



Implementasi CSR PT X dalam Membangun Ketahanan Pakan Ternak

Agung Setiawan, Maman Suherman*

Prodi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 21/02/2023

Revised : 06/07/2023

Published : 21/07/2023



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 3

No. : 1

Halaman : 33 - 40

Terbitan : Juli 2023

ABSTRAK

Program tanggung jawab sosial PT X sendiri mengacu pada ISO 26000:2010. Dalam program Corporate Social Responsibility ini ditemukan isu dan permasalahan mengenai sulitnya mendapatkan pakan ternak yang berkualitas baik di Desa Kertawangi, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana proses pelaksanaannya, kendala yang terjadi, dan alasan memilih Desa Kertawangi Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, studi literatur, dan studi dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah: 1) PT X membangun ketahanan pakan ternak menggunakan empat tahapan CSR yaitu tahap perencanaan (social mapping), implementasi (program berbasis tentang pemetaan sosial), evaluasi (penilaian terhadap program yang dilaksanakan), dan pelaporan (tanggung jawab kepada pemangku kepentingan terkait). 2) Terdapat kendala selama pelaksanaan kegiatan yaitu adanya kendala teknis, non teknis, dan lahan tanam bagi para penangkar. 3) PT X melaksanakan program CSR di Desa Kertawangi di mana keduanya mengalami kesulitan dalam mendapatkan pakan ternak yang berkualitas baik.

Kata Kunci : Kegiatan Sosial Perusahaan; Implementasi; Alasan

ABSTRACT

PT X's social responsibility program itself refers to ISO 26000: 2010. Responsibility in the form of a form of concern and donation to national development. In this Corporate Social Responsibility program, issues and problems were found regarding the difficulty of obtaining good quality animal feed in Kertawangi Village, Cisarua District, West Bandung Regency. The research objective was to find out how the implementation process was, the obstacles that occurred, and the reasons for choosing Kertawangi Village, Cisarua District, West Bandung Regency. This study uses a qualitative method with a case study approach. Data collection methods were carried out using interview techniques, observation, literature studies, and documentation studies. The results of this study are: 1) PT X builds animal feed resilience, using four stages of CSR, namely the planning stage (social mapping), implementation (carrying out programs based on social mapping), evaluation (assessment of implemented programs), and reporting (form of responsibility to relevant stakeholders). 2) There were obstacles during the implementation of activities, namely there were technical, non-technical, and planting land obstacles for breeders. 3) PT X implemented the CSR program in Kertawangi Village where both of them experienced difficulties in obtaining good quality animal feed.

Keywords : Corporate Social Responsibility; Implementation; Reasons

© 2023 Jurnal Riset Public Relations Unisba Press. All rights reserved.

Corresponding Author : *mamansuherman.unisa@gmail.com

Indexed : Garuda, Crossref, Google Scholar

DOI : <https://doi.org/10.29313/jrpr.v3i1.1955>

A. Pendahuluan

Adanya kesadaran bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab sosial terhadap keadaan sekitarnya baik itu masyarakat maupun lingkungan sekitarnya maka dapat menciptakan suatu hubungan yang baik dan positif. Hal inilah yang dapat dilakukan dengan melakukan bentuk sosial demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar maupun lingkungan sekitar perusahaan dan dapat menghilangkan persepsi kurang baik pada perusahaan. Kegiatan tersebut dapat berupaya dalam meningkatkan citra baik perusahaan dimata masyarakatnya. Kegiatan program *Public Relations* inilah yang dapat dikenal dengan sebutan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan melalui programnya dapat diharapkan memberikan peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat sekitarnya dengan program tersebut sehingga dampak dari program tersebutpun dapat dirasakan kebermanfaatannya oleh masyarakat sekitar (Marnelly, 2013).

CSR adalah suatu rencana kerja yang harus dipunyai oleh setiap perusahaan terkait berdasarkan UUPT UU No. Surat Edaran No. 40 Tahun 2007 menjelaskan bahwa setiap industri dan perusahaan perlu berperan dalam mendukung kemajuan pembangunan ekonomi dengan mempertimbangkan berbagai faktor-faktor salah satunya faktor lingkungan.

