

STRATEGI PENGELOLAAN KOMUNIKASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT PERKEBUNAN NUSANTARA V MELALUI PROGRAM KEMITRAAN DALAM PEMBERDAYAAN UMKM DI KABUPATEN KAMPAR

Oleh : Rahma Yulaika

E-mail: rahma.yulaika@student.unri.ac.id

Pembimbing : Dr. Welly Wirman, S.IP, M.Si

Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

The strategy of managing Corporate Social Responsibility (CSR) through a partnership program can be used to empower UMKM (Micro Small and Medium Enterprises) to become a resilient and independent small business. The purpose of this research is to find out the management strategy of PT Perkebunan Nusanatara V partnership program starting from the planning, implementation, organization, monitoring and evaluation of PT Perkebunan Nusantara V Corporate Social Responsibility (CSR) through a partnership program in empowering UMKM in Kampar Regency. Research using qualitative research methods. By using the concepts of management strategies, communication management, communication of Corporate Social Responsibility communication management strategies for Corporate Social Responsibility, and community empowerment. Next data collection techniques consisted of interviews, observation, and documentation. While the data analysis technique uses descriptive analysis according to Huberman and Miles. For data validity checking techniques using triangulation. The results of the research show that in the partnership program planning process, it is conducted with internal meetings and has not yet followed the stages of communication planning. At the stage of organizing the PKBL division divides each of its employees into each beneficiary Regency. At the stage of organizing communication that occurs face to face and utilizing communication media such as whatsapp and line. In the implementation phase of PT Perkebunan Nusantara V Corporate Social Responsibility (CSR) in collaboration with the Kampar District Koprasi Office. In the implementation there are several stages, namely the submission and acceptance of proposals, the implementation of the survey phase, the stage of receiving assistance and training, and the stage of empowering UMKM in Kampar District. Every step taken by PKBL in managing the program contains an element of communication and requires the role of public relations. UMKM empowerment occurs when UMKM feel helped after receiving funding from the partnership program. The monitoring and evaluation phase involves an internal audit team and an external audit team, then reported to the Ministry of BUMN and Directors of PT Perkebunan Nusantara V.

Keywords: Communication Management Strategy, PTPN VV CSR Program, Partnership Program

PENDAHULUAN

Perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan salah satu pelaku kegiatan ekonomi yang memiliki dua tanggung jawab, tanggung jawab yang bersifat ekonomis dan tanggung jawab yang bersifat sosial. Tanggung jawab yang bersifat ekonomis merupakan tanggung jawab BUMN kepada pemegang saham yang dititikberatkan pada kinerja keuangan dan penambahan nilai perusahaan yang tergambar pada laporan keuangan perusahaan, sedangkan tanggung jawab yang bersifat sosial atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* dilaksanakan oleh perusahaan merupakan bentuk kepedulian terhadap masyarakat sekitarnya, investasi bagi perusahaan dan sekaligus sebagai komitmen dalam mendukung terciptanya pertumbuhan dan pembangunan yang berkelanjutan (*sustainability development*) di lingkungan masyarakat sekitar.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah Tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Wibisono, 2007:8). *CSR (Corporate Social Responsibility)* perusahaan dapat dijadikan sebagai inovasi baru sebagai bentuk untuk pemberdayaan masyarakat dan juga meningkatkan sosial ekonomi masyarakat. Karena *CSR* merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan. Sebagai perusahaan yang memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap

aspek ekonomi, masyarakat dan lingkungan. Seperti yang dikemukakan oleh Elkington (1999) (dalam Fitri 2015 : 500) mengemukakan bahwa sebuah perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan (*profit*); masyarakat, khususnya komunitas sekitar (*people*); serta lingkungan hidup (*planet*). *Triple Bottom Line* dengan 3P tipe yaitu:

1. *Profit* yang Mendukung laba perusahaan.
2. *People* yang Meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
3. *Planet* yang meningkatkan kualitas lingkungan.

Terkait dengan adanya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, dimana suatu perusahaan harus melakukan tanggung jawab sosial hal tersebut semakin kuat sejak disahkannya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007, tentang Perseroan Terbatas, Pasal 74 Ayat (1), menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Melalui UU No. 40 Tahun 2007, Pasal 74 ini, industri atau korporasi-korporasi wajib untuk melaksanakannya kegiatan *CSR*. Hal ini tertuang dalam UU No 19 2003 tentang BUMN, dimana disebutkan bahwa program *CSR (Corporate Social Responsibility)* yang dijalankan oleh BUMN adalah PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan).

PT Perkebunan Nusantara V merupakan salah satu perusahaan BUMN yang bergerak dibidang perkebunan kelapa sawit dan karet terbesar di Provinsi Riau. Dengan wilayah operasional PT Perkebunan

Nusantara V tersebar di 7 kabupaten di provinsi Riau yaitu kota Pekanbaru (kantor pusat), Kabupaten Kampar, Kabupaten Rokan Hulu, Kabupaten Rokan Hilir, Kabupaten Siak, Kabupaten Indragiri Hulu, dan Kabupaten Kuantan Singingi. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang kelapa sawit dan karet dengan luas perkebunan terbesar beserta pengolahan pabrik kelapa sawit dan karet dimana hasil dari pengolahan tersebut berbanding lurus dengan besarnya jumlah limbah yang dihasilkan oleh perusahaan dan juga area perkebunan yang dekat dengan masyarakat. Hal ini tentunya harus menjadi perhatian bagi perusahaan PT Perkebunan Nusantara V karena wilayah operasi mereka berada di sekitar lingkungan masyarakat.

