdayaan petani oleh perusahaan dalam mendukung budaya gotong royong.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi. 2003. *Pemberdayaan Pengembangan Masyarakat dan Intervensi Komunitas*. Jakarta. Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Abidin, Said Zainal. 2008. *Strategi Kebijakan dalam Pembangunan dan Ekonomi Politik*. Jakarta. Penerbit Suara Bebas.
- Ambadar. Jackie. 2008. *CSR Dalam Praktek di Indonesia*. Jakarta. Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Branco, 2007. *Corporate Social Performance reporting in Bangladesh*. Managerial auditing Journal.
- Dreier P, 1996. *Community Empowerment Strategies: The Limit and Potensial Of community Organizing In Urban Neighbourhoods*.
- Gianci, 2001. *Perpectives Social Responsibility and impact on society Management centre*.
- Hadisapoetro. S. 1970. *Pembangunan Pertanian*. Yogyakarta. Fakultas Pertanian UGM.
- Hadisapoetro. S. 1998. *Pembangunan Pertanian Berkelanjutan*. Yogyakarta. Fakultas Pertanian UGM.
- Ife Jim. 1995. *Community Development: Creating Community Alternatives Vision Analysis and Practice*, Longman. Australia.
- Karsidi Ravik, 1999. *Kajian keberhasilan transformasi pekerjaan dari petani ke pengrajin indrustri kecil*. Desertasi. IPB
- Kohenen, 2006. *The efect characterstics of company toward CSR disclosures in mining company usted at Indonesia*, stock Exchange.
- Mardikanto.T. 1983. *Penyuluhan Pembangunan Pertanian*. Surakarta. Sebelas Maret University.
- , 1993. *Mengukur Tingkat Adopsi Dengan Tiga Tolak Ukur*. Prima Theresia Pressindo.

- , 2002. *Prosedur Penelitian Penyuluhan Pembangunan*. Surakarta. Prima Theresia Pressindo.
- , 2003. *Kumpulan Bacaan Penyuluhan Kehutanan*. Surakarta. Prima Theresia Pressindo.
- , 2008. *Redefinisi dan Revitalisasi Penyuluhan Pertanian*. Surakarta. Prima Theresia Pressindo.
- , 2009. *Sistem Penyuluhan Pertanian*. Sebelas Maret University Press. Surakarta.
- , 2010. *Konsep-konsep Pemberdayaan Masyarakat*. Sebelas Maret University Press. Surakarta.
- Nitisemito, A.S.1984. *Manajemen Personalialia*. Jakarta. P.T Gramedia.
- Saidi, Abidin. 2003. *Sumbangan Sosial Perusahaan, Profil dan Pola Distribusinya di Indonesia: Survei 226 Perusahaan di 10 Kota*. PIRAC. Jakarta. Ford Foundation.
- Salim, Agus. 2005. *Perubahan Sosial, Sketsa Teori dan Refleksi Metodologi Kasus Indonesia*. Yogyakarta. Tiara Wacana.
- Saputro. 2001. *Kebijakan Pengembangan Obat Bahan Alam Indonesia. Makalah Seminar Nasional Tumbuhan Obat*. Indonesia. XXXIII. Univ. Pancasila.
- Siagian SP. 1983. *Bunga Rampai Pembangunan*. Jakarta. Gunung Agung.
- Slamet, Y. 2006. *Analisis Kuantitatif Untuk Data Sosial*. Surakarta. Dabara Publisier.
- Subejo. 2008. *Sistem Penyuluhan di Jepang: Konsep, Peran dan Perkembangan Penyuluhan Pertanian dan Pedesaan*. Yogyakarta. UGM.
- Sumodiningrat, Gunawan. 1995. *Ekonometrika Pengantar*. Yogyakarta. BPFE
- , 1996, *Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta. Bina Rena Pariwara.
- ,1997. *Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta. Bina Rena Pariwara.
- ,2007. *Visi dan Misi Pembangunan Pertanian Berbasis Pemberdayaan*. Yogyakarta. IDEA.

- Sumaryo, 2009. *Implementasi Tanggung Jawab Sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility) Dalam Pemberdayaan dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. Kasus di Provinsi Lampung*. Desertasi. Sekolah Pasca Sarjana. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Sujadmoko. 1983. *Kemiskinan di Perkotaan*. Jakarta. Yayasan Obor.
- Sukidjo. 1991. *Good Corporate Governance*. Damar Mulia Pustaka. Jakarta.
- Syahuti. 2006. *Konsep Penting Dalam Pembangunan Pedesaan Dan Pertanian*. Jakarta Selatan. PT Bina Rena Pariwisata.
- Suharto Edi. 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat*. Bandung. Refika Aditama.
- Tampubolon J, Basita Ginting Sugihen, Margono Slamet, Djoko Susanto dan Sumardjo, 2006. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendekatan Kelompok. (Kasus Pemberdayaan Masyarakat Miskin melalui Pendekatan Kelompok Usaha Bersama (KUBE)*. Jurnal Penyuluhan.
- Ujud. 2006. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta. Sinar Gra
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Surabaya. Fascho Publishing.
- Zaidi. 2008. *Manajemen dan Motivasi*. Jakarta. Balai Pustaka