

## **Implementasi Kegiatan *Corporate Social Responsibility* “Go Green Economic” Berbasis Kearifan Lokal**

Aat Ruchiat Nugraha, Suwandi Sumartias, Evi Novianti dan Kokom Komariah

Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran  
aat.prodihumas@hotmail.com, wandi\_sumartias@yahoo.com, vie.novianti@yahoo.com,  
kokom.komariah66@yahoo.com

### **Abstract**

*Concern and responsibility for company/industry is one concrete manifestation of external relations in the form of community development programs through Corporate Social Responsibility (CSR) in the form of intensive training to entrepreneurs, small and micro enterprises (UKMM) Traditional Batik craftsmen. In one implementation of CSR programs PT. Indocement Tunggal Perkasa is doing activities to educate, train and provide capital to the rural artisans of traditional batik Cirebon palimanan Ciwaringin districts by utilizing renewable natural resources. The results of this CSR program showed to significant an increase in economic aspect, social aspect and environmental aspect awareness to the community about the PT. Indocement Tunggal Perkasa Tbk.*

**Key Words:** *Implementation, Corporate Social Responsibility, and Local Wisdom*

### **Abstrak**

Kepedulian dan tanggung jawab perusahaan/industri merupakan salah satu wujud nyata dari eksternal *relations* berupa program pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bentuk pembinaan intensif terhadap pelaku usaha kecil mikro menengah (UKMM) Pengrajin Batik Tradisional. Dalam implementasi salah satu program CSR PT. Indocement Tunggal Perkasa yaitu melakukan kegiatan mendidik, melatih dan memberikan modal kepada para pengrajin batik tradisional di desa Ciwaringin kecamatan Palimanan Kabupaten Cirebon dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Hasil program CSR ini menunjukkan adanya peningkatan secara yang cukup signifikan pada aspek ekonomis, sosial dan kesadaran lingkungan bagi masyarakat sekitar PT. Indocement Tunggal Perkasa, Tbk.

**Kata Kunci:** Implementasi, Tanggungjawab Sosial Perusahaan, dan Kearifan Lokal

### **Pendahuluan**

Kemajuan dan potensi industri di Jawa Barat memerlukan keberlanjutan dalam upaya meningkatkan pendapatan bagi warga Jawa Barat, terutama yang berada di lingkungan sekitar perusahaan. Wilayah Cirebon sebagai bagian dari wilayah Timur Jawa Barat memiliki beberapa potensi seperti sumber daya alam, sumber daya manusia, maupun peradabannya yang dapat menghasilkan dan menguntungkan bagi warganya. Kabupaten Cirebon sebagai daerah yang memiliki kawasan industri dan kelembagaan secara komprehensif telah menjadi bagian penting dalam mendukung

sektor pembangunan nasional dalam beberapa tahun terakhir ini. Hal ini dilakukan oleh pemerintah pusat sebagai upaya mendorong dan menyangga tingkat percepatan pembangunan pemerintah pusat dalam memberdayakan masyarakatnya melalui pembentukan beberapa kawasan tertentu yang dijadikan sebagai pusat industri, perdagangan, bisnis maupun pusat pemerintahan. Konsep desain pencitraan wilayah ini merupakan dampak langsung pembangunan yang berskala nasional dan berorientasi pada konsep era globalisasi yang harus segera terwujud dalam upaya meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) secara mandiri. Faktanya, hal ini menjadi satu komitmen yang terus menerus diwacanakan dan dikawal oleh elemen masyarakat sekitar perusahaan yang wilayahnya dijadikan daerah operasional/eksploitasi pemanfaatan sumber daya alam agar selalu mendapatkan perhatian dan bantuan dari pihak pemerintah dan perusahaan.

Bentuk hubungan timbal balik yang baik dari perusahaan terhadap warga sekitar perusahaan, biasanya pimpinan perusahaan melakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat yang diimplementasikan dalam bentuk program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Program CSR ini merupakan wujud kepedulian dan tanggung jawab perusahaan atau industri dalam menata pola pembangunan di masyarakat guna menjadi lebih baik lagi secara ekonomi sebagai bentuk modal sosial yang diharapkan perusahaan. Salah satu bentuk sinergisitas antara pemegang kepentingan tersebut adalah dengan melakukan pembinaan yang intensif terhadap pelaku usaha kecil mikro menengah (UKMM), melalui berbagai kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta Program Kemitraan & Bina Lingkungan (PKBL) dari perusahaan-perusahaan yang beroperasi di Kabupaten Cirebon Provinsi Jawa Barat, baik perusahaan BUMN maupun perusahaan swasta nasional.

