

**EFEKTIFITAS PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN
(KAJIAN DESKRIPTIF TERHADAP PT. AGRO SINERGI
NUSANTARA KEBUN UJUNG LAMIE)**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

**DIRA RANISA
NIM. 170401046**

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
1442 H / 2021 M**

**Efektifitas Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Meningkatkan Citra
Perusahaan**

(Kajian Deskriptif Terhadap PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie)

Skripsi

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S1)
Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi**

Oleh

DIRA RANISA
NIM. 170401046

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

Dra. Muhsinah, M.Ag
NIP.196312311992032015

Pembimbing II,

Hanifah, S.Sos.I., M.Ag
NIP.199009202019032015

SKRIPSI

Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan Sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Diajukan Oleh

DIRA RANISA
NIM. 170401046

Pada Hari/Tanggal

Selasa, 3 Agustus 2021 M
24 Dzul Hijjah 1442 H

di

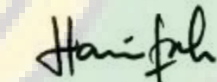
Darussalam-Banda Aceh

Panitia Sidang Munaqasyah

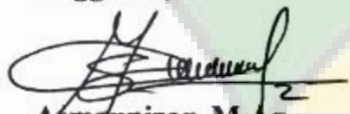
Ketua,


Dra. Muhsinah, M.Ag.
NIP. 196312311992032015

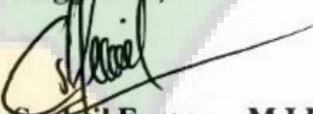
Sekretaris,


Hanifah, S.Sos.I., M.Ag.
NIP. 199009202019032015

Anggota I,


Asmaunizar, M.Ag.
NIP. 197409092007102001

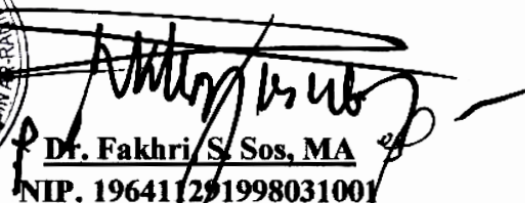
Anggota II,


Syarif Furgany, M.I.Kom.
NIP. 198904282019031011

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry




Dr. Fakhri S. Sos, MA
NIP. 196411291998031001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dira Ranisa

NIM : 170401046

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dengan judul “Efektifitas Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Kajian Deskriptif Terhadap PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie)” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam dunia akademis. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko dan sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya ini, atau adanya kritikan terhadap keasliannya.

Banda Aceh, 23 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Dira Ranisa

NIM. 170401046

KATA PENGANTAR



Dengan Nama Allah yang amat pemurah di dalam dunia ini lagi amat menyayangi hambanya yang mukmin di yaumul akhirat. Segala puji milik Allah dan rahmat sejahtera selalu tercurahkan kepada junjungan alam rasul pilihan Nabi Muhammad SAW, dengan kemuliaannya/kemegahannya. Alhamdulillah berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul *“Efektifitas Program Corporate Sosial Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Kajian Deskriptif terhadap PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie”* skripsi ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam penyelesaian tulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung, melalui tulisan ini penulis mengucapkan rasa Ta’zim yang setinggi-tingginya penulis tuturkan kepada kedua orang tua ayahanda Rustam dan ibu tercinta Nurlaini selama ini telah memberi kasih sayang, pendidikan, dan motivasi yang kuat. Terima kasih kepada suami tercinta Mulyazir yang senantiasa membantu dan memberikan motivasi serta do’a demi kelancaran penelitian penulis. Terima kasih kepada Putri Purnama Sari dan Rouzatul Jannah yang selama ini telah memberi nasehat-nasehat kepada penulis dan bersedia membantu serta do’a dalam perjalanan penulis menuntut ilmu. Serta terimakasih dan

penghargaan yang sebesar-besarnya kepada Penasehat Akademik Ibu Ade Irma, Pembimbing I Ibu Muhsinah dan Pembimbing II Ibu Hanifah yang telah memberikan bimbingan, bantuan, ide, dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Tidak lupa pula penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Dekan FDK, ketua jurusan beserta seluruh para dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membekali penulis dengan ilmu yang bermanfaat.

Walaupun banyak pihak yang memberikan bantuan, saran, dan dukungan bukan berarti skripsi ini telah mencapai taraf kesempurnaan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan ilmu dan literature yang dimiliki. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan penulisan ini. Akhirnya hanya kepada Allah SWT jualah penulis berserah diri, semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti kiranya dan semua pihak umumnya, semoga kita selalu berada dalam Naungan-Nya. Amiin Ya Rabbal ‘Alamin...

Banda Aceh, Juni 2019
Penulis,

Dira Ranisa

DAFTAR ISI

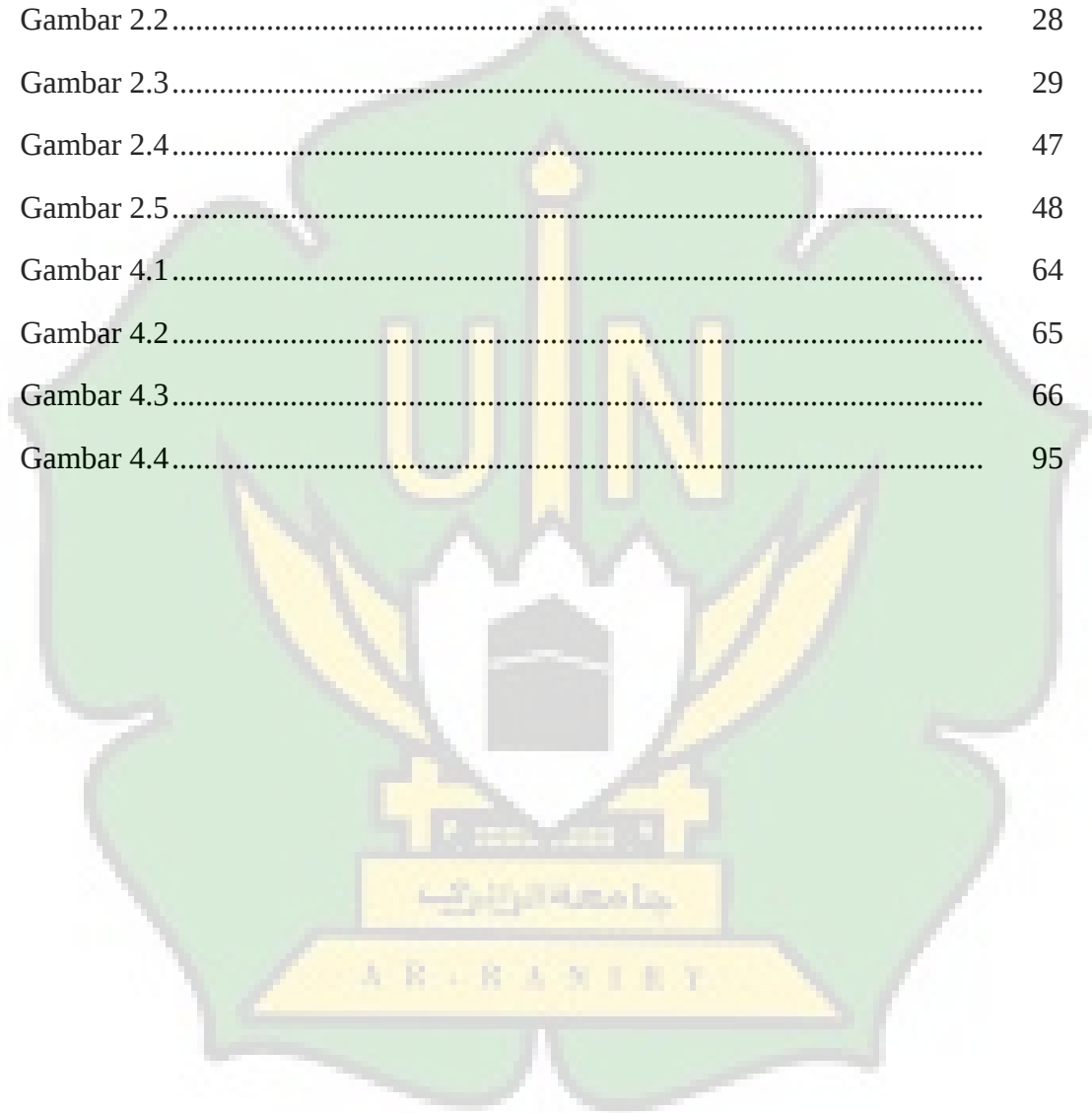
	Halaman
COVER	
LEMBARAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
ABSTRAK	viii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Konsep.....	7
1. Citra Perusahaan.....	7
2. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	8
BAB II: KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	10
B. Kajian Teoritik	14
1. Efektifitas Program	14
2. <i>Public Relation</i> (PR)	15
3. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	17
a. Awal Kemunculan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	19
b. Filosofi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	22
c. Model-Model <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	24
d. Dasar Hukum Pelaksanaan CSR	30

4. Komunikasi Islam	32
a. Definisi Dakwah.....	36
b. Klasifikasi Bentuk Dakwah.....	40
5. Teori Citra	45
BAB III: METODE PENELITIAN.....	50
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	50
B. Kehadiran Peneliti.....	50
C. Sumber Data.....	51
1. Data Primer	51
2. Data Sekunder	51
D. Informan dan Subyek Penelitian	52
E. Pengumpulan Data	53
1. Metode Observasi.....	53
2. Metode <i>Interview</i> /Wawancara	53
3. Metode Dokumentasi	55
F. Analisis Data	55
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	57
H. Tahapan Penelitian	58
BAB IV: PENYAJIAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	62
A. Setting Penelitian	62
1. Profil PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie	62
2. Visi Dan Misi Perusahaan.....	63
3. Sejarah Umum PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie	64
4. Struktur Organisasi	65
B. Program CSR pada PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie	67
1. Pelaksanaan Program CSR Pada PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie	67
2. Sumber Dana Pelaksanaan Program Kegiatan CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie	82

3. Outcome Program CSR PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie	86
C. Efektifitas Program CSR PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie	91
D. Hasil Temuan	94
1. Model CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie	94
2. Efektifitas CSR dan Dampaknya terhadap Peningkatan Citra PT. ASN Kebun Ujung Lamie.....	96
E. CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie dan Kaitannya dengan Dakwah..	104
BAB V: PENUTUP	111
A. Kesimpulan	111
B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	113
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	118
LAMPIRAN.....	119

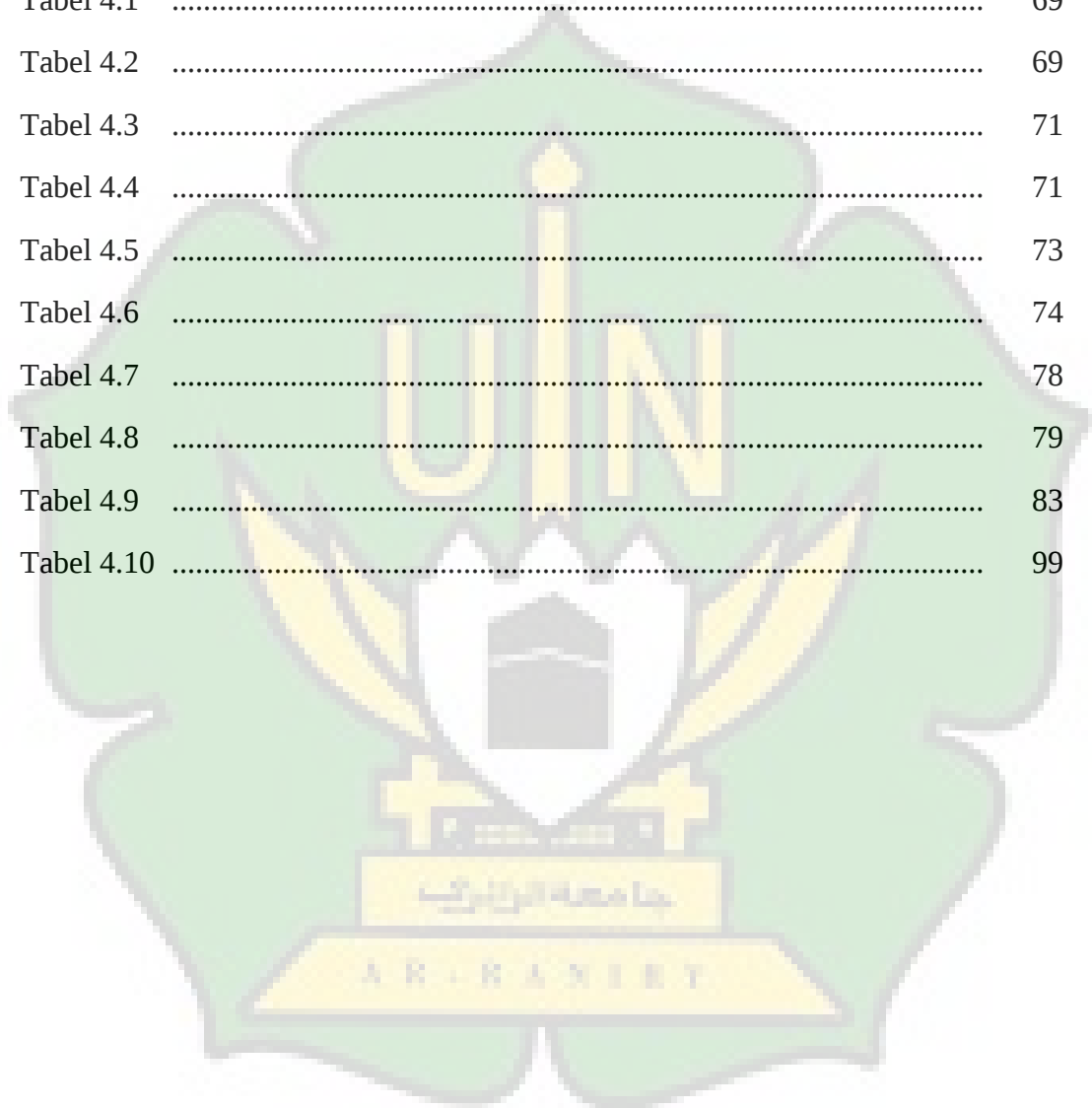
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1.....	27
Gambar 2.2.....	28
Gambar 2.3.....	29
Gambar 2.4.....	47
Gambar 2.5.....	48
Gambar 4.1.....	64
Gambar 4.2.....	65
Gambar 4.3.....	66
Gambar 4.4.....	95



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	52
Tabel 4.1	69
Tabel 4.2	69
Tabel 4.3	71
Tabel 4.4	71
Tabel 4.5	73
Tabel 4.6	74
Tabel 4.7	78
Tabel 4.8	79
Tabel 4.9	83
Tabel 4.10	99



ABSTRAK

Nama : Dira Ranisa
NIM : 170401046
Judul Skripsi : Efektifitas Program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Kajian Deskriptif terhadap PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie)
Jur/Fak : Komunikasi dan Penyiaran Islam/Dakwah dan Komunikasi

Kehadiran sebuah perusahaan di tengah-tengah masyarakat pada dasarnya diharapkan dapat bermanfaat serta mampu menjalin hubungan yang bersifat mutualisme antara keduanya. Namun, fakta di lapangan malah menunjukkan hasil yang sebaliknya. Banyak perusahaan yang hanya beroperasi untuk mengeruk sumber daya alam tanpa memperdulikan kelangsungan hidup masyarakat di sekitarnya. Akibatnya, bukan hanya potensi alam yang rusak, melainkan juga kehidupan masyarakat di sekitar perusahaan ikut menderita. Namun, PT. Agro Sinergi Nusantara yang bergerak di bidang perkebunan sawit, sejak berdiri tahun 2011 hingga saat ini tidak pernah didemonstrasi atau mendapatkan penolakan dari masyarakat. Satu hal yang penulis temui bahwa perusahaan tersebut senantiasa melaksanakan program CSR atau tanggungjawab sosial. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mencari dan menemukan pengetahuan yang dapat dimanfaatkan langsung di dalam kehidupan. Dalam melakukan kajian terhadap penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan analisis kualitatif dan metode deskriptif. Adapun hasil temuan yang penulis dapatkan yaitu; fokus pelaksanaan CSR PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie pada 5 bidang, bidang pendidikan seperti bantuan bus sekolah, bidang lingkungan seperti pembinaan lingkungan mesjid, bidang sarana prasarana seperti perbaikan akses jalan desa, bidang sosial seperti bantuan acara perayaan hari besar, dan bidang kesehatan seperti pelaksanaan posyandu. Merujuk model-model CSR yang digagas oleh Aviva Geva, maka CSR PT. Agro Sinergi Nusantara dapat digolongkan ke dalam model lingkaran terpusat, disebabkan karena CSR pada perusahaan tersebut menitikberatkan tanggungjawabnya pada aspek ekonomi, namun juga tidak melupakan tanggungjawabnya terhadap aspek yang lain dan saling berkaitan antara satu sama lain. Ketiga, pelaksanaan CSR pada perusahaan tersebut tergolong efektif. Hal ini dapat dilihat dari terbentuk dan meningkatnya citra pada perusahaan tersebut.

Kata Kunci: *Citra perusahaan, Corporate Sosial Responsibility (CSR)*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada hakikatnya keberadaan sebuah perusahaan dan masyarakat diharapkan dapat membentuk sebuah hubungan yang bersifat *mutualisme* yakni saling menguntungkan antara keduanya. Hal ini disebabkan karena keberadaan suatu perusahaan dalam masyarakat memiliki peran yang sangat strategis bagi kelangsungan hidup masyarakat itu sendiri. Perusahaan dianggap dapat memberikan sumbangan besar terhadap kebutuhan hidup masyarakat, baik di daerah pedesaan maupun di daerah perkotaan. Sementara masyarakat merupakan konsumen terhadap semua hasil produk perusahaan.¹

Selain itu, keberadaan perusahaan di Indonesia khususnya perusahaan perkebunan, telah menjadi salah satu sektor dominan terhadap pembangunan aspek ekonomi. Perusahaan ini memiliki dampak yang sangat signifikan, baik dari segi positif maupun negatifnya.

Dalam aspek positif, perusahaan mampu meningkatkan pendapatan asli daerah (APD), membuka lapangan kerja seluas-luasnya kepada masyarakat, membangun aspek ekonomi, dan meningkatkan pembangunan lingkungan sosial. Sementara dampak negatif yang ditimbulkan oleh sebuah perusahaan juga sangat luar biasa.² Banyaknya masyarakat yang kehilangan tanahnya, terjadinya

¹ Sri Redjeki Hartono, *Kapita Selekta Hukum Perusahaan*, (Bandung: Mandar Maju, 2000).

² Muad Roanuddin, "Dampak Sosial Dan Ekonomi Aktivitas Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit PT. Gawi Makmur Kalimantan Di Desa Rintik Kecamatan Babulu Kabupaten Penajam Paser Utara", *E-Jurnal Ilmu Pemerintahan*, VOL.IV, No. 1, (2016), hal. 585.

pencemaran limbah dan udara, terjadinya bencana alam, hingga banyak hewan yang kehilangan habitat tempat tinggalnya merupakan beberapa dampak negatif yang dimaksud.

Hal inilah yang barangkali menjadi sebab munculnya stigma negatif masyarakat terhadap kehadiran sebuah perusahaan. Pengaruh stigma negatif ini jugalah yang melatarbelakangi penolakan masyarakat terhadap kehadiran sebuah perusahaan di beberapa daerah di Indonesia, seperti kasus penolakan masyarakat Aceh terhadap berdirinya perusahaan tambang PT. EMM di Aceh sekitar dua hingga tiga tahun yang lalu dan kasus penolakan terhadap pertambangan yang dilakukan oleh PT. Dharma Rosadi International di wilayah Kecamatan Pomalaa, Kabupaten Kolaka, Sulawesi Tenggara.³

Kondisi demikian tentu saja tidak dapat dibiarkan terus-menerus karena eksistensi sebuah perusahaan sangat bergantung kepada hubungannya dengan masyarakat sekitar. Sementara itu, baik perusahaan maupun entitas masyarakat merupakan dua aspek yang sama-sama penting dalam menjaga keutuhan dan ketahanan sebuah negara. Mengatasi kondisi demikian, Pemerintah RI pada tahun 2007 menetapkan Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan CSR.

Keberadaan tanggungjawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk dari terobosan yang memiliki fungsi untuk saling mendukung bagi jalannya kegiatan sosial dan bisnis suatu

³http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/sites/46/2013/10/anwar-hafid_pengelolaan-budaya_konflik-dalam-perspektif-budaya_konflik-sara-di-wilayah-pertambangan.pdf.pdf, di akses tanggal 17 Juli 2021, Pukul 22.00.

perusahaan. Melakukan CSR bukan hanya sekedar kegiatan amal, tetapi juga suatu keharusan yang dilakukan oleh perusahaan.⁴

Dengan ditetapkannya undang-undang tersebut menunjukkan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan saat ini tidak lagi bersifat sukarela, melainkan bersifat wajib atau menjadi kewajiban bagi perusahaan untuk menerapkan, melaksanakan, dan mempertanggungjawabkannya.

Berkaca pada PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie—selanjutnya akan disebut PT. ASN—merupakan salah satu anak perusahaan dari PTP Nusantara I dan PTP Nusantara IV yang telah beroperasi di bidang perkebunan sawit sejak tahun 2011 di Desa Ujung Lamie, Kecamatan Darul Makmur, Kabupaten Nagan Raya Provinsi Aceh. Sesuai amanat UU Nomor 40 tahun 2007 di atas, PT. ASN Ujung Lamie merupakan salah satu perusahaan yang menjalankan program CSR di dalamnya. Uniknya, perusahaan yang sudah eksis lebih kurang selama sepuluh tahun tersebut hingga kini tidak pernah mendapatkan sejumlah keluhan dan penolakan dari masyarakat sekitar. Justru mayoritas masyarakat memberikan respon positif terhadap eksistensi perusahaan tersebut.

Respon positif ini dapat dilihat dari partisipasi masyarakat dalam mengikuti event-event yang diselenggarakan oleh perusahaan, antusiasme warga untuk menjadi sukarelawan babat rumput di kebun perusahaan, serta berkurangnya tuna aksara di desa tempat perusahaan beroperasi dengan adanya lembaga pendidikan yang difasilitasi oleh perusahaan.

⁴ Ega Rohma Nur Ulaika, “Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan”, Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, VOL.IV, No. 8, (2015), hal. 2.

Selain itu, Islam sebagai agama yang mengajarkan umatnya untuk hidup dalam kemakmuran, kedamaian, dan keselamatan, semua kebutuhan dapat tercukupi. Sebagaimana pengertian komunikasi islam bahwa komunikasi yang berlandaskan prinsip-prinsip islam yang memiliki roh kedamaian, ketentraman, dan keselamatan.⁵ Adanya perintah untuk bekerja keras, berusaha, bersedekah dan berzakat merupakan tanda bahwa islam menghendaki untuk hidup dalam kesejahteraan. Islam juga telah menentukan kewajiban terhadap satu sama lain. Orang tua bertanggungjawab akan pemenuhan kebutuhan anak-anaknya. Suami bertanggungjawab atas kecukupan kebutuhan istri dan anak-anaknya, seorang kepala Negara bertanggungjawab atas terpenuhinya seluruh rakyatnya. Dalam hal ini perusahaan PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie bertanggungjawab terhadap lingkungan sekitarnya.

Dalam hal ini komunikasi islam harus berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip dan kaidah islam untuk dapat berkomunikasi dengan baik yaitu bersifat tidak bertentangan dengan ajaran islam. Apabila dicermati secara mendalam, ternyata diperoleh bahwa kewajiban perusahaan dalam melaksanakan program CSR sangat relevan dengan nilai-nilai dakwah seperti nilai sosial pada kegiatan dan pelaksanaan program kerja di masyarakat, sebagaimana yang terkandung dalam al-Quran dan merupakan wujud dari upaya untuk menjalin komunikasi antara *Rabb (hablun min Allah)* dan antara sesama manusia (*hablun min an-nas*). Contoh perilaku *hablun min Allah* yaitu menunaikan perintah syariat, rela dengan ketentuan dan takdir serta pembagian rezeki dari Allah SWT. Adapun contoh

⁵ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hal. 14.

prilaku *hablun min an-nas* yaitu saling membantu satu sama lain, membantu orang miskin, dan lain sebagainya. Hal ini dapat ditemukan pada beberapa surah di dalamnya, seperti Surah Al-Maidah ayat 2, Surah Ali ‘Imran ayat 104, Surah Al-Baqarah ayat 60, dan beberapa ayat dalam surah-surah lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan sejumlah titik temu keterkaitan program CSR yang dilaksanakan perusahaan dengan respon positif dari masyarakat sekitar terhadap perusahaan tersebut. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul penelitian ini tentang ***Efektifitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Kajian Deskriptif Terhadap PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie).***

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, maka fokus kajian dalam penelitian ini akan dijelaskan secara sistematis dalam rumusan masalah berikut ini:

1. Bagaimana pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie?
2. Bagaimana efektifitas program *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap peningkatan citra perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Berangkat dari ketertarikan peneliti untuk melakukan kajian di atas, maka tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan secara komprehensif mengenai pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie.
2. Untuk mendeskripsikan secara eksplisit mengenai efektifitas program *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap peningkatan citra perusahaan tersebut.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya kajian terhadap penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya;

1. Dari sisi teoritis dapat memperkaya wacana keilmuan tentang CSR atau tanggungjawab sosial perusahaan terutama yang berkaitan dengan citra perusahaan, serta menambah khazanah pengetahuan mengenai kajian CSR dan citra dalam bidang Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Ar-Raniry.
2. Secara praktis adalah dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan bagi Perusahaan PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie atau perusahaan lainnya terutama dalam hubungan masyarakat dan tanggungjawab sosial perusahaan serta upaya meningkatkan citra perusahaan.

E. Definisi Konsep

1. Citra Perusahaan

Menurut Bill Canton dalam Sukatendel mengatakan bahwa citra adalah kesan, perasaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi, dan gambaran diri publik terhadap perusahaan.⁶ Ungkapan sukatendel, citra itu dengan sengaja perlu dan harus diciptakan sehingga bernilai positif pada perusahaan atau organisasi.

Frank Jefkins, dalam bukunya *Public Relation Technique*, menyimpulkan bahwa secara umum citra dapat diartikan sebagai kesan seseorang maupun individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.⁷

Citra perusahaan dalam bukunya *Teori dan Profesi Kehumasan*, Linggar menjelaskan bahwa citra perusahaan yang disebut sebagai citra lembaga adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan bukan hanya citra terhadap suatu produk atau pelayanan saja. Banyak hal yang dapat membentuk citra perusahaan, salah satunya kesediaan perusahaan yang turut memikul tanggungjawab sosial.⁸

Sementara menurut Salam, citra perusahaan adalah suatu kesan yang terbentuk dari perasaan, pengalaman, ide, dan sikap terhadap perusahaan yang telah tersimpan di dalam ingatan masyarakat. Kesan tersebut sewaktu-waktu akan

⁶ Soleh Sumirat, Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2020) , hal.111.

⁷ Soleh Sumirat, Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public...*, hal. 114.

⁸ M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan (serta Aplikasinya di Indonesia)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hal. 62.

berubah menjadi citra positif maupun negatif terhadap perusahaan sesuai dengan pengalaman dan perasaan masyarakat.⁹

Berdasarkan pengertian para pakar di atas, citra adalah cara bagaimana pihak lain (publik) memandang sebuah perusahaan, instansi atau lembaga, suatu komite, seseorang, atau aktivitas.

2. *Corporate Social responsibility (CSR)*

Bowen mendefinisikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggungjawab sosial yaitu sebagai kewajiban pengusaha atau perusahaan untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai dalam masyarakat. Definisi tersebut kemudian diperbarui oleh Davis yang menyatakan bahwa keputusan dan tindakan bisnis diambil dengan alasan, atau setidaknya sebagian, melampaui kepentingan ekonomi atau teknis langsung perusahaan.¹⁰

M. Jones mendefinisikan CSR atau tanggungjawab sosial perusahaan adalah gagasan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk kelompok konstituen dalam masyarakat, selain pemegang saham yang ditentukan oleh hukum dan kontrak bisnis.

Edwin juga mendefinisikan CSR di mana tanggungjawab sosial perusahaan terutama berkaitan dengan pencapaian hasil dari keputusan organisasi

⁹ Maryati, dkk., *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen* (Studi pada PD. Sumber Rezeki Singaparna), *Business Management And Entrepreneurship Jurnal*. VOL.II, No. 2, Juni (2020), hal. 107.

¹⁰ Totok Mardikanto, *Corporate Social Responsibility (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hal. 86

mengenai masalah atau isu yang lebih menguntungkan daripada merugikan *stakeholder* pada perusahaan yang bersangkutan.¹¹

Komisi Eropa juga mendefinisikan CSR sebagai sebuah konsep yang menyatukan kepedulian sosial dengan lingkungan dalam pengoperasian bisnis dan dalam interaksi dengan pemangku kepentingan secara sukarela tanpa paksaan sehingga menyadari bahwa tanggungjawab sosial tersebut sangat mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis yang kontinuitas.¹²

Berdasarkan pengertian para pakar di atas, definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut penulis adalah suatu konsep yang menunjukkan sebuah bentuk pertanggungjawaban, perhatian dan kepedulian perusahaan atau instansi terhadap lingkungan dan sosial masyarakat sekitarnya akibat dampak negatif maupun positif dimana mencakup dalam segala aspek operasional perusahaan.

