

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Perspektif Kebijakan Strategi Pembangunan Perhutani (RPH) Sukorejo

Febi Alfia Ulfa

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember
Jl. Karimata No. 49 Jember, Jawa Timur, Indonesia
febialf.ulfa.9@gmail.com

ABSTRAK: Kemunculan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan alternatif yang patut dikembangkan untuk membagi arah tanggung jawab perusahaan terhadap berbagai persoalan sosial dan lingkungan masyarakat. CSR dapat dijadikan sebuah strategi keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta wujud kepedulian perusahaan untuk menjaga dan melakukan upaya-upaya terhadap kemungkinan munculnya sikap negatif industrialisasi. Perum Perhutani merupakan salah satu BUMN yang telah melaksanakan CSR di berbagai daerah. Salah satunya terdapat pada Dusun Pondok Jeruk tepatnya di areal Perhutani RPH Sukorejo BKPH Sukosari Kecamatan Sumberwringin. Penelitian ini difokuskan pada bagaimana menjawab masalah dengan memanfaatkan CSR dan upaya-upaya yang dilakukan Perum Perhutani untuk meningkatkan ekonomi dan kualitas masyarakat dengan melakukan pembangunan yang diampu oleh Perum Perhutani RPH Sukorejo. Tujuan yang akan dicapai oleh penulis dalam penelitian kali ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Perum Perhutani RPH Sukorejo dapat meningkatkan ekonomi dan kualitas masyarakat khususnya bagi masyarakat Dusun Pondok Jeruk. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data wawancara serta penentuan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian kali ini menunjukkan bahwa terlaksananya CSR Perum Perhutani RPH Sukorejo pada Dusun Pondok Jeruk dengan melakukan pembangunan TK Tunas Rimba dan juga UMKM Kafe Rimba, sehingga membuat Dusun Pondok Jeruk mengalami kesejahteraan masyarakat yang dibuktikan dengan meningkatnya pendapatan ekonomi dan kualitas masyarakat pada anak-anak usia dini.

Kata kunci: *corporate social responsibility* (CSR), strategi komunikasi pembangunan, *Resort* Pengelolaan Hutan (RPH).

ABSTRACT: The emergence of *corporate social responsibility* (CSR) is an alternative that should be developed to divide the direction of corporate responsibility towards various social and environmental problems of the community. CSR can be used as a strategy for the company to take sides with the community and the environment, as well as a manifestation of the company's concern to maintain and make efforts to prevent the emergence of negative industrial attitudes. Perum Perhutani is one of the SOEs that has implemented CSR in various regions. One of them is located in Pondok Jeruk Hamlet, precisely in the area of Perhutani RPH Sukorejo BKPH Sukosari, Sumberwringin District. This research is focused on how to answer the problem by utilizing CSR and the efforts made by Perum Perhutani to improve the economy and the quality of society by carrying out development that is supported by Perum Perhutani RPH Sukorejo. The purpose to be achieved by the author in this study is to find out and describe how *Corporate Social Responsibility* is carried out by Perum

Perhutani RPH Sukorejo to improve the economy and quality of society, especially for the people of Pondok Jeruk Hamlet. This research uses descriptive qualitative research method with interview data collection and the determination of informants using purposive sampling technique. The results of this study indicate that the implementation of CSR Perum Perhutani RPH Sukorejo in Pondok Jeruk Hamlet by building Tunas Rimba Kindergarten and also MSME Cafe Rimba, thus making Pondok Jeruk Hamlet experience community welfare as evidenced by the increasing economic income and community quality of children aged early.

Keywords: *corporate social responsibility (CSR), development communication strategy, Resort Forest Management (RPH)*

PENDAHULUAN

Kenyataan bahwa adanya sebuah perusahaan dalam lingkungan masyarakat hampir membawa dampak negatif pada warga dalam beberapa pengoperasian sebuah perusahaan tersebut, meskipun memiliki manfaat untuk kesejahteraan dan pembangunan. Sementara itu, penduduk ialah pihak yang tidak mendapatkan kontraprestasi langsung dari industrialisasi, malah mereka wajib menanggung akibat sosial serta area. Wibisono (2007) berkomentar bahwa CSR selaku penanggung jawab industri kepada pemangku kepentingan guna berperilaku etis, meminimalkan akibat negatif serta mengoptimalkan akibat positif yang mencakup aspek ekonomi sosial serta area dalam rangka menggapai tujuan pembangunan berkepanjangan. CSR (*Corporate Social Responsibility*) di Indonesia merupakan amanat peraturan perundang-undangan yaitu, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang TLN No.4274 LN No.67 Penanaman Modal dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 ayat (1) perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau terkait dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

Kemunculan *corporate social responsibility* yang biasa kita kenal dengan kata CSR merupakan alternatif yang patut dikembangkan untuk membagi arah tanggung jawab perusahaan terhadap berbagai persoalan sosial dan lingkungan masyarakat. CSR dapat menjadi sebuah bentuk strategi keberpihakan perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan, serta wujud nyata kegiatan untuk menjaga dan melakukan berbagai upaya terhadap kemungkinan munculnya sikap negatif kepada industrialisasi.