Maka untuk mempertahankan eksistensi dan *profit* perusahaan, PT Perkebunan Nusantara V melakukan kegiatan program CSR yang berorientasi kepada masyarakat atau lingkungan sekitar perusahaan yakni PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan). Program kemitraan adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan sebagian laba perusahaan. Sedangkan program bina lingkungan adalah program yang bersifat bantuan (bantuan korban bencana alam, pengembangan sarana dan prasarana, bantuan peningkatan kesehatan dan pendidikan). Dengan hal tersebut masyarakat dapat melihat bahwa PT Perkebunan Nusantara V tidak hanya mengutamakan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, melainkan juga peduli dengan masyarakat lingkungan perusahaan. Melalui program CSR yang dilakukan oleh PT Perkebunan Nusantara V yakni PKBL (program kemitraan dan bina lingkungan) yang

dilakukan, dimana tujuan dari dilaksanakannya program ini adalah untuk menyelenggarakan pengembangan dan pemberdayaan masyarakat maka PT Perkebunan Nusantara V akan mampu mempertahankan eksistensinya dilingkungan perusahaan.

Pada tahun 2018 PT Perkebunan Nusantara V mendapat penghargaan sebagai perusahaan Negara penerima ISPO terbanyak (sumber: <http://www.bumn.go.id/ptpn5/berita/1-PTPN-V-Tampil-Sebagai-Perusahaan-Negara-Penerima-ISPO-Terbanyak>, 19 april 2018). Dimana penghargaan ini PT Perkebunan Nusantara V menjadi BUMN yang menjadi perusahaan penerima sertifikat *Indonesian Sustainable Palm Oil/ISPO* terbanyak diantara Perusahaan perkebunan negara lainnya. Penghargaan ini diberikan atas keseriusan PT Perkebunan Nusantara untuk menyeimbangkan keuntungan/*profit*, lingkungan/*planet* dan masyarakat/*people*. Seperti yang terdapat di dalam berita berikut:

"Ke 12 pabrik kelapa sawit dan kebun pendukungnya yang dinyatakan oleh Komisi ISPO, berdasarkan hasil audit independen terhadap pemenuhan peraturan perundang-undangan kelapa sawit dalam 7 prinsip yakni PKS dan Kebun Tandun, Sei Rokan, Sei Pagar, Sei Garo, Sei Galuh, Terantam, Sei Intan, Tanjung Medan, Tanah Putih, Sei Buatan, Lubuk Dalam, dan Sei Tapung. "Yang terpenting adalah bagaimana kami dapat terus meningkatkan penerapan sistem perkebunan yang lestari di lingkungan Perusahaan. Kami percaya prinsip *people planet* dan *profit* akan menjaga kebersinambungan PTPN V itu sendiri. Kami fokus untuk itu", tutupnya. (sumber: <https://www.goriau.com/berita>

[/riau/ptpn-v-tampil-sebagai-perusahaan-negara-penerima-ispo-terbanyak.html](http://riau/ptpn-v-tampil-sebagai-perusahaan-negara-penerima-ispo-terbanyak.html) diakses pada kamis, 12 april 2018) “

Berita tersebut menunjukkan bahwa ke 12 pabrik kelapa sawit dan kebun pendukungnya yang memenuhi peraturan perUndang-Undangan kelapa sawit dalam 7 prinsip yakni PKS dan Kebun Tandun, Sei Rokan, Sei Pagar, Sei Garo, Sei Galuh, Terantam, Sei Intan, Tanjung Medan, Tanah Putih, Sei Buatan, Lubuk Dalam, dan Sei Tapung dimana kebanyakan kebun tersebut terletak di Kabupaten Kampar.

Untuk menerapkan prinsip *triple bottom line* yakni *people planet* dan *profit* PT Perkebunan Nusantara V telah melaksanakan program PKBL atas dasar UU No.19 tahun 2003 tentang BUMN serta Peraturan Menteri BUMN No. Per-05/MBU/2007 yang menyatakan maksud dan tujuan pendirian BUMN tidak hanya mengejar keuntungan melainkan turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi dan masyarakat.

Sejalan dengan salah satu bagian dalam konsep *triple bottom line* yakni *people* (meningkatkan kesejahteraan masyarakat), PT Perkebunan Nusantara V melalui program kemitraan yang dilakukan berusaha untuk melakukan pembinaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan pemberdayaan kondisi lingkungan melalui pemanfaatan dana dari sebagian laba perusahaan. Sebuah program yang tujuannya untuk pemberdayaan masyarakat tentunya diperlukan strategi pengelolaan komunikasi mulai dari perencanaan sampai dengan monitoring dan evaluasi program program yang baik. Pengelolaan sama halnya dengan manajemen yang keduanya mempunyai

persamaan arti, dengan kandungan makna *to control* yang artinya menatur dan mengurus. (Umar, 2003 : 3). Salah satu faktor yang mempengaruhi berhasil tidaknya sebuah program adalah komunikasi yang sangat dibutuhkan dalam program pemberdayaan dan pembangunan masyarakat. Kegagalan yang dialami pada saat melaksanakan program juga disebabkan karena tidak melibatkan komunikasi didalamnya terhadap program yang dilakukan.