¹¹ Totok Mardikanto, *Corporate Social Responsibility...*, hal. 90

¹² *Ibid.* Hal. 92

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam penelitian ini terdapat dua objek penelitian, yakni efektifitas CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie sebagai objek material dan citra perusahaan sebagai objek formalnya. Tidak dapat dipungkiri bahwa banyak di antara peneliti sebelumnya yang telah mengkaji dan membahas kedua objek tersebut. Di antara mereka ada yang memfokuskan kajiannya hanya terhadap objek materialnya dan ada pula yang hanya memfokuskan pada objek formalnya saja. Sebagai perbandingan penulis merasa perlu melakukan penelusuran lebih lanjut. Beberapa penelitian yang penulis dapatkan, di antaranya;

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dian Rhesa Rahmayanti dengan judul *“Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Membangun Reputasi Perusahaan”*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui implementasi program CSR oleh PT. KAI (Persero) Daop 6 Yogyakarta tahun 2011 dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan program CSR oleh PT. KAI (Persero) Daop 6 Yogyakarta bervariasi dan responsif terutama untuk menanggapi kebutuhan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan.¹³ Antara penelitian Dian ini dengan kaji yang penulis teliti

¹³ Dian Rhesa Rahmayanti, *Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Membangun reputasi Perusahaan*, Jurnal Ilmu Komunikasi, VOL.11, No.1, (2014), hal 93-104

memiliki perbedaan, baik pada objek material maupun pada objek formalnya.

2. Riki Riyandri, dengan judul “*Efektifitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Perkebunan Nusantara V Wilayah Kebun Sei Intan Kabupaten Rokan Hulu*”. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan, metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan mengandalkan hasil wawancara antara peneliti dengan informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Perkebunan Nusantara V Wilayah Kebun Sei Intan Kabupaten Rokan Hulu adalah adanya bantuan pendidikan dan beasiswa, pengentasan kemiskinan dan pembangunan ekonomi daerah, serta pemeliharaan fasilitas umum.¹⁴ Penelitian ini sedikit berbeda dengan kajian yang penulis lakukan khususnya pada objek formalnya. Apabila penelitian ini hanya sekedar melihat efektifitas CSR-nya, sementara kajian penulis lebih menjangkau untuk melihat efektifitas CSR serta dampaknya terhadap peningkatan citra perusahaan.
3. Selanjutnya, penulisan skripsi oleh Syamsuddin Muh. Bahar dengan judul “*Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT PLN (Persero) Wilayah Sulsel, Sultra, dan Sulbar Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Desa Ulu Saddang Kecamatan Lembang Kabupaten Pinrang, Sulsel*”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR) PT PLN (Persero) Wilayah Sulsel, Sultra, dan Sulbar Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Desa Ulu Saddang* serta

¹⁴ Riki Riyandri, *Efektifitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Perkebunan Nusantara V Wilayah Kebun Sei Intan Kabupaten Rokan Hulu*, Jom FISIP, VOL.4, No.2, Oktober (2017).

mengetahui kendala yang dihadapi. Sifat penelitiannya adalah deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data yang digunakan dalam menuntaskan penelitian ini adalah teknik observasi dan teknik wawancara.¹⁵ Maka, hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa implementasi CSR PT PLN Wilayah Sulsel, Sultra, dan Sulbar Desa Ulu Saddang sudah berorientasi pada pemberdayaan masyarakat, namun dalam pencapaiannya memberdayakan masyarakat masih program-program yang ada masih minim kontribusi. Terkait kendala PT PLN mengaku menemui beberapa kendala seperti kendala pasar. Penelitian ini memiliki perbedaan objek kajian dengan objek kajian penulis, baik pada objek formal maupun pada objek materialnya.

4. Penelitian lain yang serupa yaitu diteliti oleh Ferriansyah Firdaus dengan judul “Implementasi Program *Corporate Social Responsibility (CSR) Used Motorcycle Department* dalam Meningkatkan Citra PT. Summit Oto Finace”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi Tanggungjawab Sosial Perusahaan UMC untuk memperbaiki citra. sifat penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Maka hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa program CSR terbagi tiga tahap, ketiga tahapan tersebut dilakukan secara optimal untuk hasil yang telah direncanakan, yaitu untuk menjalin hubungan baik dengan masyarakat dan dealer serta

¹⁵ Syamsuddin Muh. Bahar, “*Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT PLN (Persero) Wilayah Sulsel, Sultra, dan Sulbar Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Desa Ulu Saddang Kecamatan Lembang Kabupaten Pinrang, Sulsel*”, (Makassar: 2016).

meningkatkan citra yang telah dibangun.¹⁶ Penelitian ini sama-sama mengkaji CSR dan citra perusahaan. Meski demikian, berbeda dengan kajian yang penulis teliti yaitu penulis memfokuskan pada efektifitas CSR serta citra perusahaan PT. ASN Kebun Ujung Lamie.

5. Siti Aliah dengan judul *“Implementasi Nilai-Nilai Dakwah dalam Program Corporate Social Responsibility PT. Indomobil Prima Niaga Aceh”*, penelitian ini dilakukan untuk melihat dan mengetahui program CSR PT. Indomobil Prima Niaga Aceh, serta bagaimana penerapannya dan nilai-nilai dakwah yang terkandung dalam program CSR tersebut. Sifat penelitian yaitu kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program-program CSR PT. Indomobil Prima Niaga Aceh adalah program pendidikan, program bencana dan pelestarian alam, serta program santunan anak yatim.¹⁷ Penelitian ini memiliki objek yang berbeda dengan objek kajian yang penulis teliti.
6. Kemudian penelitian skripsi oleh Syalawati dengan judul *“Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi pada PT. Bank Aceh Syariah)”*. Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui bagaimana implementasi CSR PT. Bank Aceh Syariah dalam meningkatkan citra perusahaan dengan menggunakan metode kualitatif.

Dari penelitian ini bisa dilihat dari terpenuhinya indikator pembentukan

¹⁶ Ferriansyah Firdaus, *“Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) Used Motorcycle Department dalam Meningkatkan Citra PT. Summit Oto Finace”*, jurnal *Visi Komunikasi*, Vol.15, No.2, (2016), hal 286-292.

¹⁷ Siti Aliah, *Implementasi Nilai-Nilai Dakwah dalam Program Corporate Social Responsibility PT. Indomobil Prima Niaga Aceh*, (Banda Aceh: 2018).

citra maka hasil penelitian dapat diketahui bahwa CSR yang disalurkan oleh PT. Bank Aceh Syariah mampu memberikan manfaat besar sehingga meningkatkan citra yang baik bagi perusahaan.¹⁸ Penelitian ini sama-sama mengkaji CSR dan citra perusahaan. Namun yang menjadi perbedaannya adalah apabila penulis fokus pada efektifitas CSR dan citra PT. ASN, sementara penelitian ini fokus pada implementasi CSR dan citra PT. Bank Aceh Syariah.

Dari beberapa literatur yang telah penulis sebutkan di atas, penulis meyakini bahwa penelitian yang penulis lakukan ini belum pernah dikaji oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Oleh karena itu, penulis meyakini bahwa penelitian ini bersifat orisinil, baru, dan penting untuk dikaji.

B. Kajian Teoritik

1. Efektifitas Program

Efektif berasal dari kata *effective* yang artinya berhasil atau sesuatu yang dilakukan dapat berhasil dengan baik. Menurut supriyono dalam Fikri Multazim, pengertian efektifitas merupakan hubungan antara suatu tanggungjawab yang dibuat atau dikeluarkan dengan sasaran yang harus dicapai, semakin besar kontribusi keluaran tersebut yang dihasilkan terhadap nilai pencapaian sasaran, maka dapat dikatakan efektif.¹⁹

Menurut Richard M. Strees, efektifitas yaitu pencapaian tujuan dan optimalisasi dari aktivitas atau kegiatan suatu organisasi guna memperoleh

¹⁸ Syalawati, *Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi pada PT. Bank Aceh Syariah)*, (Banda Aceh: 2019)

¹⁹ M. Fikri Multazim, *"Efektivitas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam Pengembangan Masyarakat Bayung Lencir pada PT. Mitra Agrolika Sejahtera"*. (Jambi: 2020).

manfaat sumber daya. Artinya, suatu efektifitas dapat dilihat dari pemanfaatan lingkungan, kualitas, produktifitas, efisiensi, kesiagaan, penghasilan, stabilitas perputaran kerja dan semangat kerja.²⁰

Untuk mengetahui efektifitas suatu program, Edy Sutrisno mengatakan dilihat dari lima indikator yaitu; pemahaman program, ketepatan sasaran, ketepatan waktu, tercapainya tujuan, dan perubahan nyata.²¹

Dapat disimpulkan bahwa efektifitas sebagai ukuran berhasil atau tidaknya sebuah kegiatan di organisasi dalam mencapai tujuan. Jika organisasi berhasil mencapai tujuan, maka dapat dikatakan bahwa organisasi tersebut telah berjalan efektif, begitu juga sebaliknya.

2. Public Relation (PR)

Public Relations (PR) merupakan suatu aktivitas dalam mengelola arus pesan atau komunikasi yang terjadi di perusahaan maupun organisasi. Manakala pesan itu dapat menjadi *lifeblood* maka upaya membangun *understanding, good will, image* dengan para *stakeholdernya* serta merta akan mudah dicapai.²²

Public Relations sebagai fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur seseorang atau sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan

²⁰ Richard M. Strees, *Efektivitas Organisasi*, (Jakarta: Erlangga, 2020), hal. 53.

²¹ Edy Sutrisno, *Budaya Organisasi*, (Jakarta: Kencana, 2007), hal. 125-126.

²² Rahmahwati, Alfianida.. "*Strategi Komunikasi Public Relations (PR) Yang Dilakukan Penerima Beasiswa Djarum Plus Dso Surabaya Tahun 2011-2012 Dalam Implementasi 'Community Empowerment'*". (2012)

program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan publik.²³

Public Relations adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan khalayaknya.²⁴ Jadi *public relations* dapat mewujudkan suatu hubungan yang harmonis antara pegawai dengan pimpinannya dalam suatu instansi atau perusahaan.

Public dalam perusahaan dibagi atas 2 yaitu *public internal* (publik dalam perusahaan) dan *public eksternal* (publik di luar perusahaan yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan). Berdasarkan jenis publik tersebut sehingga terdapat kegiatan *public relations* yaitu kegiatan *intern public relations* (hubungan kedalam) dan *ekstern public relations* (hubungan keluar). Seorang *public relations officer* memberikan perhatian yang sama dalam pelaksanaan kegiatan eksternal dan internal, karena keduanya merupakan faktor pendukung operasional perusahaan dan pencapaian tujuan perusahaan. Salah satu tujuan *eksternal public relations* adalah untuk mengerahkan hubungan dengan orang-orang diluar perusahaan hingga terbentuklah opini publik yang baik terhadap perusahaan tersebut.

Oleh karena itu, tugas penting *public relations* adalah mengadakan komunikasi yang efektif, yang sifatnya informatif dan persuasif, yang ditujukan kepada publik diluar badan tersebut. Salah satu kegiatan *external public relations*

²³ Rhenald Kasali, *Manajemen Public relations: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1994), hal. 7.

²⁴ Frank Jefkins, *Public Relations*. (Jakarta: Erlangga, 1992), hal. 8.

dalam perusahaan adalah membina hubungan dengan pelanggan (customer relations).

PR memiliki tanggung jawab sosial, aktifitas PR menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini akan meningkatkan citra perusahaan di mata publik.

Dalam hal ini peran PR sangat penting, yang mana seperti kita ketahui bahwa PR itu sendiri adalah mengkomunikasikan yang baik maksudnya yaitu melakukan komunikasi yang baik dengan pihak internal dan juga eksternal demi membangun citra yang positif atau baik atas perusahaan tersebut. Dalam hubungannya dengan CSR, PR adalah orang yang berperan dalam menjalin hubungan baik dengan masyarakat sehingga masyarakat akan menerima kebijakan perusahaan dengan baik yang mana ini sangat mempengaruhi citra perusahaan. Dalam kegiatan CSR ini PR mempunyai peran penting, baik secara internal maupun eksternal. Karena CSR pada dasarnya adalah kegiatan PR, maka langkah-langkah dalam proses PR pun mewarnai langkah-langkah CSR. Bentuknya beragam seperti peduli banjir, memberikan beasiswa, santunan anak yatim, pengobatan gratis, dan masih banyak kegiatan lainnya.

3. Corporate Social Responsibility (CSR)

Teori ekonomi klasik yang dikembangkan oleh Malthus (1798) dan dilanjutkan oleh Ricardo (1917) ternyata memiliki tiga ciri utama, yaitu; tamak, riba, dan harus serba hati-hati serta perhitungan. Ketiga ciri ini ternyata banyak diikuti oleh para pelaku bisnis yang pada akhirnya menimbulkan kesadaran etis terkait dengan keberlanjutan korporasi, khususnya apabila dikaitkan dengan

pembangunan berkelanjutan. Kesadaran ini muncul karena perilaku eksploitatif perusahaan dalam pemanfaatan sumber daya alam serta kurangnya tanggung-jawab terhadap lingkungan sehingga membuat keberlangsungan bahan baku dan energi menjadi terancam. Hal ini pula yang akhirnya memicu konflik sosial dengan masyarakat lingkungannya dan konflik ketenagakerjaan yang semakin besar.²⁵

Dengan adanya kesadaran etis tersebut, banyak perusahaan multi-nasional bekerjasama dengan LSM untuk mengembangkan strategi Corporate Social Responsibility (CSR), yang dapat menjadi alat perusahaan untuk digunakan secara taktis dalam meredam kritik serta melindungi citra mereka. Dengan kata lain, CSR akan selalu menjadi cermin pembangunan sosial dalam masyarakat.

Secara global, istilah CSR mulai digunakan pada tahun 1970-an dan semakin populer setelah terbitnya buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. Elkington dalam Totok Mardikanto menyatakan bahwa terdapat tiga komponen penting terhadap pembangunan berkelanjutan, yaitu *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*. Selanjutnya Elkington memfokuskan CSR pada 3P, yaitu singkatan dari *profit*, *planet*, dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya mengumpulkan keuntungan (*profit*) saja, melainkan juga memiliki perhatian dan kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*) sekitar.²⁶

²⁵ Totok Mardikanto, *Corporate Social Responsibility: Tanggung-Jawab Sosial Korporasi*, (Bandung: Alfabeta, 2020), hal. 83.

²⁶ Totok Mardikanto, *Corporate Social Responsibility...*, hal. 85.

Di Indonesia sendiri CSR mulai menghangat sejak disahkannya UU nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam UU tersebut menyebutkan secara tegas bahwa CSR telah menjadi sebuah kewajiban perusahaan. Bunyi pasal yang menyebutkan kewajiban tersebut adalah “PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggungjawab sosial dan lingkungan” pasal 74 ayat (1). Sedangkan di tingkat global, eksistensinya semakin semarak sejak dirilisnya ISO 26000 pada awal November 2010 tentang *Guidance on Social Responsibility*.²⁷

a. Awal Kemunculan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Konsep tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) memiliki sejarah yang panjang dan beragam—namun dalam penelitian ini penulis hanya akan menggali awal kemunculan CSR itu sendiri. Tulisan formal mengenai tanggungjawab sosial sebagian besar merupakan produk abad ke-20, khususnya dalam 50 tahun terakhir ini. Selanjutnya, meskipun ada kemungkinan untuk melihat dan menelusuri jejak pemikiran CSR di seluruh dunia, bagaimanapun harus diakui bahwa pengertian terkait CSR memiliki perkembangan, perubahan, baik dari segi teoritis maupun praksis di negara-negara lain pada beberapa waktu yang berbeda.

Dalam beberapa tulisan awal, CSR lebih sering disebut sebagai tanggungjawab sosial (SR) daripada CSR. Hal ini disebabkan karena dominasi sektor bisnis belumlah terjadi ataupun terdata dengan baik. Menurut Totok Mardikanto, publikasi yang ditulis oleh Howard R. Bowen (1953) dengan judul

²⁷ Totok Mardikanto, *Corporate Social Responsibility...*, hal. 86.

Responsibilities of the Businessman-lah yang menandai awal mulanya kemunculan sejumlah literatur tentang hal ini di periode modern.²⁸

Bowen mendasari pemikirannya bahwa ratusan bisnis sebagian besar merupakan pusat kekuasaan, pengambilan keputusan, dan tindakan perusahaan yang penting ini menyentuh kehidupan warga di banyak titik. Di antara banyak pertanyaan yang diajukan Bowen, salah satunya adalah, “*Apa tanggungjawab perusahaan kepada masyarakat yang mungkin dapat diharapkan atau diasumsikan?*”²⁹ Pertanyaan ini membuatnya ditetapkan sebagai perumus definisi awal tentang tanggungjawab sosial para pengusaha.

Mengutip Editor Majalah Fortune (1946), Bowen berpikir bahwa CSR merupakan bentuk tanggungjawab para pengusaha terhadap konsekuensi dari tindakan mereka yang harus dimasukkan ke dalam laporan untung dan rugi mereka. Pernyataan ini disetujui oleh mayoritas para pelaku bisnis. Hal ini disebabkan karena pemikiran Bowen berkaitan erat dengan doktrin tanggungjawab sosial yang mudah didokumentasikan sebagai topik yang menandai era pemahaman modern dari CSR. Bowen juga menyatakan bahwa tanggungjawab sosial bukanlah sebuah solusi efektif, namun itu merupakan kebenaran penting yang harus mendampingi bisnis di masa depan. Pemikiran Bowen ini merupakan langkah awal yang menginspirasi banyak pihak sehingga ia dikenal sebagai Bapak *Corporate Social Responsibility*.³⁰

²⁸ *Ibid.* Hal. 98.

²⁹ Howard R. Bowen, *Social Responsibilities of the Businessman*, (New York: Harper & Row, 1953), hal. 20.

³⁰ Archie B. Carol, *Corporate Social Responsibility; Evolution of Definition Construct, Business, and Society*, (University of Georgia: Sage Publicatio, 1999), VOL.III, hal. 268-295

Sejak saat itu sudah banyak terdapat referensi lain yang diterbitkan di berbagai negara mengacu kepada cita-cita pemikiran yang telah dijabarkan oleh Bowen. Ide dasar yang dikemukakannya adalah mengenai kewajiban pengusaha dalam menjalankan usahanya haruslah seimbang dan sejalan dengan nilai-nilai yang hendak dicapai oleh masyarakat di tempat perusahaan itu beroperasi. Ia menggunakan istilah seimbang dan sejalan demi meyakinkan dunia usaha bahwa kinerja finansial perusahaan bukanlah visi satu-satunya yang perlu dicapai perusahaan.³¹

Pemikiran Bowen kemudian dikembangkan oleh para ahli Sosiologi bisnis lain seperti Keith Devis yang mengenalkan konsep *Iron Law of Social Responsibility*. Davis berpendapat bahwa penekanan tanggungjawab sosial perusahaan memiliki korelasi positif dengan *size* atau besarnya perusahaan. Dengan kata lain, Davis menemukan bahwa semakin besar dampak suatu perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya, maka semakin besar pula bobot tanggungjawab yang harus dilakukan perusahaan tersebut kepada masyarakat.³²

Sampai dengan era 1980-an semakin banyak perusahaan yang menggeser konsep Filantropisnya ke arah *Community Development* (CD). Intinya kegiatan kedermawanan yang sebelumnya kental dengan pola kedermawanan ala Robin Hood makin berkembang ke arah pemberdayaan manusia, misalnya

³¹ Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 16.

³² *Ibid.* Hal. 17.

pengembangan kerjasama, memberikan keterampilan, pembukaan akses pasar, dan sebagainya.³³

Tahun 1990-an merupakan tahun-tahun yang dipenuhi oleh corak pendekatan *civil society*. Beragam pendekatan tersebut telah mempengaruhi *Community Development* (CD). Hal ini tentu saja menjadikan CD sebagai suatu aktivitas lintas sektor karena meliputi segi produktifitas maupun sosial.³⁴

Adapun kontribusi pemikiran terhadap konsep CSR ini juga diberikan oleh John Elkington yang mencetuskan konsep “3P” yakni *Profit*, *Planet*, dan *People*—sebagaimana yang telah penulis singgung sebelumnya. Konsep yang diusung oleh Elkington ini merupakan situasi yang menggambarkan bahwa aspek ekonomi, aspek sosial, dan aspek lingkungan merupakan ikatan tiga serangkai (*triple bottom line*) yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan, terlebih ditinggalkan salah satunya.

Istilah CSR semakin bergema setelah terselenggaranya *World Summit on Sustainable Development* (WSSD) pada tahun 2002 di Johannesburg, Afrika Selatan. Sejak perhelatan acara tersebutlah, definisi CSR mulai berkembang.³⁵

b. Filosofi Corporate Social Responsibility (CSR)

Gagasan yang diprakarsai oleh Elkington tentang *triple bottom line* menyebabkan munculnya kesadaran tentang pentingnya memperhatikan masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan, serta keterkaitan antara ketiganya. Hal ini kemudian disepakati oleh banyak pihak sebagai landasan pengelolaan korporasi

³³Sugeng Santoso, *Konsep Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Konvensional Dan Fiqh Sosial*, *Jurnal Ahkam*, VOL.IV, No. 1, Juli 2016, hal. 86.

³⁴Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility (CSR)*, (Gresik: Fascho Publishing, 2007), hal. 6.

³⁵*Ibid.* Hal. 6-7.

yang berkelanjutan (*corporate sustainability*). Artinya, untuk menjamin keberlangsungan bisnisnya, maka setiap perusahaan harus; *pertama*, menjalankan bisnis yang sukses yang membuat keuntungan serta melakukan investasi. *Kedua*, peduli kepada pelestarian sumber daya alam demi keberlanjutan sumber daya yang diperlukan bagi keberlanjutan bisnisnya. *Ketiga*, peduli dengan masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan agar memperoleh kepercayaan dan dukungan dari semua pihak yang berhubungan dengan bisnis yang dijalankan.³⁶

Terkait dengan hal ini CSR dimaknakan sebagai sebuah konsep pengintegrasian kepedulian sosial dan lingkungan dalam internal dan eksternal. Lingkungan internal yang memiliki tanggungjawab sosial—khususnya dalam praktik hubungan dengan karyawan dan terkait dengan isu-isu seperti investasi dalam perubahan modal, kesehatan, dan keselamatan serta manajemen manusia, serta kepedulian terhadap lingkungan yang berkaitan dengan pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya alam produksi. Sementara lingkungan eksternal yang terlihat dari hubungan dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat yang merupakan stakeholder-nya seperti mitra bisnis, pemasok, pelanggan, otoritas publik, dan LSM yang mewakili masyarakat lokal serta lingkungan. Sebuah perusahaan harus mampu melihat operasi bisnisnya dalam dua dimensi yang berbeda tersebut.³⁷

Lebih lanjut Keyware (2013) dalam bukunya Totok Mardikanto menyatakan bahwa filosofi dari implementasi CSR adalah berkontribusi terhadap pembangunan masyarakat yang berkelanjutan sebagai upaya meningkatkan nilai

³⁶ Totok Mardikanto, *Corporate Social Responsibility*,...hal. 161.

³⁷ *Ibid.* Hal. 161-162.

korporasi, melalui komunikasi dengan semua *stake-holders* (pemilik/pemegang saham, pelanggan, pemasok, karyawan, pemerintah, dan masyarakat setempat). Komunikasi tersebut meliputi isu ekonomi, sosial, dan lingkungan di mana pengelolaan bisnis harus selalu memperhatikan keluhan, permintaan, dan harapan masyarakat dalam suatu sistem tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*).³⁸

c. Model-Model CSR

Sejumlah ahli berbeda pandangan mengenai model-model CSR. Meski demikian, mereka sepakat bahwa CSR memiliki beberapa model yang berbeda antara satu sama lain. Elizabeth Redman (2003) misalnya, membagi CSR ke dalam tiga model, yaitu; model konflik tradisional, model pemberian uang tunai, dan terakhir model tujuan ganda.³⁹

Pertama, model konflik tradisional. Dalam model neo-klasik tradisional pertentangan antara tanggungjawab sosial dan lingkungan serta keuntungan tidak mungkin terelakkan. Keadaan ini membuat pemerintah harus turun tangan untuk mengoreksi pasar demi mengembalikan keseimbangan sosial secara optimal. Dalam model ini—menurut Friedman (1970)—lingkungan memerlukan perlindungan yang ketat demi membatasi akses perusahaan untuk menggunakannya secara bebas. Perlindungan lingkungan serta pembatasan akses inilah yang tergolong sebagai bentuk CSR dalam pandangan Redman.⁴⁰

³⁸ *Ibid.* Hal. 162.

³⁹ Elizabeth Redman, *Three Models of Corporate Social Responsibility: Implications for Public Policy*. I Summer 2005. Roosevelt Review.

⁴⁰ Totok Mardikanto, *Corporate Social Responsibility...*, hal. 176.

Kedua, model pemberian uang tunai. Model ini merupakan ideologi mayoritas perusahaan yang menjadikan tanggungjawab sosial sebagai sebuah investasi atau dengan kata lain investasi yang bertanggungjawab. Model kedua ini percaya bahwa dengan meningkatkan reputasi perusahaan, maka mereka juga meningkatkan perekrutan dan loyalitas karyawan berkualitas.

Perusahaan-perusahaan ini memilih untuk bertanggungjawab secara sosial untuk berbagai alasan yang berorientasi pada keuntungan, seperti meningkatkan penjualan, inovasi yang lebih besar, penurunan inefisiensi produksi, penurunan resiko di masa mendatang, dan akses yang lebih besar untuk modal. Model kedua ini melihat keunggulan sosial dan lingkungan sebagai alat bisnis yang strategis.

Ketiga, model tujuan ganda yang harus dikembangkan secara merata. Model ketiga ini menjelaskan ideologi perusahaan yang telah membuat komitmen untuk tujuan lingkungan dan sosial tanpa memerlukan bukti bahwa korporasi mengarah ke keuntungan yang nyata. Pelaku bisnis meyakini bahwa prestasi sosial dan lingkungan secara independen layak untuk dicapai dan dikejar sama halnya terhadap keuntungan (*profit*).⁴¹

Untuk mendorong perusahaan agar mengikuti model ketiga ini, pemerintah selaku pembuat kebijakan harus mempertimbangkan kembali indeks keberhasilan bisnis, praktik akuntansi, dan penilaian aset tak ternilai.

Sementara itu, David Millon (2011) sebagaimana dikutip oleh Totok dalam bukunya mengemukakan adanya dua model CSR, yaitu; *pertama*, perusahaan harus dikelola dengan memperhatikan kewajiban mereka kepada

⁴¹ Totok Mardikanto, *Corporate Social Responsibility...*, hal. 178.

masyarakat. Model pertama ini berbicara mengenai masalah struktural dan menekankan bahwa manajemen korporasi harus mempertimbangkannya. Secara khusus CSR di bawah model ini mensyaratkan bahwa manajemen bersedia untuk memenuhi keinginan pemegang saham untuk memaksimalkan keuntungan dengan klaim *stakeholder non-shareholder*. Karena terdapat konflik kepentingan pemegang saham dan konstituen *non-shareholder*, maka pandangan pertama ini dikenal sebagai CSR model konstituen.

Adapun model kedua, mengacu kepada konsep keberlanjutan. Model kedua ini merupakan temporal dalam fokus dengan pertanyaan utama adalah keberhasilan korporasi dalam jangka panjang. Keberlanjutan jangka panjang sangat bergantung kepada kelangsungan hidup berbagai pemangku kepentingan yang menentukan keberhasilan korporasi. Manajemen perusahaan memiliki keputusan yang dapat mempengaruhi kesejahteraan *stakeholder* dalam cara yang positif maupun sebaliknya. Selanjutnya manajemen juga memiliki kemampuan untuk meningkatkan kesejahteraan *stakeholder* melalui investasi dana perusahaan. Jika korporasi jangka panjang keberlanjutan, maka manajemen harus mengembangkan dan memelihara hubungan tersebut. Karena perusahaan harus memperoleh keuntungan untuk bertahan hidup, maka model ini disebut sebagai CSR model keberlanjutan.⁴²

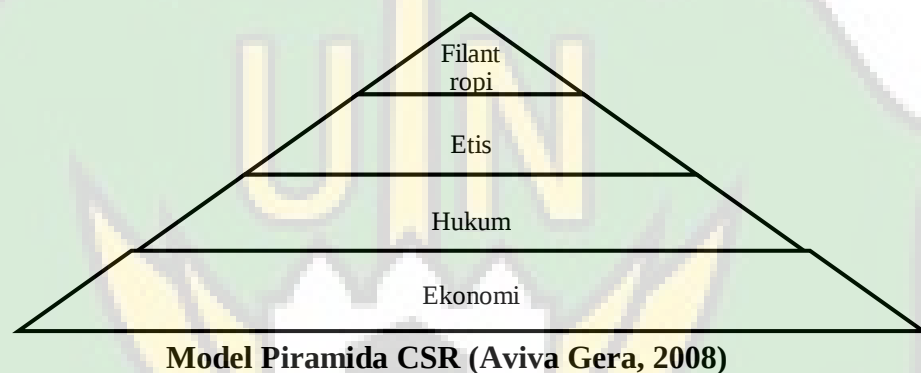
Aviva Geva (2008) juga mengemukakan bahwa terdapat tiga model dari CSR, namun tiga model yang dikemukakan Geva ini berbeda jauh dengan tiga model yang dikemukakan oleh Redman sebelumnya. Adapun tiga model CSR

⁴² Totok Mardikanto, *Corporate Social Responsibility...*, hal. 179.

menurut Geva yaitu; model piramida, model penampang lingkaran, dan model lingkaran yang memusat.⁴³

Model piramida mengkategorikan tanggungjawab yang berbeda hirarki. Paling dasar adalah tanggungjawab ekonomi, artinya semua tanggungjawab bisnis lainnya didasarkan pada tanggungjawab ekonomi perusahaan.

