

ABSTRAK LAPORAN PENELITIAN

Beroperasinya sebuah perusahaan haruslah mengingat dan memperhatikan gejala sosial budaya yang ada di sekitarnya. Karena bagaimanapun korporat adalah bagian dari masyarakat itu sendiri sehingga dengan demikian apapun yang terjadi dalam masyarakat akan mempengaruhi dunia korporat dan sebaliknya.

Konsep *corporate social responsibility* melibatkan tanggungjawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumberdaya masyarakat, juga komuniti setempat (lokal). Kemitraan ini merupakan tanggungjawab bersama secara sosial antar stakeholders. Untuk itu diperlukan sebuah wadah program yang berbasis pada masyarakat yang sering disebut sebagai *community development* untuk menciptakan kemandirian komuniti lokal.

Penelitian ini mencoba menganalisis program *community development* yang dilakukan oleh PT. Semen Padang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program *community development* yang telah dilakukan oleh PT. Semen Padang lebih banyak dalam kategori *community services* yaitu mencapai 54% dari total dana yang dikeluarkan. *Community services* ini meliputi seperti pembangunan fisik (jalan, jembatan, mesjid, dll), olah raga, kesenian, dll. Selain itu korporat (PT. Semen Padang) belum memiliki pemahaman yang baik tentang merancang program *community development*, sehingga program-program yang dibuat hanya bersifat *charity* (derma) atau tekanan politik yang lebih besar bukan pemberdayaan masyarakat. Sehingga akibatnya tujuan dari program untuk mencapai kemandirian masyarakat belum tercapai.

Adapun kendala-kendala yang dihadapi dalam *community development* antara lain (1) Baik masyarakat maupun *Community development officer* korporat tidak berpengalaman dalam merancang program, sehingga program lebih banyak berdasarkan proposal yang masuk. (2) Perbedaan status dan kecakapan, sebagaimana kita ketahui dari segi pendidikan tentu pihak korporat lebih memiliki pendidikan tinggi dibandingkan dengan masyarakat. (3) Komitmen tepat waktu. Korporat memiliki jadwal-jadwal yang sudah diatur dengan sangat ketat untuk setiap kegiatan yang sulit disesuaikan dengan kondisi masyarakat.

Tampaknya, untuk terwujudnya sebuah program *community development* yang bertujuan untuk membawa komuniti lokal menuju kemandiriannya disarankan: "Program tidak hanya dikelola oleh korporat tetapi juga dapat dengan menggunakan lembaga lain sebagai pihak ketiga walaupun masih dibawah pengawasan perusahaan atau kalau korporat tidak ingin dikelola oleh pihak ketiga sebaiknya *community development officer* dibekali dulu dengan metode dan prinsip-prinsip *community development*".

**Community Development Sebagai Salah Satu Bentuk
Tanggung Jawab Sosial Korporat (Corporate Social Responsibility)
(Studi Kasus: PT. Semen Padang)**

I. Pendahuluan

Implikasi praktis globalisasi bagi dunia bisnis adalah semakin lebarnya pasar-pasar bagi produk-produk mereka dan tempat-tempat untuk berusaha. Secara implikatif pula, kalangan bisnis juga dituntut untuk memiliki suatu tanggungjawab sosial terhadap masyarakat yang lebih luas karena dalam konteks ini dunia bisnis atau pihak korporat adalah bagian dari masyarakat itu sendiri sehingga dengan demikian apapun yang terjadi dalam masyarakat akan berpengaruh terhadap dunia bisnis. Demikian pula sebaliknya, apapun yang terjadi dalam internal korporat juga akan berpengaruh kepada masyarakat yang lebih luas. Untuk itu sudah sewajarnya dunia bisnis dituntut tanggung jawab sosialnya.

Ahkir-akhir ini, kata-kata CSR atau Corporate Social Responsibility, tanggung jawab sosial korporat, bagi dunia korporat (multinasional) mempunyai makna yang penting. Kata-kata ini seakan-akan menjadi kunci dari semua permasalahan sosial yang dihadapi oleh perusahaan dan masyarakat local. Benarkah demikian dan apa kaitan konsep ini dengan program community development yang dikembangkan oleh korporat.

Konsep *corporate social responsibility* melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumberdaya masyarakat, juga komuniti setempat (lokal). Kemitraan ini tidaklah bersifat pasif dan statis. Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antar *stakeholders*. Konsep kedermawanan perusahaan (*corporate philanthropy*) dalam tanggungjawab sosial tidak lagi memadai, karena itu konsep tersebut tidak melibatkan kemitraan tanggung jawab perusahaan secara sosial dengan *stakeholders* lainnya.

Secara hakekat, *community development* bagi kalangan industrial atau korporat merupakan suatu proses adaptasi sosial budaya yang dilakukan oleh industri, pemerintah pusat dan daerah terhadap kehidupan komuniti-komuniti lokal. Artinya bahwa industri adalah sebuah elemen dari serangkaian elemen hidup yang berlaku di masyarakat. Sebagai salah satu elemen, berarti industri masuk dalam struktur sosial masyarakat setempat dan berfungsi terhadap elemen lainnya yang ada. Dan dengan kesadarannya, industri harus dapat membawa komuniti-komuniti lokal bergerak menuju kemandiriannya tanpa merusak tatanan sosial budaya yang sudah ada. (Rudito, 2003). Dengan kata lain masyarakat terdiri dari berbagai komuniti (komuniti lokal, komuniti pendatang, komuniti industri, dll) yang kesemuanya saling mempengaruhi, berinteraksi dan beradaptasi sebagai anggota masyarakat. Lebih jauh berarti adanya kesetaraan, saling menghargai dalam sosial budaya yang beragam atau multikultural. Kesetaraan sebagai suatu kesatuan komuniti, saling menghargai dan mengakui adanya perbedaan yang berarti tidak adanya usaha untuk saling mendominasi antar masing-masing *stakeholders* yang didalamnya terkandung pengutamaan hak azasi manusia (Rudito, 2003; Prasetijo, 2003).

Dengan mengacu penjelasan tersebut diatas maka program community development dapatlah kita katakan bahwa ia adalah salah satu wujud dari komitmen CSR yang sifatnya nyata dan krusial sebab ia akan bersentuhan langsung dengan masyarakat lokal. Dilain sisi, program community development yang dilakukan tanpa konsep yang jelas akan dilihat sebagai suatu program tempelan dan sifatnya responsive saja.

Beroperasinya sebuah perusahaan haruslah mengingat dan memperhatikan keadaan gejala sosial budaya yang ada di sekitarnya, sehingga dengan adanya pergerakan sosial budaya komuniti-komuniti sekitar yang nyata-nyata bervariasi, akan dapat menghambat berjalannya perusahaan itu sendiri, seperti munculnya kecemburuan sosial akibat dari pola hidup dan pendapatan yang sangat jauh berbeda antara perusahaan (pegawai perusahaan) dengan komuniti-komuniti sekitar. Memang dengan adanya keberadaan suatu perusahaan di suatu daerah, maka akan dapat mendorong bermunculannya kegiatan-kegiatan sosial ekonomi komuniti sekitarnya, seperti adanya perusahaan-perusahaan jasa penunjang kehidupan perusahaan yang besar. Akan tetapi kemunculan perusahaan jasa ini pada umumnya berasal dari luar komuniti lokal dengan model usaha yang berbeda dengan komuniti lokal.

Untuk meningkatkan peran serta anggota masyarakat dalam kegiatan perusahaan atau paling tidak untuk menjaga munculnya ketidaksetaraan sosial ekonomi anggota komuniti lokal dengan perusahaan atau dengan pendatang lainnya diperlukan suatu cara untuk meningkatkan daya saing dan mandiri komuni lokal. Kemudian untuk itu diperlukan suatu wadah program yang berbasis pada masyarakat yang sering disebut sebagai *community development* untuk menciptakan kemandirian komuniti lokal untuk menata sosial ekonomi mereka sendiri. Disini tampak bahwa industri merupakan sebuah komuniti pendatang yang berusaha di daerah komuniti lokal sebagai pemegang hak ulayat, serta komuniti pendatang lainnya yang hidup atau mencari kehidupan di daerah tersebut. Kesemua komuniti ini dengan ciri sosial budaya serta suku bangsa dan pola kehidupan yang berbeda, hidup dalam satu kesatuan masyarakat.