Tujuan program kemitraan yang dilakukan oleh PT Perkebunan Nusantara V adalah untuk meningkatkan kemampuan para pengusaha kecil atau UMKM agar menjadi tangguh dan mandiri sekaligus pemberdayaan kondisi sosial masyarakat. Program kemitraan ini terbagi dalam beberapa sektor diantaranya sektor industri, sektor perdagangan, sektor pertanian, sektor peternakan, sektor perkebunan, sektor perikanan, dan sektor jasa. Program kemitraan merupakan program dengan pinjaman dana yang bersifat bergilir dan bergulir kepada UMKM mitra binaan PT Perkebunan Nusantara V untuk mengembangkan usaha yang mereka lakukan.

Pada penelitian ini akan meneliti mengenai strategi pengelolaan komunikasi *Corporate Social Responsibility* CSR PT Perkebunan Nusantara V mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan monitoring dan evaluasi program kemitraan karena program kemitraan lebih bersifat berkelanjutan dibandingkan program bina lingkungan, kemudian dana yang direalisasikan untuk program kemitraan dua kali lipat lebih besar dibandingkan dana program bina lingkungan. Selain itu program kemitraan PT Perkebunan Nusantara V lebih memiliki pengaruh dalam

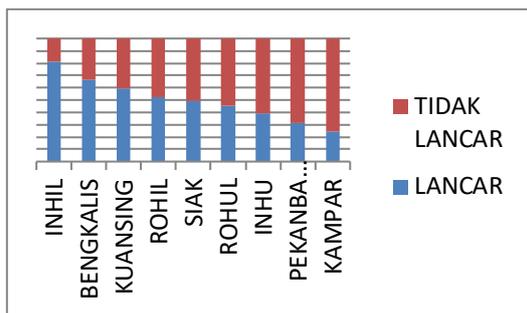
pemberdayaan masyarakat dibandingkan program bina lingkungan yang dapat dari banyaknya mitra binaan PT Perkebunan Nusantara V yang mengalami peningkatan omset penjualan dan peningkatan taraf hidup mereka. Pada tahap perencanaan program kemitraannya, PT Perkebunan Nusantara V melakukan rapat internal perusahaan yang membahas mengenai rencana kerja yang akan dilakukan untuk tahun berikutnya, Setelah perencanaan telah dilakukan tahap selanjutnya yang dilakukan oleh PT Perkebunan Nusantara V adalah pengorganisasian yang berguna untuk pembagian tugas kepada masing-masing pihak, membentuk bagian, mendelegasikan, menetapkan wewenang dan tanggungjawab. Setelah pengorganisasian, tahap selanjutnya adalah pelaksanaan, pada tahap ini PT Perkebunan Nusantara V bekerjasama dengan Dinas Koprasi setempat untuk menerima proposal bantuan calon mitra binaan dan melakkan pelatihan terhadap UMKM yang telah diterima sebagai mitra binaan PT Perkebunan Nusantara V. langkah terakhir yang dilakukan oleh PT Perkebunan Nusanatara V dalam melakukan program kemitraan adalah memonitoring dan evaluasi program yang berguna untuk melihat keberhasilan, dampak dan kendala pelaksanaan program kemitraan.

Adapun penelitian yang berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat melalui program kemitraan antara lain Rusdy Yanson (2019) dengan judul implementasi *Corporate Social Responsibility* pada program kemitraan PT. Angkasa Pura II (PERSERO) cabang Pekanbaru dalam meningkatkan keberhasilan UMKM di Kota Pekanbaru, hasil penelitian menunjukkan implementasi CSR pada

program kemitraan PT. Angkasa Pura II (PERSERO) berjalan runut mulai dari konsep awal yaitu CSR pada program kemitraan dikhususkan bagi pelaku UMKM yang usahanya sedang berkembang, mempunyai izin usaha dan berlokasi di Kota Pekanbaru dan sekitarnya. Kemudian, Suheri Irawan (2017) dengan judul strategi program kemitraan PTPN VII unit usaha kedaton dalam pemberdayaan ekonomi UKM masyarakat di Desa Rejosari Natar Lampung Selatan, hasil penelitian menunjukkan bahwa PTPN VII memiliki peran yang begitu besar dalam membantu permodalan usaha kecil masyarakat sekitar, mendorong pertumbuhan kerakyatan ditengah-tengah masyarakat, sebagai pelaksanaan PKBL dan membina mitra melalui pelatihan-pelatihan yang diberikan kepada mitra binaan.

Selain itu melihat realitas yang ada pada masyarakat saat ini di Provinsi Riau banyak masyarakat yang mulai mengelola usaha kecil untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan cara berwirausaha termasuk Kabupaten Kampar yang memiliki jumlah UMKM mitra binaan PTPN V terbanyak.