Melakukan pembangunan daerah selaku bentuk *corporate social responsibility* perusahaan

kepada masyarakat sekitar harus didasarkan pada sasaran tertentu yang akan dicapai, untuk sebuah kebijakan yang akan dicapai dalam rangka melaksanakan pembangunan daerah harus memiliki arah yang tepat dan jelas, dalam hal ini arah kebijakan pembangunan disusun berdasarkan analisis kebutuhan pembangunan daerah yang akan di tuju dengan mempertimbangkan berbagai aspirasi masyarakat, kondisi dan kemampuan daerah yang bersangkutan. Perum Perhutani merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang kehutanan dengan wilayah kerja sebagian besar hutan di pulau Jawa serta Madura. Dalam mengelola sumber energi hutan wilayah kerjanya, keterlibatan masyarakat sekitar hutan lumayan besar andilnya, perihal tersebut sejalan dengan visi dari perusahaan mereka yakni "Selaku Pengelola Hutan Secara Lestari untuk Sebesar-besarnya Kemakmuran Rakyat", sehingga pemberdayaan masyarakat dalam rangka kenaikan ekonomi lokal adalah salah satu program dari industri itu sendiri dengan berbagai program yang akan diaplikasikan dan salah satunya adalah pengaplikasian industri melalui program CSR. Dalam melaksanakan tugas serta tanggung jawab tersebut, pihak Perhutani berupaya melindungi dengan menyeimbangkan sumber daya hutan baik ekologis, sosial, serta ekonomi dan memikirkan nilai-nilai kearifan tradisional masyarakat desa hutan yang terbentuk dari interaksi antara anggota masyarakat dengan lingkungannya.

Dari hal tersebut terbangunlah suatu sistem tatanan sosial budaya masyarakat Dusun Pondok Jeruk berupa UMKM Coffee Rimba dan juga TK Tunas Rimba yang merupakan bentuk *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Dusun Pondok Jeruk tepatnya di areal Perhutani RPH Sukorejo BKP Sukosari Kecamatan Sumberwringin.

Berdasarkan latar belakang yang tertera di atas, penulis merasa tertarik untuk meneliti dengan rumusan masalah: Apakah bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perum Perhutani RPH Sukorejo pada Dusun Pondok Jeruk? Bagaimana strategi komunikasi pembangunan yang dilakukan Perum Perhutani Bondowoso dalam melakukan CSR berupa pembangunan UMKM pada Dusun Pondok Jeruk? Apakah yang menjadi pendorong atau motif Perum Perhutani dalam melakukan tanggung jawab sosial perusahaan berupa pembangunan dalam aspek ekonomi dan pendidikan pada Dusun Pondok Jeruk?

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Bogdan dan Taylor sebagaimana dikutip Moleong (2010) mengemukakan bahwa riset kualitatif merupakan prosedur riset yang menciptakan informasi deskriptif yang berbentuk dari beberapa kata tertulis ataupun lisan dari beberapa orang serta sikap yang bisa diamati dalam riset atau penelitian kualitatif. Riset kualitatif jauh lebih subjektif daripada riset ataupun survei kuantitatif, serta memakai tata cara yang sangat berbeda, tercantum dalam hal mengumpulkan data, terutama individu, yakni dengan memakai wawancara secara mendalam. Menggunakan tata cara ini, penulis rasa cocok dengan kasus yang penulis angkat dan penulis dapat menerangkan lebih dalam mengenai kasus yang ada.

Berdasarkan latar belakang di atas pula, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menjelaskan tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Perum Perhutani Dusun Pondok Jeruk tepatnya di areal Perhutani RPH Sukorejo BKPH Sukosari Kecamatan Sumberwringin, serta menjelaskan beberapa kebijakan pembangunan yang dilakukan Perum Perhutani pada Dusun Pondok Jeruk.

TINJAUAN PUSTAKA

Pembahasan yang dilakukan pada penelitian kali ini terdapat beberapa hal yang merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya. Berikut ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu seperti yang dimaksud.