Gambar 2.1



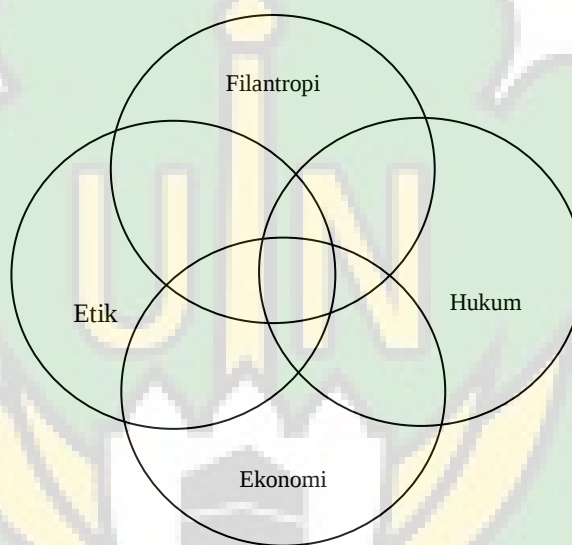
Selanjutnya bisnis diharapkan dapat berjalan dalam koridor hukum sehingga tanggungjawab hukum digambarkan sebagai lapisan piramida selanjutnya. Berikutnya adalah tanggungjawab etis yang didefinisikan dalam istilah kegiatan atau praktik yang diharapkan atau dilarang oleh anggota masyarakat meskipun mereka tidak dikodifikasikan menjadi undang-undang. Terakhir adalah tanggungjawab filantropis yang mengarah terhadap upaya untuk menjaga dan melestarikan lingkungan. Penggunaan piramida tersebut untuk

⁴³ *Ibid.* Hal. 180.

mendeskripsikan bahwa total CSR bisnis itu terdiri dari komponen yang berbeda dan apabila digabungkan, maka merupakan seluruh kesatuan CSR.⁴⁴

Adapun model penampang lingkaran dapat dilihat pada gambar di bawah ini;

Gambar 2.2
Model Lingkaran Aviva Geva (2008)



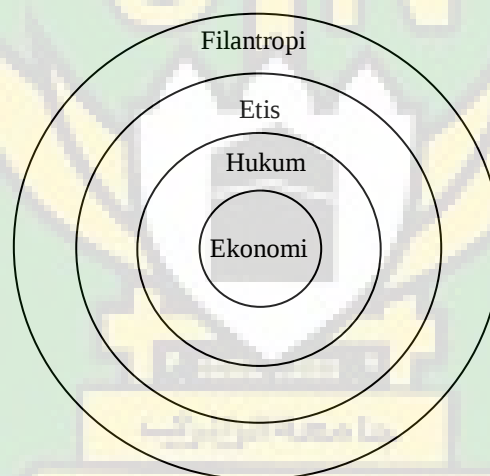
Model ini kontras dengan model sebelumnya dalam dua aspek utama, yaitu mengakui kemungkinan keterkaitan antara domain CSR dan menolak urutan hirarki penting. Kerangka piramida tidak dapat sepenuhnya menangkap sifat yang saling berpotongan dari domain CSR dan juga tidak menunjukkan semua titik ketegangan yang mungkin terjadi di antara mereka. Mutualitas tersebut telah diakui sebagai karakteristik integral dari CSR. Model ini secara tidak langsung menegaskan bahwa setiap domain CSR saling berkaitan dan tidak satupun dari

⁴⁴ Archie B. Carroll, *The Pyramid of Corporate Social Responsibility; Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. (Business Horizon, 1991), VOL. 34, hal. 39-48.

domain tersebut yang lebih penting atau relatif signifikan terhadap yang lainnya. Secara khusus tanggungjawab ekonomi belum tentu yang paling mendasar.⁴⁵

Sementara model lingkaran terpusat mirip dengan model piramida yang menganggap peran ekonomi bisnis sebagai inti tanggungjawab sosial dan mirip dengan model lingkaran dalam hal keterkaitan antara perusahaan yang berbeda tanggungjawab sosialnya. Penentuan antara kesamaan dan perbedaan tersebut sangat penting dalam menentukan definisi dan arah tanggungjawab sebuah perusahaan.

Gambar 2.3
Model Lingkaran Terpusat Aviva Geva (2008)



Model lingkaran terpusat ini diadaptasi dari sebuah pernyataan terkenal yang diterbitkan pada tahun 1971 oleh *Committee of Economic Development* (CED) yang menganjurkan gagasan bahwa kontrak sosial bagi perusahaan bisnis tidak hanya layak, tetapi secara moral diperlukan dan mendesak bisnis untuk mengadopsi pandangan yang lebih luas dan lebih manusiawi dari fungsinya dalam

⁴⁵ Totok Mardikanto, *Corporate Social Responsibility...*, hal. 182-183.

masyarakat. Model ini terdiri dari tiga lingkaran konsentris. Lingkaran dalam adalah tanggungjawab inti dari CSR perusahaan. Ini mencakup tanggungjawab dasar terhadap efisiensi pelaksanaan fungsi produksi ekonomi, pekerjaan, dan pertumbuhan ekonomi. Lingkaran etika meliputi tanggungjawab untuk melaksanakan fungsi ekonomi dengan kesadaran sensitif norma etika dasar serta perubahan nilai-nilai sosial dan prioritas. Sementara lingkaran luar yaitu lingkaran filantropis mengasumsikan bahwa bisnis haruslah lebih luas dan terlibat secara aktif dalam meningkatkan lingkungan sosial. Tanggungjawab hukum tidak secara eksplisit diuraikan dalam model ini, melainkan dimasukkan di bawah tanggungjawab perusahaan lainnya. Dengan demikian, CSR dalam model ini menyatakan bahwa semua tanggungjawab perusahaan memiliki aspek hukum dan etika.⁴⁶

d. Dasar Hukum Pelaksanaan CSR

Berdasarkan peraturan Daerah Kabupaten Nagan Raya Nomor 6 Tahun 2019 tentang tanggungjawab sosial dan lingkungan perusahaan menyebutkan bahwa untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan berwawasan lingkungan, perusahaan membentuk program tanggungjawab sosial dan lingkungan dengan tetap menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Perda juga Menyebutkan bahwa perusahaan sebagai mitra pemerintah kabupaen mempunyai kewajiban menerapkan prinsip-prinsip tanggungjawab social dan lingkungan perusahaan dalam rangka mewujudkan

⁴⁶ Totok Mardikanto, *Corporate Social Responsibility...*, hal. 185-186.

peningkatan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat serta kelestarian fungsi lingkungan di Kabupaten Nagan Raya.⁴⁷

Pelaksanaan CSR di PT. ASN Kebun Ujung Lamie Kabupaten Nagan Raya mengacu kepada beberapa peraturan perundang-undangan, di antaranya;⁴⁸

1. Undang-undang Nomor 11 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Aceh.
2. Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
3. Undang-undang Nomor 13 Tahun 2011 tentang Penanganan Fakir Miskin (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 83, tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5235).
4. Undang-undang Nomor 39 Tahun 2014 tentang Perkebunan (termasuk turunannya).
5. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
6. Peraturan Menteri Sosial Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum Tanggungjawab Dunia Usaha Dalam Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial.
7. Peraturan Menteri Agraria dan Tata Ruang/Kepala BPN Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pengaturan dan Tata Cara Penetapan Hak Guna Usaha.
8. Peraturan Gubernur Aceh Nomor 65 Tahun 2016 tentang Pedoman Pelaksanaan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan di Aceh.

⁴⁷ Undang-Undang Qanun Kabupaten Nagan Raya, *Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan*, Nomor. 6, Tahun 2019.

⁴⁸ Berdasarkan Laporan Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kebun Ujung Lamie Tahun 2019 Kabupaten Nagan Raya Provinsi Aceh, hal. 3. Diakses pada Juni 2021.

9. Undang-undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara.
10. Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

4. Komunikasi Islam

Dalam bahasa Arab, komunikasi sering menggunakan istilah *tawashul* dan *ittishal*. Kata *tawashul* digunakan oleh DR Halah Abdul ‘Al al Jamal ketika menulis tentang seni komunikasi dalam Islam beliau memberi judul bukunya *Fann al tawashul fi al Islam* (Seni Komunikasi Dalam Islam). Sementara kata *ittishal* digunakan oleh Awadh Al Qarni dalam bukunya yang berjudul *Hatta la takuna Kallan* (Supaya Anda Tidak Menjadi Beban Orang Lain). Awadh Al Qarni mendefinikan bahwa komunikasi (*ittishal*) adalah melakukan cara yang terbaik dan menggunakan sarana yang terbaik untuk memindahkan informasi, makna, rasa dan pendapat kepada pihak lain dan mempengaruhi pendapat mereka serta meyakinkan mereka dengan apa yang kita inginkan apakah dengan menggunakan bahasa atau lainnya.⁴⁹

Tawashul berasal dari kata *Washala* yang artinya sampai. *Tawashul* adalah proses yang dilakukan oleh dua pihak untuk saling bertukar informasi sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami dan sampai kepada dua pihak yang berkomunikasi. Apabila komunikasi hanya terjadi satu arah, maka tidak dinamakan *tawashul* karena *tawashul* mensyaratkan terjadinya *mubadalah* atau

⁴⁹ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam...*, hal. 3.

‘saling’ dalam proses komunikasinya; saling bertukar informasi, saling memahami pesan yang disampaikan dan saling menyepakati media yang digunakan. Dengan demikian tawashul merupakan komunikasi dua arah. Adapun kata *ittishal* secara bahasa lebih menekankan aspek ketersambungan pesan, tidak harus terjadi komunikasi dua arah. Dalam *ittishal*, apabila seseorang menyampaikan pesan dan pesan tersebut sampai kepada pihak yang dimaksud dan saat itu terjadi komunikasi, maka itu yang dinamakan *ittishal*.⁵⁰

Sedangkan arti Islam secara etimologi adalah tunduk, patuh dan damai. Menurut Al Jurjani bahwa Islam adalah kerendahan dan ketundukan terhadap apa yang dikabarkan oleh Rasulullah SAW. Sedangkan menurut Yatimin Abdullah, Islam mengacu pada agama yang bersumber pada wahyu yang datang dari Allah SWT, bukan berasal dari manusia.⁵¹ Sementara Amin Syukur mendefinisikan bahwa Islam adalah *ad-Din* yaitu titah Tuhan yang diturunkan melalui para nabiNya untuk memberikan petunjuk kepada seluruh manusia yang mempunyai akal sehat untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.⁵²

Dari penjelasan singkat tentang Islam tersebut dapat disimpulkan bahwa Islam adalah ketundukan terhadap keseluruhan nilai yang terkandung dalam Al Qur'an dan As Sunah baik berupa hukum, akidah, akhlak, muamalah maupun berita atau kisah-kisah masa lampau.

Dari pengertian komunikasi dan Islam di atas, komunikasi Islam didefinisikan sebagai suatu proses menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan prinsip dan kaidah

⁵⁰ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam...*, hal. 3-4.

⁵¹ M. Yatimin Abdullah, *Studi Islam Kontemporer*, (Jakarta: AMZAH, 2006), hal. 7.

⁵² Amin Syukur, *Tasawuf Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 93.

komunikasi yang terdapat dalam AlQuran dan Hadis, baik secara langsung atau tidak langsung, melalui perantaraan media atau tidak, yang bertujuan untuk membentuk pandangan umum yang benar berdasarkan hakikat kebenaran agama. Proses penyampaian pesan dengan berpegang teguh pada prinsip-prinsip Al Quran dan Hadits berarti komunikator dalam menyampaikan pesan harus berprinsip pada keikhlasan, kejujuran, kebenaran, selektif dan valid dan mengedepankan keseimbangan berita.

Dengan demikian bahwa proses komunikasi yang dilakukan oleh seorang komunikator kepada komunikan (khalayak) tidak hanya dinilai sebagai aktivitas muamalah, hubungan antara manusia belaka, tetapi juga dengan Tuhannya. Konsep inilah menjadi landasan pokok komunikasi Islam dan hal itulah yang membedakan antara konsep komunikasi secara umum dengan konsep komunikasi Islam.

Konsep komunikasi Islam tersebut diperkuat oleh perspektif bahwa Islam merupakan agama yang bersifat *mission* (dakwah) yang mendesak penganutnya agar menyebarkan pesan-pesan Islam kepada seluruh umat manusia. Setiap individu muslim dianggap sebagai komunikator agama di mana mereka diwajibkan menyampaikan pesan-pesan Islam berdasarkan tingkat kemampuan masing-masing. Tanggung jawab ini membuat tugas komunikasi menjadi penting, bahkan diperlihatkan oleh Nabi Muhammad SAW yang memerintahkan agar setiap muslim menyampaikan pesan dari beliau walaupun hanya satu ayat. Simbolis satu ayat tersebut menunjukkan betapa pentingnya kebenaran ajaran agama untuk disampaikan dengan efektif berdasarkan prinsip-prinsip komunikasi

yang digariskan oleh Al-Quran dan Hadits. Dari keterangan di atas, jelaslah bahwa komunikasi Islam merupakan komunikasi yang dibangun atas dasar prinsip-prinsip Islam yang memandang proses komunikasi bukan hanya sebatas hubungan antara manusia tetapi lebih juga hubungan antara manusia dengan Tuhan yang bernilai ibadah.

Menurut Harjani Hefni bahwa prinsip-prinsip komunikasi Islam berdasarkan al Qur'an dan as-sunah, ada dua belas yaitu; prinsip ikhlas, prinsip pahala dan dosa, prinsip kejujuran, prinsip kebersihan, prinsip berkata positif, prinsip paket, prinsip dua telinga satu mulut, prinsip pengawasan, prinsip selektivitas dan validitas, prinsip saling mempengaruhi, prinsip keseimbangan berita dan prinsip *privacy*.⁵³

Menurut penulis, prinsip-prinsip yang paling urgent saat ini terkait dengan upaya meminimalisir berita-berita hoax yang sering beredar melalui media sosial maupun *whatsapp*, yaitu: a) Ikhlas, b) Prinsip kejujuran, c) Prinsip pengawasan, d) Prinsip selektifitas dan validitas, dan e) Prinsip saling mempengaruhi.

Prinsip-prinsip tersebut menjadi sangat urgent apabila diaplikasikan pada era digital seperti sekarang ini, di mana dengan mudah mengakses media baru (media online) setiap orang dapat mengirimkan pesan dengan mudah, cepat, murah dan berdampak luas. Aspek kemudahan akses tersebut sering kali melupakan atau tidak mengindahkan hal-hal yang penting dalam kehidupan berbangsa dan bernegara untuk saling menghormati dan menghargai sesama warga negara dengan tidak meneliti dan mengklarifikasi kebenaran content pesan.

⁵³ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam...*, hal. 225.

Sehingga banyak yang muncul bertebaran pesan-pesan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan (hoax) yang meresahkan masyarakat secara umum. Tentu hal itu tidak sesuai dengan princi-prinsip komunikasi Islam dan melanggar hak masyarakat untuk mendapatkan berita dan informasi yang benar.

a. Definisi Dakwah

Secara etiminologi kata “dakwah” diambil dari bentuk masdar dari *fi’il mutasarriif* yaitu يدعو – يدعوا – دعا berarti memanggil, menyeru, mengundang, mengajak, mendorong, meminta, berdoa, mengadu,⁵⁴ mengharap, menghadap,⁵⁵ atau memalingkan orang kepada kita dengan perantaraan suara atau ucapan.⁵⁶ Kalau dilihat dari makna harfiah tersebut, maka secara umum dakwah adalah mengajak, mengundang, membujuk, menuju kebaikan maupun kejahatan. Mengajak kepada kebaikan, biasanya dilakukan oleh para nabi kepada umatnya, dan seluruh pewaris para nabi yaitu kiyai, ustaz dan muballig, sedangkan mengajak kepada kejahatan itu dilakukan oleh syaithan dan orang yang mengikuti langkah syaitan.

Sedangkan secara terminologi, dakwah diartikan sebagai proses mengajak, memanggil dan menyeru dalam rangka penyaadaran, perubahan dan pemberdayaan dalam rangka mewujudkan sistem sosial masyarakat yang *khairul ummah* yaitu umat yang sejahtera, damai dan yang bahagia dunia akhirat. Konsep yang *khairul ummah* akan bisa terwujud bilamana mereka mau melakukan dakwah yang meliputi: mengajak manusia untuk beriman dan menjalankan

⁵⁴ AW Munawir, *Kamus al-Munawir Arab-Indonesia Terlengkap Edisi II*, (Jakarta: Pustaka Progressif), hal. 406.

⁵⁵ Ibn Madzhur, *Lisan al-‘Arab* (Kairo: Dar al-Ma’arif, t.th), hal. 1385.

⁵⁶ Ahmad bin faris, *Mu’jam Maqayis al-Lughah* jilid II (Beirut: Dar al-Fikr, 1979), hal. 279.

mereka untuk amar ma'ruf nahi mungkar, memperbaiki, membangun dan memberdayakan masyarakat Islami, serta menyiarkan agama Islam.⁵⁷

Syaikh 'Ali Mahfuz berpendapat dakwah merupakan suatu upaya membangkitkan kesadaran seseorang untuk perbuatan baik dan mengikuti petunjuk, dengan cara mengajak mereka berbuat baik dan melarang perbuatan mungkar untuk meraih bahagia dunia akhirat.⁵⁸ Syaikh Abu al-Fath al-Bayanuni mengatakan dakwah adalah menyampaikan ajaran Islam kepada manusia agar mereka bisa mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari.⁵⁹

Menurut Syaikh Ali Mahfuz dalam definisinya tersebut memberikan pemahaman bahwa dakwah memiliki lima unsur penting yaitu: Pertama, adanya da'i sebagai motivator. Kedua, pesan dakwah yang berupa ajakan kebaikan. Ketiga, metode dengan cara amar makruf nahi mungkar. Keempat, adanya mad'u sebagai pelaksana pesan. Kelima, dakwah bertujuan keberuntungan di dunia dan akhirat. Kelima unsur ini dalam pelaksanaan dakwah harus mampu diimplementasikan menjadi satu kesatuan yang harus bersinergi terutama antara dai dan mad'u.

Menurut Abu Bakar Zakaria, dakwah adalah usaha para ulama dan orang-orang yang berilmu untuk menyampaikan pesan agama kepada masyarakat sesuai dengan yang mereka butuhkan dalam urusan dunia dan agama sesuai kemampuan dan bidang yang dimilikinya oleh para da'i. Definisi ini, lebih menekankan pada

⁵⁷ Alwisra, *Strategi Dakwah Dalam membentuk Da'i dan Khotib Profesional*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2002), hal. 5.

⁵⁸ 'Ali Mahfuz, *Hidayat al-Murshidin ila Turuq al-Wa'zi wa al-Khitabah* (Beirut: Dar al-I'tisam, 1979), hal. 17.

⁵⁹ M Abu al-Fath al-Bayanuni, *al-Madkhal ila 'Ilmi al-Da'wah* (Beirut: Muassasah al-Risalah, 1993), hal. 17.

aspek profesionalisme yaitu pelaksanaan dakwah itu sebagai bagian dari kegiatan yang melibatkan ilmu dan pengalaman yang dimiliki oleh para juru dakwah.⁶⁰

Menurut Ahmad bin Abdul ‘Aziz al-Hamdany, Dakwah adalah menyampaikan Islam ke segenap manusia, mengarahkan mereka untuk masuk ke dalamnya dan berpegang teguh padanya, dengan metode-metode dan melalui media yang diperbolehkan secara syar’i. Definisi ini, lebih menekankan pada penggunaan media dan metode dalam berdakwah. Metode dan media merupakan alat kelengkapan dakwah yang mesti ada dan digunakan sesuai dengan kondisi mad’u. Sebab tipologi mad’u sangat beragam, maka keberadaan metode dan media perlu menjadi perhatian yang serius.⁶¹

Sementara menurut Moh Ali Aziz, dakwah adalah proses peningkatan iman kepada manusia sesuai dengan syari’at Islam, yang dilakukan secara terus-menerus, dan bertahap. Dalam bukunya *Ilmu Dakwah*, Ia mengatakan “seluruh definisi tentang dakwah itu selalu ada kata seruan, anjuran, ajakan, dan panggilan, ini berarti mereka sepakat bahwa dakwah pada bersifat persuasif bukan refresif, bersifat informatif bukan manipulatif, sehingga tidaklah termasuk dakwah apabila dakwah itu bersifat paksaan seperti memaksa menerima dakwah atau diperangi, maka itu tidak dikatakan dakwah secara hakiki apabila menyampaikan pesan Islam dengan mengada-ngada untuk semata kepentingan dunia dan kelompok semata. Ia juga mengatakan hampir semua definisi itu menyebut kata “usaha mengajak “ sebagai kata kunci, ini menunjukkan suatu aktivitas. Oleh karena itu para ahli memandang dakwah sebagai suatu kegiatan yang dipraktikkan dari

⁶⁰ Abu Bakar Zakaria dalam Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 11.

⁶¹ Syamsul Huda, *Komando Dakwah* (Solo: Pustaka Hakami, 2011), hal. 19.

pada konsep ilmiah yang dikembangkan. Ada juga yang menggunakan kata kunci “proses” terdapat perbedaan pemahaman antara dakwah sebagai kegiatan dan proses. Dakwah sebagai kegiatan lebih cenderung mengarah pada pelaksanaan.⁶²

Sedangkan menurut Iswandi Syahputra, dakwah sebagai upaya memanusiakan manusia setelah mengalami dehumanisasi atau upaya mengembalikan manusia ke bentuk fitrahnya yaitu Islam.⁶³ Dengan mencermati beberapa definisi di atas, maka penulis berpendapat bahwa dakwah merupakan sebuah proses internalisasi, instalasi, transmisi, transformasi serta aktualisasi nilai-nilai keimanan dan ketaqwaan sebagai bentuk penghambaan diri kepada Allah swt. yang bersifat horizontal dengan titik tekan pada segala aktivitas mengajak orang untuk berubah dari kondisi yang non islami menuju kondisi yang islami atau dari kondisi yang kurang berdaya menjadi manusia yang berdaya lahir dan bathin serta mengembalikan manusia ke fitrahnya untuk kebahagiaan dunia dan akhirat. Oleh karena itu dalam menjalankan aktifitas dakwah, terdapat dua prinsip pokok menjadi pegangan wajib para da'i, yaitu pertama adalah prinsip *tawsi'ah* (perluasan) yaitu bagaimana upaya memperluas serta peningkatan kuantitas masyarakat penerima dan memperluas wilayah kekuasaan Islam sehingga ajaran Islam tersebar ke segala penjuru dunia. Kedua, prinsip *tarqiyah* (peningkatan) dalam arti kualitas manusia menjadi lebih baik dari sebelumnya,

⁶² Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 12-20.

⁶³ Iswandi Syahputra, *Komunikasi Profetik* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), hal.128.

seperti melakukan pembinaan akhlaq, memberdayakan masyarakat sehingga terwujud *khairu ummah* (umat yang terbaik).⁶⁴

Kedua prinsip tersebut sangat mendasar dan harus sejalan serta dibangun secara senergis dan bertahap dalam melaksanakan dakwah. Maksudnya, bisa jadi prinsip pertama lebih cocok digunakan pada satu daerah dan tidak cocok pada daerah lainnya, begitupun sebaliknya. Maka jelaslah disini bahwa target yang ingin dicapai dalam berdakwah perlu dibuat secara sistematis, terorganisir dan terevaluasi agar kedua prinsip tersebut dapat diaplikasikan secara maksimal.⁶⁵

b. Klasifikasi Bentuk Dakwah

Dakwah merupakan kerja sadar umat manusia baik secara pribadi maupun berjamaah dalam rangka mewujudkan keadilan, kesejahteraan, dan tercapainya kebahagiaan atas dasar ridha Allah Swt. Dari waktu ke waktu pengertian dan ruang lingkup serta pemikiran dakwah terus-menerus mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dulu dakwah diartikan yang pada praktiknya sama dengan *tabligh* yaitu hanya menyampaikan pesan dakwah dengan lisan. Namun kini perkembangan pemikiran dakwah Islam mengalami kemajuan yang sangat pesat sebagai upaya rekonstruksi sosial masyarakat sesuai dengan cita-cita Islam.⁶⁶

Berdasarkan bentuknya, dakwah terbagi menjadi tiga, yaitu *dakwah bil lisanul Qaul*, *dakwah bi tadwin*, dan *dakwah bil hal*.

1. *Dakwah bil lisan* yaitu dakwah yang dilaksanakan dengan memaksimalkan penggunaan lisan untuk menyampaikan pesan dakwah. yang termasuk

⁶⁴ Abdul Basit, *Wacana Dakwah Kontemporer*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hal. 52.

⁶⁵ Ibid, hal. 293-294.

⁶⁶ Lihat Syukriadi Sambas, *Ilmu dakwah, Kajian Berbagai Aspek*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), hal. 47-57.

pada jenis dakwah ini adalah ceramah, khutbah, diskusi, seminar, pengajian, dan tabligh akbar. Seiring dengan perkembangan zaman, dakwah bil lisan terbagi menjadi dua macam, yaitu pertama dakwah versi offline yang dilakukan secara langsung bertatap muka antara da'i dan mad'u seperti majlis taklim dan sejenisnya. dan kedua dakwah versi online yaitu menggunakan media online seperti channel TV, film, youtube, dan lainnya.⁶⁷

Perbedaan antara *dakwah bi lisan al-qaul* dengan *dakwah qauliyah* adalah *dakwah qauliyah* mempunyai makna lebih luas dari pada *dakwah bi al-lisan al-qaul*. *Dakwah qauliyah* tidak hanya pada suara, tetapi juga tulisan yang bisa dibaca seperti spanduk yang bertuliskan pesan Islam. Sedangkan *dakwah bi lisan al-Qaul* lebih menekankan pada pesan yang disampaikan baik dalam bentuk audio, audio visual.⁶⁸

2. *Dakwah bi al-qalm* disebut juga *dakwah bi al-tadwin* atau *bi al-kitabah* adalah penyampaian pesan dakwah melalui tulisan. Seperti mengarang buku, menulis artikel, opini di koran, majalah atau jurnal atau tulisan apa saja yang memuat ajakan untuk berbuat baik atau larangan berbuat mungkar. *Dakwah bi al-Qalm* ini jauh lebih efektif dari pada *dakwah bi al-qaul* karena *dakwah bi al-qaul* hanya bisa dinikmati pada saat mendengar pada tempat tertentu. Akan tetapi *dakwah bi al-qalm* bisa dibaca oleh *mad'u* kapan saja dan dimana saja. Juga jangkauan yang

⁶⁷ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal. 43.

⁶⁸ Abdullah, *Ilmu Dakwah, kajian ontologi, epistemologi, aksiologi dan aplikasi dakwah*, (Bandung: Citapustaka Media, 2015), hal. 31-32.

dicapai dakwah seperti ini sangat luas dari pada *bil lisan*. Juga metode yang digunakan tidak membutuhkan waktu secara khusus untuk pelaksanaannya.⁶⁹

Seperti halnya *dakwah bil lisan*, *dakwah bil qalm* bukanlah bentuk dakwah yang baru muncul dipermukaan setelah ditemukannya mesin pencetak press. Akan tetapi *dakwah bi al-qalm* ini sudah ada sejak zaman Rasulullah Saw lima belas abad yang lalu sekitar tahun 6 hijriyah, beliau SAW mengirim surat kepada kaisar, raja-raja, pemuka masyarakat kafir untuk diajak memeluk Islam. Surat-surat dakwah Rasulullah saw diterima dengan berbagai jenis respon, ada yang menerima dengan senang hati dan masuk Islam, dan ada juga yang meremehkan bahkan merobek surat beliau. Diantara para pembesar yang menerima dengan senang hati adalah Raja Habsyi, Raja Bahrain, dan lain sebagainya. Sedangkan yang menolak adalah Raja Persia yang bernama Abrawaiz.

Seiring dengan perkembangan teknologi pada saat ini, peran *dakwah bil qalm* sangat diperlukan, para da'i diharuskan mampu menggunakan media secara profesional dengan memperhatikan etika jurnalistik, sehingga apa yang disampaikan benar-benar mengandung kebenaran (bukan hoax) yang mampu memberikan pencerahan di tengah-tengah masyarakat. Para da'i dituntut lebih cerdas lagi untuk bersaing dengan memanfaatkan media *cycber* untuk berdakwah dengan cara menulis opini, artikel, yang dimuat dalam website, status facebook, majalah, tabloid, koran online maupun

⁶⁹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: AMZAH, 2009), hal. 11.

dalam bentuk buku, majalah yang publikasikan, sehingga masyarakat bisa membaca pesan di mana dan kapan pun mereka berada.⁷⁰

3. *Dakwah bil hal* yaitu pelaksanaan dakwah melalui aksi nyata berupa keteladanan yang lebih mengutamakan penggunaan bahasa non verbal dari pada bahasa verbal berupa kata-kata.⁷¹ *Dakwah bil hal* sangat efektif karena posisi mad'u sebagai sasaran dakwah ditempatkan sebagai subjek atau pelaku dakwah, artinya da'i sebagai fasilitator pengembangan masyarakat yang partisipatif, sehingga masyarakat ikut aktif dalam memberdayakan dirinya dan tidak bergantung penuh pada da'i.⁷²

Pada *dakwah bi al-hal*, da'i berperan sebagai suri tauladan yang akan diikuti mitra dakwahnya. *Dakwah bi al-hal* lebih kepada aksi sosial di tengah masyarakat, atau sebagai wujud pengamalan dari *dakwah bi-lisan*. Melalui dakwah bentuk ini, para da'i harus mampu melakukan perubahan sosial dengan cara pengembangan masyarakat Islam seperti pengembangan sumber daya manusia (SDM), membangun tempat ibadah, sarana pendidikan, koperasi, pasar, sumber ekonomi umat atau menyumbangkan hartanya untuk kepentingan agama sehingga terbentuk masyarakat yang mandiri dan berdaya.⁷³

Dari ketiga macam dakwah tersebut, pada pelaksanaanya akan melahirkan empat bentuk dakwah, yaitu sebagai berikut: *Tabligul Islam*, *Irsyadul Islam*, dan

⁷⁰ Yunus Haniis Syam, *Manajemen Dakwah, Dakwah Dengan Tulisan Sebuah Peluang* (Yogyakarta: Panji Pustaka, 2007), hal. 28-30.