Namun permasalahan yang terjadi ialah terjadinya penurunan yang sangat drastis baik dari jumlah dana yang diberikan atau jumlah mitra binaan yang diberikan pada tahun 2018. Selain itu berdasarkan hasil pra riset yang dilakukan penulis yang dilakukan wawancara dengan bapak Fajri mengatakan bahwa Kabupaten Kampar merupakan daerah yang tunggakannya paling tinggi dibandingkan kabupaten lainnya. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut:



Sumber: Olahan Peneliti, 2019

Permasalahan ini tentunya dipengaruhi oleh strategi pengelolaan yang dilakukan. pada proses awal yakni perencanaan komunikasi yang dilakukan masyarakat tidak ikut dilibatkan dan hanya melakukan perencanaan programnya saja, tidak merencanakan perencanaan komunikasi. Pada proses pelaksanaannya juga PT Perkebunan Nusantara V pada tahap pemberdayaan masyarakat dalam bentuk pelatihan-pelatihan, seminar kewirausahaan juga sangat sedikit sehingga mempengaruhi kedekatan antara PT Perkebunan Nusantara V dengan mitra binaan yang dapat mengakibatkan banyaknya mitra binaan yang lalai untuk membayar cicilan pinjaman. Pada proses monitoring dan evaluasinya pun PT Perkebunan Nusantara V hanya mengevaluasi programnya dan tidak melakukan evaluasi pada perencanaan dan pelaksanaan komunikasi yang dilakukan. Sebuah program CSR tidak akan berjalan dengan maksimal tanpa adanya strategi pengelolaan komunikasi *Corporate Social Responsibility (CSR)*, terutama program kemitraan yang sangat memerlukan pengelolaan komunikasi yang maksimal agar program tersebut dapat berjalan sesuai rencana dan tujuan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan fenomena yang penulis lihat tersebut, maka penulis ingin meneliti “strategi pengelolaan *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT Perkebunan Nusantara V melalui program kemitraan dalam

pemberdayaan UMKM di Kabupaten Kampar”.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep Pengelolaan

Pengelolaan berasal dari kata manajemen atau administrasi. Hal ini sama seperti yang dikemukakan oleh Umar, 2003 : 3 *management* diterjemahkan dalam bahasa Indonesia menjadi manajemen atau pengelolaan. Dalam beberapa konteks keduanya mempunyai persamaan arti, dengan kandungan makna *to control* yang artinya mengatur dan mengurus (Umar, 2003 : 3)

2. Fungsi Pengelolaan

Berdasarkan fungsi pengelolaan (manajemen) secara garis besar dapat disampaikan bahwa tahap-tahap dalam melakukan manajemen meliputi: perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Fungsi-fungsi manajemen tersebut bersifat universal, di mana saja dan dalam organisasi apa saja. Namun, semuanya tergantung pada tipe organisasi, kebudayaan dan anggotanya.

3. Pengelolaan Komunikasi

Komunikasi merupakan kegiatan yang bersifat rutin yang menjadi faktor penting dalam bisnis. Oleh karena itu maka komunikasi yang bersifat rutin harus dikelola dengan baik sehingga dapat memperkecil biaya dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi komunikasi. Beberapa cara yang dapat digunakan dalam mengelola komunikasi rutin antara lain: Mengurangi jumlah pesan semaksimal mungkin, Memberikan instruksi yang jelas, Mendelegasikan tanggung jawab, Melatih penulis dan pembicar.

4. Komunikasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Komunikasi merupakan elemen yang sangat penting dalam menjalankan sebuah program. Setiap elemen yang ada didalam komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Salah satu elemen yang dianggap penting untuk mencapai komunikasi yang efektif adalah komunikasi suara. (Rasyid *et al*, 2015 : 509, Rasyid, *et al* 2018:9)

Komunikasi CSR dimaknai sebagai proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Gray *et al* mendefinisikan CSR merupakan proses mengkomunikasikan efek dari kegiatan ekonomi suatu organisasi kepada masyarakat tertentu dan masyarakat pada umumnya. Program CSR yang dilakukan perusahaan tidak hanya memberikan manfaat kepada perusahaan, tetapi juga memebrikan manfaat kepada masyarakat yang pada akhirnya akan memberikan dampak negatif untuk perusahaan yaitu memberikkan citra positif yang terbentuk dari matamasyarakat yang akan membantu menciptakan hubungan yang baik bagi kedua belah pihak. (Rasyid, 2017: 15, Rasyid, 2019 : 77)

Dalam praktiknya, dalam mengkomunikasikan kegiatan CSR komunikasi perlu memuat sebuah saluran untuk mengkomunikasikan kegiatan komunikasi tersebut kepada pemangku kepentingan, baikitu saluran internal atau eksternal mulai dari *social report*, *website*, iklan, dan saluran komunikasi lainnya. (rasyid, 2015 : 497 *et al*, Rasyid, 2017 : 28)

5. Strategi Pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* adalah bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan eksternal perusahaan melalui berbagai kegiatan yang dilakukan dalam rangka penjagaan lingkungan, norma masyarakat, partisipasi pembangunan, serta berbagai bentuk tanggung jawab sosial lainnya. (<http://tammzt.wordpress.com/2012/06/22/tanggung-jawab-sosial-dan-etika-manajemen/#more-75>, diakses pada hari rabu tanggal 6 februari 2019). Strategi pengelolaan tanggung jawab sosial perusahaan terbagi menjadi 4 strategi yaitu: Strategi reaktif, akomodatif, defensif, proaktif.