Sesuai dengan tujuannya, kegiatan-kegiatan CSR dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) tersebut dimaksudkan untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang harmonis dengan lingkungan sekitar lokasi produksi yang bekerjasama dengan *stakeholder* untuk memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat sekitar. Perusahaan juga harus memiliki komitmen untuk melaksanakan tanggung jawab perusahaan di bidang sosial serta lingkungan sesuai dengan prinsip pengembangan lingkungan yang berkelanjutan, baik secara ekonomi, sosial maupun lingkungan.

Di balik kemajuan yang sangat pesat secara empiris, ternyata masih menyisakan berbagai persoalan yang dihadapi masyarakat Cirebon yaitu dampak dari pembentukan satu kawasan baru (pemerintahan, pendidikan, bisnis perdagangan dan industri) yang meliputi perubahan sosial, ekonomi, lingkungan, budaya, dan komunikasi. Perubahan yang terjadi tersebut di satu sisi membawa dampak positif, namun di sisi lain membawa dampak negatif yang sulit dihindari. Dampak negatif yang ada berdasarkan observasi di lapangan terhadap lokasi suatu wilayah yang dijadikan daerah operasional kawasan industri menunjukkan bahwa perubahan pola interaksi dan pergaulan yang berubah secara drastis; meningkatnya kecemburuan sosial, perubahan orientasi gaya hidup, meningkatnya angka kriminalitas, pola kepemilikan dan mata pencaharian, pencemaran lingkungan dan lain sebagainya.

Guna menyeimbangkan akan keberadaan perusahaan dengan wilayah operasional perusahaan di kabupaten Cirebon, PT. Indocement Tunggul Perkasa, Tbk. sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pemanfaatan sumber daya alam berupa bahan baku semen (kapur putih) telah melakukan pemberdayaan masyarakat melalui beberapa kegiatan CSR. Hal ini dilakukan sebagai bentuk komitmen dan

tanggungjawab perusahaan dalam memajukan masyarakat sekitar perusahaan dengan tujuan agar masyarakat memiliki daya saing secara mandiri dalam mencapai dan meningkatkan kesejahteraan mereka. Adapun bentuk kegiatan implementasi kebijakan CSR yang dilakukan oleh PT. Indocement Tunggul Perkasa, Tbk. meliputi beberapa sektor pembangunan, salah satunya yaitu melalui program pemberdayaan *green economic* bagi masyarakat sekitar perusahaan. Program *green economic* ini berupa program pemberdayaan masyarakat yang memanfaatkan potensi-potensi alam sekitar masyarakat dalam upaya meningkatkan kesejahteraan. Program tersebut diperuntukkan bagi warga sekitar perusahaan PT. Indocement Tunggul Perkasa, Tbk. yaitu khususnya bagi masyarakat wilayah Ciwaringin yang memiliki kemampuan dalam hal membatik (komunitas batik) dengan memanfaatkan pewarna alami yang berasal dari ekstrak-esktrak pepohonan yang ada di masyarakat. Adapun hasil yang diharapkan dari CSR program *green economic* batik ini yaitu masyarakat menjadi terampil dalam memanfaatkan sumber daya alam sebagai bahan alami pewarna pencelupan batik setelah mendapatkan pembinaan yang intensif dan komprehensif dari pihak perusahaan.