Ada tiga alasan penting mengapa perusahaan melakukan kegiatan *community development*, (Departemen Energi dan Sumberdaya Mineral RI, 2004) antara lain:

1. Karena untuk mendapatkan izin lokal.
Izin lokal disini dimaksudkan sebagai usaha perusahaan untuk bisa beradaptasi dengan komuniti lokal dalam kerangka menciptakan harmonisasi kegiatan usaha dengan komuniti lokal. Izin lokal bukan hanya secara administrasi tetapi secara sosial.
2. Mengatur dan menciptakan strategi kedepan yang dilakukan bersama-sama dengan anggota masyarakat dalam rangka mengembangkan kemandirian masyarakat.
3. Program *community development* mempunyai potensi untuk meningkatkan nilai usaha terhadap perusahaan (hubungannya dengan *good corporate governance*).

Awalnya program *community development* lekat dengan kesan derma (*charity*) dan pembangunan fisik atau bahkan dengan pendekatan-pendekatan kekerasan. Kadang juga biaya program *community development* lebih mengacu pada tekanan keadaan yang lebih besar (politik), yang cenderung kepada nilai komoditi (baca: iklan), seperti sumbangan kepada kegiatan-kegiatan yang bersifat jauh dari membantu masyarakat lokal setempat seperti pembiayaan kegiatan-kegiatan oleh raga yang tidak melibatkan komuniti dan masyarakat lokal yang dananya diambil dari dana program *community development* dan atau menomorduakan keadaan komuniti-komuniti sebagai anggota masyarakat.

Kini pendekatan-pendekatan seperti tersebut tidak dapat dijadikan tumpuan. Sudah seharusnya muncul kesadaran baru dalam industri yang memandang bahwa program-program *community development* tidak hanya sebagai program peredam konflik atau pajangan semata, tetapi sebagai elemen utama dalam menjaga stabilitas usaha/investasi.

Tanggungjawab sosial korporat pada era tahun 1970 an dan 1980 an pada dasarnya tidak begitu peduli terhadap sebagian besar komuniti lokal yang pola hidupnya sangat jauh berbeda dengan komuniti korporat. Hal ini banyak disebabkan korporat lebih menggunakan aturan-aturan nasional dan menganggap ukuran-ukuran yang ada dalam komuniti lokal harus mengikuti ukuran-ukuran nasional. Sehingga pemahaman yang terjadi terhadap komuniti lokal akan bervariasi tergantung dari keadaan komuniti lokal yang bersangkutan dengan bersumber pada aturan nasional

Berbeda halnya dengan komuniti lokal yang menggunakan ukuran-ukuran mereka sendiri dalam menanggapi keberadaan korporat. Perbedaan persepsi ini dengan menggunakan dasar pemahaman yang berbeda sangat bertentangan satu dengan lainnya dan banyak mengakibatkan ketidakpedulian antar masing-masingnya. Sehubungan dengan hal tersebut, tulisan ini ingin mengungkapkan perbedaan persepsi antara korporat (PT Semen Padang) dengan masyarakat mengenai program *community development* yang dilakukan oleh PT.Semen Padang. Perbedaan persepsi ini merupakan salah satu penyebab gagalnya program mencapai sasaran yaitu kemandirian masyarakat lokal.

II. Permasalahan dan Tujuan

Dalam kaitannya dengan *community development* sebagai salah satu bentuk *Corporate Social Responsibility*, ada beberapa pertanyaan yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk *community development* yang dilakukan oleh perusahaan terhadap masyarakat lokal.
2. Bagaimana tingkat keberhasilan program tersebut terhadap kesejahteraan sosial masyarakat lokal.
3. Kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan *community development*.

Tujuan Penelitian.

Berdasarkan permasalahan diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk *community development* yang dilakukan oleh perusahaan pada masyarakat lokal.
2. Untuk mengetahui tingkat keberhasilan program tersebut terhadap kesejahteraan sosial masyarakat lokal.
3. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan *community development*.

III. Metodologi Penelitian

Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang penelaahannya kepada satu kasus yang dilakukan secara intensif, mendalam, mendetail dan komprehensif (Sanapiah Faisal,1992).

Metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam (*Indept Interview*) dan observasi. Wawancara mendalam dilakukan terutama terhadap informan kunci (*Key Informan*), yaitu orang lebih banyak mengetahui atau terlibat langsung dengan permasalahan penelitian baik pada perusahaan maupun pada

masyarakat yang terlibat dalam program *community development*. Observasi digunakan untuk melihat secara langsung program *community development* yang sedang berjalan.

Sumber data pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan dari hasil wawancara di lapangan. Sedangkan data sekunder adalah data pendukung yang masih relevan dengan penelitian seperti kondisi sosial ekonomi masyarakat, gambaran lokasi atau geografis penelitian, tingkat pendapatan, dll.

Analisis data merupakan upaya untuk mencari dan menata secara sistematis hasil observasi, wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain (Muhajir, 1996). Data dianalisis dengan melakukan pengelompokan berdasarkan topik-topik pertanyaan dan kerangka pemikiran penelitian. Analisis dilakukan dengan melihat hubungan-hubungan yang ada diantara fenomena yang dideskripsikan melalui pertanyaan penelitian dengan memperhatikan konsistensi logikanya. Hasil analisis disajikan secara deskriptif kualitatif dengan tetap memperhatikan konsistensi logikanya.

IV. Tinjauan Pustaka

Secara umum *community development* adalah kegiatan pengembangan masyarakat yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses masyarakat guna mencapai kondisi sosial, ekonomi dan kualitas kehidupan yang lebih baik apabila dibandingkan dengan kegiatan pembangunan sebelumnya (Budimanta, 2002). Prinsip dasar pengembangan masyarakat (*community development*) yang bersumber dari dunia usaha dan pemerintah pada dasarnya masih memandang komuniti lokal, sebagai objek yang harus diperhatikan dan dirubah agar dapat setara kehidupannya dengan komuniti lainnya dan mandiri.

Berbeda dengan pandangan pemerintah dan perusahaan, banyak anggapan dari komuniti lokal dan komuniti pendatang yang bukan industri melihat industri atau perusahaan sebagai sesuatu yang tidak menguntungkan bahkan lebih merupakan suatu bencana. Anggapan ini didasari adanya posisi pemerintah dan dunia usaha (industri) adalah sebagai pendatang dengan kekuatan ekonomi dan politik yang mencari kehidupan di wilayah mereka.

Untuk mengatasi hal itu, pemerintah dan pihak industri seharusnya memastikan keberlanjutan investasinya melalui program-program keterlibatan komuniti lokal, pendekatan kemitraan, mengembangkan pola-pola adaptasi dunia usaha terhadap komuniti lokal dan mengembangkan kepemilikan komuniti lokal.

Memang ada perbedaan secara konseptual antara istilah masyarakat, komuniti, dan komunitas dimana jika tidak dipahami secara konseptual akan membawa kekeliruan. Komuniti disini yang dimaksudkan adalah sekelompok manusia yang mendiami wilayah tertentu dimana seluruh anggotanya berinteraksi satu sama lain, mempunyai pembagian peran dan status yang jelas, mempunyai kemampuan untuk memberikan pengaturan terhadap anggota-anggotanya. (Warren, Cottrell dalam Ndraha:1990); biasanya komuniti dikuatkan oleh hubungan kerabat, hubungan kerja, hubungan profesi. Tidak digunakannya istilah komunitas adalah karena komunitas mempunyai pengertian sekelompok manusia yang berada dalam kondisi upacara dengan tidak menggunakan status yang berlaku dimasyarakat, dasar hubungannya adalah hubungan pribadi bukan peran yang telah ditetapkan dalam pranata sosial dan bersifat sacral (Turner:1977).