Hari Sutra Disemadi dan Paramita Prananingtyas (2020) melakukan penelitian dengan

judul Kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Strategi Hukum dalam Pemberdayaan Masyarakat Indonesia. Tujuan yang akan dicapai oleh penulis dalam penelitian Hari Sutra Disemadi dan Paramita Prananingtyas (2020) adalah untuk menunjukkan sebuah tanggung jawab perusahaan terhadap segala aspek sosial dan juga lingkungan dengan melakukan program yang sudah tidak asing bagi kita yaitu program *corporate social responsibility* (CSR). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa konsep CSR di Indonesia telah memperoleh legitimasi hukum untuk dapat dilaksanakan oleh perusahaan swasta maupun Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Vicky Ardiansyah dan Nur Dyah Gianawati (2015) melakukan penelitian dengan judul *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perum Perhutani di Kecamatan Kalipuro, Kabupaten Banyuwangi. Penulisan ini memiliki tujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan dan, menjelaskan CSR di Perum Perhutani di Kecamatan Kalipuro, Kabupaten Banyuwangi serta menjelaskan kendala apa saja yang dialami dan manfaat dari implementasi program tersebut. Hasil penelitian menunjukkan terlaksananya program peningkatan kesejahteraan masyarakat yang dibuktikan dengan peningkatan pendapatan dan pengetahuan tentang tumbuhan dan kelembagaan.

Sunaryo (2013) melakukan penelitian dengan judul *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Perspektif Pembangunan Berkelanjutan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui aspek yuridis pengaturan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perspektif pembangunan berkelanjutan dan penyusunan program-program CSR yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kaitannya dengan pembangunan berkelanjutan adalah pengaturan CSR banyak ditemukan di berbagai peraturan perundang-undangan, salah satunya pada UUD 1945 dan juga di berbagai undang-undang sektoral lain, baik yang khusus mengatur perusahaan swasta maupun bagi perusahaan Badan Usaha Milik Negara.

***Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Bagi Carroll sebagaimana dikutip Unang (2011)

CSR merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar, yang meliputi berbagai aspek salah satunya adalah aspek ekonomi, hukum, etika serta donasi pada isu sosial. Dari konsep menunjukkan bahwa masing-masing perusahaan dalam bentuk kegiatan CSR harus memandang beberapa aspek, sebab dari beberapa aspek yang dikemukakan oleh Carroll itu bersifat membagikan donasi dalam kepedulian dan pengembangan terhadap sebagian aspek yang telah dipaparkan oleh Carroll.

Sebutan CSR mulai diterapkan semenjak tahun 1970-an setelah John Elkington tingkatkan tiga komponen penting *sustainable development*, adalah *economic growth*, *environmental protection*, serta *social equity*, yang diungkapkan juga oleh *The World Commission on Environment and Development* (WCED) dalam Brundtland Report (1987). Ditegaskan Elkington bahwa CSR dikemas dalam tiga fokus yang disingkat 3P, singkatan dari *profit*, *planet*, serta *people*. Penjabarannya adalah perusahaan yang baik tidak hanya terpikat dan mengejar pada keuntungan ekonomi belaka (*profit*). Melainkan pada kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat sekitar yang bersangkutan (*people*).

Pembangunan yang berkelanjutan diharapkan dapat menjadi pemikiran untuk setiap perusahaan sehingga dalam kegiatan usahanya tidak berakibat merugikan bagi lingkungan sekitar khususnya di area perusahaan. Aneka aktivitas CSR yang biasa dijalankan dan berkaitan dengan penghijauan, penyediaan fasilitas air bersih, revisi permukiman, dan juga pembuatan UMKM ataupun sarana pembelajaran untuk warga sekitar.

Strategi Komunikasi Pembangunan

Konsep komunikasi pembangunan mulai diperkenalkan di masa 60-an (pasca-Perang Dunia kedua). Konsep ini timbul untuk mengatasi keterpurukan, kemiskinan, ketidakberdayaan, serta keterbelakangan negara-negara yang menjadi korban perang. Komunikasi pembangunan digunakan guna menjembatani arus data baru dari pemerintah kepada warga ataupun sebaliknya, dari warga kepada pemerintahan (Ikhsan, 2014). Komunikasi pembangunan dalam makna luas ialah kegiatan

pertukaran pesan secara timbal balik antara pihak-pihak yang ikut serta dalam sesuatu pembangunan, yaitu antara warga dengan pemerintah, mulai dari proses perencanaan, penerapan, serta evaluasi terhadap pembangunan. Sebaliknya dalam makna kecil, komunikasi pembangunan ialah seluruh upaya serta metode penyampaian gagasan serta keterampilan-keterampilan pembangunan yang berasal dari pihak yang menggerakkan pembangunan, serta diperuntukan kepada warga luas. Aktivitas tersebut bertujuan supaya warga yang dituju bisa menguasai, menerima serta berpartisipasi dalam melakukan gagasan-gagasan yang di informasikan (Nasution, 2012). Dalam suatu pembangunan, tugas pokok komunikasi dalam rangka pembangunan nasional bagi Schramm, ialah:

- a. Mengantarkan data tentang pembangunan kepada warga, supaya mereka mengenali akan artinya pergantian, peluang serta metode mengadakan pergantian, dan fasilitas untuk melaksanakan pergantian.
- b. Mengajak warga untuk berperan aktif dalam proses pembuatan keputusan dalam buku Komunikasi Pembangunan (Nasution, 2012) mengenali tiga aspek komunikasi serta pembangunan yang berkaitan dengan tingkatan analisisnya, yaitu dengan pendekatan yang berfokus pada pembangunan suatu bangsa, serta bagaimana media massa bisa menyumbang dalam upaya tersebut, pendekatan yang juga dimaksudkan untuk menguasai peranan media massa dalam pembangunan nasional, tetapi jauh lebih khusus serta pendekatan yang berorientasi kepada pergantian yang terjalin pada sesuatu komunitas lokal ataupun desa.

Bagi *Academy for Educational Development* (AED) 1985 (Nasution, 1998) ada empat strategi komunikasi dalam komunikasi pembangunan yang telah digunakan sepanjang ini, ialah:

- a. **Strategi Bersumber pada Media (*media based strategy*)**

Strategi ini biasanya komunikator memakai media yang disukai serta

terletak di dekat mereka. Strategi ini ialah metode yang sangat mudah, sangat terkenal, namun kurang efisien. Strategi media ini secara bentuk mengawali rencananya dengan mempertanyakan “apa yang bisa dicoba”, “media apa yang baik”.

b. Strategi Desain Instruksional

Strategi ini umumnya digunakan oleh para pendidik, mereka memfokuskan strateginya pada pendidikan setiap individu kepada sasaran yang akan dituju. Para desainer instruksional ialah orang-orang yang berorientasi rencana dan sistem. Secara tipikal aktivitas mereka bisa digolongkan ke dalam tiga tahapan yang luas serta saling berkaitan yakni perencanaan, implementasi serta penilaian.

c. Strategi Komunikasi Partisipatori

Dalam strategi ini prinsip-prinsip berarti dalam mengorganisasikan aktivitas merupakan kerja sama komunitas serta perkembangan individu. Yang diutamakan dalam strategi ini bukan hanya pada berapa banyak data yang akan dipelajari seseorang melalui program komunikasi pembangunan, namun lebih pada pengalaman keikutsertaan mereka selaku seorang yang sederajat dalam proses berbagai pengetahuan serta keahliannya.

d. Strategi Pemasaran

Strategi komunikasi yang sifatnya langsung serta dapat terasah dan dilakukan dalam prinsip *social marketing* adalah metode pemasaran yang tidak hanya mencari keuntungan yang diperoleh dari suatu penjualan, melainkan memfokuskan pada apa yang konsumen perlukan dan inginkan.

Resort Pengelolaan Hutan (RPH)

Kenaikan kapasitas lembaga unit terkecil dalam hal ini *resort*, merupakan salah satu upaya pembenahan ke dalam terhadap suatu pengelolaan kawasan konservasi. Selaku pemegang kendali dari suatu

keberhasilan pengelolaan kawasan hutan yaitu terletak pada peranan petugas lapangan (*resort*) selaku unit pengelolaan terkecil.

Perhutani merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) berupa Perusahaan Umum (Perum) yang mempunyai tugas serta wewenang untuk mengelola sumber daya hutan negara di pulau Jawa serta Madura. Peran strategis Perhutani adalah mendukung dan mendorong sistem kelestarian lingkungan, sistem sosial budaya serta sistem perekonomian warga perhutanan. Dalam mengelola industri, Perhutani menghargai segala ketentuan mandatory serta voluntary guna menggapai Visi serta Misi perusahaan. Perhutani selalu optimis akan keberhasilan masa depan pengelolaan sumber daya hutan serta lingkungan berdasarkan keadaan hutan yang ada, kekuatan visi yang ingin dicapai serta konsistensi pelaksanaan standar internasional pengelolaan hutan selaku pendukung bisnis yang berkepanjangan.

Resort Pengelolaan Hutan adalah kawasan hutan dalam wilayah KPH yang merupakan bagian dari wilayah KPH yang dipimpin oleh Kepala Resort KPH dan bertanggung jawab kepada Kepala KPH. Resort Pengelolaan Hutan (RPH) juga termasuk unit yang dibentuk berdasarkan luasan daerah yang ditentukan, letak geografis dan fungsi kawasan hutan dalam wilayah kerja UPT KPH untuk melaksanakan kegiatan operasional dan kegiatan penunjang lainnya.