⁷¹ Munzier Suparta, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 215.

⁷² Acep Ariipudin, *Pengembangan Metode Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 32-34.

⁷³ Lihat Mohammad Ali Aziz, *Hijrah Nabi*, (Yogyakarta: Harakat Media, 2009), hal. 70-72.

Tadbirul Islam dan *Tathwirul Islam*. *Tabligh Islam* adalah menyampaikan ajaran Islam kepada umat manusia untuk dilaksanakan dalam sehari-hari. Pada aplikasinya dakwah dalam bentuk tabligh tidak hanya dilakukan sebatas acara resmi yang bersifat insidental, oral, massal, seremonial, bahkan kolosal, seperti khotbah, ceramah, pengajian dimana waktu dan tempat telah ditentukan, akan tetapi bisa juga dilakukan melalui media cetak atau media elektronik dan media online baik dalam bentuk audio ataupun audio visual.

Sementara *Irsyadul Islam* adalah proses penyampaian ajaran Islam melalui penyuluhan, bimbingan konseling, psikoterapi Islam terhadap individu dan kelompok kecil maupun kelompok. Dalam kegiatan irsyad ini pelakunya disebut mursyid bertugas untuk memberikan bimbingan dan arahan atas problematika yang sedang dihadapi oleh mad'unya. Seperti dengan memberikan motivasi/penyuluhan, pengobatan ruqyah (*isytiyfa'*) atau terapi Islami, *tazkiyyatun nafsi*, atau melalui majlis zikir dan majlis shalawat atau majlis al-Qur'an atau berbentuk rehabilitasi.

Adapun yang dimaksud dengan *tadbirul Islam* adalah aktifitas dakwah dengan cara mentransformasi nilai-nilai Islam melalui kegiatan aksi nyata berupa penertiban semua lembaga dan organisasi dakwah. Dalam hal ini fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi menjadi karakteristik dari dakwah tadbir ini. Tadbir juga diartikan sebagai manajemen pembangunan dalam rangka rekayasa sosial dan pemberdayaan masyarakat supaya mandiri dan berdaya, juga menumbuhkan serta mengembangkan perekonomian masyarakat, dengan kegiatan pokok seperti

menyusun kebijakan, perencanaan, pembagian tugas dan pelaksanaan, monitoring serta evaluasi dalam kegiatan pembangunan masyarakat baik aspek prekonomian dan kesejahteraan. Semua aspek tersebut tidak lepas dari konsep ilmu manajemen dakwah.⁷⁴

Sementara yang terakhir yakni *tathwirul Islam* adalah kegiatan dakwah dengan merealisasikan ajaran Islam melalui amal sholeh yang nyata seperti kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui menguatkan ekonomi umat. Dakwah *tathwir* biasanya dilakukan melalui lembaga pendidikan, dan pelatihan, pendampingan desa tertinggal pengembangan ekonomi syari'ah, pengadaan sarana-sarana pendidikan, keagamaan lainnya.

Tathwirul Islam dilakukan dalam rangka peningkatan sosial budaya, dengan kegiatan pokok yaitu transformasi dan pelembagaan nilai-nilai ajaran Islam dalam realitas kehidupan umat, yang menyangkut kemanusiaan, ekonomi, budaya, seni, dan sosial kehidupan bermasyarakat, penggalangan ukhwah Islamiyah, dan pemeliharaan lingkungan. Tathwir juga identik dengan tamkin dalam arti pembangunan masyarakat, di dalamnya berisikan pemberdayaan sumber daya insani, dan ekonomi umat, sehingga pada perkembangannya lahirlah pengembangan ilmu dakwah menjadi ilmu pengembangan masyarakat Islam.⁷⁵

5. Teori Citra

Setiap perusahaan atau organisasi mempunyai citra, disadari atau tidak bahwa citra telah melekat pada perusahaan tersebut. Banyak hal yang dilakukan

⁷⁴ Asep Muhiiddin, *Dakwah dalam Perspektif al-Qur'an*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), hal. 37.

⁷⁵ Moh Ali Aziz, dkk, *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat Paradigma Aksi Metodologis*, (Surabaya: Lkis, 2005), hal. Xii.

oleh perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya untuk meningkatkan citra perusahaan, baik dengan barang maupun jasa. Dalam suatu penelitian mengatakan bahwa lebih dari 50% menganggap penting sekali untuk memelihara publik. Dewasa ini perusahaan maupun organisasi memahami perlu memberikan perhatian cukup dan kepedulian untuk membangun suatu citra.⁷⁶

Menurut Frank Jefkins, dalam bukunya *Essential of Public Relation*, menyebutkan bahwa citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian tentang fakta-fakta atau kenyataan.⁷⁷ Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang.

Pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangibile*), tidak nyata, tidak bisa digambarkan secara fisik, dan tidak dapat diukur secara sistematis, karena citra hanya ada dalam pikiran. Walaupun demikian, wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, seperti penerimaan tanggapan baik positif maupun negatif yang datang dari khalayak sasaran dan masyarakat luas pada umumnya. Citra bisa diketahui, diukur dan diubah, walaupun perubahan citra relatif lambat.⁷⁸

Soemirat dan Ardianto menjelaskan proses pembentukan citra seseorang sangat dipengaruhi oleh efek kognitif dari komunikasi.⁷⁹

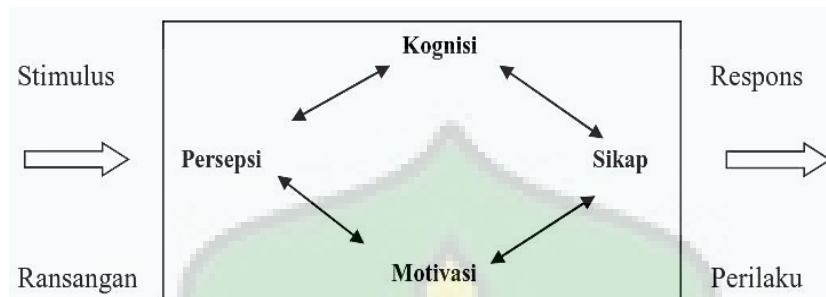
⁷⁶Soleh Sumirat, Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2020) , hal. 111

⁷⁷*Ibid.* Hal. 114.

⁷⁸Trimamah, *Reputasi dalam Kerangka Kerja Public Relations*, *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, VOL.III, No. 1, Februari-Juli 2012, hal. 3.

⁷⁹Soleh Sumirat, Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public...*, hal. 114

Gambar 2.4
Proses Pembentukan Citra

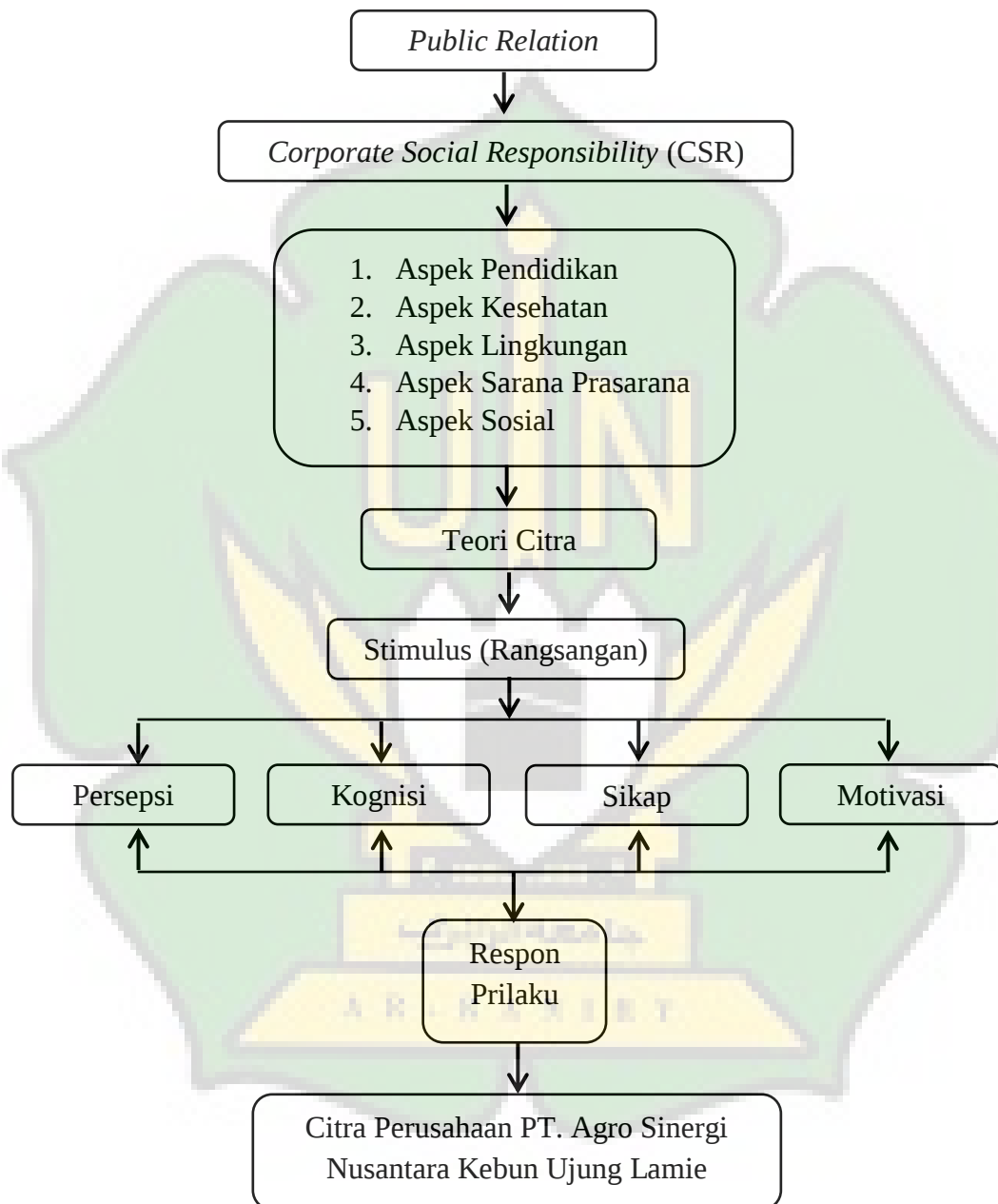


Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan bahwa stimulus (rangsangan) yang berasal dari luar adalah input yang diberikan pada individu kemudian diproses melalui pola pikir tentang sesuatu yang diyakini terhadap stimulus dapat membentuk persepsi, motivasi dan sikap mereka sehingga menghasilkan output yang dapat mempengaruhi respon atau perilaku tertentu. Respon dari stimulus yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak, karena dipengaruhi oleh persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap yang berbeda maka hasilnya akan berbeda pula. Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu.

Mengacu kepada teori di atas, maka pelaksanaan CRS pada PT. ASN Kebun Ujung Lamie juga dapat digunakan untuk melihat seberapa efektif terhadap pembentukan citra pada perusahaan tersebut melalui kerangka berfikir berikut ini.

Gambar 2.5

Kerangka Teori



Dari bagan di atas dapat dilihat bahwa program *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat digunakan untuk melihat proses pembentukan citra

sebuah perusahaan serta efektifitasnya. Dalam hal ini, CSR merupakan stimulus atau rangsangan yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat. Jika stimulus mendapatkan perhatian, maka masyarakat akan mencoba memahami stimulus tersebut. Dengan kata lain masyarakat mencoba memberikan makna terhadap proses rangsangan tersebut. Hasil pemaknaan inilah yang pada akhirnya diartikan sebagai sebuah persepsi.

Persepsi atau pandangan masyarakat terhadap stimulus tersebut akan positif apabila informasi yang diberikan oleh stimulus dapat memenuhi kognisi, yaitu sikap saling percaya terhadap apa yang diberikan stimulus sebelumnya. Selanjutnya, timbullah sikap serta motivasi di mana masyarakat akan cenderung bertindak positif ataupun sebaliknya terhadap stimulus yang dapat berupa penerimaan maupun penolakan. Setelah itu timbullah respon ataupun perilaku masyarakat terhadap citra perusahaan. Dengan demikian, untuk mengetahui bagaimana citra PT. ASN Kebun Ujung Lamie di benak masyarakat sekitar tentu dibutuhkan adanya sebuah penelitian. Melalui penelitian ini, perusahaan dapat mengetahui secara pasti sikap serta apa yang disukai dan apa yang tidak disukai publik terhadap lembaga organisasinya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif karena dalam penelitian ini menghasilkan kesimpulan berupa data yang menggambarkan secara rinci, bukan berupa angka-angka.⁸⁰ Sementara jenis penelitian ini adalah deskriptif karena tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan, menggambarkan, melukiskan secara sistematis, faktual, akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian, jenis penelitian ini sangat tepat karena penulis akan mendeskripsikan data bukan untuk mengukur data yang diperoleh.

B. Kehadiran Peneliti

Sesuai pendekatan yang dilakukan dalam penelitian kualitatif ini, kehadiran penulis sangatlah penting dan diperlukan secara optimal, karena penulis dalam penelitian ini berperan sebagai instrumen kunci untuk memperoleh data. Dalam penelitian ini penulis terjun langsung ke lapangan dan berperan aktif untuk mengamati dan mengumpulkan data yang dibutuhkan. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis berusaha menciptakan hubungan yang baik dengan informan yang menjadi sumber data dalam penelitian ini.

⁸⁰ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), hal. 14.

Penulis hadir langsung ke lapangan sejak diizinkan melakukan penelitian dengan cara mendatangi langsung lokasi penelitian pada waktu-waktu tertentu, baik terjadwal maupun tidak.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah berbagai keterangan dan informasi yang diperoleh langsung dari sumber utamanya atau objek penelitian, yaitu pihak yang dijadikan informan penelitian. Jenis data ini meliputi informasi dan keterangan mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan di PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie. Penulis menggunakan metode *purposive sampling* (sampel purposif) dalam menentukan informan yaitu teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria dan karakteristik tertentu yang dianggap representatif terhadap suatu populasi. Karena menggunakan metode ini, maka yang dijadikan key informan atau informan kunci sejumlah 2 orang yaitu Manajer PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie dan Kerani SDM/Umum sebagai penanggungjawab pelaksana, kemudian informan utama sejumlah 1 orang yaitu Kepala Desa Ujung Lamie, dan informan tambahan yaitu mantan karyawan PT. ASN, dan beberapa masyarakat desa Ujung Lamie.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah berbagai teori dan informasi yang diperoleh tidak langsung dari sumbernya, melainkan diperoleh dari literature-literatur yaitu berbagai buku, dokumen dan berbagai literasi lainnya yang relevan dengan kebutuhan dan tujuan penelitian ini.

D. Informan dan Subyek Penelitian

Subyek yang penulis teliti ialah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sementara obyek dari penelitian ini adalah citra perusahaan. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Agro Sinergi Nusantara (ASN) Kebun Ujung Lamie, Kabupaten Nagan Raya. Perusahaan ini merupakan salah satu industri di Nagan Raya yang bergerak di bidang perkebunan sawit.

Dalam penelitian kualitatif tidak ada populasi dan sampel⁸¹ melainkan sumber data yang salah satu elemennya yaitu informan Adapun beberapa pihak yang dijadikan sebagai informan adalah Manajer PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie, Kerani SDM/Umum sebagai penanggungjawab pelaksana CSR, Kepala Desa Ujung Lamie, mantan karyawan PT. ASN, dan beberapa masyarakat desa Ujung Lamie.

Tabel 3.1 Informan Penelitian

NO	KRITERIA	NAMA	KEY INFORMAN	INFORMAN UTAMA	INFORMAN TAMBAHAN
1	Manajer PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie	Chairuzzaman	1	-	-
2	Kerani SDM/Umum Kebun Ujung Lamie	Saiful Ibraya	1	-	-
3	Kepala Desa Ujung Lamie	Sukardi	-	1	-
4	mantan karyawan PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie	Rustam	-	-	1
5	Masyarakat Desa Ujung Lamie	M. Yasin Abdul Karim Habibah Ummi Salamah	-	-	4

⁸¹ Bagong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, 2005), hal. 175

E. Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa metode, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.⁸²

1. Metode Observasi

Metode observasi merupakan pengamatan langsung kepada suatu obyek yang akan diteliti yang dapat dilakukan dalam suatu waktu yang sangat singkat.⁸³ Metode ini diterapkan dengan cara mengamati langsung ke fokus dan objek penelitian yaitu dengan mengunjungi PT. Agro Sinergi Nusantara (ASN) Kebun Ujung Lamie.

Observasi dilakukan secara partisipan, di mana penulis terlibat langsung akan tetapi tergolong pasif, karena penulis datang ke tempat kegiatan namun tidak ikut terlibat di dalam kegiatan tersebut untuk memperoleh data faktual dan berbagai informasi serta memahami situasi dan kondisi objek penelitian.

2. Metode *Interview*/ Wawancara

Metode wawancara (*interview*) merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada narasumber wawancara yang diyakini sebagai informan yang dapat memberikan sejumlah data informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.⁸⁴

Adapun model *interview* yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah *interview* secara langsung dengan menjumpai informan satu persatu. Dalam

⁸² Afifuddin dan Beni, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2012), hal. 129.

⁸³ Gorys Keraf, *Komposisi: Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa*, (Flores: Nusa Indah, 1994), hal. 162.

⁸⁴ *Ibid*,...Hal. 161.

mewawancarai sejumlah informan, ada wawancara yang sifatnya terstruktur—sesuai dengan butir-butir pertanyaan yang telah penulis persiapkan sebelumnya—dan ada wawancara yang sifatnya tidak terstruktur. Sifat wawancara terakhir ini mengalir seperti bercerita, namun tetap mengandung data-data yang penulis perlukan.

Adapun teknik wawancara dilakukan dengan mempersiapkan terlebih dahulu daftar acuan atau pedoman yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada para informan. Selanjutnya penulis mengajukan beberapa pertanyaan tersebut, baik secara terstruktur maupun sebaliknya sesuai dengan karakter dari informan itu sendiri, sampai pada akhirnya penulis meyakini bahwa semua jawaban yang diberikan oleh informan tersebut sudah lengkap dan memenuhi kriteria data untuk penulis analisa. Adapun poin-poin pertanyaan yang dimaksud adalah di antaranya;

1. Pertanyaan mengenai program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie.
2. Pertanyaan mengenai bentuk program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie.
3. Pertanyaan mengenai sumber dana pelaksanaan program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie.
4. Pertanyaan mengenai respon masyarakat sekitar terhadap pelaksanaan program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie.
5. Dan sebagainya.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh informasi dan data yang berasal dari arsip, buku, dokumen, tulisan dalam bentuk laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.⁸⁵

Metode ini dilakukan dengan cara mencari serta menelusuri data-data mengenai hal-hal yang berupa benda-benda tertulis, buku-buku, majalah, dokumentasi, laporan, peraturan, catatan harian yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie.

F. Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam satu pola, kategori dan satuan uraian sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis seperti yang disarankan oleh data.⁸⁶ Dalam bagian ini penulis menguraikan proses mengurutkan data dan menganalisa data yang sudah terkumpul dan terklarifikasi. Teknik yang digunakan adalah analisis data kualitatif.

Penggunaan metode ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan secara komprehensif. Adapun bentuk operasional setelah dilakukannya pengklarifikasian terhadap data-data yang telah terkumpul adalah penulis melanjutkan ke tahap analisis secara kritis terhadap data-data yang telah terdokumentasikan. Adapun proses analisis data tersebut sebagai berikut:⁸⁷

⁸⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 329.

⁸⁶ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif...*, hal. 161.

⁸⁷ Afifuddin dan Beni, *Metodologi Penelitian Kualitatif...*, hal. 155.

1. Analisa data sebelum di lokasi penelitian

Pada tahap ini analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan atau data sekunder yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian.⁸⁸ Namun demikian fokus penelitian ini masih sementara dan akan berkembang setelah penulis masuk dan terjun ke lapangan.

2. Analisis data selama di lokasi penelitian

Analisis yang dilakukan adalah analisis terhadap bahasa dan simbol-simbol yang penulis lihat selama di lapangan. Seperti menganalisis pada saat mewawancarai informan, analisis terhadap gejala selama penulis berpartisipasi dengan masyarakat, serta menganalisis berbagai tanggapan masyarakat yang di wawancarai.

3. Analisis setelah selesai di lokasi penelitian.

Setelah penelitian di lapangan selesai, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis semua data yang diperoleh selama penelitian. Penulis melakukan penafsiran terhadap data-data. Kemudian langkah selanjutnya dalam analisis data adalah sebagai berikut:

a. Reduksi data (*Data Reduction*)

Data yang ditemukan saat penelitian sangat banyak sehingga penulis menyusun secara sistematis, melakukan seleksi, meringkas data, membuang yang tidak perlu, kemudian disatukan sehingga memudahkan penarikan kesimpulan terhadap data-data yang terkumpul.

Dalam hal ini data yang dikumpulkan berupa laporan tahunan program

⁸⁸ Sugiyono, *metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 334

CSR, hasil wawancara dengan manager dan kerani SDM/umum sebagai penanggungjawab pelaksanaan CSR, akademisis, karyawan dan masyarakat lain sebagai penerima CSR.

b. Penyajian data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, table, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Langkah ini dilakukan sehingga mudah dipahami apa yang terjadi, dan merencanakan langkah selanjutnya terhadap apa yang dipahami.

c. Verifikasi/penarikan kesimpulan

Langkah ketiga merupakan tahap akhir dalam analisis data kualitatif, yaitu penarikan kesimpulan dari semua data yang diperoleh sebagai hasil penelitian. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan sejak awal penelitian. Akan tetapi bisa jadi tidak, karena masalah dan rumusan masalah masih bersifat sementara dan akan berkembang sesudah penelitian di lapangan.⁸⁹

G. Pengecekan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, keabsahan data dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah

⁸⁹ *Ibid.* Hal. 336-343

sekaligus menguji data yang diperoleh sehingga dapat dipertanggungjawabkan.

Adapun kriterianya sebagai berikut:⁹⁰

1. Teknik triangulasi pengecekan data dari berbagai sumber yaitu antar data dengan cara membandingkan informasi atau data yang berbeda.
2. Pengecekan kebenaran informasi kepada para informan yang telah ditulis oleh penulis dalam penelitian (*member chek*) dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.
3. Mendiskusikan dengan teman sejawat di tempat penulis belajar, termasuk di bawah koreksi para pembimbing.
4. Perpanjang waktu penelitian untuk memperoleh informasi sehingga data lebih lengkap dan lebih banyak. Data yang diperoleh kemudian dilakukan pengecekan kembali ke lapangan untuk mengetahui benar atau tidaknya, melihat apakah ada perubahan atau tetap sesuai data. Dengan demikian data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan/benar.

H. Tahapan Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian, penulis menggambarkan prosedur atau langkah-langkah yang ditempuh, dan menguraikan proses pelaksanaan penelitian. Tahapan tersebut adalah:

1. Tahap Pra-Lapangan

Ada enam kegiatan dalam tahap pra lapangan yang penulis lakukan sebagai berikut:

⁹⁰ Afifuddin dan Beni, *Metodologi...*, hal. 143.

a. Menyusun rancangan penelitian

Sebagai seorang penulis, maka perlu membuat rancangan penelitian dengan tujuan membuat target yang hendak dicapai dalam penelitian secara keseluruhan dengan harapan penelitian berjalan dengan baik sesuai dengan apa yang direncanakan. Dalam langkah ini penulis harus memahami metode dan teknik penelitian dan disusun menjadi sebuah rancangan penelitian.

b. Memilih lokasi penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian, maka penulis memilih PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie yang digunakan sebagai sumber data.

c. Mengurus perizinan penelitian

Dalam hal ini, penulis harus mengurus surat izin penelitian di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, di mana tempat penulis menempuh perkuliahan. Surat izin ini digunakan sebagai bukti rekomendasi agar penulis dapat melakukan penelitian di PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie.

d. Menjajaki dan menilai lokasi penelitian

Setelah proses pengurusan surat perizinan dan melewati administrasi penelitian, penulis melakukan orientasi lapangan, dengan cara banyak membaca, mengenal dan berkonsultasi dengan situasi dan kondisi lapangan.

e. Memilih dan memanfaatkan lingkungan

Pada tahap ini, penulis harus memilih dan memiliki informan yang pengalamannya banyak tentang latar belakang penelitian sehingga penulis mudah mendapatkan informasi secara teliti dan mendalam.

f. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Penulis menyiapkan segala macam perlengkapan yang diperlukan dalam penelitian, seperti alat tulis, alat perekam, dan kamera foto. Dalam hal ini, waktu juga penulis jadwalkan.

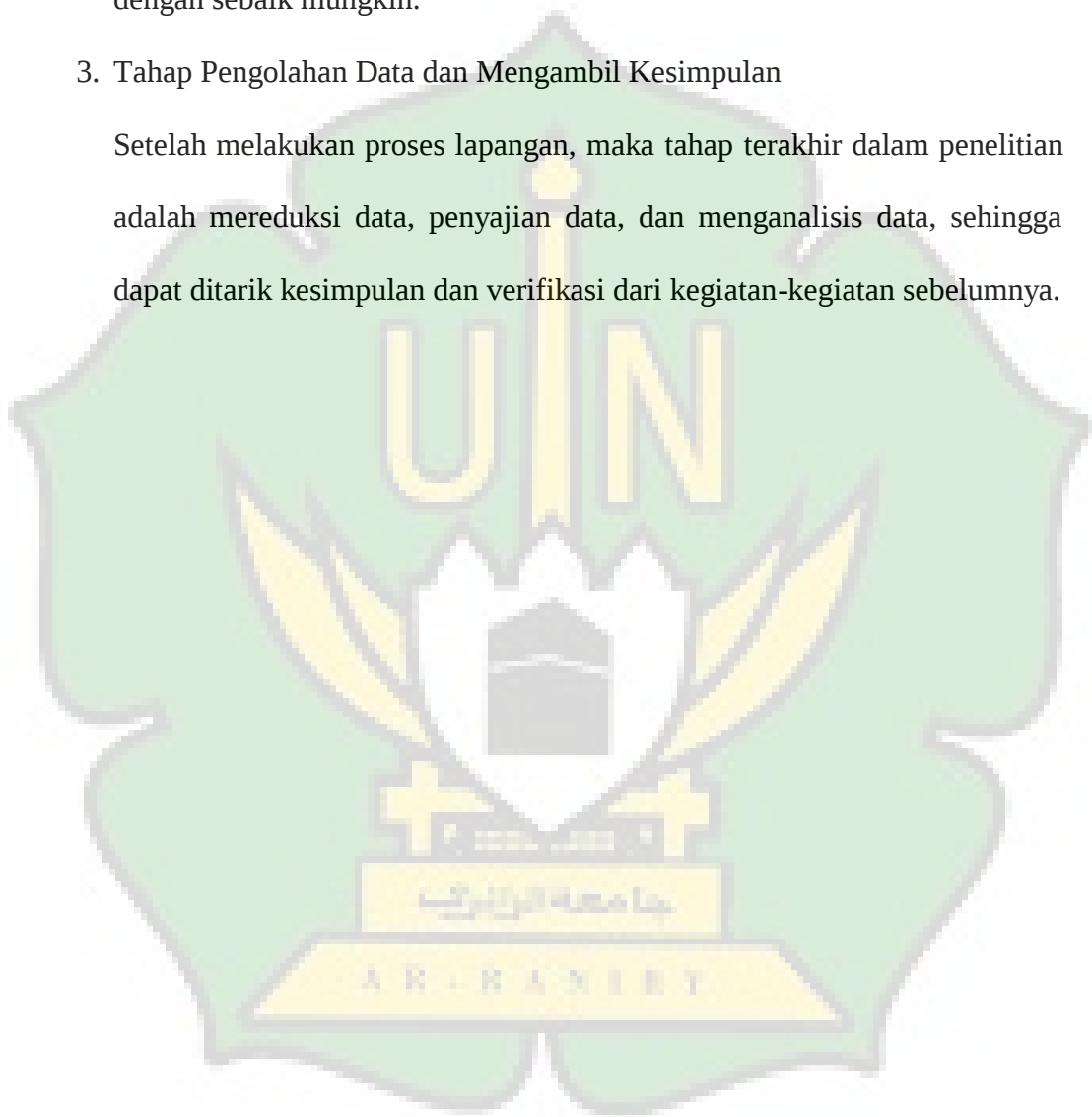
2. Tahapan Pelaksanaan/Proses Lapangan

Memahami latar penelitian dan persiapan diri adalah hal yang penting dalam tahap penelitian ini. Penulis membatasi latar, yaitu latar terbuka di mana peneliti hanya mengamati orang yang berinteraksi secara terbuka. Dalam hal ini, hubungan penulis dengan subjek tidak terlalu dekat. Sedangkan latar tertutup di mana penulis melakukan interaksi langsung secara tertutup guna mendapatkan informasi dan mengumpulkan data melalui wawancara secara mendalam. Dalam hal ini hubungan penulis dengan subjek sangat dekat. Dari segi penampilan, penulis menyesuaikan penampilan dengan latar penelitian, menyesuaikan dengan kebiasaan, adat, tata cara, dan budaya. Selain fisik, sikap dan tingkah laku juga harus diperhatikan. Penulis membangun hubungan akrab dengan subjek guna menggali informasi dan aktif dalam mengumpulkan informasi sehingga penulis dapat saling bekerja sama dengan subjek dan bertukar informasi. Akan tetapi, penulis tidak ikut campur dalam peristiwa-peristiwa yang

terjadi di latar penelitian. Mengingat waktu penulisan sangat singkat dan masih banyak hal yang harus diselesaikan dalam menyelesaikan penelitian, maka penulis menentukan pembagian waktu dan memanfaatkannya dengan sebaik mungkin.