Target lain dari *green economic* CSR PT. Indocement Tunggul Perkasa, Tbk. yaitu pengoptimalan kearifan budaya Kacirebonan dalam proses pra produksi, produksi dan pascaproduksi pembuatan batik tradisional. Sehingga dengan demikian, wilayah Caringin Kecamatan Palimanan Kabupaten Cirebon dapat terkenal dengan jenis batik yang ramah lingkungan (*go green*). Dengan adanya konsep *brand* batik Ciwaringin yang diusung oleh program CSR PT. Indocement Tunggul Perkasa, Tbk. Cabang Cirebon ini, sudah menunjukkan pada perkembangan yang signifikan secara ekonomi dan sosial. Dalam perkembangan selanjutnya, kearifan lokal Kacirebonan bergantung pada komunitas batik yang berada di desa Ciwaringin dan anggota komunitas pengrajin batik dalam melestarikan budaya dan peradaban *brand* Cirebon di pasaran batik tingkat nasional maupun internasional.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian tersebut, maka rumusan masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut: "Bagaimana kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Incocement Tunggul Perkasa, Tbk. berbasis kearifan lokal di Kabupaten Cirebon dapat meningkatkan perekonomian komunitas batik Ciwaringin?"

## **Metode Penelitian**

Metode penelitian kualitatif, pada hakekatnya mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya (Nasution, 2003). Dengan menggunakan sifat data deskriptif. Deskriptif kualitatif yaitu salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap mengenai setting sosial atau hubungan antara fenomena yang diuji. Dalam penelitian ini peneliti telah memiliki definisi jelas tentang subyek penelitian dan akan menggunakan pertanyaan siapa dalam menggali informasi yang dibutuhkan. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah menghasilkan gambaran akurat tentang sebuah kelompok, menggambarkan mekanisme sebuah proses atau hubungan, memberikan gambaran lengkap baik dalam bentuk verbal atau *numerical*, menyajikan informasi dasar atas suatu hubungan menciptakan seperangkat kategori dan mengklasifikasikan subjek penelitian,

menjelaskan seperangkat tahapan atau proses serta untuk menyimpan informasi yang bersifat kontradiktif mengenai subyek penelitian.

### Hasil Penemuan dan Diskusi

#### 1. Kegiatan Komunikasi dalam program CSR PT. Indocement Tunggal Perkasa, Tbk.

PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. adalah perusahaan yang memproduksi semen, yang juga memiliki beberapa anak perusahaan yang memproduksi beton siap-pakai (Ready-Mix Concrete/RMC) serta mengelola tambang *agregat* dan *trass*. Berdiri sejak 16 Januari 1985, Perseroan merupakan penggabungan dari enam perusahaan semen yang saat itu memiliki delapan pabrik. Pabrik pertama Indocement resmi beroperasi sejak 4 Agustus 1975. Selama 37 tahun pabrik beroperasi, Indocement terus meningkatkan kapasitas produksinya dan merupakan salah satu produsen semen terbesar di Indonesia. Indocement terus menambah jumlah pabrik hingga saat ini mencapai 12 pabrik, yang sebagian besar berada di Jawa. Sembilan pabrik berada di Kompleks Pabrik Citeureup, Bogor, Jawa Barat, dan merupakan salah satu kompleks pabrik semen terbesar di dunia. Dua pabrik berada di Kompleks Pabrik Palimanan, Cirebon, Jawa Barat dan satu pabrik di Kompleks Pabrik Tarjun, Kotabaru, Kalimantan Selatan.

Sebagaimana diketahui bahwa pada hakekatnya masalah kesejahteraan masyarakat sesungguhnya menjadi kewajiban negara (pemerintah). Namun, demikian sebagai bagian warga negara yang baik, perusahaan merasa perlu untuk membantu mensejahterakan masyarakat, khususnya yang berada di sekitar perusahaan sebagai wujud tanggungjawab sosial secara etika bisnis, harmonisasi dan aspek legalitas. PT. Indocement Tunggal Perkasa, Tbk. cabang Cirebon yang merupakan perusahaan swasta nasional yang bergerak di bidang industri semen merasa berkewajiban dan berkepentingan dalam mengimplementasikan konsep CSR untuk dapat dilakukan di wilayah operasional produksi dimana perusahaan itu berada. Dalam menjalankan usahanya, Indocement bertekad memperhatikan pembangunan berkelanjutan, melalui komitmen untuk mengurangi emisi karbon dioksida dalam proses pembuatan semen. Indocement adalah perusahaan pertama di Asia Tenggara yang menerima Emisi Reduksi yang Disertifikasi (*Certified Emission Reduction/CER*) untuk proyek bahan bakar alternatif dalam kerangka Mekanisme Pembangunan Bersih (MPB).