METODOLOGI

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Bogdan serta Taylor dalam Moleong (2010) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif merupakan prosedur riset yang menciptakan informasi deskriptif berbentuk kata-kata yang dapat tertulis ataupun lisan dari beberapa orang serta sikap yang dapat diamati oleh peneliti. Penelitian atau riset kualitatif jauh lebih subjektif dari pada riset ataupun survei kuantitatif, juga menggunakan tata cara yang sangat berbeda dengan penelitian atau riset kualitatif, tercantum dalam perihal pengumpulan data, terutama individu, yaitu dengan memakai wawancara secara mendalam serta grup fokus. Menggunakan tata cara ini, penulis rasa cocok dengan kasus yang penulis angkat serta

penulis bisa menerangkan lebih dalam mengenai kasus yang bersangkutan. Teknik pengumpulan data pada penelitian kali ini yaitu dengan menggunakan sumber data primer dan data sekunder.

Adapun dalam penelitian ini sumber data primer adalah pelaku atau tenaga kerja UMKM *Cafe Rimba* yang mencakup sebagai guru dalam TK Tunas Rimba Perhutani. Dalam Denzin & Lincoln (2009) wawancara adalah cara bersosialisasi dengan orang lain atau pertemuan antara dua manusia yang di dalamnya melakukan pembicaraan maupun interaksi dalam waktu tertentu. Sumber data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung dan menopang data primer yaitu melalui studi kepustakaan, dokumentasi, buku majalah, arsip tertulis yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti pada penelitian ini. Dalam hal ini sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, semisal nya memberikan data tersebut melalui orang lain atau dokumen-dokumen yang peneliti cari.

Teknik penarikan sampel dalam penelitian kali ini adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Dengan memakai teknik *purposive sampling* peneliti dapat menemukan dengan mudah Kebijakan Strategi Pembangunan Perhutani (RPH) Sukorejo. *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan ilustrasi yang bersumber pada informasi dengan pertimbangan tertentu. Perkembangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap tahu tentang apa yang kita harapkan ataupun bisa jadi ia selaku penguasa terhadap objek yang akan peneliti tuju, sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek ataupun suasana yang diteliti. Dalam penelitian kali ini peneliti mengambil beberapa sampel berdasarkan kebutuhan peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perhutani merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) berupa Perusahaan Umum (Perum) yang mempunyai tugas serta wewenang untuk mengelola sumber daya hutan negara di Pulau Jawa serta Madura. Kedudukan strategis Perhutani adalah

mendukung sistem kelestarian lingkungan sekitar, sistem sosial budaya serta sistem perekonomian masyarakat perhutanan. Banyak upaya yang telah dilakukan oleh pihak perhutani dalam meningkatkan hal tersebut dan salah satunya adalah dengan mengaplikasikan program CSR kepada masyarakat untuk meningkatkan hal tersebut. Perhutani selalu berpikir optimis akan keberhasilan masa depan pengelolaan sumber daya hutan dan lingkungan berdasarkan kondisi hutan yang ada, kekuatan visi yang ingin dicapai dan konsistensi penerapan standar internasional pengelolaan hutan sebagai pendukung bisnis yang berkelanjutan.

Wilayah kerja Perum Perhutani sebagai induk meliputi sebagian besar kawasan hutan di Pulau Jawa dan Madura, mencakup hutan lindung dan hutan produksi dengan total luas kawasan sebesar 2.445.201 ha. Sejarah Perhutani dimulai ketika pemerintah Hindia Belanda membentuk Djawatan Kehutanan berdasarkan Government Besluit No. 21 tanggal 9 Februari 1897. Perhutani kemudian mendapat mandat dari Negara pada tahun 1961 untuk mengelola lahan hutan dengan prinsip kelestarian. Tahun 2010 pemerintah mengatur pengelolaan kehutanan Negara dalam Peraturan Pemerintahan No. 72 tentang Perusahaan Umum Kehutanan Negara (Perum Perhutani) kemudian Perhutani berkembang menjadi *holding* BUMN kehutanan pada tahun 2014 melalui PP No. 73 tentang penyertaan modal negara Republik Indonesia ke dalam modal perusahaan umum (PERUM) Kehutanan Negara.