Sedangkan masyarakat merupakan sekumpulan orang yang mendiami wilayah tertentu dan anggotanya bisa berinteraksi antar masing-masingnya dan bisa juga tidak saling mengenal, masing-masing anggotanya menduduki status dan peranan tertentu yang sudah disediakan (Koentjaraningrat:1984). Perbedaan lain adalah anggota masyarakat tidak semuanya saling berhubungan, namun anggota komunitas semuanya berhubungan satu sama lain. Dan masyarakat pada dasarnya terdiri dari komunitas-komunitas, termasuk didalamnya adalah komunitas korporat sendiri sebagai bagian dari masyarakat yang lebih luas.

Semua jenis industri yang ada tentunya akan berada pada wilayah-wilayah pemukiman komunitas-komunitas lokal yang mempunyai bentuk-bentuk pola kehidupan yang berbeda-beda antara satu dengan lainnya. Pola kehidupan masyarakat di Indonesia yang berdiam di seluruh wilayah Indonesia dapat ditengarai mengacu pada tipe-tipe masyarakat dan komunitas dengan pola kehidupan dan suku bangsa:

- Berburu dan meramu, dimana pola tempat tinggal akan mengikuti binatang buruan, sehingga bersifat berpindah-pindah tempat tinggal. Bentuk lain dari komunitas dan masyarakat yang termasuk kategori ini adalah komunitas dan atau masyarakat nelayan dengan mata pencaharian menangkap ikan di laut bagi laki-laki dan mengolah ikan bagi perempuan.
- Berladang berpindah atau ladang bakar yang dicirikan dengan perpindahan lahan garapan sebagai sarana mata pencaharian yang berpindah secara periodik, dengan pola tempat tinggal yang sebagian komunitas berpindah mengikuti perpindahan lahan dan adajuga yang menetap.
- Pastoral adalah komunitas dengan mata pencaharian ternak yang dicirikan dengan pola tempat tinggal menetap dan mempunyai kebun sebagai sarana dalam mencukupi mata pencaharian.
- Sistem pencaharian tanpa irigasi, cirinya bercocok tanam di lahan kering dengan pola tempat tinggal menetap.
- Masyarakat dengan sistem mata pencaharian bertani menetap dengan irigasi dan tempat tinggal menetap.
- Masyarakat industri dengan sistem perdagangan jasa dan barang sebagai mata pencaharian pokoknya. Masyarakat seperti ini banyak ditemui di daerah perkotaan. Di dalam masyarakat dengan pola kehidupan industri banyak terdapat variasi golongan-golongan sosial yang ada yang umumnya tercermin pada kehidupan perkotaan seperti golongan buruh, golongan pelajar, golongan elite dan sebagainya. Kesemua golongan itu mempunyai kebudayaan yang tersendiri yang berbeda satu dengan lainnya dan biasanya berada atau hidup dalam pola kehidupan industri jasa.

Dengan dasar pembagian masyarakat pada pola kehidupan serta jenis industri yang ada, maka akan bervariasi bentuk program community development yang diterapkan. Perbedaan pola kehidupan komunitas berarti adanya perbedaan tindakan yang diwujudkan oleh individu-individu sebagai anggota komunitas yang bersangkutan. Ini tidak lepas dari kebudayaan masing-masing kelompok komunitas, yang dalam cara melihat dan menginterpretasikan lingkungannya akan berbeda satu dengan lainnya. Perbedaan-perbedaan ini juga dapat menggambarkan perbedaan keinginan dan kebutuhan serta sifat darimasing-masing individu dari komunitas yang berbeda-beda tadi.

Areal perusahaan pada hakekatnya akan menarik masyarakat luar daerah untuk dapat mengambil kesempatan dalam mencari kehidupan. Selain perusahaan sebagai daya

tarik penduduk luar daerah, banyak juga kesempatan kerja atau usaha untuk memenuhi kebutuhan para anggota komunitas yang ada di sekitaran perusahaan, seperti jasa angkutan, toko keperluan rumah tangga dan keahlian-keahlian lain guna pemenuhan kebutuhan para individu sebagai penduduk daerah sekitar perusahaan.

Secara umum ruang lingkup program-program *community development* dapat dibagi berdasarkan kategori sebagai berikut (Budimanta, 2003:43)

Community Services, merupakan pelayanan korporat untuk memenuhi kepentingan masyarakat ataupun kepentingan umum, seperti pembangunan fasilitas umum antara lain pembangunan ataupun peningklatan sarana transportasi/jalan, sarana pendidikan, sarana kesehatan, sarana peribadatan, peningkatan/perbaikan sanitasi lingkungan, pengembangan kualitas pendidikan (penyediaan guru,operasional sekolah), kesehatan (bantuan tenaga paramedis, obat-obatan, penyuluhan peningkatan kualitas sanitasi lingkungan pemukiman), keagamaan dan lain sebagainya.

Community Empowering, adalah program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya. Berkaitan dengan program ini adalah seperti pengembangan ataupun penguatan kelompok-kelompok swadaya masyarakat, komunitas local, organisasi profesi serta peningkatan kapasitas usaha masyarakat yang berbasiskan sumber daya setempat.

Community Relation; yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Seperti konsultasi publik, penyuluhan dan sebagainya.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum *Community Development* PT.Semen Padang.

Rangkaian dari aktivitas *community development* dalam pelaksanaannya tercermin dalam bentuk-bentuk kelembagaan sebagai suatu mata rantai aktivitas yang saling berkesinambungan dan berfungsi satu sama lain. Ada banyak model kelembagaan pengelola program *community development*, di beberapa perusahaan ada yang sudah membentuk satuan kerja sendiri, ada juga yang pengelolaannya diserahkan kepada pihak ketiga (walaupun masih berada di bawah pengawasan perusahaan), ada juga pengelolaannya bersatu dengan unit kerja yang lain seperti bersatu dengan satuan kerja humas, lingkungan dan lain sebagainya.

Di PT Semen Padang, program *community development* dikelola oleh sebuah biro khusus yang disebut dengan Biro Pembinaan Lingkungan. Melalui biro inilah semua aktivitas *community development* dikelola. Secara struktur Biro Pembinaan Lingkungan bertanggung jawab pada Sekretaris Perusahaan dan Sekretaris Perusahaan bertanggungjawab langsung pada Direktur Utama. Sedangkan di dalam Biro Pembinaan Lingkungan sendiri memiliki dua bidang yaitu Bidang Pembinaan Lingkungan Sosial dan Bidang Pembinaan Usaha Kecil & Koperasi (PUKK). Dilihat dari struktur ini, Biro Pembinaan Lingkungan memiliki otonomi yang cukup luas untuk menentukan program-program yang akan dibuat dalam *community development*.

Bidang Pembinaan Lingkungan Sosial merupakan bidang yang melaksanakan *community development* dengan memberikan bantuan baik yang bersifat derma (*charity*) maupun pemberdayaan. Sedangkan Bidang Pembinaan Usaha Kecil & Koperasi (PUKK)

adalah pemberian kredit dengan bunga ringan kepada pengusaha kecil dan koperasi yang ingin mengembangkan usahanya.

Biro Pembinaan Lingkungan mempunyai staff sebanyak 13 orang yang terdiri dari 4 orang pada Bidang Pembinaan Lingkungan Sosial dan 9 orang pada PUKK. Dari semua staf tersebut tidak satupun yang memiliki latar belakang sarjana sosial. Hampir rata-rata berpendidikan Sarjana Ekonomi (terutama PUKK) dan Sarjana Teknik.

Program-program CD yang telah dilakukan oleh PT.Semen Padang lebih banyak berupa bantuan pembangunan fisik¹ yang diberikan kepada masyarakat. Lebih dari 50% dana yang disediakan setiap tahunnya tersedot oleh CD kategori *community services* ini. Setiap warga masyarakat dapat memasukkan proposal yang diketahui oleh lurah setempat untuk meminta bantuan dana kepada PT.SP melalui Biro Bina Lingkungan ini.