Program CSR pada dasarnya erat kaitan dengan pembangunan berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan merupakan isu global yang saat ini seharusnya dipahami dan diimplementasikan. Pengertian dari pembangunan berkelanjutan sendiri yaitu:

Kata “pembangunan berkelanjutan” merupakan terjemahan dari bahasa inggris, yaitu *sustainable development*, yang dapat diartikan sebagai proses pembangunan (lahan, kota, bisnis, masyarakat, dan sebagainya) yang berprinsip “memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan pemenuhan kebutuhan generasi masa depan”(Brundtland Report dari PBB, 1987) (Rachman, Efendi dan Wicaksana, 2011).

Adapun kegiatan CSR PT. Indocement Tunggal Perkasa, Tbk diarahkan pada sebuah model bisnis yang berkelanjutan yang memungkinkan perusahaan untuk menciptakan dan menambah nilai keuntungan secara materi maupun immateri bagi para pemegang saham karyawan, masyarakat dan lingkungan. Model bisnis yang

berbasis CSR ini tentunya berdasarkan konsep pembangunan berkelanjutan dengan *triple bottom line* yang menjadi pedoman bagi perusahaan dalam menjalankan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*). Konsep tersebut diterjemahkan oleh PT. Indocement Tunggul Perkasa, Tbk dengan menekankan pada tiga hal utama, yaitu: (1) melestarikan lingkungan; (2) memberikan manfaat kepada masyarakat setempat; dan (3) mempertahankan pertumbuhan Perseroan.

Pembangunan berkelanjutan mencakup tiga hal kebijakan, yaitu pembangunan ekonomi, pembangunan sosial, dan perlindungan lingkungan. John Elkington dalam bagan *triple bottom line* sebagai pertemuan dari pilar pembangunan yaitu “orang, planet, dan keuntungan” yang merupakan tujuan pembangunan, merupakan:

1. Tanggung jawab perusahaan agar menjaga kemampuan lingkungan dalam mendukung keberlanjutan kehidupan bagi generasi berikutnya (*planet*);
2. Bentuk tanggung jawab perusahaan pada pemegang saham (*profit*);
3. Kehadiran perusahaan harus memberikan manfaat pada *stakeholder* dan masyarakat luas (*people*);
4. Pengembangan berkelanjutan harus didukung oleh komitmen yang seimbang antara ekonomi, sosial, dan lingkungan (*sustainability development*) (Rachman, Efendi dan Wicaksana, 2011)



**Gambar 1:** Media Komunikasi/Publikasi CSR PT. Indocement Cabang Cirebon (Sumber: data peneliti)

*Triple bottom line* merupakan konsep *sustainable development* yang secara eksplisit telah mengaitkan antara dimensi tujuan dan tanggungjawab, baik kepada *shareholder*, *stakeholder* dan *planet*. Konsep *profit*, merupakan satu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai perusahaan, bahkan *mainstream* ekonomi yang dijadikan pijakan filosofis operasional perusahaan. Namun tidak hanya *profit* saja yang menjadi prioritas, tapi perusahaan juga harus memenuhi tanggung jawabnya terhadap aspek lain seperti *people* dan *planet*, guna tercapainya pembangunan berkelanjutan.

Adapun bentuk komunikasi CSR yang dilakukan oleh pihak PT. Indocement Tunggul Perkasa, Tbk Cirebon yaitu membentuk publikasi-publikasi yang bisa tersebar di daerah binaan perusahaan. Seperti untuk CSR pada komunitas batik maka

perusahaan membuat sarana publikasi melalui pintu gerbang yang bertuliskan Kampung Batik Tulis Ciwaringin. Selain itu juga, bentuk komunikasi lainnya yaitu berupa lambang perusahaan selalu ada di setiap tempat maupun produk yang dihasilkan melalui kegiatan CSR perusahaan. Berikut contoh-contoh media publikasi CSR PT. Indocement Tunggal Perkasa, Tbk Cirebon