Corporate Social Responsibility (CSR) Perum Perhutani RPH Sukorejo

Corporate Social Responsibility yang terdapat di Perum Perhutani merupakan hal yang dapat dijelaskan melalui beberapa bantuan pembangunan yang dilakukan oleh Perum Perhutani salah satunya terdapat pada Dusun Pondok Jeruk. Dalam hal ini Perum Perhutani RPH Sukorejo menetapkan program pembangunan masyarakat dan peningkatan kompetensi sumber daya manusia yang mendukung pendidikan anak usia dini berupa pembangunan TK PAUD Tunas Rimba dan kesejahteraan perekonomian masyarakat berupa pembangunan UMKM pada Dusun Pondok Jeruk, sebagai sarana tampung bagi

petani kopi yang ingin menjualkan hasil panen kopinya.

Berdasarkan hasil penelusuran peneliti saat melakukan tinjauan lokasi. Terdapat salah satu UMKM yang merupakan bentuk CSR Perum Perhutani pada Dusun tersebut, yaitu UMKM *Cafe Rimba*.



Gambar 1. UMKM Rimba Coffee

Sumber: Peneliti, 2021

Cafe Rimba merupakan sebuah UMKM yang bergerak pada bidang kuliner yang menyediakan berbagai hasil panen ciri khas dataran Ijen, yaitu berbagai macam kopi. Terdapat beberapa macam kopi seduh yang disediakan, seperti kopi robusta, kopi arabika dan sebagainya.

Cafe ini bertempat di dataran tinggi Bondowoso tepatnya di daerah kawah Ijen, Bondowoso. Dengan pemandangan hutan di sekelilingnya dan juga Dusun Pondok Jeruk sebagai pelengkap. Dalam pencarian *cafe* ini tidak butuh waktu lama untuk menemukannya dikarenakan tempatnya yang strategis di samping jalan utama menuju kawah Ijen dan kawah Wurung. Sehingga para wisatawan dapat meluangkan waktunya tanpa perlu bersusah payah untuk mencari tempat beristirahat melepas lelah setelah mendaki, dikarenakan tempatnya yang mudah ditemui oleh orang sekitar.

Dibawahi oleh Perhutani RPH Sukorejo BKPH Sukosari Kecamatan Sumberwringin dan dikelola oleh beberapa guru PAUD yang bermukim di daerah tersebut. Selain itu, bukan hanya membangun program CSR dalam perekonomian saja, Perum Perhutani RPH Sukorejo juga membangun program dalam mensejahterahkan masyarakat khususnya pada anak usia dini. Dalam hal ini Perum Perhutani juga bekerja sama dengan Dusun Pondok Jeruk untuk membangun TK PAUD Tunas Rimba.



Gambar 2. TK PAUD Tunas Rimba

Sumber: Peneliti, 2021

Perlunya SDM dan kesejahteraan masyarakat serta minimnya Pendidikan Anak Pada Usia Dini (PAUD) pada desa tersebut membuat Perhutani mengambil langkah maju untuk membangun TK PAUD Tunas Rimba Pondok Jeruk melalui program pembangunan *Corporate Sosial Responsibility*, dalam hal itu pula pihak Perhutani memberikan apresiasi bahwa sekolah merupakan sarana pendidikan bagi anak usia dini sehingga anak-anak memang seharusnya dididik dengan ajaran-ajaran yang berguna, bukan malah terperdaya oleh kecanggihan teknologi yang menyerang anak-anak untuk melupakan persoalan belajar.



Gambar 3. Poster PAUD Tunas Rimba

Sumber: Peneliti, 2021

Strategi Komunikasi Pembangunan Perhutani Pada UMKM *Cafe Rimba*

Setiap menjalankan atau membangun UMKM di sebuah desa atau perkotaan, pasti selalu diperlukannya sebuah komunikasi kepada masyarakat yang bersangkutan guna memperlancar setiap pembangunan yang akan dilaksanakan RPH Sukorejo guna mengaplikasikan *Corporate Sosial Responsibility* kepada masyarakat Dusun Pondok Jeruk. Maka dari itu pihak yang bersangkutan dalam CSR yakni Perum Perhutani harus melakukan sebuah rentetan visi misi ataupun ide komunikasi dalam melakukan sebuah strategi pembangunan

pada desa ataupun tempat yang dituju. Maka dari itu dilakukannya sebuah strategi komunikasi berupa komunikasi pembangunan menurut *Academy for Educational Development (AED) 1985* dalam Nasution (1998). Terdapat empat strategi komunikasi dalam komunikasi pembangunan yang telah digunakan selama ini, yaitu:

a. Strategi Berdasarkan Media (*Media Based Strategy*)