Tanggung Jawab Sosial setiap perusahaan harus menjadi komitmen berusaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara aturan sesuai dengan peraturan yang ada, dan mampu berkontribusi untuk memajukan kualitas hidup setiap karyawan, keluarga, dan masyarakat secara keseluruhan. Rancangan CSR perusahaan dapat melibatkan tanggung jawab sosial dan kemitraan yang aktif dan dinamis dengan pemerintah, perusahaan dan masyarakat sekitar (Anatan, 2009).

Salah satu perusahaan milik negara yang selalau memberika inovasi dan peluang untuk kemajuan negara yaitu PT. X (persero) adalah sebuah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan kepemilikan saham mayoritasnya milik pemerintah. PT X merupakan perusahaan yang berbisnis dibidang farmasi sebagai produsen obat-obatan dan vaksin yang ada di Indonesia. Program tanggung jawab sosial PT X itu sendiri mengacu pada ISO 26000: 2010 selaku *Guideline For Social Responsibility* berbentuk wujud kepedulian serta donasi kepada pembangunan nasional yang bisa direalisasikan oleh PT X. Dalam pelaksanaanya PT X menjalankan bermacam kerja sama dengan bermacam pihak terkait serta warga lewat 4 pilar utama dari PT X ialah kesehatan, pembelajaran, ekonomi, serta area hidup.

PT. X sendiri telah melakukan bentuk kepedulian sosial melalui program CSR nya yang mempunyai nilai strategis untuk menaikkan kebaikan manusia khususnya dalam hal bidang ekonomi. Salah satu program CSR yang akan dianalisis juga oleh penulis adalah berupa penanaman rumput hijau untuk ketahanan pakan ternak di Desa Kertawangi Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat.

Program kegiatan *Corporate Social Responsibility* penanaman rumput hijau ini merupakan untuk pakan hewan ternak hasil dari sebuah penilaian dan dianggap mempunyai peluang strategis untuk direalisasikan dan dikembangkan. Terdapat beberapa dasar pertimbangan dari adanya program penanaman rumput hijau pakan ternak sebagai CSR dari PT. X yaitu, pertama sebagai bagian dari filosofis perusahaan sehingga aktivitas CSR apapun yang dilakukan oleh PT. X selalu berkaitan dengan peningkatan kualitas hidup yang lebih baik. Kedua, berdasarkan pemahaman yang diperoleh melalui analisa atas dimensi alam dan sosial, bahwa penanaman rumput hijau untuk pakan ternak adalah sebuah aktivitas yang memiliki kesejalanan dengan kepentingan dari masyarakat dan perusahaan. Dengan kata lain program penanaman rumput ini memberikan peluang yang sangat besar untuk menciptakan kesamaan nilai antara pihak perusahaan dengan masyarakat. Ketiga, hasil perhitungan dari program penanaman rumput hijau ini dinilai mampu memberikan dampak dan peluang bisnis baru sehingga memiliki multi efek yang baik bagi masyarakat. Selain itu juga, ketahanan pakan ternak adalah kunci dalam berternak, kondisi sulitnya mencari rumput yang baik secara kualitas dan kuantitas menjadi tantangan utama bagi para peternak di Desa Kertawangi Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat. Adanya program CSR ini menjadi salah satu solusi bagi masyarakat sekitar agar mampu beternak dengan kualitas yang baik sebagai kebutuhan pakan ternaknya.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus (Dantes, 2012). Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, studi literatur, dan studi dokumentasi (Ardianto, 2010).

Menurut Seitel (2007 : 4) dalam *foundation for public relation research and education*, *Public Relations* merupakan sebuah fungsi manajemen khusus yang membantu mengembangkan dan mempertahankan komunikasi yang seimbang, kepercayaan, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dan publiknya dimana ikut terlibat dalam penangangan isu, responsive dengan opini publik, menjabarkan kepentingan publik, dan menggunakan research dan etika dalam berkomunikasi sebagai prinsip komunikasi. Seitel juga mengatakan public relations merupakan proses perencanaan yang bertujuan untuk mempengaruhi opini publik, melalui karakter dan perbuatan yang benar, yang didasari pada komunikasi dua arah yang saling menguntungkan (Seitel, 2007: 4).