## 2. Implementasi Kearifan Lokal dalam program CSR PT. Indocement Tunggal Perkasa, Tbk.

PT Indocement memiliki kesadaran terhadap aspek-aspek mendasar bagi kelangsungan usaha secara jangka panjang serta keinginan untuk mewujudkan perusahaan sebagai perusahaan terbesar dan terbaik yang mementingkan nilai-nilai tanggung jawab sosial. Karena itu, PT Indocement melihat masyarakat sebagai unsur mitra yang saling menguntungkan dan melindungi serta membangun komitmen dimana *community development* yang dilakukan akan mengoptimalkan seluruh potensi dan budaya yang ada, sehingga masyarakat bisa mandiri serta dapat merasakan manfaat adanya perusahaan di wilayah Kabupaten Cirebon. Wilayah kabupaten Cirebon yang memiliki potensi secara alami sangat mendukung pada pengembangan perkeonomian masyarakat setempat, khususnya bagi pengrajin batik yang berada di sentra batik Ciwaringin.

Berdasarkan wawancara dengan General Affairs Departement Head PT. Indocement Tunggal Perkasa, Tbk Cirebon menunjukkan bahwa secara kajian lingkungan dan potensi budaya lokal masyarakat Cirebon termasuk kategori yang adaptif terhadap perubahan yang dilakukan oleh perusahaan, khususnya yang dilakukan oleh PT. Indocement Tunggal Perkasa, Tbk. Adapun bentuk program CSR yang ditawarkan oleh PT. Indocement Tunggal Perkasa, Tbk. kepada warga masyarakat sekitar perusahaan yaitu dengan pola pemanfaatan nilai-nilai lokal (adat kebiasaan) budaya Kecirebonan dalam menunjang kehidupan masyarakat, seperti dalam sektor budaya, masyarakat (pengrajin batik tradisional) diberi pembinaan dan pemahaman tentang motif-motif batik identitas Kecirebonan, mengikutsertakan hasil karya batik tradisional Kecirebonan pada *event-event* tingkat lokal, nasional maupun internasional yang diikuti oleh PT. Indocement, dan lain sebagainya. Program yang dilakukan PT. Indocement tersebut secara praktis dapat membantu program pemerintah yang dicanangkan melalui program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL) yang disosialisasikan oleh pihak pemerintah. PKBL merupakan upaya nyata yang tumbuh dari kesadaran perusahaan akan pentingnya dukungan lingkungan yang kondusif untuk mendorong peningkatan profit perusahaan secara tidak langsung serta terbentuknya citra positif perusahaan.

Berbicara tentang ranah tanggung jawab sosial (*social responsibility*) mengundang berbagai dimensi yang sangat kompleks. Dimana tanggung jawab sosial mengandung interpretasi yang sangat berbeda, khususnya bila dikaitkan dengan kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholder*). Upaya untuk memudahkan pemahaman, banyak para ahli mencoba menggaris bawahi prinsip dasar yang terkandung dalam tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Program *Corporate Social Responsibility* memiliki tiga karakter utama yaitu berbasis masyarakat (*community based*), berbasis sumber daya setempat (*local resource based*) dan berkelanjutan (*sustainable*).

Keberhasilan program CSR tidak diperoleh hanya dalam yang singkat, tetapi butuh waktu dan proses yang lebih lama yang dilakukan secara terus-menerus, terencana dan terukur. Dalam hal ini yang diperlukan adalah adanya komunikasi antara korporat dan masyarakat lokal:

Korporat. Langkah-langkah komunikasi korporat dalam program CSR adalah (1) memberikan informasi secara luas kepada komunitas yang ada di lingkungannya tentang kegiatan CSR dan kegiatan korporat lainnya serta bagaimana korporat menjalankan usahanya. (2) memberikan informasi secara luas kepada komunitas tentang adanya kesempatan berkompetisi dalam membuat program CSR. (3) Melakukan interaksi dan tindakan pemantauan bersama-sama dengan komunitas sehingga membuat kerja sama berjalan efektif. (4) sosialisasi tentang pentingnya bertanggung jawab terhadap lingkungan fisik dan mengurangi dampak negatif berupa kemerosotan sumber daya alam atau eksekusi perusakan hutan dan timbulnya bencana banjir.