6. Program Kemitraan dan Bina lingkungan (PKBL)

PKBL pada dasarnya adalah wujud kepedulian perusahaan terhadap kondisi masyarakat sekitar, khususnya untuk pengembangan usaha mikro, kecil, dan koperasi dari laba disisihkan. Melalui PKBL, perusahaan merasa terpanggil untuk turut memberdayakan masyarakat sekitar dengan mendorong kegiatan produktif dan perluasan kesempatan berusaha sehingga dapat diperoleh kemajuan bersama. PKBL memungkinkan hubungan antara perusahaan dan masyarakat menjadi lebih harmonis. (Laporan Manajemen PKBL 2012:1)

7. Pemberdayaan Masyarakat

Istilah “pemberdayaan” diambil dari Bahasa Inggris “*empowerment*”, yang berasal dari kata dasar “*power*” berarti kekuatan atau daya dalam Bahasa Indonesia. Maka definisi pemberdayaan dirumuskan sebagai

upaya yang bertujuan untuk meningkatkan kekuatan/daya (*power*) pihak-pihak yang tidak atau kurang berdaya. Pemberdayaan juga bermakna sebagai upaya distribusi ulang (*redistribusi*) kekuatan/daya (*power*) dari pihak yang memilikinya kepada pihak yang tidak atau kurang memilikinya (Anwas, 2014 : 49).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif Lokasi penelitian yaitu di PT Perkebunan Nusantara V Pekanbaru dan realisasi dana program kemitraan di Kabupaten Kampar. Adapun jadwal penelitian yang dilakukan pada bulan Desember hingga Agustus 2019. Pemilihan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive* dimana peneliti memilih narasumber dengan kriteria tertentu. 4 karyawan PKBL PTPN V 4 orang dari UMKM mitra binaan PTPN V yang telah menerima pinjaman dana program kemitraan ke II dan ke III Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan analisis dan model interaktif yang digunakan oleh Miles dan Huberman yaitu tiga tahap kegiatan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Untuk pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- 1. Perencanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Perkebunan Nusantara V Melalui Program Kemitraan Dalam Pemberdayaan UMKM di Kabupaten Kampar**
Perencanaan merupakan

pernyataan tertulis mengenai segala sesuatu yang akan atau yang harus dilakukan. Perencanaan bersifat kepada masa yang akan datang. Perencanaan komunikasi merupakan pernyataan tertulis mengenai serangkaian tindakan tentang bagaimana suatu kegiatan akan atau harus dilakukan agar mencapai perubahan perilaku sesuai dengan apa yang di inginkan dengan melibatkan unsur-unsur komunikasi didalamnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan bahwa perencanaan yang dilakukan PT Perkebunan Nusantara V dilaksanakan melalui rapat internal, pada saat rapat internal tersebut PKBL PT Perkebunan Nusantara V melaporkan bagaimana respon masyarakat terhadap program kemitraan yang sebelumnya sudah dilaksanakan, dampak program terhadap UMKM mitra binaan, dan kendala-kendala yang dihadapi selama melaksanakan program. Dalam perencanaannya juga dibahas realisasi dana yang diberikan untuk tahun berikutnya, besar kecilnya dana yang akan diberikan disesuaikan dengan laba perusahaan setiap tahunnya, dan juga dipengaruhi kelancaran UMKM mitra binaan dalam membayar cicilan. Semakin lancar UMKM mitra binaan membayar cicilan maka semakin besar pula dana yang direalisasikan pada tahun berikutnya.

Dalam perencanaan program kemitraan, masyarakat atau tokoh masyarakat tidak ikut dilibatkan. Idealnya perencanaan hendaknya dapat diikuti berbagai pihak untuk memperoleh masukan agar lebih sempurna. Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan PT Perkebunan Nusantara V belum menunjukkan adanya perencanaan komunikasi seperti perencanaan komunikator, komunikan, perencanaan media apa yang akan digunakan, perencanaan efek, saluran

dan gangguan dari program kemitraan yang akan di lakukan.

2. Pengorganisasian *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Perkebunan Nusantara V Melalui Program Kemitraan Dalam Pemberdayaan UMKM di kabupaten Kampar

Pengorganisasian merupakan penyesuaian struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Adapun struktur korporasi PKBL PT Perkebunan Nusantara V bagian sekretaris perusahaan sub bag PKBL dan Bansos dipimpin seorang kepala Sub Bag dan membawahi 1 orang staf Sub Bag Administrasi PKBL dan Bansos 1 orang Staf Sub Bag Oprasional PKBL dan Bansos dan 9 orang Karyawan pelaksana. Proses komunikasi yang terjadi dalam pengorganisasian PKBL PT Perkebunan Nusantara V yang terlihat adalah komunikasi secara tatap muka tanpa menggunakan media dan hanya memanfaatkan media sosial seperti menggunakan *whatsapp*, *line* dll untuk berkomunikasi pada saat salah satu atau beberapa karyawan sedang melakukan survei atau monitoring.

Seluruh karyawannya secara tatap muka menjadi komunikator dan komunikasi secara bergantian. Untuk pembagian tugas dan turun kelapangan karyawan PKBL mendiskusikan secara langsung didalam satu ruangan yang sama sehingga mudah untuk melakukan komunikasi dan koordinasi antar karyawan. Dalam hal ini karyawan PKBL PT Perkebunan Nusantara V melibatkan hubungan secara kekeluargaan agar dapat saling bantu membantu dalam melaksanakan tugas yang diberikan kepada masing-masing karyawan.

3. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Perkebunan Nusantara V melalui program kemitraan dalam pemberdayaan UMKM di kabupaten Kampar

Pelaksanaan merupakan implementasi dari perencanaan dan pengorganisasian yang telah disusun untuk mengimplementasikan CSR program kemitraan kepada UMKM mitra binaan PT Perkebunan Nusantara V. Keberhasilan pelaksanaan program CSR salah satunya disebabkan faktor komunikasi. Komunikasi menjadi kunci yang penting dalam CSR. Bahkan komunikasi CSR sama pentingnya dengan CSR itu sendiri. Program kemitraan PT Perkebunan Nusantara V terdiri dari beberapa sektor yakni sektor industri, perdagangan, pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan dan jasa. Dari beberapa sektor ini pada tahap pelaksanaan terdiri dari beberapa tahap yakni:

1. Tahap Pengajuan dan Penerimaan Proposal

Tahap penerimaan proposal merupakan tahap dimana calon mitra binaan mengajukan proposal bantuan dana program kemitraan. Pada tahap ini PT Perkebunan Nusantara V bekerjasama dengan Dinas Koprasi Kabupaten Kampar untuk menerima proposal calon mitra binaan.

Komunikator pada tahap ini adalah karyawan PKBL PT Perkebunan Nusantara V dan Dinas Koprasi Kabupaten Kampar. Untuk komunikannya adalah UMKM calon mitra binaan yang hendak mengantarkan proposalnya. Pada tahap ini PT Perkebunan Nusantara V belum menggunakan media massa untuk menyebarluaskan informasi terkait program kemitraan yang dilakukan.

2. Pelaksanaan Tahap Survei

Pada tahap ini masyarakat yang sudah memberikan proposal dan telah lolos pada seleksi awal proses administrasi, kemudian karyawan PKBL melakukan survei untuk melihat langsung lokasi dan realitas usaha yang dijalankan oleh calon mitra binaan. Pada saat survei ada 4 tahap yang dilakukan oleh karyawan PKBL yakni mengunjungi lokasi usaha calon mitra binaan, melakukan wawancara kepada calon mitra binaan, melakukan observasi dan dokumentasi. Pada tahap ini terjadi komunikasi secara langsung antara calon mitra binaan dengan karyawan PKBL. Dimana antara calon mitra binaan dengan karyawan PKBL pada saat survei ini sebagai komunikator dan komunikasi secara bergantian. Dengan komunikasi tatap muka sangat efektif untuk mengetahui secara langsung tentang masyarakat yang akan menerima bantuan.

3. Tahap Penerimaan Bantuan Dan Pelatihan

Pada tahap ini dilakukan setelah masyarakat telah dinyatakan diterima sebagai mitra binaan PT Perkebunan Nusantara V. Pada tahap ini karyawan PKBL PT Perkebunan Nusantara V melakukan pertemuan dengan UMKM untuk menjelaskan mengenai program kemitraan kepada masyarakat penerima bantuan. Pada tahap ini masyarakat penerima bantuan dikumpulkan dalam satu ruangan atau gedung pertemuan yang sudah direncanakan dan disampaikan kepada masyarakat dengan melibatkan Dinas Koperasi Kabupaten Kampar. Pada tahap ini terjadi komunikasi yang dilakukan dengan menyampaikan informasi terkait program kemitraan yang disampaikan oleh karyawan PKBL dan Dinas Koperasi Kabupaten Kampar dengan menggunakan media pengeras suara dan *power point/ slide presentasi* dan in fokus.

Hasil wawancara dengan UMKM mitra binaan PT Perkebunan Nusantara V Kabupaten Kampar pesan yang disampaikan oleh komunikator/ karyawan PKBL maupun Dinas Koperasi Kabupaten Kampar dapat diterima dengan baik dan juga mudah dimengerti oleh mitra binaan.

Dari sisi saluran komunikasi PT Perkebunan Nusantara V hanya menggunakan saluran interpersonal dan saluran media publik dengan masyarakat. Saluran interpersonal adalah saluran yang melibatkan pertemuan tetap muka (sumber dan penerima) antara dua orang atau lebih. Sedangkan saluran media massa adalah alat penyampaian pesan yang mencakup jumlah yang besar contohnya menggunakan radio, televisi, surat kabar, buku, dll. (<https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2017/01/2-jenis-saluran-komunikasi.html>)

Dari sisi akibat/ efek/ pengaruh adalah hasil yang terjadi pada pihak penerima/komunikasi. Dalam program CSR ini efek yang diinginkan adalah dapat meningkatkan usaha UMKM sehingga merasa berdaya dan lebih terbantu setelah mendapatkan dana program kemitraan.

4. Tahap pemberdayaan UMKM melalui program kemitraan di kabupaten Kampar.

Pada tahap ini perusahaan melakukan pendampingan untuk masyarakat agar mampu mengelola sendiri usahanya melalui berbagai macam kegiatan seperti bazar, pameran, acara IKBI dan lain-lain. Komunikasi yang terjadi yakni komunikasi tatap muka yang terjadi antara UMKM dengan masyarakat luas, UMKM dengan pegawai CSR/PKBL PT Perkebunan Nusantara V.

Adapun komunikator pada tahap

ini adalah UMKM mitra binaan yang memasarkan produknya kepada masyarakat luas, sedangkan pesan yang disampaikan adalah mengenai produk-produk yang dijual oleh UMKM mitra binaan. Untuk komunikasinya adalah masyarakat yang berada didalam acara bazar/pameran tersebut. berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan penerima bantuan dana program kemitraan mereka merasa terbantu dan menjadi berdaya yang dapat meningkatkan ekonomi dan usaha mereka. Dari yang awalnya hanya pengusaha kecil kini menjadi berkembang menjadi usaha kecil yang tangguh dan mandiri.