Dalam kegiatan sosial, perusahaan berperan terutama kegiatan aksi peduli kepada masyarakat sekitar. Kegiatan tersebut bisa saja berupa meringankan beban anggota masyarakat yang ditimpa musibah / bencana alam. Khusus untuk kegiatan kepedulian terhadap masyarakat miskin dilakukan kerjasama dengan lembaga amal zakat (LAZ) Semen Padang, dimana sebagai sumber dananya berasal dari zakat dan sedekah karyawan yang diambilkan dari potongan gaji karyawan sebesar 2,5% (khusus karyawan yang beragama Islam). Kegiatan sosial lainnya seperti berobat gratis, khitanan massal, operasi katarak dan bibir sumbing serta pemberian sembako disamping dibantu oleh perusahaan juga dilakukan kerjasama dengan Forum Komunikasi Karyawan Semen Padang serta Forum Komunikasi Istri Karyawan Semen Padang. Perusahaan juga melakukan operasi berat untuk penderita sakit yang tidak mampu membiayainya. Untuk kegiatan ini dilakukan melalui Yayasan Rumah Sakit Semen Padang. Operasional Rumah Sakit di samping melayani karyawan dan keluarga, juga melayani masyarakat lingkungan pabrik. Tentu saja dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan rumah sakit lainnya. Adapun jumlah kunjungan rata-rata setiap harinya sebanyak 300 orang, 20% diantaranya adalah anggota masyarakat lingkungan pabrik

Bantuan sosial lainnya disamping oleh perusahaan juga dilaksanakan oleh Forum Komunikasi Karyawan Semen Padang (FKKSP) serta Forum Komunikasi Istri Karyawan Semen Padang (FKIKSP). Selain itu BAZIS Semen Padang juga memberikan kontribusi terhadap kegiatan sosial masyarakat sekitar. Bazis tentu saja berpedoman kepada ashnaf yang delapan.

Sedangkan program lainnya adalah pengembangan sumberdaya manusia dan pengembangan ekonomi masyarakat. Pengembangan sumberdaya manusia mengacu kepada usaha peningkatan kemampuan anggota masyarakat seperti pemberian beasiswa, lokakarya keterampilan (LOLAPIL).² Selain itu, juga dengan memberikan kredit ringan kepada industri-industri kecil masyarakat yang dikelola oleh Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK). Program ini dimulai sejak tahun 1987, yang sebelumnya bernama Bapak Angkat Industri Kecil (BAIK) tetapi saat ini dikenal dengan PKBL (program

¹ Yang dimaksud dengan bantuan fisik adalah partisipasi dalam pembangunan atau perbaikan sarana umum seperti mesjid/mushalla, jalan jembatan, sekolah, saluran irigasi, saluran air bersih, pasar, balai pemuda dan fasilitas olah raga masyarakat.

² Program ini dimulai sejak tahun 1981, dengan memberikan kesempatan kepada pemuda sebanyak 35 orang setiap angkatan untuk dibina selama 6 bulan dalam keterampilan teknik listrik/instrument, teknik mesin otomotif, diesel dan bangunan/sipil. Sampai tahun terakhir, telah dibina 350 orang pemuda. Sekarang, program ini tidak ada lagi.

Kemitraan & Bina Lingkungan). Pada saat ini terdapat sekitar 1539 UKK yang sedang dibina oleh PUKK PT.SP.

PUKK memberikan pinjaman/kredit kepada pengusaha kecil dan koperasi dengan bunga yang sangat rendah. Dengan bunga yang rendah ini diharapkan masyarakat dapat mengembangkan usahanya.

Tingkat Suku Bunga Berdasarkan Jumlah Pinjaman

No	Jumlah Pinjaman	Suku Bunga
1	1 – 10.000.000,-	1 – 6 %
2	> 10 jt – 30 jt	8%
3	> 30 jt – 50 jt	10%
4	> 50 jt	12%

Sumber: PUKK PT. Semen Padang, Tahun 2005

Semua pengusaha kecil dapat memasukkan proposal ke Tim PUKK PT Semen Padang. Proposal yang masuk akan diproses oleh Tim PUKK berdasarkan kriteria tertentu.³Kemudian, tim PUKK akan melakukan survey terhadap proposal yang memenuhi kriteria tersebut. Tim survey akan melihat potensi dan prospek usaha yang diajukan. Setelah disurvey dan jika memenuhi syarat maka proposal akan disetujui, ditanggungkan atau ditolak.

Proposal yang diprioritaskan adalah yang bergerak di bidang industri, artinya usaha yang bergerak dalam mengubah bahan baku menjadi bahan jadi. Jenis usaha yang dibantu cukup beragam, seperti industri kerajinan rotan, konveksi, ternak ayam, ikan, bengkel, las, dll. Sedangkan berdasarkan wilayah, proposal yang berasal dari ring 1 (Kecamatan Lubuk Kilangan dan Pauh) dan ring 2 (Kecamatan lain di Kota Padang) adalah lebih prioritas tanpa menutup kemungkinan dari ring 3 (Sumatera Barat secara keseluruhan). Realisasi dana pinjaman dapat dilihat pada tabel berikut ini:

³ Kriteria tersebut berdasarkan SK Menteri BUMN, diantaranya (1) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000 (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; (2) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1 Milyar; (3) milik Warga Negara Indonesia; (4) berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau bersifat afiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar; (5) berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi; (6) telah melakukan kegiatan usaha minimal 1 tahun serta mempunyai potensi dan prospek usaha untuk dikembangkan.

**Realisasi Peminjaman Dana PUKK PT. Semen Padang
(Januari s/d Desember 2004)**

No	Kabupaten/Kodya	Jumlah (dalam juta)
1	Kodya Padang	1.072
2	Kab. Pesisir Selatan	56
3	Kab Solok	91,5
4	Kab Payakumbuh	40
5	Kodya Bukittinggi	41
6	Kab Agam	70
7	Kab 50 Kota	50
8	Kab Padang Pariaman	71
9	Kab swl/sjj	14,5
10	Kab Tanah Datar	22
11	Kota Padang Panjang	10
	Total usaha kecil	1.528
	Koperasi	40
	Total	Rp. 1.692.274.865

Sumber: PUKK PT Semen Padang, Tahun 2004

Proposal yang diterima akan diberi pinjaman berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh tim. Rata-rata jumlah pinjaman cukup bervariasi yaitu antara 1 juta sampai 30 juta, tetapi yang banyak adalah 10 juta. Sebelum pinjaman diberikan, para peserta terlebih dahulu mengikuti pelatihan laporan keuangan, marketing yang bekerja sama dengan "Andalas Solusi Bisnis". Pelatihan ini diberikan supaya peserta dapat menjalankan usaha dengan baik dan mengerti cara membuat laporan keuangan.

Kemudian peserta yang diterima harus memberikan jaminan berupa surat-surat berharga seperti sertifikat tanah, BPKB kendaraan, dll. Kewajiban memberikan jaminan ini berlaku sejak tahun 2000, karena berdasarkan pengalaman sebelumnya (1987-2000) pemberian pinjaman tanpa jaminan membuat pengembalian macet. Tetapi sejak diberlakukannya sistem jaminan kredit berjalan lancar.