Pemerintah. Langkah-langkah yang harus dilakukan oleh pemerintah dalam program CSR adalah: (1) melakukan kegiatan dalam pemberian aturan administrasi yang jelas dan prosedur monitoring terhadap perusahaan dalam kaitannya dengan lingkungan dan persetujuan sosial. (2) melakukan jaminan terhadap masyarakat untuk tetap mempunyai akses. (3) dapat jaminan adanya monitoring dengan melalui jasa komunitas. Menjamin keseimbangan dalam pembagian keuntungan dan kebijakan desentralisasi. (4) menolong komunitas menyiapkan jasa dalam memonitor kegiatan-kegiatan perusahaan.

Komunitas. Langkah-langkah yang harus dilakukan komunitas dalam program CSR adalah: (1) mempelajari kegiatan korporat, menyiapkan usulan-usulan apabila diperlukan. (2) mengorganisir anggota komunitas dan menciptakan konsensus, membangun mekanisme untuk memecahkan masalah perbedaan dan konflik. (3) anggota komunitas dapat membangun kapasitas komunitasnya untuk tetap pada jalurnya, menghindari ketergantungan mental dan membangun infrastruktur, berpartisipasi dalam monitoring proyek serta membangun kerja sama dengan komunitas lain. (4) melakukan kegiatan persiapan menghadapi situasi penutupan proyek, memonitor rehabilitasi sumber daya akibat aktivitas perusahaan, dan membangun jasa pasca-konstruksi perusahaan (Budimanta dalam Ardianto, 2011:114-115).

### 3. Strategi implementasi program CSR PT. Indocement Tunggal Perkasa, Tbk. melalui Program *Go Green Economic*

Dalam kerangka tujuan pencapaian pembangunan milenium (*Millennium Development Goals/MDGs*), program CSR Indocement Tunggal Perkasa, Tbk cabang Cirebon terutama berfokus pada tujuan pengentasan kemiskinan, peningkatan kualitas pendidikan dan lingkungan di sekitar wilayah operasional perusahaan. Dalam program pengembangan komunitas secara pembangunan fisik diantaranya pemberian bantuan peralatan sekolah, program puskesmas keliling, pembangunan infrastruktur (jalan dan jembatan), renovasi rumah tidak layak huni, serta pembangunan tempat ibadah. Sedangkan program pembangunan yang bersifat berkelanjutan seperti pihak perusahaan menjalin kerjasama dengan bank pemerintah untuk memfasilitasi kredit mikro kepada usaha kecil (komunitas pengrajin batik).

Kegiatan CSR ini menjadi kegiatan mayoritas disebabkan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan selalu berkaitan dengan beberapa tujuan dari perusahaan itu berada dalam memenuhi aspek bisnisnya yaitu pemanfaatan dengan mengandalkan potensi alam yang ada di wilayah yang menjadi domisili masyarakat binaannya. Maka, daripada itu kegiatan CSR sering memanfaatkan sumber daya alam yang ada di wilayah masyarakat tersebut agar mudah memperoleh bahan bakunya untuk diproses dalam tahapan selanjutnya. PT. Indocement Tunggul Perkasa, Tbk. memiliki komitmen dan kesadaran bahwa perusahaannya tersebut bergerak di bidang eksploitasi alam yang tentunya dapat mengakibatkan hilangnya keseimbangan ekosistem di wilayah operasi perusahaannya. Maka, untuk mengembalikan keadaan tersebut perusahaan berupaya untuk membuat suatu kegiatan pemberdayaan masyarakat sekitar perusahaan dengan memanfaatkan aspek lingkungan yang ada dalam memajukan tingkat perekonomiannya.