Pandangan masyarakat yang menilai bahwa perusahaan hanya mengejar keuntungan (*profit oriented*) serta dipandang sebagai biang keladi dari kerusakan lingkungan karena produk yang dihasilkan ataupun dari limbah hasil perusahaan juga menjadi salah satu penyebab pentingnya melakukan CSR. Pentingnya kegiatan CSR juga ditekankan oleh *PRWeek* dalam Cutlip, Center, dan Broom yang mengatakan CSR merupakan elemen esensial terhadap keberlangsungan hidup perusahaan, perusahaan yang tidak peduli terhadap dampak yang ditimbulkan baik terhadap lingkungan ataupun berbagai publiknya akan mengancam keberlanjutan jangka panjang perusahaan (Cutlip et al., 2006).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah salah satu rancangan kerja yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan atau instansi terkait sesuai dengan peraturan perundang-undangan pada UUPT No. 40 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa perlu adanya peranan dari setiap industri dan korporasi, yang dapat mampu mendorong kemajuan dari perkembangan ekonomi dengan mempertimbangkan faktor lingkungan hidup. Selain itu juga, beberapa aturan yang mengatur mengenai kepedulian sosial tersebut yaitu Pasal 2 ayat (1) huruf e UU Nomor 19 tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara, Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 mengenai Penanaman Modal. Bertujuan untuk meningkatkan kontribusi pada pembangunan ekonomi serta meningkatkan kualitas kehidupan dari tenaga kerja dan keluarganya maupun komunitas lokal dan masyarakat. Perusahaan juga harus mengintegrasikan antara kegiatan sosial dan masalah lingkungan yang berhubungan dengan operasi bisnis perusahaan tersebut.

Hal ini sesuai dengan definisi (Kotler & Lee, 2015) yang menyatakan bahwa “*Corporate Social Responsibility is a Commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resources.*” Definisi tersebut menekankan bahwa segala kegiatan CSR harus merupakan komitmen perusahaan yang secara sukarela dan tanpa paksaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta bukanlah sekedar kegiatan bisnis yang dilakukan hanya dikarenakan suatu regulasi atau peraturan tertentu.

Implementasi tanggung jawab sosial atau Corporate Social Responsibility adalah tahapan dari sebuah program Corporate Social Responsibility yang telah direncanakan dan dilaksanakan sebelumnya. Dengan adanya sebuah motivasi dan komitmen yang kuat dari setiap perusahaan untuk melaksanakan kewajibannya dalam hal tanggung jawab sosialnya (Coombs & Holladay, 2012). Dalam penelitian ini juga menggunakan teori tahapan dalam mengkaji program Corporate Social Responsibility yang dikemukakan oleh Wibisono sebagai bahan rujukan untuk memperkuat penelitian. Teori ini membahas tahapan-tahapan dalam pelaksanaan program CSR yang dilaksanakan. Wibisono (Rachmawati Asri et al., 2018) menjelaskan terdapat 4 tahapan dalam mengkaji sebuah program Corporate Social Responsibility yang dilakukan oleh setiap perusahaan, diantaranya adalah sebagai berikut ini:

Tahap pertama yaitu tahap perencanaan pada tahap ini mencakup tiga proses langkah utama yang dapat dilakukan, yaitu awareness building merupakan langkah awal untuk membangun kesadaran mengenai arti penting CSR dan komitmen manajemen. Upaya ini dapat dilakukan antara lain melalui seminar, lokakarya, diskusi kelompok, dan lain-lain. CSR assessment, merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas perhatian dan langkah-langkah yang tepat

untuk membangun struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapan CSR secara efektif. CSR manual building hasil assessment merupakan dasar untuk menyusun manual atau pedoman implementasi CSR.

Tahap kedua yaitu tahap pelaksanaan dimana pengorganisasian (organizing) sumber daya yang diperlukan, Penyusunan (staffing) untuk menempatkan orang yang sesuai dengan jenis tugas atau pekerjaan yang dilakukannya, Pengarahan (directing) yang terkait dengan bagaimana cara melakukan tindakan, Pengawasan atau koreksi (controlling) terhadap pelaksanaan, Pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan rencana, Penilaian (evaluating) untuk mengetahui tingkat pencapaian tujuan.