3. Tahap Pengolahan Data dan Mengambil Kesimpulan

Setelah melakukan proses lapangan, maka tahap terakhir dalam penelitian adalah mereduksi data, penyajian data, dan menganalisis data, sehingga dapat ditarik kesimpulan dan verifikasi dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Setting Penelitian

1. Profil PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie

PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie terletak di Desa Ujung Lamie, Kecamatan Darul Makmur, Kabupaten Nagan Raya, Provinsi Aceh yang merupakan salah satu anak perusahaan BUMN dari PT. Perkebunan Nusantara I dan PT. Perkebunan Nusantara IV Sumatera Utara. PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie juga merupakan salah satu perusahaan yang telah ambil bagian sektor perkebunan kelapa sawit⁹¹ yang dipimpin oleh seorang manajer yang bertugas untuk mengawasi serta mengelola kelancaran kegiatan operasional.

PT. Agro Sinergi Nusantara (ASN) mengelola komoditas kelapa sawit di daerah Aceh Barat, salah satunya Unit Kebun Ujung Lamie. Dalam kegiatan, manajer bertanggungjawab kepada Kantor Pusat yaitu Direksi PT. Agro Sinergi Nusantara di Meulaboh, Aceh Barat.

1. Letak Geografis : 96,31 BT, 04,30 LU
2. Tinggi Kebun : 15 M del
3. Jarak dari Pantai : 10 Km
4. Jarak dari Kota Terdekat : 75 Km dari Kota Meulaboh
5. Jarak dari PKS : 110 Km dari PT. KTS
: 40 Km dari Fajar Bayzuri

⁹¹ Heri Tri Irawan, Iing Pamungkas, “Studi Kelayakan Investasi Perkebunan Kelapa Sawit PT. Agro Sinergi Nusantara (ASN) Kabupaten Aceh Selatan”, *Jurnal Optimalisasi*, VOL.VI, No.1, 1 April 2020, hal 41.

6. Topografi	: - Berbukit	: 1.398 Ha
	- Bergelombang	: 1,081 Ha
	- Rata	: 337 Ha\
	- Rendah	: 602 Ha
	Jumlah	: 3,418 Ha
7. Tinggi Lereng	: 10 s/d 60 %	
8. Jenis Tanah	: Podsolik Merah Kuning	
	: Lempung Berpasir	
9. Kelas Lahan - S1	: - Ha	
- S2	: 441 Ha	
- S3	: 2,997 Ha	
- N	: - Ha	
Jumlah	: 3.418 Ha	

2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi perusahaan ini yaitu Menjadi PT. Agro Sinergi Nusantara yang berkinerja prima. Sedangkan misinya:

1. Menggerakkan secara efektif fungsi pengendalian internal dalam operaional perusahaan.
2. Pengelolaan perusahaan yang efektif dan efisien serta berbasis nilai-nilai religius.
3. Standarisasi pengelolaan tanaman kelapa sawit dengan penerapan *best mangement practices*.

Gambar 4.1
Logo Perusahaan



3. Sejarah Umum PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie

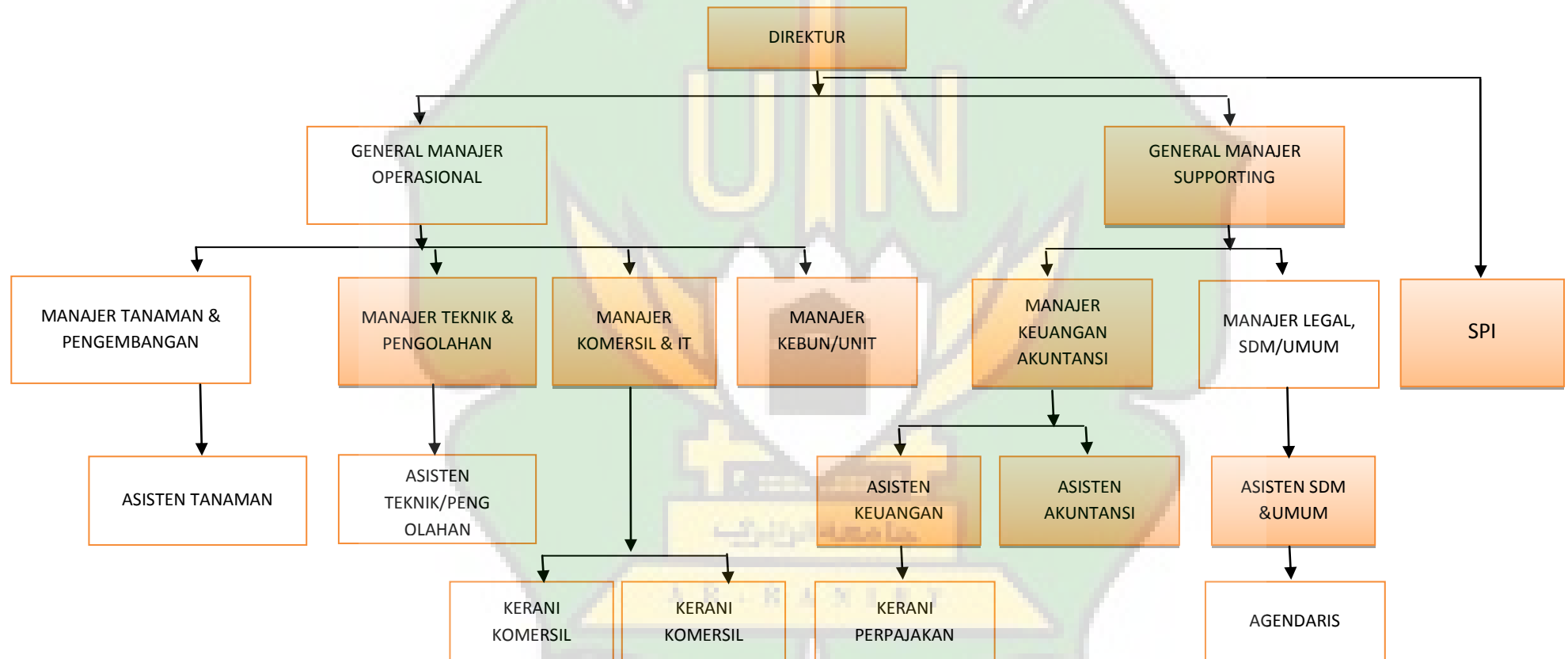
PT. Agro Sinergi Nusantara (PT. ASN) merupakan perusahaan patungan antara PTP. Nusantara I dengan PTP. Nusantara IV yang mulai beroperasi sejak tanggal 1 Juni 2011 berdasarkan Akta Pendirian Perseroan Nomor 12 tanggal 8 April 2011 yang dibuat di hadapan Ihdina Mida Marbun, SH Notaris dan PPAT di Medan yang telah mendapat pengesahan Badan Hukum berdasarkan keputusan Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia RI melalui surat Nomor AHU – 25181.AH.01.01 tahun 2011 tanggal 19 Mei 2011 dengan kepemilikan saham PTPN I sebesar 49,4% dan telah di umumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 72 tanggal 7 September 2012.

Kebun Ujung Lamie adalah salah satu unit/kebun dari PT. Agro Sinergi Nusantara (PT. ASN) atau anak perusahaan patungan yang berlokasi di Kecamatan Darul Makmur, Kabupaten Nagan Raya, Provinsi Aceh yang bergerak di bidang Perkebunan Kelapa Sawit.

Kebun Ujung Lamie memiliki Hak Guna Usaha (HGU) seluas 3.418 ha yang telah melakukan tahap pembangunan sejak tahun 1990.

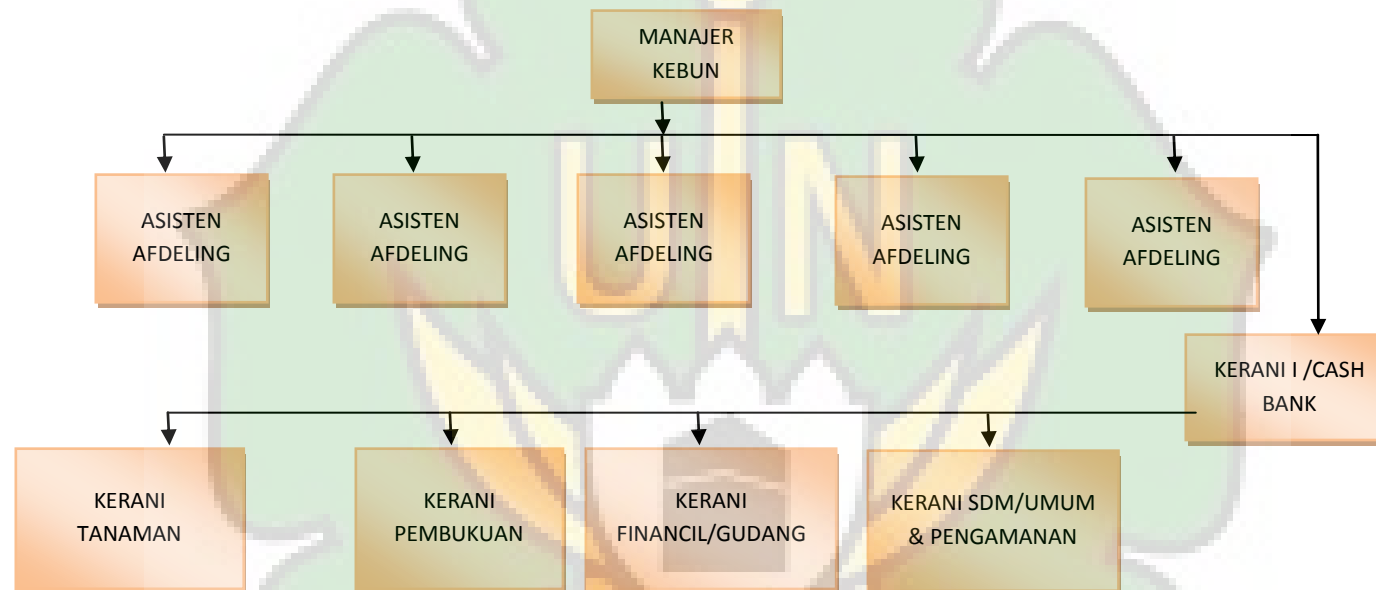
4. Struktur Organisasi

Gambar 4.2⁹²
Struktur Organisasi Kantor Pusat



⁹² Surat Keputusan Direksi PT. Agro Sinergi Nusantara, Nomor : ASN/KP-KB/SKEP/ 068/X/2020, Tanggal 02 Oktober 2020.

Gambar 4.3
Struktur Organisasi Kantor Manajer



B. Program CSR pada PT. ASN Kebun Ujung Lamie

1. Pelaksanaan Program CSR pada PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie

Pelaksanaan CSR pada PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie sudah dilakukan sejak perusahaan tersebut beroperasi yaitu pada tahun 2011 dan terus berjalan hingga saat ini. Kegiatan ini terus dilaksanakan sebagai bentuk komitmen perusahaan terhadap isi Undang-Undang Negara Republik Indonesia nomor 40 tahun 2007 dan Peraturan Pemerintah nomor 47 tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2020 PT. ASN Kebun Ujung Lamie sudah mengeluarkan dana hampir mencapai empat milyar rupiah demi menunaikan tanggungjawab sosial tersebut.

Dana CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie dialokasikan ke dalam beberapa bidang, baik yang bersifat pokok maupun bersifat kondisional. Adapun beberapa bidang yang dimaksud di antaranya; bidang pendidikan, bidang kesehatan, bidang lingkungan, bidang sarana prasarana, dan bidang sosial. Tiga bidang yang pertama merupakan sasaran pokok CSR yang ditetapkan oleh PT. ASN dan dijalankan setiap tahunnya. Sementara dua bidang yang terakhir bersifat kondisional. Dengan kata lain, dilaksanakan setiap tahun, namun sasarannya disesuaikan dengan kondisi kebutuhan di sekitar wilayah perusahaan itu berdiri.⁹³

⁹³ Bersumber dari Laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. ASN Kebun Ujung Lamie Tahun 2011 sampai dengan tahun 2020.

a. Bidang Pendidikan

Bidang pendidikan merupakan salah satu sasaran pokok dalam pelaksanaan CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie. Dalam bidang ini, PT. ASN memfokuskan sasarannya kepada dua aspek, yaitu memfasilitasi tunjangan guru pengajar serta menyediakan alat transportasi untuk anak-anak sekolah. Bapak Saiful mengatakan:

*"Pendidikan kita masukkan sebagai program CSR di perusahaan kita karena kita melihat anak-anak di sini jarang sekali yang bersekolah. Setelah kita survey ke lapangan, ternyata keluhannya karena akses ke sekolah tidak ada. Bahkan, sekolah tingkat TK pun tidak ada. Karenanya, kita masukkanlah bidang pendidikan ke program ini dengan tujuan mudah-mudahan pendidikan anak-anak di sini menjadi lebih baik."*⁹⁴

Hal serupa juga diungkapkan oleh Guru TK yang menerima bantuan honor dari PT. ASN Kebun Ujung Lamie. Ibu Ummi Kalsum mengatakan:

*"Selama saya menjadi guru TK Tunas Harapan dari bantuan PT. ASN saya mendapatkan honor. Dan sampai sekarang saya masih bisa bekerja di sana. Ada bantuan dari segi pendidikan sudah sangat membantu anak-anak sekolah."*⁹⁵

Dari wawancara di atas dapat dicermati bahwa bidang pendidikan dijadikan sebagai sasaran program CSR agar terciptanya perkembangan di bidang pendidikan khususnya sekolah Taman Kanak-kanak untuk masyarakat diberikan pengetahuan dari usia dini, karena suatu desa dapat berkembang salah satunya dengan banyak masyarakat yang berpengetahuan di Desa Ujung Lamie khususnya menjadi lebih baik.

Pada tahun 2011 PT. ASN memberikan bantuan berupa honorarium terhadap guru PAUD/ TK sekaligus juga merupakan karyawan di perusahaan

⁹⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Saiful Ibraya sebagai Kerani SDM/Umum di Kantor manajer pada 27 April 2021

⁹⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Ummi Salamah di TK Tunas Harapan pada 30 April 2021.

tersebut sebanyak dua orang, bantuan honorium guru SD dan TPA sejumlah lima orang, penyewaan kendaraan berupa layanan transportasi anak sekolah seperti satu unit bus dan satu unit L300 kepada anak karyawan dan masyarakat sekitar demi membantu akses menuju ke sekolah, walaupun berada di lokasi pedalaman.

Program ini terealisasi dengan total biaya Rp. 272.291.000,00.

Sementara di tahun 2012, program ini terealisasi dengan total biaya Rp. 273.159.000,00. Selanjutnya dapat dilihat pada pemetaan tabel di bawah ini.

Tabel 4.1 Kegiatan Bidang Pendidikan

NO	KEGIATAN	SASARAN DESA
1	Tenaga Pendidik (Gaji Guru PAUD/TK)	Ujung Lamie
2	Tenaga Pendidik (Honor Guru SD/TPA)	Ujung Lamie
3	Sewa Bus Transport Anak Sekolah	Ujung Lamie
4	Sewa L300 transport anak sekolah	Ujung Lamie

Tabel 4.2 Realisasi Dana CSR Bidang Pendidikan

**Sumber: Laporan CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie
Tahun 2020-2021**

Bidang Sasaran	Tahun Pelaksanaan	Realisasi Anggaran
Pendidikan	2011	272.291.000,-
	2012	273.159.000,-
	2013	276.520.000,-
	2014	280.408.000,-
	2015	311.088.648,-
	2016	318.694.120,-
	2017	287.308.000,-
	2018	292.106.000,-

	2019	192.333.440,-
	2020	126.548.040,-
Total		2.357.729.000,-

Dari tabel di atas dapat dicermati bahwa dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2016, realisasi dana CSR yang dianggarkan oleh PT. ASN terhadap bidang pendidikan terus mengalami kenaikan yang dipengaruhi oleh perolehan keuntungan (*profit*) perusahaan yang juga meningkat. Namun demikian, sejak tahun 2017 realisasi dana CSR di bidang pendidikan ini terus bersifat naik turun (*fluktuatif*). Hal ini juga dipengaruhi oleh faktor naik turunnya laba atau keuntungan yang diperoleh perusahaan di tahun-tahun tersebut. Meski demikian, terhadap bidang pendidikan PT. ASN sudah merealisasikan dana CSR sejumlah dua milyar lebih dari tahun 2011 hingga tahun 2020.

Adapun kendala selama pelaksanaan CSR di PT. ASN dalam bidang pendidikan yaitu

b. Bidang Kesehatan

Bidang kesehatan juga termasuk ke dalam sasaran pokok pengalokasian dana CSR di PT. ASN. Dalam bidang ini perusahaan sejak tahun 2011 mencanangkan dua program utama yaitu memberikan bantuan honorarium kepada tenaga medis (berasal dari tenaga dokter yang diundang setiap bulannya) dengan jumlah dua orang untuk melayani masyarakat dan memberikan bantuan berupa dana terhadap pelaksanaan posyandu yang dilakukan rutin sebulan sekali. Bapak Saiful juga mengatakan:

*"Di Desa Ujung Lamie, tidak ada klinik, Posyandu, ataupun Polindes. Karena itu kita komunikasikan dengan pihak desa untuk mendatangkan bidan ataupun mantri kemari. Kita inisiasilah sebagian dana CSR tersebut untuk menggaji bidan dan tenaga kesehatan tersebut."*⁹⁶

Dari wawancara di atas tampak bahwa program kesehatan merupakan salah satu bidang CSR yang ditujukan untuk membantu masyarakat desa agar lebih mudah memperoleh pengobatan dan mengevaluasi kesehatan setiap bulannya. Habibah merupakan salah satu masyarakat Ujung Lamie juga mengatakan:

*"posyandu setiap bulan ada, anak saya sering saya bawa periksa ke posyandu, karena dia juga masih kecil."*⁹⁷

Adapun realisasi anggaran yang sudah dikeluarkan oleh PT. ASN dalam melaksanakan CSR di bidang ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.3 Kegiatan Bidang Kesehatan

NO	KEGIATAN	SASARAN DESA
1	Honorium tenaga medis	Ujung Lamie
2	Pelaksanaan Posyandu	Ujung Lamie

Tabel 4.4 Realisasi Dana CSR Bidang Kesehatan

**Sumber: Laporan CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie
Tahun 2020-2021**

Bidang Sasaran	Tahun Pelaksanaan	Realisasi Anggaran
Bidang Kesehatan	2011	10.200.000,-
	2012	10.200.000,-

⁹⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Saiful Ibraya sebagai Kerani SDM/Umum di Kantor manajer pada 27 April 2021

⁹⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Habibah di Rumah Desa Ujung Lamie pada 02 Mei 2021

	2013	10.200.000,-
	2014	10.200.000,-
	2015	11.520.000,-
	2016	11.400.000,-
	2017	11.500.000,-
	2018	11.400.000,-
	2019	11.400.000,-
	2020	11.400.000,-
Total		109.420.000,-

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa realisasi dana CSR terhadap bidang kesehatan cenderung tidak mengalami perubahan yang signifikan. Dari tahun 2011 sampai dengan 2020, PT. ASN telah merealisasikan dana CSR sebanyak Rp. 109.420.000,- untuk bidang ini.

c. Bidang Lingkungan

Bidang lingkungan juga merupakan sasaran utama dari pelaksanaan CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie. Di bidang ini PT. ASN memfokuskan dua program utama, yaitu pembinaan lingkungan dan masjid serta pemberian honorarium imam desa.

"Bidang lingkungan ini kita masukkan sebagai salah satu sasaran program CSR karena perusahaan kita kan bergerak di bidang lingkungan sawit. Oleh karena itu, kita merasa ini sudah menjadi kewajiban bagi kita

pihak perusahaan untuk terus memperhatikan kelangsungan lingkungan.”⁹⁸

Dari wawancara di atas dapat dicermati bahwa bidang lingkungan menjadi sasaran dari program CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie demi mempertahankan eksistensi sumber daya alam dan kelestarian lingkungan yang merupakan modal utama dalam operasional perusahaan. Dapat dilihat salah satunya proses pembersihan lingkungan masjid untuk menjaga kenyamanan dalam beribadah.

Hal serupa juga dikatakan oleh Bapak Muhammad Yasin yang ikut berpartisipasi dalam pembersihan lingkungan masjid dan perkarangan ibadah.

“Mesjid harus dibersihkan karena salah satu tempat ibadah biar nyaman, saya sudah tua tidak mungkin pulang ke rumah untuk shalat karena jauh. Biayanya diberikan oleh PT. ASN, kalau diminta sama kita, kita tidak punya uang.”⁹⁹

Hasil wawancara di atas dicermati bahwa perusahaan PT. ASN telah memberikan bantuan untuk biaya pembinaan lingkungan masjid.

Tabel 4.5 Kegiatan Bidang Lingkungan

NO	KEGIATAN	SASARAN DESA
1	Biaya pembinaan lingkungan mesiid	Ujung Lamie
2	Imam desa	Ujung Lamie

Adapun dana yang telah dikeluarkan oleh perusahaan dalam melaksanakan program ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

⁹⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Saiful Ibraya sebagai Kerani SDM/Umum di Kantor manajer pada 27 April 2021

⁹⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Yasin, Security PT. ASN Kebun Ujung Lamie, pada Hari Jum'at, 07 Mei 2021.

Tabel 4.6 Realisasi Dana CSR Bidang Lingkungan
Sumber: Laporan CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie
Tahun 2020-2021

Bidang Sasaran	Tahun Pelaksanaan	Dana Realisasi
Bidang Lingkungan	2011	14.400.000,-
	2012	14.400.000,-
	2013	14.400.000,-
	2014	14.400.000,-
	2015	14.400.000,-
	2016	14.400.000,-
	2017	14.400.000,-
	2018	14.400.000,-
	2019	14.400.000,-
	2020	15.600.000,-
Total		145.000.000,-

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa realisasi anggaran CSR di bidang lingkungan dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2019 tidak mengalami perubahan. Hanya saja di tahun 2020 realisasi anggaran mengalami kenaikan sejumlah satu juta dua ratus ribu rupiah. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan dana yang diperlukan dalam pembinaan lingkungan lebih banyak dari tahun-tahun sebelumnya.

Adapun dari tahun 2011 hingga 2020, PT. ASN sudah merealisasikan anggaran CSR di bidang ini sebanyak Rp. 145.000.000,00. Bidang lingkungan merupakan sasaran utama CSR yang dianggap penting karena sesuai dengan tujuan CSR yaitu demi menjaga lingkungan serta sebagai upaya untuk melestarikannya.

d. Bidang Sarana Prasarana

Bidang sarana prasarana (sarpras) termasuk sasaran dari program CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie. Namun, sasaran terhadap bidang ini lebih bersifat kondisional. Dengan kata lain, perusahaan akan mengalokasikan dana CSR terhadap sarana prasarana sesuai dengan kebutuhan di lapangan. Sehingga wajar apabila realisasi dana CSR terhadap bidang ini cenderung berbeda-beda setiap tahunnya.

Pada tahun 2011 misalnya, perusahaan menggelontorkan dana CSR untuk mendanai perbaikan dan perawatan jalan lintas desa dengan jarak 6 km, perbaikan dan pemeliharaan dua unit jembatan yaitu jembatan Titi Kembar dan jembatan Akhmad Paya. Di tahun tersebut realisasi dana CSR di bidang ini mencapai Rp. 42.000.000,-.

Sementara di tahun 2012, sasaran utama CSR di bidang ini yaitu biaya perbaikan dan perawatan jalan lintas desa sepanjang 6 Km dan biaya rehab jembatan desa sebanyak satu unit yang menghabiskan dana sebanyak Rp. 47.000.000,-. Adapun di tahun berikutnya, dana CSR yang direalisasikan cenderung naik dua kali lipat dari sebelumnya. Hal ini disesuaikan dengan kebutuhan untuk biaya perawatan jalan lintas desa serta biaya perbaikan tiga buah

jembatan, yaitu jembatan Kembar, Jembatan Gunung Kelambu, dan jembatan Akhmad Paya yang menghabiskan dana mencapai Rp. 115.500.000,-.

Pada tahun 2014, perusahaan merealisasikan dana CSR mencapai Rp. 81.660.600,-. Dana ini dianggarkan untuk biaya pemeliharaan jalan lintas desa serta perbaikan dua buah jembatan, yaitu jembatan Ie Mirah dan jembatan Alue Gajah. Sementara di tahun 2015, PT ASN merealisasikan dana CSR sebanyak Rp. 191.144.300,- untuk biaya perawatan jalan lintas desa dan perbaikan jembatan Ie Merah jalan utama lintas desa, perbaikan jembatan Gunung Kelambu, dan pembuatan *Box Culvert* Dusun III Simpang Sali Pucok Lamie.

Adapun di tahun 2016, realisasi anggaran terhadap program ini mencapai Rp. 108.435.609,- untuk perbaikan jalan lintas desa, perbaikan jembatan Kembar jalan utama lintas desa. Pembuatan jembatan darurat Gunung Kelambu, pencucian parit isolasi penahan banjir, dan perbaikan jembatan SD jalan utama lintas desa. Sementara di tahun 2017 dana yang direalisasikan terhadap program ini mencapai Rp. 93.000.000,- berupa perawatan jalan lintas desa, perbaikan jembatan Kembar jalan utama lintas desa, biaya perbaikan atau pembuatan jembatan darurat Gunung Kelambu, dan perbaikan jembatan SD jalan utama lintas desa.

Adapun di tahun 2018, dana yang digelontorkan terhadap program ini mencapai 191.226.138,- yang diperuntukkan untuk biaya perawatan jalan lintas desa, penimbunan jalan dengan sertu, perbaikan jembatan Ie Mirah, jembatan Akhmad Paya, jembatan Kembar, perbaikan jembatan SD, dan biaya sewa escavator PC-200 untuk penimbunan. Sementara di tahun 2019, dana yang dianggarkan mencapai Rp. 147.859.200,- untuk biaya penimbunan jalan dengan

sertu, perbaikan jembatan Kembar, jembatan Ie Mirah, perbaikan SD, dan perbaikan jembatan Akhmad Paya. Adapun di tahun 2020, PT. ASN merealisasikan anggaran untuk program di bidang ini sejumlah Rp. 24.440.000,- yang diperuntukkan untuk penimbunan jalan dengan sertu, perbaikan jembatan Ie Mirah, dan perbaikan jembatan SD lintas desa.

*"Bidang ini kita masukkan juga ke sasaran CSR kita karena selain memudahkan akses transportasi pengangkutan sawit, juga menjadi wadah untuk memajukan sarana prasarana di Desa Ujung Lamie."*¹⁰⁰

Dari wawancara dengan Bapak Saiful di atas dapat disimpulkan bahwa adanya perhatian dari perusahaan terhadap pembangunan sarana prasarana pedesaan seperti jembatan dan jalan utama yang sangat terpenting dalam sebuah desa. Selain untuk membangun dan memajukan desa, juga demi kelancaran akses transportasi perusahaan maupun masyarakat. Hal ini juga disampaikan dalam wawancara dengan Bapak Sukardi.

*"Kalau ada jembatan yang rusak, pihak dari PT. ASN langsung terjun lapangan untuk memperbaikinya, bahkan kalau ada banjir perhatian dari PT. ASN ikut membersihkan parit."*¹⁰¹

Apabila kita cermati, mayoritas sasaran dari program CSR terhadap bidang ini relatif sama. Hal ini dianggap wajar karena PT. ASN merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pertanian kelapa sawit yang setiap harinya beroperasi puluhan mobil truck untuk mengangkut sawit ke pabrik. Keadaan ini menyebabkan akses-akses jalan utama menuju perusahaan sering rusak dan memerlukan biaya rehab, bahkan biaya pembangunan. Adapun total dana CSR

¹⁰⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Saiful Ibraya sebagai Kerani SDM/Umum di Kantor manajer pada 27 April 2021

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan Bapak Sukardi, Keuchik Desa Ujong Lamie, Hari Senin, tanggal 17 Mei 2021, pukul 11.00 WIB.

yang telah direalisasikan dari tahun 2011 sampai dengan 2020 terhadap bidang ini mencapai Rp. 1.042.265.850,-.

Tabel 4.7 Kegiatan Bidang Sarana Prasarana

NO	KEGIATAN	SASARAN DESA
1	Perawatan jalan desa	Ujung Lamie
2	Perbaikan akses sarana prasarana desa	Ujung Lamie

e. Bidang Sosial

Dalam bidang sosial, biaya CSR termasuk biaya yang tidak terprogram karena sifatnya terkadang tiba-tiba dan kondisional.