4. Monitoring Dan Evaluasi Corporate Social Responsibility (CSR) PT Perkebunan Nusantara V Melalui Program Kemitraan Dalam Pemberdayaan UMKM Di Kabupaten Kampar

Suatu program dapat dikatakan berhasil jika perencanaan dan pelaksanaan berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan. Kegiatan evaluasi program berguna untuk melihat keberhasilan, dampak dan kendala pelaksanaan program kemitraan. Tahap memonitor proses pelaksanaan untuk dapat disimpulkan apakah selaras dengan visi, misi, nilai dan rencana strategis yang di tetapkan.

Salah satu kegiatan monitoring yang dilakukan PT Perkebunan Nusantara V adalah mengunjungi mitra binaan yang telat dalam membayar tagihan/ cicilan. Hasil kunjungan tersebut dilakukan oleh karyawan PKBL program kemitraan di Kabupaten Kampar. Kemudian hasil kunjungan tersebut dilaporkan kepada Direktur Komersil melalui surat disposisi yang berisikan tentang permasalahan yang dihadapi

dilapangan yang menyebabkan kredit macet.

Pada tahap monitoring ini komunikatornya adalah karyawan PKBL PT perkebunan Nusantara V dan komunikannya adalah Direktur Komersil dan UMKM mitra binaan yang dimonitoring. Pesan yang disampaikan oleh karyawan PKBL kepada Direktur Komersil mengenai laporan hasil kunjungan yang disampaikan dengan menggunakan media cetak surat disposisi. Dan pesan yang disampaikan kepada UMKM adalah mengingatkan mitra binaan agar membayar angsuran cicilan.

Efek dari dilakukannya monitoring ini adalah selain untuk menjalin kedekatan antara karyawan PKBL dengan Mitra binaan, juga dapat memotivasi UMKM mitra binaan untuk berkomitmen membayar piutangnya.

Evaluasi program merupakan tahap akhir dari perencanaan, pelaksanaan dan pengorganisasian program. Dalam mengevaluasi program kemitraan PT Perkebunan Nusantara V adapun pihak yang terlibat yaitu tim audit internal dan tim audit eksternal yang yang dilakukan setiap setahun sekali oleh Kantor Akuntan Publik (KAP) yang kemudian hasil audit akan diberikan kepada menteri BUMN.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian diatas mengenai strategi pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Perkebunan Nusantara V melalui program kemitraan dalam pemberdayaan UMKM di Kabupaten Kampar berjalan secara runut. Strategi pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Perkebunan Nusantara V melalui program kemitraan dalam pemberdayaan UMKM di Kabupaten Kampar dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perencanaan program kemitraan mempunyai *Standard Operating Procedure* (SOP) PTPN V tentang Penyaluran dana pinjaman program kemitraan. terdapat beberapa orang yang terlibat dalam menyampaikan pesan yaitu Direksi, Kepala Bagian, Kepala Urusan dan Asisten Urusan. Adapun perencanaan yang dibuat yakni rencana kerja dimana dan jumlah anggaran yang diberikan setiap tahunnya, dampak program kemitraan terhadap masyarakat, bagaimana respon masyarakat tahun lalu, dan kendala-kendala yang alami pada tahap pelaksanaan tahun sebelumnya. Dalam perencanaannya PT Perkebunan Nusantara V tidak melibatkan masyarakat atau tokoh masyarakat. Melainkan hanya internal perusahaan saja. Pada tahap perencanaan ini PT Perkebunan Nusantara V tidak menunjukkan perencanaan komunikasi dalam perencanaan program kemitraannya.
2. Tahap pengorganisasian program kemitraan adapun komunikator dan komunikan pada tahap ini yakni seluruh karyawan bagian PKBL. Saluran komunikasi yang digunakan yakni komunikasi secara tatap muka. Selain itu PKBL juga memanfaatkan media komunikasi seperti *whatsapp*, *line* dll.
3. Pada tahap pelaksanaan program kemitraan terdiri dari beberapa tahap diantaranya yaitu tahap penerimaan proposal, pelaksanaan tahap survei, penyaluran dana dan pelatihan, dan pemberdayaan masyarakat. Proses komunikasi terjadi disemua tahapan-tahapan yang dilakukan.
4. Tahap monitoring dan evaluasi program dilakukan oleh tim audit internal dan tim audit eksternal

yang dilakukan setiap tahunnya. Dan dilaporkan pihak kementerian BUMN dan Direksi PT Perkebunan Nusantara V.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Agustinova, Eku Danu . 2015 . *Memahami Metode Penelitian Kualitatif, Teori & Praktik*. Yogyakarta : Calpilus.
- Adi, Isbandi Rukminto . 2003 . Ed.Rev. *Pemberdayaan, Pengembangan Masyarakat dan Intervensi Komunitas (Pengantar pada Pemikiran dan Pendekatan Praktis)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Anitah, Sri . 2008 . *Strategi Pembelajaran di SD* . Jakarta: Universitas Terbuka.
- Anwas, Oos M . 2014. *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*. Jakarta: Alfabeta.
- Bungin, Burhan . 2007. *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekono, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana : Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied . 2013. *Perencanaan Dan Strategi Komunkasi* . Jakarta: Rajawali Pers
- Fattah, Nanang . 2006 . *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Hasan, Erlina 2005 . *Komunikasi pemerintahan*. Bandung: Rafika aditama.
- Husein, Umar . 2002 . *Metode Riset Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Husein, Umar. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Rakhmat, Jalaluddin . 1993 . *Psikologi Komunikasi* . Remaja Rosdakarya: Bandung