Dana PUKK bersumber dari penyisihan laba perusahaan setelah pajak sebesar 1% (satu persen) sampai dengan 3% (tiga persen) yang berdasarkan ketentuan SK menteri BUMN No. 236 tahun 2003. Peraturan ini berlaku untuk semua BUMN, artinya setiap BUMN harus menyisihkan laba perusahaan sebanyak 1% sampai 3% untuk membantu pengusaha kecil dan koperasi. Di Sumatera Barat terdapat 26 BUMN dan PT Semen Padang

Untuk realisasi dana pelaksanaan CD Program yang sudah dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Realisasi Partisipasi PT Semen Padang
Untuk Lingkungan (Community Development) tahun 2001 – 2005
(Dalam Rp. Juta)**

PROGRAM	BENTUK-BENTUK KEGIATAN	2001	2002	2003	2004	2005
Pembangunan Fisik	Berpartisipasi dalam pembangunan / perbaikan sarana umum meliputi: mesjid / mushalla, jalan, jembatan, sekolah, saluran irigasi, saluran	528	935	1.483	497	437,7

	air bersih, pasar, balai pemuda dan fasilitas olah raga masyarakat.					
Pengembangan Sumberdaya Manusia	Berpartisipasi pada kegiatan-kegiatan yang mengacu kepada usaha peningkatan pengetahuan dan kemampuan anggota masyarakat seperti pendidikan (melalui Yayasan Igaras), kegiatan pelatihan, pemberian beasiswa, MTQ, Magang, Lolapil serta kegiatan pelatihan lainnya baik yang dilaksanakan oleh perusahaan atau instansi lainnya.	3.915	3.179	4.391	4.448	2.497
Pengembangan Ekonomi Masyarakat	Membina Pengusaha Kecil dan koperasi melalui pemberian pinjaman dan hibah, serta berpartisipasi dalam upaya peningkatan pendapatan masyarakat dengan bantuan pupuk, bibit ikan dan tanaman lainnya	945	1.400	1.316	1.645	487,7
Pembinaan Olah Raga, Kesenian serta Peningkatan Kesehatan Masyarakat dan kegiatan sosial lainnya	Berperan dalam pembinaan olah raga terutama dalam mempersiapkan atlet PON, olahraga dan kesenian tradisional, kegiatan peringatan hari besar nasional/keagamaan, pelayanan berobat/sunatan dan operasi katarak gratis, serta ikut membantu anggota masyarakat yang terkena musibah/bencana alam dan penyaluran dana ZIS karyawan, serta kegiatan pembinaan olahraga yang dilakukan melalui Forum Komunikasi Karyawan Semen Padang (FKKSP)	7.159	7.284	5.858	6.773	2.210
TOTAL		12.547	12.798	13.048	13.403	5.632,4

Sumber: Biro Pembinaan Lingkungan tahun 2005

Berdasarkan uraian di atas, jika kita memakai konsep Budimanta tentang ruang lingkup program *community development*, dapat diketahui bahwa kegiatan *community development* PT Semen Padang dalam bidang pengembangan fisik dan Pembinaan Olah Raga, Kesenian serta peningkatan kesehatan masyarakat dan kegiatan sosial dapat dikategorikan sebagai *community services*. Sedangkan program pengembangan sumberdaya manusia dan pengembangan ekonomi masyarakat dapat dikategorikan sebagai *community empowering*.

Kemudian, dari data di atas dapat kita lihat bahwa dana kegiatan program *community development* PT.Semen Padang lebih banyak untuk program *community services*. Seperti pada tahun 2004 ini saja, dana untuk kegiatan sosial dan pembangunan fisik sebanyak Rp. 7.274 (dalam juta) atau (54%) dari total dana yang digunakan untuk *comdev*. Ini artinya program *comdev* PT Semen Padang lebih banyak pada *Community Services*. Sedangkan *community empowering* hanya 40% saja. Adapun program yang berhubungan dengan *community relation* secara khusus belum pernah dilakukan.

Dana kegiatan *community development* PT Semen Padang langsung diambil dari laba perusahaan. Diperkirakan dana untuk kegiatan *comdev* ini mencapai 10% dari laba perusahaan. Sedangkan menurut SK Menteri BUMN No. 236 Tahun 2003 alokasi dana untuk pemberdayaan masyarakat hanya 1% - 3%. Menurut staf Bina Lingkungan PT.Semen Padang, jika anggarannya menurut SK Menteri, maka dananya tidak akan mencukupi.

Dalam menentukan lokasi sasaran program *community development* PT Semen Padang didasarkan kepada skala prioritas sebagai berikut:

- a. Ring 1 yaitu wilayah sekitar lingkungan perusahaan atau diutamakan terhadap daerah yang secara langsung akan merasakan dampak akibat operasional pabrik (Kecamatan Lubuk Kilangan dan Kecamatan Pauh).
- b. Ring 2 yaitu wilayah yang berpotensi akan terkena / berdampak secara tidak langsung (daerah Kota Padang lainnya)
- c. Wilayah tidak terkena dampak langsung operasional pabrik (Daerah Propinsi Sumatera Barat lainnya)

Adapun prinsip-prinsip yang dipakai oleh PT Semen Padang dalam menentukan cakupan program *community development* adalah:

- a. Melakukan musyawarah dengan melibatkan Kerapatan Adat Nagari (KAN), Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) dan Camat untuk menjembatani maksud dan keinginan masyarakat baik antara masyarakat bernagari maupun bersuku-suku dengan perusahaan atau sebaliknya dalam hal memecahkan suatu masalah atau kendala bila ditemukan. Musyawarah ini dilakukan minimal 1 x dalam 3 bulan atau paling lama 1 x dalam 6 bulan. Musyawarah dilakukan di PT Semen Padang dengan mengundang KAN, LPM dan Camat. Dari musyawarah inilah didapatkan masukan-masukan tentang program selanjutnya atau program-program yang lebih prioritas.
- b. Perusahaan bekerjasama dengan Lembaga Penelitian. Tapi menurut mereka, belum pernah dilakukan penelitian yang khusus untuk merancang program *community development*. Penelitian-penelitian yang dilakukan hanya dengan membiayai penelitian tentang dampak negatif beroperasinya pabrik terhadap

masyarakat sekitar. Perusahaan bekerjasama dengan Lembaga Penelitian Unand, terutama untuk mengetahui gangguan pernafasan penduduk sekitar, gangguan terhadap hasil padi sawah, dll.

Selama ini perusahaan belum pernah melakukan prinsip-prinsip *community development* dalam membuat program. Artinya, selama ini program yang dibuat lebih banyak kepada proposal yang masuk. Perusahaan belum pernah melakukan survey sendiri atau melalui lembaga lain untuk mengetahui secara persis kebutuhan masyarakat.

Karena selama ini perusahaan belum menggunakan prinsip-prinsip *community development* dalam membuat program, maka perusahaan tidak mempunyai ukuran terhadap keberhasilan program. Seperti yang diungkapkan oleh staf bina lingkungan:

Sehingga jika tidak ada komplein, aman dan lancar berarti itu sudah dianggap berhasil. Seperti yang diungkapkan oleh kepala biro pembinaan lingkungan:

"Kita tidak mengetahui tingkat keberhasilannya, kalau aman, tidak ada komplein dan lancar berarti itu dianggap berhasil"

Community development: Pandangan PT Semen Padang dan Masyarakat

Pandangan PT Semen Padang

Di mata PT.SP, program *Community Development* merupakan kewajiban yang harus dilakukan sesuai dengan Undang-undang⁴ atau peraturan yang berlaku. Terutama SK menteri BUMN No. 236 tahun 2003, dimana perusahaan memiliki kewajiban untuk menyisihkan 1% - 3% dari laba perusahaan untuk pembinaan lingkungan (*Community Development*). Pada tahun 2001, pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 22 tentang Minyak dan Gas Bumi. Undang-undang tersebut mengamanatkan dukungan pemerintah terhadap kewajiban industri ekstraksi sumberdaya energi dan mineral untuk menerapkan program *community development* dan perlindungan masyarakat setempat (lokasi) serta kemitraan antar *stakeholders*.

Berdasarkan undang-undang tersebut, PT.SP melakukan berbagai program dan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun dalam pelaksanaannya, PT.SP tidak memiliki kemampuan atau pemahaman yang utuh tentang bagaimana merancang program *community development*. Undang-undang itu juga tidak menjelaskan bagaimana pedoman pelaksanaannya. Sehingga dalam membuat program lebih banyak berdasarkan kepada proposal yang masuk dari masyarakat. Cara lain juga dengan mengundang Camat, KAN, LPM untuk meminta masukan tentang program prioritas yang dibutuhkan oleh masing-masing wilayah.