Tahap ketiga yaitu tahap evaluasi Tahap evaluasi merupakan tahap yang perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauh mana efektivitas penerapan CSR. Evaluasi selain dari internal perusahaan, juga dapat dilakukan dengan meminta pihak independen dengan melakukan audit terhadap implementasi atas praktik CSR yang dilakukan.

Tahap ke empat yaitu tahap pelaporan pada tahap pelaporan ini sangat diperlukan dalam rangka membangun sistem informasi, baik untuk keperluan proses pengambilan keputusan, maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai perusahaan. Jadi, selain berfungsi untuk keperluan shareholders, juga berfungsi untuk stakeholders yang lain.

Teori yang dikembangkan oleh Edward Freeman (1984), dengan menawarkan pendekatan pragmatis untuk mendorong organisasi memahami stakeholder. Teori stakeholder menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat dan bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan, dengan kata lain perusahaan dalam beroperasi membutuhkan bantuan dari pihak luar salah satunya yaitu dukungan dari masyarakat. Teori ini menjelaskan bagaimana membangun hubungan relasi yang baik melalui organisasi dengan para pemain disekitar yang memiliki keterkaitan dengan operasional organisasi tersebut.

C. Hasil dan Pembahasan

Proses Pelaksanaan CSR PT X Dalam Membangun Ketahanan Pakan Ternak

Dalam melaksanakan program Corporate Social Responsibility PT X sangat berkaitan dengan tahapan yang dijelaskan oleh Wibisono (2007) menjelaskan bahwa terdapat empat tahapan dalam mengkaji sebuah program Corporate Social Responsibility yang dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan diantaranya dapat dimulai dengan tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, tahap evaluasi, dan tahap pelaporan.

Pada tahap perencanaan ini PT X melakukan Awareness Building yakni dengan melakukan langkah awal untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab sosial bagi perusahaan (Wibisono, 2007:121-124). Dalam hal ini PT X (Persero) adalah perusahaan yang memiliki komitmen serius untuk melaksanakan bisnis dengan mengedepankan keseimbangan antara keberhasilan ekonomi dan kemajuan sosial. Hal tersebut sejalandengan visi dari CSR PT X yang menjelaskan bahwa menjadi perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial yang terpercaya, bereputasi global dalam pengembangan masyarakat dan kelestarian lingkungan. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan memiliki rasa tanggung jawab sosial yang tinggi untuk menjalankan program dalam membangun ketahanan pakan ternak ini.

Langkah yang kedua dalam tahap perencanaan ini yakni melakukan CSR Assessment yang dilakukan oleh PT X dengan melakukan kerja sama berbagai pihak yaitu dengan Badan Riset Inovasi Nasional (BRIN), dan melalui Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran. Kolaborasi dan kerja sama tersebut dilakukan guna melakukan pemetaan sosial atau social mapping yakni sebuah proses yang dilakukan untuk mengetahui isu atau permasalahan yang ada sebagai kebutuhan informasi baik itu untuk mengetahui masalah, potensi wilayah, maupun pemetaan kebutuhan dan beberapa rekomendasi program yang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam hal ini para oeternak di Desa Kertawangi.

Langkah ketiga pada tahap perencanaan yakni dengan melakukan CSR Manual Building. Dimana CSR Manual Building merupakan sebuah tahapan setelah diketahui berbagai kebutuhan, maka dibuatlah rancangan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut (Wibisono, 2007: 121-124).

Pada tahap kedua dalam implementasi program Corporate Social Responsibility membangun ketahanan pakan ternak yaitu tahap pelaksanaan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa langkah pertama yang dilakukan oleh PT X adalah dengan melibatkan berbagai stakeholder terkait. Langkah tersebut

sebagai bentuk sosialisasi yang dilakukan dengan menjelaskan terkait hal imiah dan berbagai inovasi, serta pengawasan yang akan dilakukan juga. Dalam sosialisasi ini PT X bekerja sama dengan akademisi dari UNPAD untuk menjelaskan terkait dengan hal imiah dan sains, kemudian melibatkan juga Penyuluhan Pertanian Lapangan (PPL) dari Dinas Peternakan, selain itu juga dengan BRIN dengan melibatkan tenaga ahlinya untuk melakukan sosialisasi dan pelatihan. Hal ini dilakukan guna ilmu yang disampaikan sesuai dengan kapasitas pembicaraanya sehingga apayang dibutuhkan oleh masyarakat akan sesuai.