*"Program ini merupakan bentuk partisipatif kita terhadap kegiatan masyarakat. Perusahaan kita berada di tengah-tengah masyarakat. Jadi tidak mungkin kita gak menutup mata dengan kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh masyarakat di sini. Makanya kita jadikan bidang sosial ini sebagai program dari CSR kita."*¹⁰²

Dari wawancara di atas dapat dicermati bahwa bidang sosial merupakan cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjalin komunikasi serta berpartisipasi dengan kegiatan masyarakat dalam bentuk apapun. Mulai dari kegiatan dalam desa maupun luar desa Ujung Lamie. Hal ini menjadi tolak ukur bahwa banyak perhatian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar tidak hanya menjalankan tanggung jawab semata.

Hal serupa juga dikatakan Bapak Abdul Karim bahwa bantuan sosial dari perusahaan seperti perayaan hari besar ikut membantu dan memberikan biaya.

¹⁰² Hasil Wawancara dengan Bapak Saiful Ibraya sebagai Kerani SDM/Umum di Kantor manajer pada 27 April 2021

“Masjid desa kita sedang dibangun tahun lalu dari PTP juga ada berikan sumbangan dan bantuan.”¹⁰³

Tabel 4.8 Kegiatan Bidang Sosial

NO	KEGIATAN	SASARAN DESA
1	Honor tokoh masyarakat desa	Ujung Lamie
2	Acara perayaan hari besar	Ujung Lamie

Pada tahun 2011 jumlah bantuan dana yang dikeluarkan sejumlah Rp.30.800.000 dengan realisasi bantuan berupa pemberian honorarium bagi tokoh masyarakat desa sebanyak dua orang, bantuan dana sumbangan acara Hari Ulang Tahun (HUT) Kodam Iskandar Muda, Korem TU, Satpam Nagan Raya, dan HUT RI Kecamatan Darul Makmur. Bantuan rehap kantor koramil dan pembentukan koramil Darul Makmur, FKPPI (Forum Komunikasi Putra-putri Purnawirawan Indonesia) Nagan Raya, bantuan turnamen bola kaki antar desa, serta sumbangan kepada dayah Nurul Jannah dan bantuan Isra' Mi'raj.

Pada tahun 2012 jumlah dana yang dikeluarkan mencapai Rp.13.300.000 untuk sumbangan pembangunan masjid Baitul Rahim dan Baitul Zikrillah, sumbangan maulid akbar, bantuan honor kepada penceramah kegiatan isra' mi'raj, dan bantuan untuk IPELMATAM.

Pada tahun 2013, dana yang dianggarkan mencapai 22.600.000,- berupa bantuan dana dalam kegiatan MTQ kecamatan dan kabupaten, sumbangan TPA Balai Hidayah, sumbangan perlombaan PAUD, peresmian Masjid Desa Alue

¹⁰³ Wawancara dengan Bapak Abdul Karim pada Hari Minggu, 09 Mei 2021, Pukul 16.00 WIB.

Waki dan bantuan dana masjid lainnya, bantuan INKANAS (Institut Karate-Do Nasional) Nagan Raya, pementasan seni tradisional aceh yang dilaksanakan oleh SMAN Bunga Bangsa, program penghijauan penanaman 100.000 pohon Jabon.

Di tahun 2014, perusahaan menganggarkan dana bantuan CSR sejumlah Rp. 15.600.000,- untuk sumbangan kegiatan PKK kecamatan, sumbangan *Leadership Basic Training* (LBT) Pelajar Islam Indonesia (PII) Nagan Raya, bantuan Anak yatim, janda, fakir-miskin, bantuan perbaikan mobil Dinas Polsek Alue Bilie, dan bantuan sarana ibadah.

Adapun di tahun 2015, perusahaan menganggarkan dana CSR yang mencapai Rp. 29.600.000,- untuk sumbangan bantuan acara *Offroad Extreme Competition*, bantuan turnamen bola kaki, bantuan FKPPi Nagan Raya, Sumbangan Balai Hidayah, Bantuan Inkanas Nagan Raya, bantuan BBM Kodim 0116 Nagan Raya, bantuan HUT SPSI Nagan Raya.

Adapun di tahun 2016, dana yang direalisasikan mencapai Rp. 14.100.000,- berupa bantuan kegiatan duta lingkungan, bantuan acara *millenial road festival*, sumbangan pekan kebudayaan kecamatan Darul Makmur, sumbangan acara maulid akbar Kabupaten Nagan Raya, dan bantuan turnamen sepak bola.

Sementara di tahun berikutnya dana yang direalisasikan mencapai Rp. 10.800.000,- yang diperuntukkan untuk bantuan acara Maulid Akbar Kabupaten Nagan Raya, bantuan Hari Ulang Tahun (HUT) Kecamatan Darul Makmur, dan bantuan Hari Ulang Tahun (HUT) Kabupaten Nagan Raya.

Adapun di tahun 2018, dana CSR yang direalisasikan untuk bidang sosial mencapai Rp 18.800.000,-. Sementara di tahun 2019 dana realisasi bantuan sosial perusahaan mencapai 18.425.000,-. Dan di tahun 2020, realisasi anggaran CSR terhadap bidang ini mencapai Rp. 17.874.000,-. Dengan demikian, keseluruhan dana CSR yang telah direalisasikan oleh PT. ASN dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2020 untuk bidang sosial mencapai Rp. 191.899.000,-.

Keseluruhan program tersebut bertujuan untuk membantu masyarakat dalam berbagai bentuk kegiatan, serta menumbuhkan hubungan baik dengan berbagai lapisan masyarakat yang membutuhkan dukungan sebagaimana yang telah peneliti jabarkan di atas.

Terhadap ke lima bidang di atas, penulis mencermati bahwa tidak ditemukan adanya kendala yang berarti yang dapat menghambat pelaksanaan kegiatan tersebut baik dari segi biaya maupun pelaksanaan di lapangan. Dapat dilihat dalam laporan yang dikeluarkan setiap tahunnya tidak ada kendala terkait biaya minus, melainkan biaya yang tidak terealisasi di tahun sebelumnya akan dialihkan untuk tahun berikutnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara penulis dengan Bapak Saiful yang menyatakan bahwa semua pelaksanaan CSR berjalan dengan lancar dan sesuai dengan anggaran. Apabila ada kondisi yang sewaktu-waktu menjadi kendala, hal tersebut terjadi karena kondisi keuangan perusahaan yang merugikan.¹⁰⁴

Meskipun demikian, ada beberapa kelemahan dari program CSR di PT. ASN di mana perusahaan tidak memiliki bidang atau bagian khusus dalam

¹⁰⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Saiful Ibraya sebagai Kerani SDM/Umum di Kantor manajer pada 27 April 2021

menangani program tersebut. Akan tetapi program CSR ini disisipkan dalam job deskripsi Kerani SDM/umum. Sehingga dalam merealisasikannya terbatas dan tidak terstruktur.

Adapun dilihat dari faktor internal dan eksternalnya, hambatan yang dialami oleh PT. ASN Kebun Ujung Lamie yaitu yang menjadi faktor internalnya adalah kurangnya tim atau karyawan bidang *Public Relation* atau Sosper (sosial perusahaan), hal ini terjadi karena banyak karyawan yang dipindahkan dengan tujuan penghematan keuangan perusahaan. Sedangkan faktor eksternalnya adalah tuntutan sejumlah masyarakat untuk diangkat jabatan menjadi pegawai di PT. ASN Kebun Ujung Lamie atau lainnya. Sehingga hambatan ini dapat mengganggu konsentrasi perusahaan untuk tumbuh serta harus bekerja keras dalam penyelesaian konflik untuk memaksimalkan program dan pekerjaan lainnya.

2. Sumber Dana Pelaksanaan Program Kegiatan CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie

Sesuai dengan Qanun Kabupaten Nagan Raya Nomor 6 Tahun 2019 Bab V Pasal 7 ayat (1), dana diambil dari penyisihan laba setelah dikurangi pajak dan/atau berdasarkan kesepakatan antara perusahaan dengan pemerintah kabupaten. Sumber dana CSR dari Kantor Pusat PT. Agro Sinergi Nusantara seperti yang dikatakan oleh Chairuzzaman selaku Manajer di PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie:

“Dana yang kita gunakan dalam program CSR ini dari PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie, kita usulkan ke kantor pusat dan kita ajukan usulan dana.”¹⁰⁵

Dari wawancara di atas dapat dicermati bahwa sumber dana untuk melaksanakan program kegiatan CSR ini berasal dari PT. ASN Kebun Ujung Lamie yang diusulkan ke Kantor Pusat PT. ASN yang berlokasi di Batu Putih, Meulaboh dalam bentuk proposal.

Anggaran yang dikeluarkan oleh PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie untuk kegiatan CSR dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2020 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9 Dana CSR PT. ASN Tahun 2011-2020
Sumber: Laporan CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie
Tahun 2020-2021

NO	TAHUN	PROGRAM	BESAR BANTUAN
1	2011	Bidang Pendidikan	Rp.272.291.000
		Bidang Kesehatan	Rp.10.200.000
		Bidang Lingkungan	Rp.14.400.000
		Bidang Sarana Prasarana	Rp.40.062.720
		Bidang Sosial	Rp.30.800.000
		Total	Rp.367.753.720
2	2012	Bidang Pendidikan	Rp.273.159.308
		Bidang Kesehatan	Rp.10.200.000
		Bidang Lingkungan	Rp.14.400.000
		Bidang Sarana Prasarana	Rp.45.906.600

¹⁰⁵ Wawancara dengan Chairuzzaman selaku Manajer Kebun Ujung Lamie, tanggal 07 Mey 2021 di Kantor Manajer Kebun Ujung Lamie.

		Bidang Sosial	Rp.13.300.000
		Total	Rp.356.965.908
3	2013	Bidang Pendidikan	Rp.276.201,492
		Bidang Kesehatan	Rp.10.200.000
		Bidang Lingkungan	Rp.14.400.000
		Bidang Sarana Prasarana	Rp.115.151.880
		Bidang Sosial	Rp.22.600.000
		Total	Rp.438.553.372
4	2014	Bidang Pendidikan	Rp.280.089.492
		Bidang Kesehatan	Rp.10.200.000
		Bidang Lingkungan	Rp.14.400.000
		Bidang Sarana Prasarana	Rp.80.704.200
		Bidang Sosial	Rp.15.600.000
		Total	Rp.400.993.692
5	2015	Bidang Pendidikan	Rp.311.088.646
		Bidang Kesehatan	Rp.11.520.000
		Bidang Lingkungan	Rp.14.400.000
		Bidang Sarana Prasarana	Rp.191.144.300
		Bidang Sosial	Rp.29.600.000
		Total	Rp.557.752.948
6	2016	Bidang Pendidikan	Rp.318.694.120
		Bidang Kesehatan	Rp.11.400.000
		Bidang Lingkungan	Rp.14.400.000
		Bidang Sarana Prasarana	Rp.108.435.609
		Bidang Sosial	Rp.14.100.000
		Total	Rp.467.029.729

7	2017	Bidang Pendidikan	Rp.287.308.000
		Bidang Kesehatan	Rp.11.500.000
		Bidang Lingkungan	Rp.14.400.000
		Bidang Sarana Prasarana	Rp.93.000.000
		Bidang Sosial	Rp.10.800.000
		Total	Rp.417.935.888
8	2018	Bidang Pendidikan	Rp.292.106.000
		Bidang Kesehatan	Rp.11.400.000
		Bidang Lingkungan	Rp.14.400.000
		Bidang Sarana Prasarana	Rp.128656.000
		Bidang Sosial	Rp.18.800.000
		Total	Rp.465.114.270
9	2019	Bidang Pendidikan	Rp.192.333.440
		Bidang Kesehatan	Rp.11.400.000
		Bidang Lingkungan	Rp.14.400.000
		Bidang Sarana Prasarana	Rp.116.656.000
		Bidang Sosial	Rp.22.800.000
		Total	Rp.351.536.651
10	2020	Bidang Pendidikan	Rp.123.817.391
		Bidang Kesehatan	Rp.11.700.000
		Bidang Lingkungan	Rp.15.400.000
		Bidang Sarana Prasarana	Rp.24.440.000
		Bidang Sosial	Rp.17.874.000
		Total	Rp.193.231.391

Tabel di atas menunjukkan bahwa PT. ASN Kebun Ujung Lamie telah menjalankan amanat Pemerintah untuk melaksanakan program kegiatan CSR dengan baik. Meskipun dana yang dikeluarkan oleh perusahaan jumlahnya bervariasi atau bahkan naik turun (fluktuatif), namun usahanya dalam menunaikan program kegiatan tersebut layak untuk diapresiasi. Bapak Chairuzzaman mengatakan:

“Setiap tahunnya perusahaan mengeluarkan anggaran khusus untuk pelaksanaan CSR, ketika diminta hasil pertanggung jawaban, kita akan menunjukkan laporan akhir tahun yang tercetak bukti bahwa dana yang terealisasi sesuai dengan kegiatan di lapangan. Setiap tahun pasti ada naik turun, karena biasanya penambahan atau pengurangan program kegiatan.”¹⁰⁶

Dari wawancara di atas dapat dicermati bahwa dana yang dikeluarkan sesuai dengan program kegiatan setiap tahunnya, apabila ada tambahan kegiatan seperti instansi, desa, maupun organisasi yang membutuhkan bantuan, maka perusahaan akan membantu sesuai dengan kondisi keuangan. Dengan demikian perusahaan selalu berusaha menunaikan program-program kegiatan tersebut. Dapat dibuktikan ada akhir tahun perusahaan akan membuat laporan CSR dalam bentuk makalah yang kemudian dicetak sebagai arsip bila sewaktu-waktu dibutuhkan.

3. Outcome Program CSR PT. Perkebunan Nusantara Kebun Ujung Lamie

Program kegiatan CSR yang dilakukan PT. ASN Kebun Ujung Lamie sudah berlangsung hampir 10 tahun yang berarti kegiatan ini sudah menimbulkan

¹⁰⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Chairuzzaman, Manager PT. ASN Kebun Ujung Lamie, Pada Hari Jum'at, Tanggal 07 Mei 2021.

efek jangka panjang yang berupa manfaat dan perubahan kepada beberapa pihak. Dalam kajian ini, penulis merangkum tiga pihak yang telah merasakan manfaat jangka panjang (*outcome*) dari adanya kegiatan tersebut.

1. Untuk perusahaan

Citra perusahaan mengalami peningkatan. Pelaksanaan CSR dalam perusahaan akan dipandang positif dan memiliki nilai kepedulian yang tinggi terhadap masyarakat. Sehingga penilaian masyarakat terhadap perusahaan akan meningkatkan baik disadari maupun tidak. Sebagaimana telah dipaparkan oleh Bapak Chairuzzaman, Manager PT. ASN Kebun Ujung Lamie:

“Program ini bertujuan untuk membangun harmonisasi dengan masyarakat, dan citra kita perusahaan.”¹⁰⁷

Dari pernyataan beliau dapat disimpulkan bahwa program yang dilaksanakan oleh perusahaan tersebut memang bertujuan salah satunya untuk menjaga eksistensi perusahaan dengan upaya menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar.

Kemudian, terjalin kerjasama serta membangun relasi yang baik antara perusahaan dan pemangku kepentingan seperti pemerintah daerah dan dinas terkait dalam pelaksanaan CSR, sehingga akan lebih baik untuk ke depannya. Hal ini dapat dilihat dari ungkapan Manager PT. ASN yang menyatakan bahwa program ini langsung dikoordinir oleh bagian Sosper, Bagian Umum dan SDM, dan sejenisnya, di bawah koordinator BAPEDA dan PEMDA.¹⁰⁸ Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa dalam upaya melaksanakan program CSR, PT. ASN

¹⁰⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Chairuzzaman, Manager PT. ASN Kebun Ujung Lamie, Pada Hari Jum'at, Tanggal 07 Mei 2021.

¹⁰⁸ *Ibid*

tidak bergerak sendiri secara mutlak, namun juga menjalin hubungan koordinasi dengan berbagai pihak.

Selain itu, juga dapat mengurangi potensi terjadinya konflik antara masyarakat dan perusahaan yang sering terjadi sebelumnya. Bapak Sukardi, mantan *Keuchik* Ujung Lamie memaparkan,

“Hingga saat ini tidak pernah ada demo ataupun konflik dengan warga. Kalaupun ada, itu hanya oknum yang punya kepentingan terhadap perusahaan. Kalau secara umum, masyarakat tidak pernah berkonflik dengan perusahaan.”¹⁰⁹

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa PT. ASN tidak pernah mendapatkan konflik atau penolakan dari masyarakat. Kalaupun ada, sifatnya individu personal karena faktor kepentingan, seperti kepentingan untuk diangkat sebagai karyawan tetap dan lain sebagainya.

2. Untuk pemerintah

Salah satu tugas pemerintah adalah untuk menciptakan kesejahteraan bagi rakyatnya. Dengan program CSR ini maka sekurang-kurangnya pemerintah dan perusahaan dapat bekerjasama dalam mengatasi permasalahan sosial yang ada seperti pendidikan, kesehatan, lingkungan dan lain sebagainya. Sehingga dapat dikatakan tugas pemerintah dapat terbantu dengan partisipasi perusahaan atas pelaksanaan kegiatan CSR. Selain itu juga, perusahaan dalam hal ini telah menunaikan peraturan hukum yang ditetapkan oleh pemerintah, seperti yang

¹⁰⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Sukardi, Keuchik Desa Ujong Lamie, Hari Senin, tanggal 17 Mei 2021, pukul 11.00 WIB.

dikemukakan oleh Bapak Chairuzzaman bahwa pelaksanaan kegiatan CSR ini merupakan kewajiban dari Undang-Undang No. 40 Tahun 2007.¹¹⁰

3. Untuk masyarakat

Outcome yang diperoleh oleh masyarakat tentu sangat banyak karena pada dasarnya program ini memang ditujukan kepada masyarakat, baik warga Desa Ujung Lamie pada khususnya dan masyarakat Nagan Raya pada umumnya. Bapak Abdul Karim salah seorang warga Desa Ujong Lamie misalnya memaparkan;

*“Jauh sebelum PT. ASN ini berdiri, desa Ujong Lamie ini sangat jauh tertinggal. Jangankan sekolah, untuk lembaga pendidikan sejenis TPA-pun tidak ada. Hal ini yang membuat saya tidak pernah punya keinginan untuk sekolah. Jadi, tidak usah heran dulu di sini banyak sekali yang buta huruf, tidak bisa membaca menulis. Selain itu, dulu itu jalan-jalan di sini tidak akan kita temui yang namanya jalan aspal. Yang ada, jalan-jalan berbatu, jalan setapak yang ditutupi hutan. Namun, sejak berdirinya PT. ASN, situasi di desa ini berubah drastis. Jalan desa hampir habis diaspal semua. Anak-anak kesulitan sekolah, disediakan angkutan yang dapat diantar-jemput agar anak-anak di sini dapat bersekolah. Sehingga saat ini tidak akan kita jumpai warga yang buta huruf, kecuali segelintir orang yang sudah berusia lanjut. Selain itu, perusahaan itu juga memberikan warga di sini pelatihan seputar kelapa sawit. Mulai dari pembibitan, penanaman, hingga perawatan sehingga warga di sini rata-rata berkebun sawit dan menggantungkan mata pencahariannya pada lahan tersebut”.*¹¹¹

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak manfaat (outcome) yang diperoleh oleh masyarakat, khususnya warga Desa Ujung Lamie. Beberapa di antaranya dapat disimpulkan ke dalam beberapa poin di bawah ini;

- a. Adanya bantuan bidang pendidikan berupa transportasi sekolah dan bantuan honor kepada tenaga pendidik memberikan motivasi dan semangat dalam menjadikan generasi berpendidikan.

¹¹⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Chairuzzaman, Manager PT. ASN Kebun Ujung Lamie, Pada Hari Jum'at, Tanggal 07 Mei 2021.

¹¹¹ Wawancara dengan Bapak Abdul Karim pada Hari Minggu, 09 Mei 2021, Pukul 16.00 WIB.

- b. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui program kesehatan secara rutin di mana masyarakat dapat mengevaluasi kondisi kesehatannya. Selain itu, dari segi ekonomi masyarakat sekurang-kurangnya dapat teratasi karena pekerjaan yang diberikan oleh perusahaan.
- c. Terpelihara fasilitas umum dengan adanya bantuan seperti perbaikan dan pemeliharaan jalan dan jembatan. Dengan demikian akses jalan utama menjadi mudah. Termasuk dalam bidang lingkungan.
- d. Bantuan lain seperti honorarium kepada tokoh masyarakat desa dan acara perayaan hari besar menjadi dukungan perusahaan terhadap kegiatan yang ada dengan memberikan bantuan kepada desa, kecamatan, maupun kegiatan yang dilaksanakan kabupaten. Baik kelompok, maupun individu. Seperti bantuan untuk kaum yatim, duafa, dan janda dari korban konflik dan terdampak Covid-19 sangat dirasakan benefitnya.

Keadaan di atas juga ditegaskan oleh Bapak Rustam sebagai salah seorang karyawan yang pernah bekerja langsung di PT. ASN Kebun Ujung Lamie;

*“Sangat besar dampak dari kegiatan CSR terhadap masyarakat, dengan bekerja di perusahaan itu saya mampu menyekolahkan anak, termasuk bantuan kepada orang tua, saudara-saudara semua, dan mendapatkan kesempatan bekerja diperusahaan tersebut sehingga biaya kehidupan terpenuhi”.*¹¹²

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa telah banyak manfaat yang dirasakan oleh masyarakat Desa Ujung Lamie, baik individu maupun kelompok.

¹¹² Wawancara dengan Bapak Rustam, pada Hari Minggu, tanggal 16 Mei 2021, Pukul 20.00 WIB.

C. Efektifitas Program CSR PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie

Untuk mengetahui efektifitas program CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie penulis menggunakan teori dari Sutrisno dengan lima indikator; pemahaman program, ketepatan sasaran, ketepatan waktu, tercapainya tujuan, dan perubahan nyata.

1. Pemahaman Program

Dapat dikatakan bahwa pemahaman dan pengetahuan tentang program CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie sudah cukup baik. Hal ini, dapat diketahui dari mulut ke mulut tokoh-tokoh masyarakat dan karyawan sekitar yang melakukan musyawarah ketika CSR PT. ASN akan diadakan. Selain itu pengetahuan dan pemahaman ini didapatkan langsung dari cerita-cerita masyarakat yang mendapatkan langsung manfaat dari program CSR PT. ASN sehingga dapat diketahui program-program yang dijalankan.

2. Ketepatan Sasaran

Program yang dilaksanakan oleh PT. ASN dapat dikatakan telah tepat sasaran. Hal ini dilihat dari bentuk bantuan yang diberikan seperti pada bidang pendidikan, transportasi sekolah sangat membantu anak sekolah untuk menempuh jarak kurang lebih lima kilometer ke sekolah. Di bidang kesehatan, tersedianya posyandu sebagai tempat cek kesehatan masyarakat. Di bidang sarana prasarana membantu perbaikan jembatan yang berpengaruh kepada kelancaran akses keluar desa. Dan juga bantuan sosial yang membantu komunitas-komunitas dalam

menjalankan program yang dilakukan. Dalam hal ini diperkuat wawancara penulis dengan Keuchik Desa Ujung Lamie yang mengatakan:

“Kita sangat senang apabila masyarakat senang dan merasa terbantu dengan adanya perhatian perusahaan terhadap lingkungan, dari segala bidang ikut membantu. Saya saya selaku Keuchik juga merasa perusahaan melakukan yang terbaik untuk sekitar, terlebih mereka juga mendapatkan keuntungan.”¹¹³

Dari wawancara di atas, pelaksanaan program CSR PT. ASN telah tepat sasaran sehingga masyarakat mendapatkan sesuai dengan kebutuhan di Desa tersebut. Bukan hanya sebatas tanggung jawab semata, melainkan melihat program apa yang tepat diberikan kepada masyarakat sekitar.

3. Ketepatan Waktu

Dalam melaksanakan program, PT. ASN merealisasikannya secara tepat waktu walaupun sebagiannya bersifat kondisional yang menyesuaikan situasi dan kondisi lingkungan sekitar. Akan tetapi secara keseluruhan program dilaksanakan tepat waktu, seperti bidang pendidikan, kesehatan, dan ekonomi, dan sarana prasarana, dalam hal ini pemberian bantuan honor bagi tenaga pengajar, tenaga medis, dan perbaikan jembatan. Dalam wawancara Bapak sukardi juga mengatakan:

“Kalau ada jembatan yang rusak, pihak dari PT. ASN langsung terjun lapangan untuk memperbaikinya, bahkan kalau ada banjir perhatian dari PT. ASN ikut membersihkan parit.”¹¹⁴

Perusahaan PT. ASN tidak mengulur-ulur waktu dalam menjalankan tanggungjawab kepada lingkungan sekitarnya. Ketidaktepatan waktu dikarenakan

¹¹³ Hasil wawancara dengan Bapak Sukardi, Keuchik Desa Ujong Lamie, Hari Senin, tanggal 17 Mei 2021, pukul 11.00 WIB.

¹¹⁴ Ibid

pada bidang sosial banyak proses yang harus dilewati seperti apabila ada organisasi yang mengajukan permohonan bantuan dana, maka PT. ASN mengajukan proposal ke kantor pusat terlebih dahulu, kemudian menunggu proses pencairan dana. oleh karena itu, ketidaktepatan waktu bukan kelalaian dari perusahaan itu sendiri.

4. Tercapainya Tujuan

Setiap kegiatan dan program yang dilakukan pada dasarnya memiliki tujuan, diantaranya masyarakat merasakan langsung dan mendapatkan manfaat. Pada poin *outcome* di atas peneliti menyebutkan manfaat yang didapatkan, baik untuk perusahaan, masyarakat, maupun pemerintah. Dalam hal ini dapat dikatakan tujuan dari semua bentuk program dapat tercapai.

*“Dulu itu jalan-jalan di sini tidak akan kita temui yang namanya jalan aspal. Yang ada, jalan-jalan berbatu, jalan setapak yang ditutupi hutan. Namun, sejak berdirinya PT. ASN, situasi di desa ini berubah drastis. Jalan desa hampir habis diaspal semua. Anak-anak kesulitan sekolah, disediakan angkutan yang dapat diantar-jemput agar anak-anak di sini dapat bersekolah. Sehingga saat ini tidak akan kita jumpai warga yang buta huruf, kecuali segelintir orang yang sudah berusia lanjut”.*¹¹⁵

Dari hasil wawancara di atas tampak bahwa program CSR yang dilaksanakan PT. ASN Kebun Ujung Lamie telah mencapai sasaran tujuan seperti yang sudah ditetapkan sebelumnya.

5. Perubahan Nyata

Kondisi masyarakat Desa Ujung Lamie sebelum adanya program CSR PT. ASN jauh berbeda dengan kondisi masyarakat setelah adanya program CSR PT.

¹¹⁵ Wawancara dengan Bapak Abdul Karim pada Hari Minggu, 09 Mei 2021, Pukul 16.00 WIB.

ASN. Hal ini dapat dilihat dari permasalahan masyarakat yang terselesaikan dan mendapatkan perubahan. Sebelumnya anak-anak sekolah sangat sedikit bahkan jarang ke sekolah karena jauh, setelah adanya bantuan transportasi anak-anak sekolah semakin banyak dan semangat. Tidak ada pengecekan kesehatan bagi masyarakat, setelah adanya posyandu dan tenaga medis, masyarakat dapat melakukan pengecekan setiap dibutuhkan. Sebelumnya akses utama tidak berfungsi karena sering rusak karena banjir, setelah program ini terealisasi masyarakat lebih mudah dan akses utama berfungsi dengan baik. Bapak Rustam juga mengatakan:

“Dulu dan sekarang sudah berbeda jauh, saya melihat anak-anak sering tidak sekolah, sering libur sekolah, jalan sering longsor dan rusak, jembatan patah. Tetapi setelah perusahaan ini membantu, saya lihat banyak sekali perubahan dari dulu sampai sekarang. Mudah-mudahan sampai seterusnya, supaya masyarakat di sana berkembang.”¹¹⁶

Dalam wawancara di atas dapat dicermati bahwa pelaksanaan program CSR PT. ASN sangat memberikan perubahan yang nyata bagi masyarakat. Baik dari bidang pendidikan sampai sosial.

Dilihat dari lima indikator di atas, dapat diketahui bahwa program CSR PT. ASN dapat dikatakan efektif karena tercapainya lima indikator tersebut.

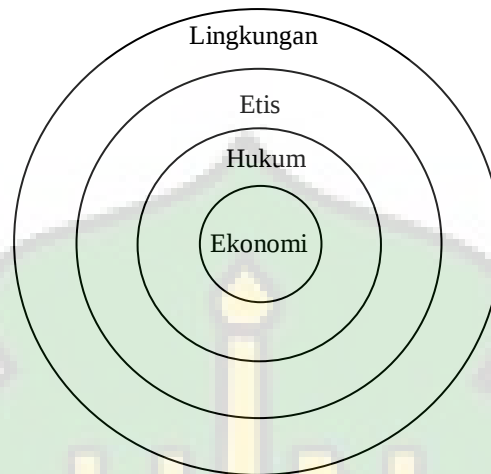
D. Hasil Temuan

1. Model CSR Pada PT. ASN Kebun Ujung Lamie

Apabila merujuk kepada model CSR yang digagas oleh Aviva Geva, maka CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie dapat dikategorikan sebagai CSR dengan model lingkaran terpusat.

¹¹⁶ Wawancara dengan Bapak Rustam, pada Hari Minggu, tanggal 16 Mei 2021, Pukul 20.00 WIB.