Bentuk kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT. Indocement Tunggul Perkasa, Tbk. di Kabupaten Cirebon, khususnya bagi para pengrajin batik tulis Ciwaringin yaitu berupa pelatihan batik tulis dengan memanfaatkan pewarna alami dengan pementornya berasal dari LSM yang bergerak di bidang kerajinan dan budaya selama kurang lebih tiga bulan berturut-turut. Menurut Rofaah, pewarna alam dapat dihasilkan dari daun-daun yang ada di sekeliling lingkungan seperti ekstrak daun pisang, ekstrak daun sirsak, ekstrak daun mangga, bahkan ekstrak buah dan kulit jengkol sekali pun dapat dijadikan warna yang sangat menakjubkan. Dari hasil pelatihan ekstrak bagi pengrajin batik tulis tradisional, maka banyak masyarakat pengrajin batik yang kini pandai membuat warna-warna batik dari alam. Warna-warna alam yang digunakan oleh para pengrajin batik tulis menyebabkan secara ekonomis harga batik tersebut menjadi lebih mahal dibandingkan dengan batik cetak dengan pewarna sintetis. Ibu rumah tangga menjadi dominan dalam sasaran pelaksanaan program CSR ini dikarenakan berdasarkan observasi dan wawancara maka seorang ibu rumah tangga paling banyak memiliki waktu luang dalam mengikuti program-program CSR yang diselenggarakan oleh pihak perusahaan. Selain itu juga, kerajinan batik tulis tradisional ini memang profesi sebagian besar para ibu-ibu di desa Ciwaringin. Dalam hal ini, yaitu kelompok pengrajin batik yang berada yang terdiri dari 9 kelompok pengrajin, dengan setiap kelompok pengrajinnya terdiri dari 10 sampai 15 orang.

Selain itu juga, kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Indocement Tunggul Perkasa, Tbk yaitu berupa Pelatihan Pendidikan Manajemen dan Organisasi Koperasi. Tujuan diselenggarakannya pelatihan ini, agar masyarakat atau komunitas pengrajin batik mampu secara mandiri untuk mengelola dan memasarkan produk-produk karya pengrajin batik melalui suatu badan ekonomi kerakyatan yang dikelola bersama dalam bentuk koperasi. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Bapak Nurasalim Syarqoni yang telah mengikuti pelatihan pendidikan manajemen dan organisasi koperasi yang mengatakan bahwa dengan adanya pelatihan dari pihak PT.Indocement, masyarakat pengrajin batik menjadi lebih produktif karena merasa dibantu oleh koperasi yang kini sudah terwujud.

Aktivitas CSR ini menunjukkan bahwa program CSR yang diselenggarakan oleh perusahaan sangat memperhatikan potensi alam yang dimiliki oleh masyarakat tersebut dan sekaligus telah menjadi komoditas andalan dalam menunjang pekerjaan mereka sehari-harinya. Dengan memanfaatkan aspek potensi alam yang ada di

lingkungan masyarakat tersebut tentunya lebih memudahkan bagi masyarakat dalam mengembangkan inovasi dari hasil pelatihan maupun pembinaan yang dilakukan dalam melaksanakan kegiatan program CSR tersebut agar lebih bernilai. Menurut Moore, "Lebih dari 40 persen bantuan perusahaan diilhami oleh keinginan untuk mengembalikan sesuatu (*cashback*) kepada komunitas yang telah membantunya" (dalam Ardianto dan Machfudz, 2011).

Bukti lain, yang dilakukan masyarakat yang terus menjalankan usaha (bekerja) dari hasil pelatihan atau pembinaan yang telah diberikan pada program CSR perusahaan dijadikan sebagai sokoguru dalam mencapai tingkat kesejahteraan hidupnya. Dengan kata lain, perusahaan telah melakukan pemetaan potensi sosial yang dimiliki oleh masyarakat dalam pelaksanaan program CSR tersebut agar dapat memberdayakan masyarakat secara mandiri.

Manfaat program CSR tidak hanya dirasakan oleh masyarakat (*stakeholder*) semata, namun dirasakan juga oleh perusahaan itu sendiri. Setidaknya Susanto menyebutkan ada enam manfaat program CSR, yakni sebagai berikut:

*Helps cushion and vaccinate during time of crisis* yaitu berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Demikian pula ketika perusahaan diterpa kabar miring atau bahkan ketika perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat lebih mudah memahami dan memaafkannya.

*Enhances employee engagement and pride* yaitu keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat, serta lingkungan sekitarnya. Kebanggaan ini pada akhirnya akan menghasilkan loyalitas, sehingga mereka merasa lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras demi kemajuan perusahaan. Hal ini akan berujung pada peningkatan kinerja dan produktivitas.