Menurut korporat mereka sudah melakukan *community development* sesuai dengan peraturan yang berlaku, bahkan korporat telah menggunakan laba perusahaan jauh lebih besar dari yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Jika pemerintah hanya menetapkan 1% - 3% dari laba perusahaan, maka korporat telah menggunakan 10% dari laba perusahaan untuk kepentingan *community development*, seperti yang diungkapkan oleh seorang informan:

⁴ Beberapa Undang-undang dan peraturan yang terkait dengan pengembangan masyarakat (*community development*) antara lain: Undang-undang 21/2002 Tentang Ketenagalistrikan, Undang-undang 22/2001 tentang Minyak dan Gas Bumi, Undang-undang 23/1997 tentang lingkungan hidup, UU 22/1999 Pemerintahan Daerah dan UU 25/1999 perimbangan keuangan pusat dan daerah. Kesemua undang-undang dan Kontrak Karya tersebut menggambarkan bahwa pemberdayaan masyarakat memang sudah menjadi komitmen penting bagi sektor-sektor yang terkait.

"Kami sudah melakukan community development sesuai dengan peraturan yang berlaku, walaupun program lebih banyak kepada pembangunan fisik, tetapi dengan pembangunan fisik itu juga untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal"

Dari kutipan pendapat informan diatas, dapat kita ketahui bahwa *community development officers* hanya memandang besarnya anggaran yang digunakan dalam menilai keberhasilan program. Ketidapahaman tentang *community development* secara utuh, membuat korporat juga tidak mempunyai sistem evaluasi terhadap program. Seperti yang diungkapkan oleh informan:

"Bagaimana kami bisa mengukur tingkat keberhasilan, standar apa yang bisa kami pakai untuk mengukur keberhasilannya. Kami hanya menilai kalau bantuan sudah diberikan dan masyarakat aman, tidak ada komplek berarti berhasil"

Dari ungkapan informan secara implisit, terlihat bahwa program *community development* masih dipandang sebagai program peredam konflik atau pajangan semata. Tetapi disisi lain kita juga memahami bahwa, alasannya cukup masuk akal karena *community development officer* tidak pernah mendapatkan pelatihan tentang merancang *community development*, dan peraturan perundang-undangan yang dikeluarkan pemerintah tersebut juga tidak diiringi petunjuk atau panduan yang jelas tentang pelaksanaannya.

Pandangan Masyarakat

Pemahaman masyarakat terhadap *community development* lebih banyak didasarkan pada suatu pandangan. Seorang informan menyatakan:

"PT. Semen Padang memang harus membantu masyarakat sekitar, karena nagari ini telah menyerahkan tanah ulayatnya untuk dikelola, mulai dari zaman Belanda sampai sekarang sudah ada 3 kali⁵ penyerahan tanah ulayat. Tentu nagari ini juga seharusnya mendapatkan keuntungan dari pengelolaan tersebut, ibaratnya api, tentu orang yang lebih dekat yang akan merasakan panasnya, bahkan kalau apinya padam sekalipun, tungku masih tetap panas."

Seorang informan lain menyatakan:

"Memang sudah seharusnya, PT.Semen Padang memperhatikan masyarakat sekitarnya, apalagi ia merupakan sebuah pabrik yang memiliki tambang. Jangan sampai masyarakat hanya dapat polusi dari tambang saja, seperti asap, bunyi bom, kebisingan truk, dll. Tapi hasilnya hanya dinikmati oleh orang lain. Padahal areal tambang itu kan tanah ulayatnya nagari"

⁵ Lebih lanjut informan tersebut menjelaskan, bahwa tiga kali tersebut adalah (1) pada tahun 1907 nagari telah menyerahkan lahan seluas 209 Ha kepada Belanda yaitu Carl Christop Huslau atau biasa dipanggil dengan Tuan Law, lahan itu antara lain Bukit Karang Putih yang menghasilkan batu kapur, Bukit Ngalau yang menghasilkan Slika, Lubuk Paraku untuk pembangkit listrik dan lokasi Indarung I. (2) Tahun 1974 sebanyak 126 Ha, untuk perluasan areal pabrik dan (3) tahun 2004 seluas 412,03 Ha yang sekarang ganti ruginya belum selesai.

Pandangan semacam ini tampaknya merata di kalangan masyarakat di sekitar PT.Semen Padang. Memang tidak semua orang dapat menyatakan pandangan mereka secara eksplisit, namun pendapat bahwa sebuah perusahaan yang beroperasi ditengah-tengah masyarakat dan telah menggunakan tanah ulayat nagari mereka mempunyai hak untuk mendapatkan keuntungan dari perusahaan tersebut.

Apa yang dikatakan oleh informan tersebut memang masuk akal. Telah sekian tahun beroperasinya perusahaan di tanah ulayat mereka, seharusnya perusahaan juga turut serta membawa masyarakat sekitar untuk lebih baik. Pikiran mereka tidak bisa memahami kalau tanah ulayat mereka dipakai tapi mereka tidak mendapatkan apa-apa dari usaha tersebut.

Jika kita kelompokkan pendapat masyarakat tentang program *community development* yang telah dibuat oleh PT. SP, ada beberapa pendapat yakni: (1) program tidak transparan; (2) program belum fokus; (3) perlu menyatukan visi..

Program tidak transparan. Pendapat ini terutama mewakili kelompok informan sebagai tokoh masyarakat, KAN dan Camat. Mereka melihat bahwa, pihak PT.SP mengundang mereka untuk mendengarkan masukan atau usulan dari masing-masing kelurahan atau nagari. Tetapi mereka tidak pernah mengetahui berapa anggaran yang disediakan untuk kenagarian atau kecamatan mereka. Kemudian PT.SP juga tidak pernah memberikan semacam laporan tentang berapa dana yang sudah terpakai untuk *community development* untuk berbagai wilayah secara keseluruhan. Hal ini akhirnya menimbulkan kecurigaan bagi masyarakat pada PT.SP.

Disamping itu, mereka juga bingung mengusulkan apa, karena mereka tidak tahu berapa anggaran biaya yang diberikan. Seperti yang diungkapkan oleh informan:

"Bagaimana kita bisa membuat usulan, kalau kita tidak tahu berapa anggaran yang disediakan untuk kita. Kalau kita buat program yang besar, dananya nanti tidak disetujui, tapi kalau jelas tentu kita juga bisa menyesuaikan"

Seorang informan lain menyatakan:

*"Kita juga tidak pernah tahu berapa sebenarnya keuntungan perusahaan setiap tahun. Apakah dana yang dialokasikan untuk *community development* itu memang benar-benar segitu atau yang diberikan kepada daerah lain jauh lebih besar"*

Di sini kita melihat bahwa ketidaktransparanan dalam pengelolaan *community development* antar *stakeholders* dapat menimbulkan kecurigaan. Tidak hanya kecurigaan terhadap korporat saja tetapi juga kepada sesama *stakeholders*.

Program belum fokus. Pendapat ini mewakili dari kelompok masyarakat biasa. Masyarakat memang sangat mengakui bahwa banyak bantuan yang telah diberikan oleh PT.SP, tetapi bantuan itu hanya bersifat masalah-masalah individu, seperti mohon bantuan dana berobat, mohon bantuan biaya pendidikan, modal usaha, merenovasi masjid, kegiatan-kegiatan olah raga, gedung pemuda dan sebagainya. Tetapi belum ada program yang benar-benar terfokus berdasarkan kebutuhan masyarakat sehingga berguna untuk jangka panjang. Seorang informan berkata:

"Kita memang tidak memungkiri, bahwa telah banyak masyarakat di sini yang memasukkan proposal untuk meminta bantuan ke PT.SP baik melalui basis maupun Bina Lingkungan/PUKK. Tetapi tentu bantuan itu"

hanya bersifat sementara sesuai dengan permasalahan yang masing-masing dihadapi oleh masyarakat. Jadi belum ada program yang benar-benar terarah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat jangka panjang”

Seorang informan lain mengatakan:

“Kalau bantuan itu banyak, seakan-akan surat keterangan dari lurah⁶ itu sudah semacam penyelamat bagi kita disini, kalau kita ada masalah dengan keuangan dalam hidup, salah satu cara ya, kita coba mohon bantuan PT.SP”

Dari hal ini tersirat keinginan masyarakat untuk adanya sebuah program yang lebih fokus; terarah sehingga hasilnya bisa berguna untuk jangka panjang. Selama ini program yang dirasakan masing terkesan derma (*charity*).