Gambar 4.4
Model Lingkaran Terpusat CSR PT.ASN



Apabila dicermati model pada gambar di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tanggungjawab ekonomi merupakan tanggungjawab inti dari CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie. Hal ini dipengaruhi oleh faktor latar perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan dan pertanian sawit serta menggantungkan segala operasional perusahaan terhadap aspek ekonomi, dalam hal ini yaitu keuntungan (*profit*). Hal yang dilakukan perusahaan seperti menyediakan pekerjaan, pemberian upah atau honor kepada tenaga pendidik, tenaga medis, imam desa, kepada tokoh masyarakat, dan memberikan peluang karir dengan memperkerjakan masyarakat Desa Ujung Lamie.

Meskipun aspek ekonomi merupakan tanggungjawab inti dari CSR PT. ASN, namun aspek-aspek yang lain seperti hukum sebagai pedoman yang menjadi tanggungjawab PT. ASN dalam hal komitmen untuk kebaikan bersama. Pada saat PT. ASN sudah memutuskan untuk mengoperasikan dan melakukan kontrak sosial dengan segala bentuk hukum dan norma yang telah ada maupun hukum

yang muncul setelah perusahaan beroperasi, maka perusahaan memiliki tanggung jawab hukum, apabila dilanggar perusahaan bersedia mendapatkan sanksi.

Kemudian tanggung jawab etis yaitu tanggung jawab moral dengan melakukan apa yang benar secara moral, adil, dan tidak menyebabkan kerugian. Dalam hal ini perusahaan menyesuaikan segala aktivitas sesuai etika dan norma yang berlaku di lingkungan sekitar PT. ASN. Aspek tanggung jawab filantropi di mana menjadi perusahaan yang baik dan memberikan kontribusi kepada masyarakat dan meningkatkan kualitas hidup, memberikan kesejahteraan yang mencakup aspek kesehatan, keselamatan, dan lain sebagainya. Dengan demikian semua aspek tersebut tidak berdiri sendiri-sendiri, melainkan saling berkaitan antara satu sama lainnya.

Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa dalam tanggungjawab ekonomi memerlukan aspek hukum, etis, dan memperhatikan norma dan nilai yang terdapat di lingkungan masyarakat. Begitu juga dalam tanggungjawab lingkungan memerlukan aspek ekonomi, sesuai koridor hukum, dan etika sosial. Kondisi dan situasi inilah yang membuat penulis menyimpulkan bahwa CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie tergolong ke dalam model lingkaran terpusat seperti yang digagas oleh Aviva Geva.

2. Efektifitas CSR Dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Citra PT. ASN Kebun Ujung Lamie

Efektifitas pelaksanaan program CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie dapat terlihat dari terbentuknya citra perusahaan. Dengan kata lain, dampak dari

aktivitas pelaksanaan program kegiatan CSR akan berdampak juga pada pembentukan dan peningkatan citra perusahaan itu sendiri.

Sama halnya dengan individu, pada dasarnya setiap perusahaan juga memiliki citranya masing-masing, baik yang bersifat positif maupun negatif. Berbagai citra perusahaan bisa saja datang dari mitra, investor, karyawan perusahaan, pemasok, asosiasi perusahaan, pemerintah, hingga masyarakat luas.

Citra merupakan sebuah reputasi yang menjadi salah satu orientasi perusahaan. Citra itu sendiri bersifat abstrak dan tidak dapat diukur. Namun, wujudnya dapat dirasakan berdasarkan penilaian publik terhadap sisi baik buruk perusahaan. Meskipun demikian, citra tidak akan timbul begitu saja, tetapi membutuhkan proses jangka panjang dalam pembentukannya.

Citra perusahaan pada dasarnya sangat beragam, seperti inovatif, kreatif, siap membantu, ramah, menerima kritikan, *excellent service* dan sebagainya. Langkah awal dalam membentuk sebuah citra, yang mesti dilakukan oleh perusahaan adalah memperhatikan serta mengidentifikasi citra seperti apa yang akan dibentuk di mata masyarakat. Dalam hal ini PT. ASN Kebun Ujung Lamie sudah terlebih dahulu menentukan citra yang ingin dibentuk di benak masyarakat Ujung Lamie yaitu efektif, efisien, dan berbasis nilai-nilai religius sebagaimana yang terdapat pada misi perusahaan.

Proses awal dalam pembentukan citra sebagaimana dijelaskan oleh John S. Nimpoeno adalah pengalaman untuk mengenal stimulus. Sebagaimana telah penulis uraikan pada bab sebelumnya, bahwa citra merupakan perjalanan yang terbentuk antara stimulus (input) dan respon perilaku (output) serta di antara

keduanya berkisar persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap masyarakat terhadap stimulus.

Berkaca pada PT. ASN Kebun Ujung Lamie, dalam membangun serta meningkatkan citra yang baik, PT. ASN melaksanakan program *corporate social responsibility* (CSR) yang berada di bawah tugas Kerani Sumber Daya Manusia (SDM)/Umum (Sospers) sebagai wadah untuk membantu serta menjalin komunikasi dengan masyarakat lokal. Kerani SDM/Umum ini merupakan istilah lain dari Hubungan Masyarakat (HUMAS) yang dipergunakan dalam jabatan struktural PT. ASN Kebun Ujung Lamie dan bertugas menangani bidang relasi publik (*Public Relation*).¹¹⁷

Program CSR dapat dikatakan sebagai rangsangan (stimulus) yang diberikan oleh PT. ASN terhadap masyarakat sekitar sebagai upaya untuk meningkatkan citra positif perusahaan. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Manajer PT. ASN, Bapak Chairuzzaman yang menyatakan bahwa program ini dilakukan sebagai bentuk terhadap pelaksanaan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 serta sebagai upaya untuk membangun harmonisasi dengan masyarakat sekitar dan meningkatkan citra perusahaan.¹¹⁸

Sementara beberapa kegiatan pokok CSR PT. ASN yang menjadi stimulus kepada masyarakat sekitar dapat dilihat pada tabel berikut ini;

¹¹⁷ Wawancara dengan Bapak Saiful, Kerani 1 SDM/Umum PT. ASN Kebun Ujung Lamie, dilakukan pada Hari Selasa, Tanggal 27 April 2021.

¹¹⁸ Wawancara dengan Bapak Chairuzzaman, Manajer PT. ASN Kebun Ujung Lamie, dilakukan pada Hari Jum'at, Tanggal 07 Mei 2021.

Tabel 4.10 Kegiatan Pokok CSR PT. ASN
Sumber: Laporan CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie
Tahun 2020-2021

No	Kegiatan	Sasaran Desa
I. Bidang Pendidikan		
1	Tenaga Pendidik (Gaji Guru PAUD/TK)	Ujong Lamie
2	Tenaga Pendidik (Honor Guru SD/TPA)	Ujong Lamie
3	Sewa Bus Transport Anak Sekolah	Ujong Lamie
4	Sewa L300 transport anak sekolah	Ujong Lamie
II. Bidang Kesehatan		
1	Honorium tenaga medis	Ujong Lamie
2	Pelaksanaan Posyandu	Ujong Lamie
III. Bidang Lingkungan		
1	Biaya pembinaan lingkungan mesiid	Ujong Lamie
2	Imam desa	Ujong Lamie
IV. Sarana Prasarana (jalan/jembatan)		Ujong Lamie
1	Perawatan jalan desa	Ujong Lamie
2	Perbaikan akses sarana prasarana desa	Ujong Lamie
V. Bantuan Sosial (kondisional)		
1	Honor tokoh masyarakat desa	Ujong Lamie
2	Acara perayaan hari besar	Suka Makmue, Alue Bilie, Ujong Lamie

Dari tabel di atas dapat dicermati bahwa keseluruhan program CSR PT. ASN memang diprioritaskan kepada masyarakat di mana perusahaan tersebut berada yaitu warga Desa Ujung Lamie. Selanjutnya barulah perusahaan ikut serta

membantu pelaksanaan beberapa kegiatan sosial di beberapa desa sekitarnya. Program-program kegiatan CSR tersebut dapat digolongkan sebagai stimulus yang diberikan PT. ASN terhadap masyarakat demi membangun citra positif perusahaan.

Ketika stimulus telah diberikan, maka masyarakat akan mencoba memahami rangsangan tersebut. Dalam hal ini masyarakat mencoba untuk mengamati serta memahami setiap program bantuan yang diberikan oleh perusahaan. Hasil pengamatan dan pemahaman inilah yang selanjutnya dikatakan sebagai sebuah persepsi. Persepsi masyarakat Desa Ujung Lamie terhadap berbagai program kegiatan CSR dari PT. ASN pada awalnya memang berbeda-beda. Ada pihak-pihak yang menerima dengan baik terhadap aktivitas perusahaan yang seperti itu dan ada pula yang ragu-ragu, bahkan menolak kegiatan CSR tersebut. Hal ini dipengaruhi oleh pengalaman masing-masing warga dalam merasakan atau bahkan terlibat langsung dalam pelaksanaan program CSR tersebut. Bapak Muhammad Yasin misalnya menyatakan bahwa ia merasa senang diberikan kesempatan untuk bekerja di perusahaan tersebut, bahkan hingga di usia senjanya.¹¹⁹ Sementara Bapak Rustam, salah seorang mantan karyawan di perusahaan tersebut menyatakan bahwa ia sedikit kecewa dengan kebijakan perusahaan yang memindahkannya ke perusahaan induk yaitu PTPN 3 Julok Rayeuk Selatan Kabupaten Aceh Timur. Hal ini disebabkan karena PT. ASN merupakan anak perusahaan.¹²⁰ Keadaan ini pada akhirnya dapat dikatakan bahwa

¹¹⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Yasin, Security PT. ASN Kebun Ujung Lamie, pada Hari Jum'at, 07 Mei 2021.

¹²⁰ Wawancara dengan Bapak Rustam, pada Hari Minggu, tanggal 16 Mei 2021, Pukul 20.00 WIB.

persepsi yang berbeda-beda ini juga terkadang dipengaruhi oleh faktor kepentingan (*personal interest*) masing-masing. Meski demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi yang muncul dari masyarakat Desa Ujong Lamie menegaskan bahwa setiap program CSR yang dilaksanakan oleh PT. ASN benar-benar dapat dirasakan manfaatnya serta dianggap penting demi kemajuan dan pembangunan desa itu sendiri.

Persepsi masyarakat yang demikian, dilatarbelakangi oleh situasi dan kondisi desa yang sebelumnya jauh dari istilah “pembangunan” dan luput dari perhatian pemerintah setempat.

Bapak Abdul Karim salah seorang warga Desa Ujong Lamie misalnya menceritakan,

“Jauh sebelum PT. ASN ini berdiri, desa Ujong Lamie ini sangat jauh tertinggal. Jangankan sekolah, untuk lembaga pendidikan sejenis TPA-pun tidak ada. Hal ini yang membuat saya tidak pernah punya keinginan untuk sekolah. Jadi, tidak usah heran dulu di sini banyak sekali yang buta huruf, tidak bisa membaca menulis. Selain itu, dulu itu jalan-jalan di sini tidak akan kita temui yang namanya jalan aspal. Yang ada, jalan-jalan berbatu, jalan setapak yang ditutupi hutan. Namun, sejak berdirinya PT. ASN, situasi di desa ini berubah drastis. Jalan desa hampir habis diaspal semua. Anak-anak kesulitan sekolah, disediakan angkutan yang dapat diantar-jemput agar anak-anak di sini dapat bersekolah. Sehingga saat ini tidak akan kita jumpai warga yang buta huruf, kecuali segelintir orang yang sudah berusia lanjut. Selain itu, perusahaan itu juga memberikan warga di sini pelatihan seputar kelapa sawit. Mulai dari pembibitan, penanaman, hingga perawatan sehingga warga di sini rata-rata berkebun sawit dan menggantungkan mata pencahariannya pada lahan tersebut”.¹²¹

Dari hasil wawancara di atas tampak bahwa masyarakat Desa Ujong Lamie benar-benar merasakan perubahan yang lebih baik sejak beroperasinya PT. ASN di desa tersebut.

¹²¹ Wawancara dengan Bapak Abdul Karim pada Hari Minggu, 09 Mei 2021, Pukul 16.00 WIB.

Selain itu, Bapak Rustam yang juga merupakan warga Desa Ujong Lamie dan pernah bekerja di PT. ASN juga menuturkan hal yang sama. Dalam suatu kesempatan dengan penulis, beliau menceritakan bahwa beliau merupakan satu di antara dua anak desa Ujong Lamie yang bersekolah pada saat itu. Dan untuk ke sekolah, beliau harus menempuh perjalanan kaki hingga 5 Km lebih dari tempat tinggalnya. Hal ini terpaksa dilakukannya karena tidak adanya fasilitas pendidikan di desanya saat itu.¹²²

Situasi dan kondisi Desa Ujong Lamie sebelumnya itulah yang menimbulkan keyakinan (kognisi) pada warga bahwa semua program kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. ASN akan membawa perubahan besar terhadap perkembangan dan kemajuan desa.

Hal ini juga dibenarkan oleh Bapak Sukardi, Keuchik Desa Ujong Lamie periode 2016-2021. Beliau menyampaikan;

“Perusahaan telah banyak memberikan bantuan. yang pertama lingkungan ada perhatian, menyangkut dengan fasilitas jalan termasuk menyangkut dengan esensi keagamaan juga dibantu perusahaan. Di bidang pendidikan seperti guru TK dan SD juga mendapatkan bantuan dana honor. Sekarang sudah berlanjut seperti itu, mudah-mudahan terlaksana sampai seterusnya. Mungkin kalau dalam hal lain, kita tidak terlalu paham karena aturan perusahaan itu yang sebenarnya ada di sana menyangkut dengan CSR-nya, itulah beberapa bentuk bantuan dari perusahaan. Fasilitas jalan, keagamaan juga ada perhatian, mungkin kalau menyangkut dengan tenaga kerja memang hampir 50% masyarakat kita yang bekerja langsung di sana . Jadi adalah perhatian ke lingkungan.”¹²³

Pengakuan dari Bapak Sukardi di atas merupakan referensi utama yang menegaskan bahwa perusahaan telah banyak memberikan bantuan ke masyarakat

¹²² Wawancara dengan Bapak Rustam, pada Hari Minggu, tanggal 16 Mei 2021, Pukul 20.00 WIB.

¹²³ Hasil wawancara dengan Bapak Sukardi, Keuchik Desa Ujong Lamie, Hari Senin, tanggal 17 Mei 2021, pukul 11.00 WIB.

Desa Ujung Lamie, baik bantuan pendidikan maupun bidang-bidang kemasyarakatan lainnya.

Ketika pemahaman (persepsi) dan keyakinan (kognisi) masyarakat terbentuk, maka yang terjadi selanjutnya adalah masyarakat memiliki motivasi yang kuat untuk ikut serta berpartisipasi dalam mengikuti sejumlah kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh PT. ASN. Hal ini dapat dilihat misalnya dari rasa antusias warga dalam menghadiri posyandu, keikutsertaan pemuda dalam membangun jembatan di jalan lintas desa, serta rasa semangat anak-anak desa untuk bersekolah disebabkan dengan adanya mode transportasi yang disediakan oleh perusahaan.

Dengan munculnya motivasi tersebut, timbul sikap apresiatif warga terhadap berdirinya PT. ASN. Bagi mereka, perusahaan tersebut telah banyak membawa perubahan serta pembangunan terhadap Desa Ujong Lamie. Penilaian serta apresiasi positif dari masyarakat Desa Ujong Lamie menjadi salah satu respon dan sikap warga yang menggambarkan bahwa PT. ASN Kebun Ujung Lamie memiliki citra yang baik. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa adanya program kegiatan CSR pada PT. ASN Kebun Ujung Lami, membawa dampak yang baik dalam membangun citra perusahaan.

Selanjutnya, ketika program CSR ini terus dilakukan di tiap tahunnya, maka hal ini tidak lagi untuk membentuk citra, melainkan juga dapat membuat citra perusahaan semakin meningkat dan memiliki kesan yang kuat. Adapun seiring meningkatnya citra positif perusahaan menunjukkan bahwa Humas perusahaan—dalam hal ini disebut Kerani SDM/Umum (Sosper) telah

menjalankan tugasnya dengan baik, khususnya di bidang relasi publik (*public relation*).

Dalam menjaga hubungan baik dengan masyarakat, peningkatan citra perusahaan terus dikembangkan oleh Humas PT. ASN Kebun Ujung Lamie. Di mana ia sangat berperan sebagai komunikator atau mediator dalam memberikan solusi yang menjadi keinginan dan harapan publik serta berperan sebagai pemecah masalah yang ada. Dengan demikian, hubungan perusahaan dengan masyarakat semakin terjaga dan kuat, karena program CSR focus pada permasalahan atau kebutuhan pokok di Desa tersebut.

E. CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie dan Kaitannya dengan Dakwah

Dalam perspektif Islam, kegiatan CSR atau tanggungjawab sosial merupakan suatu konsep yang berlandaskan Islam. Dapat dilihat dari pengertian CSR yang penulis uraikan sebelumnya bahwa pelaksanaan CSR dilakukan sebagai upaya untuk membantu masyarakat dalam permasalahan sosial.

Meskipun *term* tanggungjawab sosial (CSR) tidak ditemukan dalam al-Quran, namun pada dasarnya nilai-nilai yang terkandung dalam *term* tersebut sangat banyak diulas di dalamnya. Dengan kata lain, kegiatan program CSR pada hakikatnya bukanlah sesuatu yang baru, melainkan termasuk ke dalam salah satu dakwah yang selalu diungkapkan al-Quran sejak 15 abad yang lalu.

Adapun dilihat dari bentuk dakwah, CSR yang dilakukan PT. ASN Kebun Ujung Lamie tergolong kepada dakwah *bil hal*, yaitu pelaksanaannya berupa aksi nyata dan melakukan perubahan sosial dengan cara mengembangkan masyarakat seperti pengembangan sumber daya manusia (SDM), pembinaan lingkungan

masjid, pendidikan, sumber ekonomi atau menyisihkan hartanya untuk kepentingan agama, dalam hal ini pelaksanaan maulid akbar, isra' mi'raj, dan lain sebagainya. Kemudian dalam pelaksanaan dakwah ini, program CSR ini termasuk ke dalam bentuk *Tathwirul Islam* yaitu bentuk kegiatannya merealisasikan ajaran islam seperti pemberdayaan masyarakat. Dakwah ini menyangkut kemanusiaan, ekonomi, sosial kehidupan bermasyarakat, dan pemeliharaan lingkungan.

Dakwah adalah bagian dari komunikasi islam, Jika dilihat melalui program-program CSR yang dilakukan PT. ASN Kebun Ujung Lamie, dapat dikatakan bahwa proses komunikasi yang dijalankan adalah komunikasi berlandaskan prinsip-prinsip islam yang bernilai keislaman.

Menurut penulis, yang dilakukan oleh PT. ASN Kebun Ujung Lamie terdapat beberapa nilai dakwah yang terkandung di dalam kegiatan CSR, di antaranya;

1. Sikap Tolong-Menolong

Dalam QS. Al-Maidah ayat 2, Allah SWT memerintahkan hamba-Nya untuk senantiasa tolong-menolong terhadap sesama. Sebagaimana yang disebutkan dalam ayat di bawah ini;

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ

شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾ (Al- Maidah: 2)

Terjemahannya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebaikan dan taqwa dan janganlah kalian tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertaqwalah kepada Allah, Sungguh siksaan Allah sangat berat”.¹²⁴

¹²⁴ Al-Quran dan Terjemahannya, (Gilingan: Pustaka Al-Hanan, 2009), hal. 106.

عن أبي موسى الأشعري - رضي الله عن - عن النبي - صلى الله عليه وسلم قال :
المؤمن للمؤمن كالبنيان ، يشد بعضه بعضاً “ .

Dari Abu Musa Al Asy'ari ra. dari Nabi Muhammad saw bersabda:
“Orang mukmin itu bagi mukmin lainnya seperti bangunan, sebagiannya menguatkan sebagian yang lain.

Kegiatan CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie menggambarkan atau mengarahkan kepada sikap tolong-menolong. Berbagai sector kegiatan masyarakat PT. ASN Kebun Ujung Lamie mencoba membantu dengan menetapkan anggaran yang cukup.

2. Kepedulian Sosial

Banyak ayat di dalam al-Quran yang menerangkan agar umat manusia memiliki sikap saling peduli terhadap sesama. Ayat yang berbicara tentang *amar ma'ruf nahi munkar* misalnya, itu pada dasarnya merupakan ayat-ayat yang berbicara tentang kepedulian sosial. Dalam artian, peduli terhadap tumbuh kembangnya kebaikan di sekitar lingkungan di mana kita berada dan peduli agar orang-orang di sekitar kita tersebut tidak jatuh ke dalam perbuatan mungkar.

Kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. ASN Kebun Ujung Lamie pada dasarnya merupakan bentuk kepedulian terhadap masyarakat sekitar. Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya bahwa keadaan Desa Ujung Lamie sebelum beroperasinya perusahaan tersebut termasuk ke dalam kategori yang sangat tertinggal. Hal ini dapat dilihat dari tidak adanya akses transportasi di desa, tiadanya lembaga pendidikan, tiadanya lembaga kesehatan, dan sebagainya.

Keadaan inilah yang pada akhirnya dijawab secara perlahan-lahan oleh PT. ASN Kebun Ujung Lamie dari tahun 2011 hingga saat ini sehingga membuat

Desa Ujung Lamie lebih maju dan berkembang. Pada dasarnya bentuk kepedulian yang dilakukan oleh PT. ASN melalui kegiatan CSR ini sejalan dengan yang difirmankan oleh Allah SWT, yang berbunyi;

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾ (Ali Imran: 104)

Terjemahannya: “Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebaikan. Menyuruh berbuat yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”.¹²⁵

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : مَنْ نَفَسَ عَنْ
مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى
مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَمَنْ سَتَرْتُ لَهُ سِرًّا لَمْ يَكُنْ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ
فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ وَمَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ
لَهُ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ وَمَا اجْتَمَعَ قَوْمٌ فِي بَيْتٍ مِنْ بُيُوتِ اللَّهِ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَيَتَذَكَّرُونَ
بِآيَاتِهِ إِلَّا نَزَلَتْ عَلَيْهِمُ السَّكِينَةُ وَغَشِيَتْهُمُ الرَّحْمَةُ وَحَفَّتْهُمُ الْمَلَائِكَةُ وَذَكَرَهُمُ اللَّهُ فِيمَنْ عِنْدَهُ
وَمَنْ أَبْطَأَ بِهِ عَمَلُهُ لَمْ يُسْرِعْ بِهِ نَسَبُهُ (رواه مسلم)

Dari Abu Hurairah r.a. dari Nabi saw. yang bersabda, “Siapa yang menghilangkan kesusahan seorang mukmin dari kesusahan dunianya, Allah menghilangkan kesusahannya pada hari kiamat. Siapa yang memudahkan orang yang kesulitan, Allah akan memudahkan baginya baik didunia maupun di akhirat. Allah senantiasa memberi pertolongan kepada hamba, selama ia mau menolong saudaranya. Dan tidaklah sebuah kaum berada di suatu rumah Allah (masjid) untuk membaca kitabullah dan mempelajarinya, melainkan akan turun kepada mereka ketenangan, mereka diliputi kerahmatan, dan dinaungi para malaikat, serta Allah menyebut mereka dikalangan malaikat disisi-Nya. Dan siapa yang ketinggalan amalnya, maka nasab (garis keturunan)nya tidak berguna baginya. (H.R.Muslim)¹²⁶

¹²⁵ Al-Quran dan Terjemahannya...hal, 63.

¹²⁶ Nawawi. Syarah Hadits Arba'in an-Nawawiyah, (Solo: As-Salam, 2013), hal. 19.

3. Pelestarian lingkungan

Dalam al-Quran sangat banyak terdapat ayat-ayat yang berbicara tentang larangan merusak lingkungan serta menganjurkan untuk melestarikannya. Dalam QS. Al-Baqarah ayat 60 misalnya, Allah SWT melarang untuk berbuat kerusakan di atas muka bumi.

كُلُوا وَاشْرَبُوا مِنْ رِزْقِ اللَّهِ وَلَا تَعَثُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٦٠﴾

(Al- Baqarah: 60)

Terjemahannya: *"Makan dan minumlah dari rezeki yang diberikan Allah dan janganlah kamu berbuat kejahatan dengan melakukan kerusakan di atas muka bumi"*.¹²⁷

Di ayat yang lain juga banyak terdapat penegasan untuk tidak berbuat kerusakan di atas muka bumi, seperti QS. Al-A'raf ayat 56-58, QS. Ar-Rum ayat 41-42, QS. Shad ayat 27-28, dan beberapa ayat lain semisalnya dan beberapa hadist.

قال رسول الله ص.م مَنْ أَحْيَى أَرْضًا مَيِّتَةً فَهِيَ لَهُ (رواه الترميذی)

Artinya: *"Rasulullah SAW bersabda: barangsiapa menghidupkan bumi yang mati maka (bumi) itu menjadi miliknya."* (HR. Tirmidzi)

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ . قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَا مِنْ مُسْلِمٍ يَغْرِسُ غَرْسًا أَوْ يَزْرَعُ زَرْعًا فَيَأْكُلُ مِنْهُ طَيْرٌ أَوْ إِنْسَانٌ أَوْ بَيْهَمَةٌ إِلَّا كَانَ لَهُ بِهِ صَدَقَةٌ.

Dari Anas bin Malik radhiyallahu 'anhu berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: *"Tidaklah seorang muslimpun yang bercocok tanam atau menanam satu tanaman lalu tanaman itu dimakan oleh burung atau manusia atau hewan melainkan itu menjadi shadaqah baginya"*. (HR. Bukhari, 2152).

¹²⁷ Al-Quran dan Terjemahannya, ...hal, 9.

Apa yang dilakukan oleh PT. ASN melalui program kegiatan CSR, pada dasarnya merupakan bentuk menjalankan nilai-nilai yang terkandung dalam ayat-ayat di atas. Terlebih perusahaan tersebut merupakan salah satu perusahaan yang operasionalnya berkaitan erat dengan lingkungan dan masyarakat. Sehingga wajar apabila bidang lingkungan merupakan sasaran pokok dalam kegiatan CSR perusahaan tersebut.

Sementara terkait dengan citra—sebagaimana telah diketahui—bahwa citra merupakan reputasi dan prestasi yang diperoleh atas tindakan-tindakan yang bernilai positif. Dalam al-Quran, citra diistilahkan dengan sebuah kebaikan yang diperoleh atas tindakan yang positif. Dengan kata lain, perbuatan baik akan membawa dampak yang baik dan begitu juga sebaliknya. Sebagaimana Firman Allah SWT dalam QS. Ar-Rahman ayat 60;

(Ar-Rahman: 60) هَلْ جَزَاءُ إِلَّا حَسَنٍ إِلَّا إِلَّا حَسَنٌ ﴿٦٠﴾

Terjemahannya: “Tidak ada balasan kebaikan selain kebaikan pula”.¹²⁸

Berkaca pada PT. ASN Kebun Ujung Lamie, program kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan tersebut merupakan perbuatan-perbuatan baik, terlebih kegiatan tersebut ditujukan untuk membantu masyarakat serta upaya menjaga lingkungan sekitar. Lantas, ketika masyarakat ikut merespon kegiatan tersebut secara positif bahkan ikut berpartisipasi di dalamnya, maka citra perusahaan tersebut secara perlahan-lahan mulai terbentuk dan dari waktu ke waktu akan semakin kuat dan meningkat.

¹²⁸ Al-Quran dan Terjemahannya, ...hal, 533.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perusahaan PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie sangat memahami akan kebutuhan pokok di Desa tersebut dengan memfokuskan bantuan kepada lima bidang yaitu; bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, sarana prasarana, dan bantuan sosial. Sehingga program CSR pada lima bidang ini membuat masyarakat membutuhkan PT. ASN. Hadirnya perusahaan tersebut membuat masyarakat merasa terbantu dari aspek ekonomi maupun aspek lainnya.
2. Efektivitas CSR PT. ASN Kebun Ujung Lamie dapat meningkatkan citra karena berfokus pada lima bidang, yaitu; pemahaman program, ketepatan sasaran, ketepatan waktu, tercapainya tujuan, dan perubahan nyata.

B. Saran

1. Bagi PT. ASN dalam melaksanakan CSR sudah menjalankan program dengan optimal. Akan tetapi tidak berhenti sampai di sini, perusahaan harus meningkatkan citra lebih optimal dan melakukan pendekatan lebih intensif dengan lingkungan masyarakat, menjalin kerjasama dengan pihak setempat, seperti pemerintah daerah, menjalin komunikasi yang baik, serta berinovasi terhadap kebutuhan masyarakat yang juga bermanfaat bagi perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi timbulnya sikap-sikap dan persepsi negatif masyarakat terhadap perusahaan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, penulis berharap kajian ini dapat bermanfaat dan dapat diajukan sebagai referensi apabila peneliti tertarik untuk melakukan kajian mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan terutama BUMN mengenai tanggung jawab sosial dalam meningkatkan citra.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, M. Yatimin. *Studi Islam Kontemporer*. Jakarta: Amzah, 2006.
- Acep Aripudin, *Pengembangan Metode Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011
- Afifuddin, dan Saebani, Beni Ahmad. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Ahmad bin faris. *Mu'jam Maqayis al-Lughah* jilid II. Beirut: Dar al-Fikr, 1979.
- Ali Mahfuz, *Hidayat al-Murshidin ila Turuq al-Wa'zi wa al-Khitabah*. Beirut: Dar al-I'tisam, 1979.
- Alwisra. *Strategi Dakwah Dalam membentuk Da'i dan Khotib Profesional*. Jakarta: Kalam Mulia, 2002.
- Abdullah. *Ilmu Dakwah, kajian ontologi, epistemologi, aksiologi dan aplikasi dakwah*. Bandung: Citapustaka Media, 2015.
- Arifin, Anwar. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Basit, Abdul. *Wacana Dakwah Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- 2007.
- AW Munawiir, *Kamus al-Munawir Arab-Indonesia Terlengkap Edisi II*, (Jakarta: Pustaka Progressif.
- Anggoro, M. Linggar. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Frank Jefkins. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga. 1992.
- Gorys, Keraf. *Komposisi: Sebuah Pengantar Kemahiran Bahasa*. Flores: Nusa Indah, 1994.
- Hartono, Sri Redjeki. *Kapita Selekta Hukum Perusahaan*. Bandung: Mandar Maju, 2000.
- Huda, Syamsul. *Komando Dakwah*. Solo: Pustaka Hakami, 2011.