*Improve relations with stakeholder* yaitu CSR yang dilakukan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya. Pelaksanaan CSR secara konsisten menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap pihak-pihak yang selama ini berkontribusi terhadap lancarnya berbagai aktivitas serta kemajuan yang mereka raih. Hal ini mengakibatkan para *stakeholder* senang dan merasa nyaman dalam menjalin hubungan dengan perusahaan

*Sales increase* yaitu meningkatkan penjualan seperti yang terungkap dalam riset Roper Search Worldwide, yaitu bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

*Other incentive (tax, preferred treatment)* yakni inisiatif-inisiatif lainnya, seperti inisiatif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya. Hal ini perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat lagi menjalankan tanggung jawab sosialnya. (Susanto, 2009:14).

## **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penelitian tentang implementasi CSR yang berbasis kearifan lokal di Cirebon dapat disimpulkan.

Kegiatan komunikasi CSR PT. Indocement Tunggul Perkasa, Tbk. telah dilakukan secara intensif dan terbuka sehingga *stakeholders* dengan sendirinya mengetahui tentang kegiatan CSR apa saja yang dilakukan oleh pihak perusahaan. Sarannya yaitu sebaiknya kegiatan komunikasi yang dijalin oleh pihak perusahaan bukan hanya sekedar yang berkaitan dengan kegiatan CSR saja, namun alangkah lebih bijaknya perusahaan menjalin komunikasi dengan berbagai media dan lintas program CSR.

Kearifan lokal Kecirebonan dalam kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Indocement Tunggul Perkasa, Tbk. sudah menjadi pondasi dasar dalam membina dan melaksanakan program CSR lainnya yang akan dilakukan oleh perusahaan. Tetapi, dalam implementasi CSR, sebaiknya nilai kearifan lokal ini bisa disosialisasikan dan terus dibina oleh perusahaan yang bekerjasama dengan pihak pemerintah maupun tokoh-tokoh budaya lokal setempat sehingga kearifan lokal tersebut betul-betul menjadi budaya yang mengakar di segala aspek kegiatan CSR nya PT. Indocement Tunggul Perkasa, Tbk Cirebon.

Strategi implementasi CSR PT. Indocement Tunggul Perkasa, Tbk. menggunakan konsep *development with community* (bersama-sama membangun pembinaan pembangunan yang masyarakat dijadikan rekanan kegiatan CSR). Sarannya yaitu sebaiknya strategi CSR yang dilakukan oleh PT. Indocement Tunggul Perkasa, Tbk. agar dapat lebih bervariasi lagi sehingga masyarakat yang lainnya terfasilitasi dalam kegiatan-kegiatan CSR lainnya yang diselenggarakan oleh pihak perusahaan dengan tetap berdasarkan pada potensi latar belakang pendidikan, aspirasi dan tingkat kemampuan yang ada di masyarakat.

### **Ucapan Terima Kasih**

Peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah turut membantu dalam terlaksananya penelitian ini sampai dengan selesai. Terutama kepada PT. Indocement Tunggul Perkasa, Tbk yang telah bersedia menjadi objek penelitian. Kemudian juga kepada seluruh narasumber dalam penelitian ini.

### **Daftar Pustaka**

- Ambadar, Jackie. (2008). *CSR dalam Praktik di Indonesia*. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Ardianto., & Dindin M. Machfudz. (2011). *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Budimanta, Arif. Dkk. (2004). *Corporate Social Responsibility: Jawaban Bagi model Pembangunan Indonesia Masa Kini*. Jakarta: ICSD.
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kartini, Dwi. (2009). *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management Dan Implementasi Di Indonesia*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Nursahid, Fajar. (2008). *CSR bidang Kesehatan & Pendidikan: Mengembangkan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Indonesia Business Links.
- Solihin, Ismail. (2008). *Corporate Social Responsibility From Charity to Sustainability*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Aat Ruchiat Nugraha , Suwandi Sumartias , Evi Novianti Dan Kokom Komariah: Implementasi Kegiatan *Corporate Social Responsibility* “*Go Green Economic*” Berbasis Kearifan Lokal

Susanto, A.B. (2009). *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility Pendekatan Strategic Management dalam CSR*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Suyono, Eko. (2010). *Corporate Social Responsibility antara Harapan dan Realitas*. Bandung: UNPAD PRESS.