Perlu menyatukan pandangan. Kelompok ini yang berpendapat bahwa program *community development* yang dikelola oleh PT.SP sebenarnya memiliki dana yang sangat banyak. Tetapi yang jadi persoalan utama adalah bagaimana seluruh komponen yang ada menyatukan visi atau pandangannya untuk kebaikan masyarakat dalam jangka panjang. Seperti yang diungkapkan oleh seorang informan :

Sebenarnya dana untuk nagari ini sangat banyak, tetapi orang kita ini memang susah untuk diatur atau menyamakan pendapatnya. Lembaga kita sendiri yang tidak mampu mengelola dana itu dengan baik, sebagian hanya ingin memikirkan kepentingan pribadi yang sasaat saja”

Hal yang senada juga diungkapkan oleh informan lain:

“Lembaga kuu memang tidak mampu mengelola dana dengan baik, tingkat kecurigaan sesama pengurus dalam lembaga masih tinggi. Mungkin ini juga dipengaruhi oleh kondisi masyarakat kita yang “tampik nak diteh, takuruang nak dilua” (terhimpit ingin di atas, terkurung ingin di luar)”

Dari beberapa kutipan komentar tentang program *community development* tersebut kita dapat melihat bahwa secara implisit, masyarakat merasa bahwa permasalahan lain yang tidak kalah pentingnya adalah permasalahan ditingkat lembaga atau masyarakat itu sendiri. Masih banyak diantara pengurus lembaga atau orang terlibat dalam membuat keputusan di tingkat nagari yang tidak mempunyai satu visi dalam membangun nagarinya. Sebagian kelompok hanya memikirkan bagaimana supaya dia dan kelompoknya mendapat keuntungan yang lebih.

⁶ Setiap permohonan bantuan ke PT.SP, naris dengan surat pengantar dari Kelurahan, atau surat keterangan miskin dari kelurahan.

Untuk lebih memahami fenomena ini bisa kita lihat dari kasus dibawah ini:

Dari kenyataan atau pengalaman:

Berdasarkan Perda No. 6 Tahun 1992, keuntungan bersih retribusi galian C diberikan sebanyak 30% kepada nagari setelah dipotong 30% untuk provinsi. Dana retribusi galian C untuk kenagarian Lubuk Kilangan dari PT.Semen Padang untuk tahun 1993 sampai 1998 mencapai 4,9 Milyar. Sedangkan dana yang sudah dicairkan sampai saat ini sebanyak 3,5 M. Artinya masih tersisa dana sebanyak 1,4M lagi. Dana yang 3,5M ini dijadikan usaha simpan pinjam oleh kenagarian Lubuk Kilangan. Masing-masing kelurahan mendapatkan modal simpan pinjam ini sebesar 150 juta, dan simpan pinjam nagari dengan modal 460 juta. Jadi terdapat 8 usaha simpan pinjam yaitu 7 buah di kelurahan yang dikelola oleh Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) dan satu milik kenagarian yang dikelola oleh Kerapatan Adat Nagari (KAN). Sedangkan sisa dananya digunakan untuk bangunan fisik seperti pembangunan jalan, mesjid, dll serta non-fisik seperti biaya-biaya rapat nagari dll.

Selang berapa lama, usaha simpan pinjam ini berada dalam keadaan antara "ada dan tiada". Maksudnya usaha tersebut sampai sekarang masih ada, tetapi tidak jelas bagaimana kelanjutannya, karena banyaknya kredit yang macet. Dan juga tidak jelas bagaimana pengawasannya. Ada juga beberapa warga yang mengatakan malas meminjam, karena bunganya cukup tinggi.

Adapun dana sisa sebanyak 1,4M lagi sampai saat ini belum cair. Menurut KAN, mereka belum mengetahui kenapa dana itu belum cair, tetapi mereka sudah mengirimkan surat kepada wali kota untuk menanyakan keberadaan uang tersebut. Tapi sampai saat ini belum ada tanggapan. Namun menurut beberapa pihak, uang itu belum dicairkan karena belum ada program yang jelas tentang penggunaan uang tersebut. Terdapat perbedaan pendapat yang tajam di dalam tubuh KAN sendiri tentang penggunaan uang tersebut. Ada sebagian yang berkeinginan sebaiknya uang itu dibagi saja, ada yang berkeinginan digunakan untuk program tapi programnya juga belum jelas.

Sekarang Perda No.6 1992 tentang retribusi galian C itu dicabut dan diganti dengan Pajak Retribusi Galian C, sehingga langsung dikelola oleh Pemko Padang. Untuk tahun 1998-2003 ini terdapat ±16M. Berdasarkan perubahan tersebut belum jelas bagaimana bagian untuk nagari.

Dari kasus diatas dapat kita ketahui bahwa, sebenarnya dana yang dimiliki oleh kenagarian cukup banyak tetapi pengelolaan dana yang tidak jelas membuat dana yang begitu banyak tidak mampu merubah apa-apa terhadap kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang.

Kendala-kendala yang Dihadapi

Hubungan dengan stakeholder memang diperlukan bagi korporat untuk dapat bersaing dengan korporat lain dalam lingkup globalisasi ini, akan tetapi dalam melakukan kerjasama tidaklah semudah yang dibayangkan sebelumnya. Dan ini menuntut suatu pemahaman yang lebih dari korporat tentang segi-segi sosial budaya masyarakat yang dihadapinya.

Beberapa tantangan akan muncul selama proses pengembangan hubungan kerjasama yang efektif. Kemunculan model-model tantangan ini menyangkut juga pada bentuk variasi kebudayaan, masyarakat yang dihadapi oleh korporat.

Individu-individu yang melakukan kerjasama dalam sebuah korporat dan stakeholder jelas-jelas mempunyai kebudayaan yang berbeda, latar belakang pendidikan yang berbeda dan juga mempunyai kepentingan yang berbeda. Dan bahkan dalam beberapa kasus keperbedaan ini dapat mengakibatkan munculnya konflik-konflik yang dapat menurunkan kemampuan korporat dalam mengembangkan aktivitasnya. Tapi dilain pihak ada juga beberapa individu yang dengan latar belakang yang berbeda dapat melakukan kerjasama dan bahkan berkolaborasi secara fungsional untuk menunjang berjalannya aktivitas korporat.

Beberapa kendala tersebut antara lain:

Komitmen Waktu yang Tepat

Waktu menjadi sarana yang paling penting dalam membangun hubungan kerjasama antar pihak. Waktu sangat dibutuhkan bagi pengembangan kepercayaan, dan juga untuk mengatur dan mengarahkan kelengkapan bagi pengembangan kerjasama.

Masalah waktu seringkali menjadi kendala bagi korporat dalam melakukan kerjasama. Perusahaan memiliki jadwal-jadwal yang sudah diatur dengan sangat ketat untuk setiap kegiatan. Seringkali di PUKK, misalnya jadwal pengembalian kredit yang tidak tepat waktu, laporan keuangan peminjam yang tidak tepat waktu akan mengganggu juga jadwal perusahaan untuk membuat laporan ke pusat.