- Hefni, Herjani. *Komunikasi Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Ibn Madzhur, *Lisan al-‘Arab*. Kairo: Dar al-Ma’arif.
- Iswandi Syahputra, *Komunikasi Profetik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media,
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Publicrelations: Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1994.
- M Abu al-Fath al-Bayanuny, *al-Madkhal ila ‘Ilmi al-Da’wah*. Beirut: Muassasah al-Risalah, 1993.
- Moh Ali Aziz, dkk, *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat Paradigma Aksi Metodologis*. Surabaya: Lkis, 2005.
- Moh Ali Aziz, *Hijrah Nabi*. Yogyakarta: Harakat Media, 2009.
- Mardikanto, Totok. *Corporate Social Responsibility Tanggungjawab Sosial Korporasi*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2008.
- Nawawi. *Syarah Hadits Arba’in an-Nawawiyah*. Solo: As-Salam, 2013.
- Sambas, Syukriadi. *Ilmu dakwah, Kajian Berbagai Aspek*. Bandung: Pustaka Bani Quraish, 2004.
- Suparta, Munzier. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Sumirat, Soleh., dan Ardianto, Elvinaro. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2020.
- Sutrisno, Edy,. *Budaya Organisasi*. Jakarta: Kencana, 2007.
- Suyanto, Bagong. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, 2005.
- Syukur, Amin. *Tasawuf Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Untung, Hendrik Budi. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Wibisono, Yusuf. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility (CSR)*. Gresik: Fascho Publishing, 2007.

Yunus, Haniis Syam. *Manajemen Dakwah, Dakwah Dengan Tulisan Sebuah Peluang*. Yogyakarta: Panji Pustaka, 2007.

Jurnal

Dian Rhesa Rahmayanti. "Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Membangun reputasi Perusahaan." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1) Juni 2014: 93-104.

Ega Rohma Nur Ulaika. "Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 4(8) 2015: 2.

Ferriansyah Firdaus. "Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) Used Motorcycle Department dalam Meningkatkan Citra PT. Summit Oto Finace." *jurnal Visi Komunikasi*, 15(2) November 2016: 286-292.

Heri Tri Irawan, dan ling Pamungkas. "Studi Kelayakan Investasi Perkebunan Kelapa Sawit PT. Agro Sinergi Nusantara (ASN) Kabupaten Aceh Selatan." *Jurnal Optimalisasi*, 4(1) April 2020: 40-46.

Maryati, dkk., "Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada PD. Sumber Rezeki Singaparna), *Business Management And Entrepreneurship Jurnal*. 2(2) Juni 2020: 104-115.

Muad Roanuddin, "Dampak Sosial Dan Ekonomi Aktifitas Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit PT. Gawi Makmur Kalimantan Di Desa Rintik Kecamatan Babulu Kabupaten Penajam Paser Utara", *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(1) 2016: 585.

Rahmahwati, Alfianida. "Strategi Komunikasi Public Relations (PR) Yang Dilakukan Penerima Beasiswa Djarum Plus Dso Surabaya Tahun 2011-2012 Dalam Implementasi "Community Empowerment". 2012.

Riki Riyandri. "Efektifitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Perkebunan Nusantara V Wilayah Kebun Sei Intan Kabupaten Rokan Hulu." *Jom FISIP*, 4(2) Oktober 2017: 1-12.

Sugeng Santoso. "Konsep Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Konvensional Dan Fiqh Sosial, *Jurnal Ahkam*, 4(1) Juli 2016: 81-104.

Trimanah, "Reputasi dalam Kerangka Kerja Public Relations." *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 3(1) Februari-Juli 2012: 92-102.

E-book dan e-jurnal

Bowen, Howard R., 1953. *Social Responsibilities of the Businessman*, New York: Harper & Row. Diakses pada https://books.google.co.id/books?id=ALIPAwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.

Carol, Archie B. Corporate Social Responsibility; Evolution of Definition Construct, *Business Society* 1999. Diambil pada 2009 dari <http://bas.sagepub.com/cgi/content/abstract/38/3/268>. 268-295.

_____, *The Pyramid of Corporate Social Responsibility; Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*. (Business Horizon, 1991). Diambil dari <file:///C:/Users/hp/Downloads/Pyramid.CSR.1991.pdf>. 39-48.

Elizabeth Redman, *Three Models of Corporate Social Responsibility: Implications for Public Policy*. I Summer 2005. Roosevelt Review. <https://www.coursehero.com/file/80468393/Corporate-Social-Responsibilityediteddocx/>.

Skripsi

M. Fikri Multazim, “Efektivitas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam Pengembangan Masyarakat Bayung Lencir pada PT. Mitra Agrolika Sejahtera. Jambi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2020.

Siti Aliah. *Implementasi Nilai-Nilai Dakwah dalam Program Corporate Social Responsibility PT. Indomobil Prima Niaga Aceh*. Skripsi, tidak diterbitkan. Banda Aceh: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, 2018.

Syalawati, *Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi pada PT. Bank Aceh Syariah)*. Skripsi, tidak diterbitkan. Banda Aceh: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, 2019.

Syamsuddin Muh. Bahar, *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT PLN (Persero) Wilayah Sulsel, Sultra, dan Sulbar Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Desa Ulu Saddang Kecamatan Lembang Kabupaten Pinrang, Sulsel*. Skripsi, dipublikasikan 24 Mei. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Hasanuddin, 2016.

Referensi lain

Al-Quran dan Terjemahannya, Gilingan: Pustaka Al-Hanan, 2009.
Laporan Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Agro Sinergi Nusantara
Kebun Ujung Lamie Tahun 2011 sampai dengan tahun 2020.

Surat Keputusan Direksi PT. Agro Sinergi Nusantara, Nomor : ASN/KP-
KB/SKEP/ 068/X/2020, Tanggal 02 Oktober 2020.

Undang-Undang Qanun Kabupaten Nagan Raya Nomor 6 Tahun 2019 tentang
Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.



LAMPIRAN

1. Bidang Pendidikan



2. Bidang Kesehatan



3. Bidang Lingkungan



4. Bidang Sarana Prasarana



5. Bidang Sosial



TRANSKIP WAWANCARA

1. Sesuai Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, pemerintah menetapkan bahwa semua perusahaan harus ada program CSR. Apakah PT. ASN Kebun Ujung Lamie ada atau mempunyai program tersebut?
2. Kalau ada, program tersebut dilaksanakan dalam bentuk apa saja?
3. Untuk tahun 2021 apa program tersebut sudah dilaksanakan?
4. Biasanya dilaksanakan pada bulan berapa?
5. Yang menangani CSR PT. ASN di perusahaan bagian apa?
6. Untuk menjalankan atau melaksanakan CSR di lapangan apakah ada di bentuk panitia khusus?
7. Biasanya dana CSR diambil dari mana?
8. Berapa persen dana yang dianggarkan untuk program CSR?
9. Apakah semua pelaksanaan CSR tersebut terangkum dalam laporan?
10. Apakah ada hambatan dalam melaksanakan CSR?
11. Selain program CSR, apakah ada program-program lain yang bersifat manfaat untuk masyarakat?
12. Kalau ada, kenapa perusahaan mau melakukan itu?

WAWANCARA DENGAN INFORMAN

Hasil wawancara bersama Bapak Saiful Ibraya sebagai kerani SDM/Umum pada hari Selasa, 27 April 2021, jam 09.00 WIB di Kantor Manager.

- 1. Tanya: Sesuai Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, pemerintah menetapkan bahwa semua perusahaan harus ada program CSR. Apakah PT. ASN Kebun Ujung Lamie ada atau mempunyai program tersebut?**

Jawab: Ada, sejak perusahaan ada CSR sudah ada hanya saja tidak di ekspos, sejak tahun 2016 baru diperketat CSR di perusahaan.

- 2. Tanya: Kalau ada, program tersebut dilaksanakan dalam bentuk apa saja?**

Jawab: Bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan, sarana dan prasarana (fasilitas jalan dan jembatan), bantuan sosial.

- 3. Tanya: Masing-Masing Bidang dalam bentuk apa?**

Jawab: Pendidikan kita masukkan sebagai program CSR di perusahaan kita karena kita melihat anak-anak di sini jarang sekali yang bersekolah. Setelah kita survey ke lapangan, ternyata keluhannya karena akses ke sekolah tidak ada. Bahkan, sekolah tingkat TK pun tidak ada. Karenanya, kita masukkanlah bidang pendidikan ke program ini dengan tujuan mudah-mudahan pendidikan anak-anak di sini menjadi lebih baik.

Begitu juga di bidang kesehatan, di Desa Ujung Lamie, tidak ada klinik, Posyandu, ataupun Polindes. Karena itu kita komunikasikan dengan pihak

desa untuk mendatangkan bidan ataupun mantri kemari. Kita inisiasilah sebagian dana CSR tersebut untuk menggaji bidan dan tenaga kesehatan tersebut. Bidang lingkungan juga kita masukkan sebagai salah satu sasaran program CSR karena perusahaan kita kan bergerak di bidang lingkungan sawit. Oleh karena itu, kita merasa ini sudah menjadi kewajiban bagi kita pihak perusahaan untuk terus memperhatikan kelangsungan lingkungan.

Bidang sarana prasarana ini kita masukkan juga ke sasaran CSR kita karena selain memudahkan akses transportasi pengangkutan sawit, juga menjadi wadah untuk memajukan sarana prasarana di Desa Ujung Lamie. Program sosial ini merupakan bentuk partisipatif kita terhadap kegiatan masyarakat. Perusahaan kita berada di tengah-tengah masyarakat. Jadi tidak mungkin kita gak menutup mata dengan kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh masyarakat di sini. Makanya kita jadikan bidang sosial ini sebagai program dari CSR kita.

4. Tanya: Untuk tahun 2021 apa program tersebut sudah dilaksanakan?

Jawab: Ada yang sudah dilaksanakan seperti manajer membagikan sembako kepada kaum dhuafa yang korban konflik.

5. Tanya: Biasanya dilaksanakan pada bulan berapa?

Jawab: kalau seperti posyandu setiap bulan, setiap bulan tim medis luar datang ke posyandu.

6. Tanya: Yang menangani CSR PT. ASN di perusahaan bagian apa?

Jawab: Saya sendiri, bagian kerani SDM/ Umum. PT. ASN melaksanakan program CSR di bawah tugas Kerani SDM/Umum dulunya Sosper untuk

membantu serta menjalin komunikasi dengan masyarakat di sini. Kerani Dulunya Humas PT. ASN Kebun Ujung Lamie dan bertugas menangani bidang relasi public.

7. Tanya: Untuk menjalankan atau melaksanakan CSR di lapangan apakah ada di bentuk panitia khusus?

Jawab: Tidak ada, karena banyak bersifat kondisional, tergantung situasi dan kondisi. Jadi tidak perlu panitia kecuali membuat acara besar di perusahaan. Seperti maulid dan lain-lain.

8. Tanya: Biasanya dana CSR diambil dari mana?

Jawab: Dari perusahaan tapi kita buat proposal dulu ke pusat

9. Tanya: Berapa persen dana yang dianggarkan untuk program CSR?

Jawab: sekitar 2% sampai 3%, tergantung keuntungan bersih setiap tahunnya.

10. Tanya: Apakah semua pelaksanaan CSR tersebut terangkum dalam laporan?

Jawab: Iya. Ada laporannya karena ketika ada tamu di minta bentuk yang terprint.

11. Tanya: Boleh saya lihat laporannya untuk saya pelajari?

Jawab: Boleh, nanti jumpai saja Bu Debi.

12.Tanya: Selain program CSR, apakah ada program-program lain yang bersifat manfaat untuk masyarakat?

Jawab: Semua program kita sesuai dengan format yang diberikan pusat. Selebihnya kalau pun ada program tambahan kita laporkan juga dalam laporan akhir.

13.Tanya: Kalau ada, kenapa perusahaan mau melakukan itu?

Jawab: Karena dengan begitu perusahaan bias memberikan dan membantu masyarakat kita di sini. Selain tanggung jawab, kita kan harus saling jalin silaturahmi.

14.Tanya: Apakah ada kendala dalam melaksanakan CSR di PT. ASN?

Jawab: semua pelaksanaan CSR berjalan dengan lancar dan sesuai dengan anggaran. Kalau pun ada, karena kondisi keuangan perusahaan yang sedang rugi.

Hasil Wawancara bersama Bapak Chairuzzaman Manajer PT. ASN pada hari Jumat, 07 Mei 2021, di Kantor Manager, jam 08.30 WIB.

- 1. Tanya: Sesuai Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, pemerintah menetapkan bahwa semua perusahaan harus ada program CSR. Apakah PT. ASN Kebun Ujung Lamie ada atau mempunyai program tersebut?**

Jawab: Salah satu tugas pemerintah adalah untuk menciptakan kesejahteraan bagi rakyatnya. Dengan program CSR ini maka sekurang-kurangnya pemerintah dan perusahaan dapat bekerjasama dalam mengatasi permasalahan sosial yang ada seperti pendidikan, kesehatan, lingkungan dan lain sebagainya. Sehingga dapat dikatakan tugas pemerintah dapat terbantu dengan partisipasi perusahaan atas pelaksanaan kegiatan CSR. Selain itu juga, perusahaan dalam hal ini telah menunaikan peraturan hukum yang ditetapkan oleh pemerintah, seperti yang dikemukakan oleh Bapak Chairuzzaman bahwa pelaksanaan kegiatan CSR ini merupakan kewajiban dari Undang-Undang No. 40 Tahun 2007.

- 2. Tanya: Kalau ada, program tersebut dilaksanakan dalam bentuk apa saja?**

Jawab: Semua sesuai dengan bidang-bidang yang sudah ditetapkan di pusat, nanti bisa tanyakan selengkapnya dengan Bapak Saiful.

3. Tanya: Untuk tahun 2021 apa program tersebut sudah dilaksanakan?

Jawab: Pembagian sembako kepada korban konflik, janda, anak yatim, dhuafa. Karena bertepatan pada bulan ramadhan. Pada bulan April 2021 ini.

4. Tanya: Biasanya dilaksanakan pada bulan berapa?

Jawab: Setiap bulannya kita ada program.

5. Tanya: Yang menangani CSR PT. ASN di perusahaan bagian apa?

Jawab: Kalau di sini Bapak saiful sebagai sosper.

6. Tanya: Untuk menjalankan atau melaksanakan CSR di lapangan apakah ada di bentuk panitia khusus?

Jawab: Tidak ada. Langsung saja. langsung dikoordinir oleh bagian sosper, bagian umum dan SDM. Di bawah coordinator BAPEDA, PEMDA.

7. Tanya: Biasanya dana CSR diambil dari mana?

Jawab: Dana yang kita gunakan dalam program CSR ini dari PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie, kita usulkan ke kantor pusat dan kita ajukan usulan dana.

8. Tanya: Apakah ada dana khusus untuk program CSR tersebut?

Jawab: Setiap tahunnya perusahaan mengeluarkan anggaran khusus untuk pelaksanaan CSR, ketika diminta hasil pertanggung jawaban, kita akan menunjukkan laporan akhir tahun yang tercetak bukti bahwa dana yang terealisasi sesuai dengan kegiatan di lapangan. Setiap tahun pasti ada naik turun, karena biasanya penambahan atau pengurangan program kegiatan.

9. Tanya: Berapa persen dana yang dianggarkan untuk program CSR?

Jawab: Kurang lebih 2% atau 3% kalau saya tidak salah.

10. Tanya: Apakah semua pelaksanaan CSR tersebut terangkum dalam laporan?

Jawab: Setiap tahun programnya kurang lebih sama kecuali ada yang tidak terprogram tetapi tetap kita masukkan ke dalam laporan CSR per tahun.

11. Tanya: Boleh saya lihat laporannya untuk saya pelajari?

Jawab: Boleh. Bisa Tanya langsung kepada bu Debi atau bapak Saiful.

12. Tanya: Selain program CSR, apakah ada program-program lain yang bersifat manfaat untuk masyarakat?

Jawab: Ada, di laporan juga di laporkan dan didokumentasikan

13. Tanya: Kalau ada, kenapa perusahaan mau melakukan itu?

Jawab: Selain dari pada kewajiban sesuai undang-undang Nomor 40 Tahun 2007, program ini bertujuan untuk membangun harmonisasi dengan masyarakat, dan citra kita perusahaan.

14. Tanya: Apakah program ini berlanjut ?

Jawab: Kita usahakan dan kita harapkan berlanjut ke depannya tidak hanya untuk tahun ini saja.

Hasil Wawancara dengan Bapak Sukardi Geuchik Desa Ujung Lamie, pada hari Senin 17 Mei 2021 di rumah, jam 09.30-11.54 WIB.

1. Tanya: Bagaimana Program yang dijalankan perusahaan? Apakah ada manfaat atau sebatas tanggung jawab?

Jawab: yang pertama lingkungan ada perhatian, menyangkut dengan fasilitas jalan termasuk menyangkut dengan esensi keagamaan juga dibantu perusahaan, pendidikan seperti guru TK dan SD dan honoran bantuan. Sekarang sudah berlanjut seperti itu, mudah-mudahan terlaksana sampai seterusnya. Mungkin kalau dalam hal lain kita tidak terlalu paham karena aturan perusahaan itu yang sebenarnya ada di sana menyangkut dengan CSR nya, itulah beberapa bentuk bantuan dari perusahaan. Fasilitas jalan, keagamaan juga ada perhatian, mungkin kalau menyangkut dengan tenaga kerja memang hampir 50% masyarakat kita yang bekerja langsung disana. jadi adalah perhatian ke lingkungan. Menyangkut dengan kurang lebih nya pasti ada.

2. Tanya: Apakah pernah ada masalah-masalah besar yang serius di PT. ASN?

Jawab: kalau bermasalah beda pendapat pasti ada . dalam hal ini pasti ada system penyelesaian masalah ada jawaban, jadi bagus lagi seperti biasa. Jadi masalah bias diselesaikan dengan baik, baik dengan gampong maupun beraitan dengan perusahaan. Makanya tuntutan bekerja dari masyarakat serta ada penanganan dari pihak perusahaan ada jawaban, masyarakat sehingga paham dan menerima.

3. Tanya: Bagaimana komunikasi antara masyarakat dan perusahaan?

Jawab: pasti ada. walaupun ada masalah tapi ada titik penyelesaian cuma butuh waktu.

4. Tanya: Apakah ada Aksi menolak dari masyarakat atau demo?

Jawab: selama ini penolakan tidak ada, Cuma beda pendapat ada jawabannya. Cuma karena perusahaan kita bergantung dengan manajemen manajer, diatas manajer ada dirut, dirop, mungkin jawabannya harus di jemput ke atas. Mungkin butuh waktu bulanan. Alhamdulillah sampai sekarang gak ada masalah yang serius. Hingga saat ini tidak pernah ada demo ataupun konflik dengan warga. Kalaupun ada, itu hanya oknum yang punya kepentingan terhadap perusahaan. Kalau secara umum, masyarakat tidak pernah berkonflik dengan perusahaan.

5. Tanya: Apa ada masalah karena ada limbah?

Jawab: tidak ada limbah karena bukan pabrik. Menyangkut HGO mungkin lebih mengerti bagian BPN. Luas area perusahaan mungkin yang lebih tau manajer, perluasan area. Kendala mungkin ada satu dua.

6. Tanya: Apakah dampak dari CSR lebih dirasakan positif?

Jawab: Tentu, semua kegiatan yang dilakukan perusahaan tersebut membawa dampak yang positif khususnya bagi Desa Ujung Lamie. Kita lihat misalnya jalan lintas desa hampir teraspal semua. Jembatan-jembatan lintas desa pun sudah lebih bagus kondisinya.

7. Tanya: Selama ini apa banyak warga yang diterima bekerja di perusahaan tersebut?

Jawab: Iya. Hanya saja persahaan tetap punya aturan. Perusahaan misalnya menerima pekerja sekian orang. Dari 20 orang masyarakat yang melamar, yang dibutuhkan hanya 5 orang. Maka 15 orang yang tidak diterima ini bisa menjadi hambatan. Tetapi masalah seperti itu bisa diselesaikan dengan baik. Sebenarnya bukan kendalapun, tetapi sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

8. Tanya: Bapak sebagai keuchik, bagaimana tanggapan Bapak terhadap pelaksanaan CSR ini?

Jawab: Kita sangat senang apabila masyarakat senang dan merasa terbantu dengan adanya perhatian perusahaan terhadap lingkungan, dari segala bidang ikut membantu. Saya selaku Keuchik juga merasa perusahaan melakukan yang terbaik untuk sekitar, terlebih mereka juga mendapatkan keuntungan. Kalau ada jembatan yang rusak, pihak dari PT. ASN langsung terjun lapangan untuk memperbaikinya, bahkan kalau ada banjir perhatian dari PT. ASN ikut membersihkan parit.

Hasil Wawancara dengan Bapak Rustam di Desa Ujung Lamie, pada hari Minggu 16 Mei 2021 di rumah, jam 09.30-11.54 WIB.

1. Tanya: Berapa lama bapak menjadi karyawan PT. ASN Kebun Ujung Lamie?

Jawab: Saya bekerja di PT. ASN sudah 18 tahun, sekarang sudah dimutasikan ke PTPN 3 masa kerja saya sudah 26 tahun kurang lebih.

2. Tanya: Alasan dipindahkan karena apa?

Jawab: Karena PT. ASN merupakan anak perusahaan. Sedangkan saya karyawan PTPN I jadi di pindahkan ke perusahaan induk yaitu PTPN 3 Julok Rayeuk Selatan Kabupaten Aceh Timur sedikit kecewa dengan kebijakan perusahaan, tetapi harus mengikuti aturan.

3. Tanya: Selama bapak kerja di PT. ASN, apakah ada pelaksanaan CSR itu ?

Jawab: Pelaksanaan dilaksanakan setiap tahun berupa bantuan, termasuk angkutan anak sekolah, pembuatan jembatan, termasuk biaya santunan anak yatim, santunan fakir miskin, dan lain sebagainya.

4. Tanya: Apakah bapak ikut langsung turun tangan dalam hal ini?

Jawab: Yang melakukan CSR itu ada bagian khusus yaitu sosper di perkebunan.

5. Tanya: Apakah PT. ASN pernah di demo atau bermasalah dengan masyarakat?

Jawab: PT. ASN selama saya bekerja di sana tidak pernah di demo, tapi akhir akhir ini ada sedikit masyarakat meminta karyawan untuk di jadikan dinas tapi itu tidak menyangkut dengan CSR.

6. Tanya: Sejauh ini menurut bapak apakah pelaksanaan CSR itu efektif?

Jawab: Selama pelaksanaan CSR ada dampak positif bagi masyarakat serta stakeholder perusahaan. Sangat efektif, masyarakat bisa menikmati Bus yang disediakan perusahaan untuk anak sekolah dan bias melewati jembatan-jembatan tanpa ada masalah dan tentunya yang dulunya jembatan dari kayu dan sekarang sudah ada bantuan jembatan permanen.

7. Tanya: Selain kegiatan CSR, apakah ada kegiatan lain yang bermanfaat bagi masyarakat?

Jawab: Banyak, itu termasuk pemberian sumbangan-sumbangan berupa bibit sawit, berupa bantuan kepada kurang mampu, dan bimbingan dalam melaksanakan pelaksanaan pembuatan kebun yang bermanfaat untuk masyarakat.

8. Tanya: Kenapa perusahaan mau melakukannya?

Jawab: Perusahaan berada di tengah masyarakat itu untuk membantu masyarakat sekitar dan stakeholder.

9. Tanya: Bagi bapak, apakah ada dampak positif yang dirasakan?

Jawab: sangat besar dampak dari kegiatan CSR terhadap masyarakat, dengan bekerja di perusahaan itu saya mampu menyekolahkan anak, termasuk bantuan kepada orang tua, saudara-saudara semua, dan

mendapatkan kesempatan bekerja diperusahaan tersebut sehingga biaya kehidupan terpenuhi

10. Tanya: Bagaimana pandangan masyarakat terhadap pelaksanaan CSR di PT. ASN?

Jawab: Dari segi pandangan masyarakat PT. ASN termasuk contoh bagi masyarakat dan dampak citra positif bagi masyarakat, kalau melihat perusahaan ASN citranya positif, karena PT. ASN ini termasuk BUMN kalau sekarang termasuk anak perusahaan. Tapi perusahaan ini bergerak bisnis tapi sangat memperhatikan masyarakat dan karyawan dan lingkungan sekitar untuk kesejahteraan karyawan termasuk stakeholder.

11. Tanya: Berapa persen karyawan di PT. ASN yang merupakan penduduk lokal?

Jawab: Sembilan puluh persen semua penduduk local. Kecuali karyawan pimpinan, karena termasuk dari luar, karena kita khususnya karyawan keras.

12. Tanya: Bagaimana komunikasi perusahaan dengan masyarakat? Apakah pernah ada masalah ?

Jawab: Kalau untuk masyarakat sendiri itu tergantung masyarakat nya , memang ada pro kontra , yang kurang puas dengan mementingkan kepentingan pribadi, kalau yang pro pastinya mementingkan kepentingan orang banyak dan perusahaan pasti tidak pernah bermasalah.

13. Tanya: Bagaimana kondisi masyarakat sebelum adanya CSR dan setelah adanya CSR?

Jawab: Saya termasuk satu di antara dua anak desa Ujung Lamie yang bersekolah pada saat itu. Dan untuk ke sekolah, kita harus menempuh perjalanan kaki hingga 5 Km lebih dari tempat tinggal. Terpaksa seperti ini karena tidak adanya fasilitas pendidikan di desa ini saat itu. Dulu dan sekarang sudah berbeda jauh, saya melihat anak-anak sering tidak sekolah, sering libur sekolah, jalan sering longsor dan rusak, jembatan patah. Tetapi setelah perusahaan ini membantu, saya lihat banyak sekali perubahan dari dulu sampai sekarang. Mudah-mudahan sampai seterusnya, supaya masyarakat di sana berkembang.



**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH**
Nomor: B.1367/Un.08/FDK/KP.00.4/04/2021

Tentang
**Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Genap Tahun Akademik 2020/2021**

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang :** a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat :** 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No. 89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2021, Tanggal 23 November 2020

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :** Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr. 1) Dra. Muhsinah, M. Ag. (Sebagai PEMBIMBING UTAMA)
2) Hanifah, S. Sos. I., M. Ag. (Sebagai PEMBIMBING KEDUA)

Untuk membimbing KKK Skripsi:

Nama : Dira Ranisa
NIM/Prodi : 170401046/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Efektifitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Citra Perusahaan(Kajian Deskriptif terhadap PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie)

- Kedua :** Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2021;
Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini.
Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 9 April 2021 M
26 Sya'han 1442 H

Dekan, Rektor UIN Ar-Raniry,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

Tembusan:
1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry;
3. Pembimbing Skripsi;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Arsip.
Keterangan:
SK berlaku sampai dengan tanggal 8 April 2022



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B.1439/Un.08/FDK/PP.00.9/04/2021

Lamp : -

Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,

PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **DIRA RANISA / 170401046**

Semester/Jurusan : VIII / Komunikasi dan Penyiaran Islam

Alamat sekarang : Darussalam, Aceh Besar

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul ***Efektifitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Kajian Deskriptif terhadap PT. Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie)***

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 16 April 2021

an. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,

Drs. Yusri, M.L.I.S.

Berlaku sampai : 31 Juli 2021



PT. AGRO SINERGI NUSANTARA

KEBUN UJUNG LAMIE

Alamat : Desa Ujung Lamie
Kecamatan Darul Makmur

Email : asnul2011@gmail.com

12 Juli 2021

Nomor : UL / X / 38 / VII / 2021
Hal : Penelitian Ilmiah Mahasiswa
A.n Dira Ranisa/NIM.170401046

Yth : Sdr.Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry B.Aceh

di-

Tempat

Bismillahirrahmannirrahim

Dengan Horrmat,

Sehubungan dengan surat Saudara nomor : B.1439/Un.08/FDK/PP.00.9/04/2021 tanggal 16 April 2021 perihal tersebut di atas, dengan ini kami sampaikan bahwa pada prinsipnya kami merasa tidak keberatan dan mengizinkan kepada Sdri.Dira Ranisa untuk melakukan penelitian ilmiah dengan judul : **Efektifitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Kajian Deskriptif terhadap PT Agro Sinergi Nusantara Kebun Ujung Lamie).**

Sebagai informasi bahwa yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian ilmiah dimaksud dari tanggal 24 April 2021 s.d tanggal 02 Juni 2021.

Demikian diberitahukan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Barakallah.



Hormat kami, 28

Chairuzzaman
Manajer

CZ/sfi/2021