Dijelaskan juga oleh Ratna Wingit selaku Manager Pemantauan dan penagihan Departement Tanggung Jawab Sosial PT X bahwa kegiatan ini tidak selalu berkaitan dengan program budidaya saja. Melainkan pengembangan yang dilakukan oleh PT X mengenai program Corporate Social Responsibility menjadi Creating Shared Value (CSV) dimana yang dimiliki oleh internal perusahaan bisa memberikan kebermanfaatan untuk masyarakat. Dalam pelaksanaannya karena memang pengembangan menjadi Creating Shared Value (CSV) X hadir tidak hanya memberikan bibit rumput odot varian BBU saja melainkan diberikan pula beberapa pelatihan dimulai dari budi daya rumput yang baik, olahan produk hasil ternak, sampai bagaimana pemasaran yang harus dilakukan oleh peternak di era digital sekarang ini. Maka tidak heran jika produk hasil olahan para peternak dapat bervariasi tidak hanya susu segar saja melainkan terdapat juga jenis olahan produk seperti keju mozzarella, yoghurt, sampai caramel yang 143 semuanya berbahan dasar susu segar hadil dari peternakan sapi perah di Desa Kertawangi. Selain itu juga kelompok binaan X ini juga telah memasarkan produknya dengan nama wilayah kelompok tani tersebut yaitu C'Mand yang berarti kelompok ternak dari Cipeusing Mandiri.

Tahap selanjutnya yang dilakukan dalam pelaksanaan Corporate Social Responsibility yaitu pada tahap evaluasi dan tahap pelaporan. Menurut Wibisono (2007:121-124) tahap evaluasi merupakan tahapan yang dilakukan secara berkala untuk menilai tingkat keberhasilan tanggung jawab sosial perusahaan. Kegiatan evaluasi juga dilakukan setiap tiga bulan dan ada juga evaluasi tahunan yang akan dilaksanakan. Dimana dalam setiap evaluasinya dibuatkan sebuah forum sehingga dapat menilai secara keseluruhan baik itu untuk perusahaan, peternak binaan, pemerintah maupun stakeholder lainnya. Dalam tahapan evaluasi ini biasanya memuat laporan kegiatan, anggaran kegiatan, dan ada juga waktu kegiatan yang turut dilaporkan sebagai bahan evaluasi bersama apakah baik atau terdapat kekurangan dalam program ini. Sama juga terdapat evaluasi Social Return On Investment (SROI) yang dapat menilai kebermanfaatan dari berbagai hal yang pihak perusahaan berikan kemudian dihubungkan antara nilai kebermanfaatan terhadap apa yang diberikan. Dalam program membangun ketahanan pakan ternak di Desa Kertawangi Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat ini SROI nya 1 : 7 yang artinya setiap Rp. 1 ,- yang perusahaan berikan kepada masyarakat mereka mampu mendapatkan kebermanfaatan senilai Rp. 7 ,- . Dengan kata lain kebermanfaatannya bisa juga dari keterampilan yang dimiliki, dari hasil penjualan, dan berbagai produk yang mereka miliki untuk dijual. Hal tersebut dibandingkan dengan modal yang dikeluarkan untuk melaksanakan program ini dengan hasil yang masyarakat dapatkan itu naik sebesar 700% artinya nilai keberhasilannya cukup besar dan dapat dikatakan bahwa program ketahanan pakan ternak ini berhasil (Rahmat et al., 2021). Kemduain beberapa stakeholder yang melakukan evaluasi juga yang memiliki kompetensi dalam hal tersebut seperti untuk Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) itu sendiri bekerja sama dengan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Kesejahteraan Sosial UNPAD, untuk pengukuran SROI itu sendiri bekerja sama dengan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM, untuk mengetahui dan mengukur nutrisi dan riset dari sisi kandungan rumputnya kita bekerja sama dengan Badan Riset Inovasi Nasional (BRIN), dan bekerja sama juga dengan Fakultas Peternakan UNPAD.