- Mardikanto, Totok dan Poerwoko Soebiato . 2012 . *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik* . Bandung : Alfabeta.
- Moleong, Lexi J . 2007. *Metode Penelitian Kualitatif* . Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Nayla, Akifa P . 2014 . *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba* . Laksana: Jogjakarta
- Naway, Fory . 2016 . *Strategi Pengelolaan Pembelajaran* . Gorontalo : Ideas Publishing
- Nitisusastro, Mulyadi . 2010 . *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*. Alfabeta: Bandung
- Sutinah & Bagong Suyanto . 2011. *Metode Penelitian Sosial : Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta : Kencana
- Suharto, Edi . 2007 . *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat Tanggungjawab Sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility)*. Bandung : Refika Aditama.
- Sunartiningsih, Agnes. 2004. *Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Institusi Lokal*. Aditya Media; Yogyakarta.
- Wibisono, Yusuf . 2007 . *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Gramedia: Jakarta.
- SKRIPSI dan TESIS:**
- Chairunisa, Hera .Tesis . 2009. *Manajemen Komunikasi Program CSR (Corporate Social Responsibility) Ccfi (Coca-Cola Foundation Indonesia) “Rumah Belajar” Di Jogja Study Center (Jsc) Yogyakarta* . Surakarta : Universitas Sebelas Maret
- Irawan, Suheri . 2017. *Strategi Program Kemitraan PTPN VII Unit Usaha Kedaton Dalam Pemberdayaan Ekonomi UKM Masyarakat Di Desa Rejosari Natar Lampung Selatan* . Lampung : Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi InsTitut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung
- Yanson, Rusdy . 2019 . *implementasi Corporate Social Responsibility pada program kemitraan PT. Angkasa Pura II (PERSERO) cabang Pekanbaru dalam meningkatkan keberhasilan UMKM di kota Pekanbaru* . Pekanbaru: Universitas Riau
- JURNAL:**
- Rasyid, Anuar, Amiruddin Saleh, Hafied Cangara, Wahyu Budi Priatna. *Komunikasi Dalam CSR Perusahaan: Pemberdayaan Masyarakat Dan Membangun Citra Positif Dalam Jurnal Mimbar*, Vol. 31, No. 2 (Desember, 2015) : 507-518
- Susanne, Arvidsson.2010 . *Communication of Corporate Social Responsibility: A Study of the Views of Management Teams in Large Companies*. Journal of Business Ethics (2010) 96:339–354 Springer 2010 DOI 10.1007/s10551-010-0469-2
- Nurseto, Tejo . 2004 . *Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh*.dalam Jurnal Ekonomi & Pendidikan Vol.1 No.1 februari 2004, hlm. 3
- Nurjanah, Noor Efni Salam, Rusmadi Awza. 2013. *Pengelolaan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Membangun Citra Perusahaan*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 2, Nomor 2, September, Hlm. 1-82
- Pitaloka, diyah . 2009 . *Corporate Social Responsibility (CSR) the communication challenge*. jurnal komunikasi volume 3, nomor 2,

april 2009 ISSN 1907-848X
Halaman 115-206)
Yanti,Fitri, Dan Ni Ketut Rasmini .
2015 . *Analisis Pengungkapan
Triple Bottom Line Dan Faktor
Yang Mempengaruhi : Studi Di
Perusahaan Indonesia Dan
Singapura*.E-Jurnal Akuntansi
Universitas Udayana Vol.13.No.2
Nov. 2015. (Hal 499-512)
Sari, Kartika . 2016 . *Manajemen
Komunikasi Pengelola Kawasan
Prambanan (Studi Kasus
Manajemen Komunikasi Balai
Pelestarian Cagar Budaya
Dalam Menangani Pelestarian
Lingkungan Di Kawasan Zona 3
Prambanan)*. Universitas Gadjah
Mada: Diunduh Dari
[Http://Etd.Repository.Ugm.Ac.Id](http://Etd.Repository.Ugm.Ac.Id)
Kristina Rintik Mutiara Palma dan Dr.
Gregoria Arum Yudarwati.
*Pengkomunikasian Corporate
Social Responsibility (CSR)PT
Bank Mandiri Persero Tbk
Melalui Website Perusahaan*.
Universitas Atma Jaya
Yogyakarta
Syam, Nina Winangsih MS. *Konsep
Dasar dan Strategi Perencanaan*.
SKOM4314 modul 1

SUMBER LAIN:

Ptpn5.go.id

SOP Penyaluran Dana Pinjaman
Program Kemitraan Nomor 36-
SOP/UMM/PTPN-V/2017

<http://tammzt.wordpress.com/2012/06/22/tanggung-jawab-sosial-dan-etika-manajemen/#more-75>

<https://rosita.staff.uns.ac.id/2010/07/23/corporate-social-responsibility/>

Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-
05/MBU/2007
retention).(<http://perilakuorganisasi.com/karl-e-weick-teori-enactment.html>
<https://ptpn5.com/ghg-2/,2018>

<http://www.bumn.go.id/ptpn5/berita/1-PTPN-V-Tampil-Sebagai-Perusahaan-Negara-Penerima-ISPO-Terbanyak>
<https://www.goriau.com/berita/riau/ptpn-v-tampil-sebagai-perusahaan-negara-penerima-ispo-terbanyak.html> diakses pada Kamis,
12 April 2018)