Tetapi sebaliknya, masyarakat merasa keterlambatan mereka dalam mengusulkan program yang dibutuhkan juga dipengaruhi oleh tidak jelasnya berapa anggaran dan juga waktu pencairan dananya. Disamping itu mereka juga mengakui keterlambatan itu karena susahny menemukan titik temu diantara mereka dalam menentukan program. Seperti yang diungkapkan oleh informan:

"Untuk program community development yang akan dilakukan di tahun 2006 ini belum kita masukkan, waktu sudah sangat mendesak karena Desember ini usulan program itu sudah harus masuk. Tapi kadang kita juga agak bingung untuk membuat program karena kita tidak tahu anggarannya berapa"

Perbedaan Status dan Kecakapan

Kerjasama yang melibatkan korporat dan stakeholder yang terkait tidak akan terlepas dari masalah-masalah yang disebabkan oleh perbedaan status dan kemampuan dari pelakunya.

Penting bagi korporat untuk duduk bersama dan membicarakan tujuan bersama yang saling menguntungkan dengan rekanan dalam bentuk apapun (Mathieu, 1998).

Disini mempunyai pengertian bahwa, korporat harus dapat belajar bagaimana berkolaborasi tanpa membedakan stakeholder dari kacamata korporat sendiri.

Sebagaimana kita ketahui dari segi pendidikan tentu pihak korporat lebih memiliki pendidikan tinggi dibandingkan dengan masyarakat. Perbedaan ini tentu juga berpengaruh terhadap kecakapan mereka merancang, merumuskan dan melaksanakan program. Tetapi sebaliknya, staf community development korporat juga lebih banyak berlatar belakang teknis dan ekonomi sehingga korporat masih berpola sentralistik dan konservatif. Hal ini banyak disebabkan kekurangan pengetahuan secara emik terhadap kondisi sekitarnya. Oleh karena itu sukses dari program community development, selain banyak tergantung dari politik makro, dalam tingkatan mikro tergantung juga dari budaya dan komitmen korporat.

Kesimpulan

Studi tentang *community development* yang dilakukan oleh korporat sebagai salah satu bentuk tanggungjawab sosial korporat memberikan beberapa informasi yang berharga yang dapat membantu kita untuk bisa lebih memahami perilaku mereka dalam membuat program-program *community development*.

Pertama, Sebuah korporat harus memiliki *community development officer* yang handal untuk dapat berjalannya sebuah program. Kegagalan dari *community development officer* dalam melaksanakan peranannya banyak berkaitan dengan sifat-sifat yang jauh dari hubungan sosial yang tidak setara dan adil. Kegagalan-kegagalan yang dialami oleh *community development officer* antara lain:

- Menganggap dirinya pandai dalam semua bidang
- Memakai metode instruksi dari atas dan melupakan dialog.
- Hanya menggalang informasi dari tokoh masyarakat/adat, tetapi tidak pernah menggalang informasi pada rakyat kecil. Ia menganggap bahwa tokoh masyarakat merupakan panutan dari seluruh anggota masyarakat. Padahal tokoh masyarakat adalah orang yang tahu banyak tentang kondisi sosial, tetapi tidak tahu banyak tentang kondisi masalah perindividu.
- Memegang sendiri pengelolaan program, sehingga masyarakat tidak mendapat kesempatan dan selalu tergantung.

Kekeliruan yang masih sering terjadi adalah bahwa *community development* diserahkan kepada seorang teknisi senior, atau seorang sarjana ilmu sosial yang terlalu junior. Oleh karena itu, kualifikasi personil memerlukan perumusan tersendiri, dan kualifikasi tersebut bisa bersifat *site specific*. Orang yang sukses bekerja di suatu lokasi belum tentu sukses di lokasi lain. Barangkali seorang *community developer* adalah seniman kemasyarakatan yang punya komitmen kuat, bukan seorang teknisi yang serba rasional.

Kedua, dalam membuat program *community development* haruslah berangkat dari prinsip-prinsip serta metode-metode yang terdapat dalam *community development* seperti, data media, survey, pemetaan sosial, dll sehingga program benar-benar tepat sasaran dan tingkat keberhasilan bisa diukur serta dievaluasi. Sudah tidak saatnya lagi korporat memandang program *community development* hanya sebagai program derma (*charity*) saja atau merupakan tekanan politik yang lebih besar.

Ketiga, dalam perbedaan persepsi yang jelas antara komuniti dengan korporat mengenai keberadaan korporat di tengah-tengah masyarakat. Menurut korporat, *community development* yang dilakukan adalah karena adanya peraturan perundang-undangan yang berlaku secara nasional tentang kewajiban korporat untuk menyisihkan 1% - 3% dari laba perusahaan untuk pemberdayaan masyarakat lokal. Korporat merasa sudah membuat program yang sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan oleh undang-undang tersebut. Tetapi komuniti memiliki pandangan yang berbeda. Dimata mereka korporat memang harus memprioritaskan komuniti sekitar karena mereka telah menyerahkan tanah ulayat mereka kepada korporat. Sudah sepantasnya komuniti juga dapat menikmati keberadaan korporat tersebut. Mereka mengakui bahwa telah banyak bantuan yang diberikan oleh korporat kepada masyarakat, tetapi program itu lebih banyak bersifat *community services*. Komuniti merasa dibutuhkan sebuah program yang dapat meningkatkan kemandirian komuniti lokal untuk jangka panjang.

Dengan memperhatikan butir-butir temuan ini kita dapat memahami sekarang kenapa keberadaan korporat belum mampu membawa masyarakat menuju kemandiriannya, tidak hanya pada saat ini tetapi juga dalam jangka panjang ketika korporat berakhir.

Daftar Pustaka

Budimanta, Arif

- 2003 "Prinsip-prinsip Community Development" dalam *Akses Peran Serta Masyarakat*, Jakarta: Sinar Harapan dan Indonesia Center for Sustainable Development.

Budimanta, Arif dan Bambang Rudito

- 2003 "*Komunikasi Lintas Budaya*" dalam *Akses Peran Serta Masyarakat*, Jakarta: Sinar Harapan dan ICSD.

Departemen Energi dan Sumberdaya Mineral Republik Indonesia

- 2004 "*Pedoman Pengembangan Masyarakat di Sektor Energi dan Sumber Daya Mineral*" Kerja sama Departemen Energi dan Sumberdaya Mineral RI dengan Forum Komunikasi Pengembangan Masyarakat di Industri Energi dan Sumber Daya Mineral.

Koentjaraningrat

- 1984 "*Pengantar Antropologi*", Rineka Cipta.

Maleong, Lexy J.

- 2002 "*Metododologi Penelitian Kualitatif*", Bandung PT. Remaja Rosdakarya

Muhadjir, Neong

- 1996 "*Metodologi penelitian Kualitatif*" Yogyakarta, Rake Sarasin

Ndraha, Taliziduhu

- 1990 "*Pembangunan Masyarakat*", Rineka Cipta.

Rudito, Bambang

- 2003 "*Akses Peran Serta Masyarakat*" dalam *Akses Peran Serta Masyarakat*, Jakarta: Sinar Harapan dan Indonesia Center for Sustainable Development.

Rudito, Bambang, Arif Budimanta, Adi Prasetyo

- 2004 "*Corporate Social Responsibility*" Jakarta, Indonesia Center for Sustainable Development (ICSD)

Suparlan, Parsudi

- 2003 "*Manajemen Konflik dalam Pengelolaan CommunityDevelopment*" dalam *Akses Peran Serta Masyarakat*, Jakarta: Sinar Harapan dan Indonesia for Sustainable Development.

Singarimbun, Masri, Sofyan Effendi

- 1986 "*Metode Penelitian Survey*"

**ARTIKEL PENELITIAN
DANA DIPA UNIVERSITAS ANDALAS
TAHUN ANGGARAN 2005**

**SOSIALISASI POLITIK DALAM MASYARAKAT
NAGARI KAPAU KECAMATAN TILATANG
KAMANG KABUPATEN AGAM**

Oleh :

AIDINIL ZETRA, SIP, MA
NIP. 132 230 957



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
LEMBAGA PENELITIAN UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2005**