Tahapan selanjutnya adalah berupa tahapan pelaporan dimana tahap pelaporan yaitu bentuk transparansi kepada stakeholder terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Pelaporan dilakukan dalam rangka membangun sistem informasi untuk keperluan proses pengambilan keputusan maupun untuk kebutuhan keterbukaan informasi mengenai perusahaan. Wibisono (2007:121-124).

PT X terdapat suatu sistem tersendiri dalam pelaporan yang dilakukannya bahwa PT X untuk laporannya akan terlaporkan kepada internal perusahaan melalui laporan kegiatan triwulan, atau laporan tahunan, dimasukan juga kedalam laporan annual report atau sustainability report dan juga dijadikan laporan sebagai Key Perfomance Indicator (KPI) perusahaan kepada Kementrian BUMN dan juga telah menjadi program yang di highlight pada program proper Kementrian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, serta kepada Pemerintah Provinsi Jawa Barat karena program ini berlangsung di wilayah Jawa Barat.

Hambatan Pelaksanaan CSR PT X Dalam Membangun Ketahanan Pakan Ternak

Pada setiap program kegiatan tentunya ada saja hambatan yang terjadi, baik dari proses maupun saat pelaksanaan kegiatan. Program Corporate Social Responsibility dalam membangun ketahanan pakan ternak juga terdapat hambatan yang terjadi baik secara teknis maupun non teknis. Tidak semua kegiatan dalam tanggung jawab sosial ini berjalan mulus dan tanpa rintangan. Kemudian terdapat juga bagaimana tetap bisa menjaga semangat peternak agar terus menjalankan programnya hal tersebut membutuhkan perlakuan khusus juga. Legitimasi ialah kondisi psikologis keberpihakan orang serta kelompok orang yang sangat peka terhadap indikasi area sekitarnya baik fisik ataupun non fisik. Legitimasi organisasi bisa dilihat selaku suatu yang diberikan warga kepada industri serta suatu yang di idamkan ataupun dicari industri dari warga. Dengan demikian, legitimasi ialah khasiat ataupun sumber energi potensial untuk industri buat mempertahankan hidup (Nor Hadi, 2014, 87).

Dalam program membangun ketahanan pakan ternak ini peneliti menemukan beberapa hambatan yang terjadi dimana hambatan tersebut berkaitan dengan hambatan teknis, non teknis, dan juga hambatan mengenai lahan tanam rumput bagi para peternak. Untuk hambatan teknis sendiri terjadi pada tahun 2019 dimana awal program Corporate Social Responsibility baru berjalan dan harus mengalami gangguan karena adanya pandemic covid-19 dan adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di Indonesia tidak terkecuali di wilayah Jawa Barat juga. Sehingga berbagai kegiatan terganggu termasuk berbagai pelatihan-pelatihan yang dilakukan harus menyesuaikan dengan keadaan saat itu. Sehingga harus melaksanakan kegiatan pelatihan tersebut dan juga monitoring rutin dilakukan secara online melalui saluran zoom meet. Tentu saja termasuk kedalam gangguan teknis karena tidak semua peternak faham menggunakan aplikasi zoom meet tersebut. Sehingga proses komunikasi juga ikut terganggu.

Kemudian terdapat juga hambatan non teknis dimana hambatan tersebut lebih kepada tugas dari CDO untuk dapat terus mengawasi dan memonitor para peternak agar tetap mempunyai kemauan, dan tetap bisa menjaga semangat (Putra & Wirman, 2017). Terutama pada saat pandemic berlangsung yang segalanya serba terbatas. Sehingga salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah dengan cara CDO terus memberikan stimulus kepada masyarakat melalui monitoring dan sharing yang dilakukan secara bersama-sama dengan para peternak mengenai berbagai keluhan dan hambatan. Kemudian diharapkan juga mampu menyusun strategi secara bersama-sama sesuai dengan keinginan masyarakat dan mencari jalan tengahnya mengenai kesulitan tersebut.