Pihak Perhutani dan para anggota yang bersangkutan dengan UMKM Rimba Coffee melakukan strategi komunikasi pembangunan melalui media dan saluran komunikasi sebagai media promosi untuk memperkenalkan kepada masyarakat tentang adanya UMKM Rimba Coffee. Dalam strategi ini bahwasanya komunikator menggunakan media yang disukai dan hal tersebut berada di sekitar mereka. Strategi ini merupakan teknik yang paling mudah, paling populer, tetapi memiliki beberapa kekurangan salah satunya adalah kurang efektif. Seperti yang tertera pada kerangka pemikiran bahwa *media based strategy* yang dilakukan oleh Perum Perhutani dan beberapa tenaga kerja yang ada pada Rimba Coffee, mengusung *media based strategy* melalui media elektronik dan media cetak agar dapat memperluas jangkauan pasar seperti *via* Instagram, *Story* Whats Apps, dan beberapa aplikasi terkemuka yang dapat mempermudah pencarian UMKM tersebut. Tidak hanya sampai situ saja, Perum Perhutani beserta beberapa orang yang bersangkutan memasang beberapa baliho ataupun poster di sepanjang jalan dan juga di depan Rimba Coffee agar UMKM tersebut dapat diketahui oleh para wisatawan yang sedang berkunjung ke kawah Ijen ataupun kawah Wurung.

b. Strategi Desain Instruksional

Desain instruksional berorientasi pada rencana dan sistem. Mereka pertama-tama melakukan identifikasi mengenai kriteria yang hendak dicapai, kriteria keberhasilan, partisipan, sumber-sumber, pendekatan yang digunakan, dan waktu pelaksanaan. Strategi komunikasi desain intruksional yang dilakukan oleh Perum Perhutani adalah dengan mengubah pola pikir serta perilaku warga sekitar yang bersangkutan dengan program

Corporate Sosial Responsibility (CSR) dengan berbau bersama para warga serta melakukan beberapa pendekatan mengenai hasil panen kopi dan semacamnya. KRPH Sukorejo juga menyampaikan saat ini Perhutani bersama LMDH Sukorejo Makmur dan TK Tunas Rimba masih merintis untuk mendapatkan label pengolahan kopi dari daerah Sukorejo dan kami bersama rekan-rekan berkeinginan membentuk koperasi yang akan menaungi para petani kopi nantinya. Dalam hal ini pula, banyak terjadi proses komunikasi dan tahapan perencanaan komunikasi kepada para warga yang bersangkutan dalam program CSR untuk mensosialisasikan segala informasi dan kebijakan dari pemerintah tentang hal tersebut. Karena lancarnya komunikasi yang terjadi antara pihak Perhutani dengan warga yang bersangkutan dalam melakukan pemberdayaan, hingga akhirnya proses yang dilakukan antara dua belah pihak berjalan lancar.

c. Strategi Komunikasi Partisipatori

Dalam strategi ini prinsip-prinsip penting dalam mengorganisasikan kegiatan adalah kerja sama komunitas dan mengikutsertakan orang lain yang berpengalaman dalam bidang tersebut. Yang diutamakan dalam strategi ini bukan hanya pada berapa banyak informasi yang dipelajari atau didapat seseorang melalui program komunikasi pembangunan, tetapi lebih pada pengalaman keikutsertaan mereka sebagai seorang yang sederajat dalam proses berbagai pengetahuan dan keterampilan yang disediakan. Para tenaga kerja yang bertugas menjalankan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Rimba Coffee adalah tenaga pengajar yang juga bertugas di TK Tunas Rimba yang mana pula lembaga tersebut masuk ke dalam program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* Perhutani.

d. Strategi Pemasaran

Strategi komunikasi yang memiliki sifat paling langsung dan terasa biasa dilakukan dalam prinsip *Social Marketing*; yaitu teknik pemasaran yang tidak hanya mencari keuntungan yang diperoleh dari sebuah penjualan, melainkan memfokuskan pada apa yang konsumen butuhkan dan inginkan.

Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh pihak Perhutani dan beberapa tenaga kerja yang bersangkutan pada program pemberdayaan adalah memasang beberapa baliho, dan juga menghias tempat tersebut dengan furnitur serba kayu, sehingga hal tersebut dapat membuat para wisatawan tertarik berkunjung. Dengan memilih tempat strategis yang terletak di pinggir jalan utama menuju wisata Kawah Ijen dan Kawah Wurung, hal tersebut merupakan salah satu teknik *marketing* yang dilakukan Perhutani agar masyarakat dapat menemukan tempat tersebut dengan mudah.

Corporate Social Responsibility (CSR) Ciptakan Kopi Unggulan dengan Pembangunan UMKM Cafe Rimba

Seperti kita ketahui Kabupaten Bondowoso, banyak mempunyai lahan tanaman kopi yang berpotensi dengan nilai ekonomi besar, jika dikelola dengan maksimal, hal ini tentunya dapat menunjang perekonomian masyarakat petani kopi. Dalam pencarian data, peneliti menemukan adanya beberapa jenis kopi yang ditanam warga, namun yang paling banyak diminati para penikmat kopi adalah jenis kopi arabica, bahkan jenis kopi hasil produksi petani Sukorejo sudah dipasarkan di pasar lokal dan nasional, bahkan menembus pasar internasional atau ekspor ke luar negeri.