Hambatan selanjutnya yang peneliti temui dalam penelitian ini adalah adanya hambatan lahan untuk menanam bibit rumput odot yang dialami oleh para peternak. Para peternak menanam rumput odot hanya dibebberapa lahan terbatas yang mereka miliki saja. Sehingga tidak jarang beberapa peternak menanamnya di lahan kosong dekat rumahnya yang tidak terlalu luas.

Alasan Program CSR dilakukan di Desa Kertawangi Kec. Cisarua Kab. Bandung Barat

Dalam memilih wilayah PT X melakukan social mapping atau pemetaan sosial untuk mengetahui berbagai kendala yang ada, mengenai permasalahan atau isu yang berkembang, dan juga untuk mengetahui potensi yang ada. Menurut Edward Freeman (1984) menjelaskan bahwa teori stakeholder menyatakan perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat dan bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan, dengan kata lain perusahaan dalam beroperasi membutuhkan bantuan dari pihak luar salah satunya yaitu dukungan dari masyarakat. Teori ini menjelaskan bagaimana membangun hubungan relasi yang baik melalui organisasi dengan para pemain disekitar yang memiliki keterkaitan dengan operasional organisasi tersebut. Sejalan uraian teori tersebut bahwa PT X melakukan pemetaan sosial juga untuk mengetahui berbagai kemungkinan yang akan terjadi. Tentunya dengan masyarakat sekitar karena perusahaan berusaha untuk terus membangun citra baik dan mendapatkan sebuah dukungan dengan lingkungan sekitarnya salah satunya melalui program tanggung jawab sosial ini.

Dalam melakukan pemetaan sosialnya juga dilakukan secara bersama-sama dengan berbagai stakeholder terkait. Dengan lembaga khusus yang mempunyai kompetensi mengenai pemetaan sosial dan juga lembaga lainnya yang berkaitan. Dalam melakukan kajiannya PT X bekerja sama dengan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Kesejahteraan Sosial UNPAD yang mempunyai dasar teoritis sendiri dalam melakukan pemetaan sosialnya sehingga hasilnya juga akan sangat sesuai dengan kondisi dilapangan, lalu

terdapat juga tenaga ahli untuk merekomendasikan berbagai program yaitu dari Badan Riset Inovasi Nasional (BRIN). Sehingga tidak hanya X saja yang melakukan kajiannya karena perusahaan juga mempunyai keterbatasan secara kajian ilmiahnya.

Letak geografis juga sangat berpengaruh mengenai tingkat kesesuaian program dengan kondisialam yang ada di Desa Kertawangi ini. Bila dilihat dari ketinggian diatas permukaan laut dan jenis tanah dinilai tepat untuk menanam jenis rumput yang dikembangkan. Berdasarkan data statistik Pemerintah Kabupaten 160 Bandung Barat wilayah sasaran penerima program corporate social responsibility dalam membangun ketahanan pakan ternak berada pada tingkat ketinggian di atas permukaan air laut yang relatif cukup tinggi yaitu di Kecamatan Cisarua berada pada tingkat ketinggian 700 sampai 1350 mdpl. Dimana dengan tingkat ketinggian tersebut dapat mempengaruhi sumber air dan juga curah hujan yang memang relative tinggi dari pada dataran rendah (Miles & Huberman, 1992).

Pelaksanaan program corporate social responsibility dalam membangun ketahanan pakan ternak ini juga tidak hanya memberikan bibit rumput saja tetapi bertujuan pula untuk meningkatkan SDM para peternak khususnya di Desa Kertawangi ini. Program peningkatan tersebut sering disebut dengan capacity building melalui tanggung jawab sosial yang dapat memberikan kesadaran bisnis, keterampilan, dan juga dapat meningkatkan berbagai hal teknis seperti berupa penanaman rumput yang baik, kegiatan peternakan yang baik, bagaimana merawat ternak yang baik, tahu mengolah hasil ternak, dan tahu bagaimana menjual produk hasil ternak.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang mengacu pada pertanyaan penelitian dalam kajian yang mengangkat judul “Implementasi Corporate Social Responsibility PT X Dalam Membangun Ketahanan Pakan Ternak” dengan menggunakan metode studi kasus, maka peneliti menarik simpulan sebagai berikut:

Proses implementasi Corporate Social Responsibility yang dilakukan oleh PT X dalam membangun ketahanan pakan ternak di Desa Kertawangi Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat terdiri dari empat tahapan yang didalamnya terdapat berbagai macam kegiatan agar kegiatan yang dilakukan dapat berjalan dengan baik. Adapun tahap perencanaan yang dilakukannya adalah dengan melakukan pengkajian dan analisis bertujuan untuk melakukan pemetaan sosial agar mengetahui berbagai isu dan permasalahan serta potensi yang ada di wilayah tersebut. Yang kedua ada tahap pelaksanaan dimana pada tahap ini terdapat pengawasan dan monitoring serta berbagai macam pelatihan dimulai dari cara pembibitan rumput sampai kepada olahan produk dan pelatihan pemasarannya. Tahapan yang ketiga adalah evaluasi pada tahap ini dilakukannya evaluasi bersama dalam sebuah forum setiap triwulan dan tahunan dilakukan oleh semua stakeholder terkait. Tahapan terakhir yaitu tahap pelaporan pada tahapan ini tahapan pelaporan kepada stakeholder terkait dari Kementrian hingga pemerintah daerah.

Hambatan dan langkah-langkah mengatasi hambatan dalam program Corporate Social Responsibility PT X dalam membangun ketahanan pakan ternak terdapat tiga hambatan yang pertama yaitu hambatan teknis, dimana hambatan ini muncul akibat adanya pandemic covid dan berakibat Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat. Langkah yang dilakukan adalah dengan cara mengadakan pelatihan-pelatihan dan monitoring secara online melalui aplikasi zoom meeting. Hambatan yang kedua adalah hambatan non teknis dimana hambatan ini lebih kepada tugas dari seorang Community Development Officer (CDO) harus tetap bisa menjaga semangat para peternak terutama pada saat pandemic covid-19 berlangsung. Langkah yang dilakukan adalah dengan memberikan stimulus kepada masyarakat melalui monitoring dan melakukan sharing bersama mengenai berbagai keluhan dan hambatan yang kemudian menyusun strategi secara bersama-sama untuk mengatasi hambatan tersebut. Hambatan yang terakhir adalah hambatan lahan dimana para peternak sangat terbatas dalam menanam rumput odotnya. Langkah yang dilakukan adalah dengan cara mengajukan kerja sama dengan pihak perhutani.

Alasan mengenai PT X melaksanakan program Corporate Social Responsibility di Desa Kertawangi Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat adalah berdasarkan pengkajian dan pemetaan sosial bahwa wilayah tersebut sangat memiliki potensi yang bagus bila diterapkan program CSR ini.

Daftar Pustaka

- Anatan, L. (2009). Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 8(2), 66–77. <https://doi.org/10.28932/JMM.V8I2.192>
- Ardianto, E. (2010). *Metode Penelitian untuk Public relations*. Simbiosis Rekatama Media.
- Coombs, T., & Holladay, S. (2012). . *Managing Corporate Social Responsibility: a communication approach*. John Wiley & Sons, Inc.
- Cutlip, S., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations*. Pearson Education Inc.
- Dantes, N. (2012). *Metode Penelitian*. Andi Offset.
- Kotler, P., & Lee, N. (2015). *Corporate Social Responsibility*. John Wiley & Sons, Inc.
- Marnelly, T. R. (2013). Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori Dan Praktek Di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1). <https://doi.org/10.31258/JAB.3.1>
- Miles, & Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. UI Press.
- Putra, I. P. (Ilhamdi), & Wirman, W. (Welly). (2017). Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) Bidang Empowerment PT. Pertamina Ru-ii Dumai. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(2), 1–11. <https://www.neliti.com/publications/132406/>
- Rachmawati Asri, D., Wibawa, D., & Paryati. (2018). Strategi Marketing Public Relations. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3, 98–116.
- Rahmat, A., Herry, H., & Mansyur, M. (2021). Kepuasan peserta program corporate social responsibility PT. Biofarma dalam membangun ketahanan pakan ternak. *PROfesi Humas*, 6(1), 133–153. <https://doi.org/10.24198/PRH.V6I1.30596>