Saat ini Perhutani bersama LMDH Sukorejo Makmur dan TK Tunas Rimba masih merintis untuk mendapatkan label pengolahan kopi dari daerah Sukorejo, dan KRPH Sukorejo menyatakan bahwa tujuan merintis label pengolahan kopi menunjukkan bahwa kopi yang diproduksi berasal dari wilayah RPH Sukorejo memiliki cita rasa yang khas dan konsumen tidak khawatir untuk membeli karena kopi tersebut memiliki izin resmi dari dinas yang berwenang. Dengan demikian hasil produksi kopi akan memiliki nilai jual tinggi dan siap bersaing di pasaran, baik pasar lokal, nasional, maupun internasional. Sementara itu, pembentukan koperasi sebagai wadah untuk menaungi petani kopi yang ada di wilayah RPH Sukorejo lebih semangat lagi mengelola kopi dengan maksimal dan diharapkan dengan adanya koperasi dapat membantu kebutuhan petani kopi.

KESIMPULAN

Hasil penelitian kali ini menunjukkan bahwa Perum Perhutani RPH Sukorejo harus melakukan beberapa strategi pembangunan dalam kebijakan pembangunan yang akan dituju guna mempermudah jalannya CSR, seperti dalam strategi komunikasi berupa komunikasi pembangunan menurut *Academy for Educational Development (AED) 1985* dalam Nasution (1998). Terdapat empat strategi komunikasi pembangunan yang telah digunakan selama ini, yaitu: strategi berdasarkan media, strategi desain instruksional, strategi komunikasi partisipatori, dan yang terakhir strategi pemasaran. Bukti bahwa terlaksananya CSR Perum Perhutani RPH Sukorejo pada Dusun Pondok Jeruk berupa pembangunan TK Tunas Rimba dan juga UMKM Rimba Coffee yang membuat Dusun Pondok Jeruk mengalami peningkatan kesejahteraan masyarakat yang dapat dibuktikan dengan meningkatnya pendapatan ekonomi dan kualitas masyarakat pada anak-anak usia dini.

DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto, *Corporate Social Responsibility*, 2007, Jakarta: Consulting Group.
- Asren, Nasution. 2012. *Membangun Karakter Bangsa*. Jakarta: Prenada.
- Bogdan dan Taylor, 2010 J. Moleong, Lexy. 1989. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Bogdan dan Taylor. 2012. *Prosedur Penelitian*. Dalam Moleong, Pendekatan Kualitatif. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brundtland, G.H., editor. 1987. *Report of The World Commission on Environment and Development*, The United Nation.
- Budimanta, A. 2007. *Petani, Perusahaan, dan Pemerintah Perlu Jalin Aliansi Strategis*. Wawancara dalam *Majalah Hortikultura*, Tahun VII, Nomor 67, Agustus 2007. CV Sabena Utama. Jakarta.
- CSR Adalah, <https://www.gurupendidikan.co.id/csr-adalah/>

- Denzin & Lincoln. 2009. Handbook of Qualitative Research. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ikhsan, Putra Muhammad., Suharyono dan Abdillah, Yusri. 2014. Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada pengguna LINE di Asia). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)Vol. 12, No. 1, halaman: 1-10.
- KPH Lawu DS, <https://perhutani.co.id/tentang-kami/struktur-organisasi-perum-perhutani/divisi-regional/jatim/kph-lawu-ds/>
- Mengenal Apa Itu Corporate Social Responcibility (CSR), Manfaat dan Jenisnya, <https://idcloudhost.com/mengenal-apa-itu-csr-manfaat-dan-jenisnya/>
- Academy For Educational Development (AED) 1985 dalam Nasution. 1998.
- Pengembangan Kebijakan Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia, http://berkas.dpr.go.id/puslit/files/buku_tim/buku-tim-public-112.pdf
- Sugiyono, 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) <https://communication.binus.ac.id/2015/11/03/tanggung-jawab-sosial-perusahaan-corporate-social-responsibility/>
- Tanggung Jawab Sosial dan Perusahaan: Pengertian dan Contohnya, <https://accurate.id/bisnis-ukm/tanggung-jawab-sosial-perusahaan/>
- Unang Mulkhan (2011) “Peran Pemerintah dalam Kebijakan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Upaya Mendorong Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development).” Jurnal, ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan, Vol.2, No.1.
- Yusuf Wibisono, 2007, Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility), PT Gramedia, Jakarta.