

**JURNAL IMPLEMENTASI PROGRAM CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)
KEGIATAN BINA LINGKUNGAN DALAM BIDANG PELATIHAN PT ANTAM UBPE PONGKOR
DI KEC.NANGGUNG KAB. BOGOR**

**JOURNAL OF PROGRAM IMPLEMENTATION CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)
COMMUNITY DEVELOPMENT ACTIVITIES IN THE FIELD OF TRAINING PT ANTAM UBPE
IN KEC.NANGGUNG KAB. BOGOR**

Retno Kusuma Wardani

Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
enoistic@gmail.com , enoistic@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Lokasi produksi PT Antam UBPE Pongkor yang berada di tengah-tengah masyarakat Kec. Nanggung berdampak pada aspek kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan PT Antam UBPE Pongkor dimaksudkan sebagai tanggung jawab sosial perusahaan atas operasional perusahaan. Kegiatan CSR yang dilaksanakan PT Antam UBPE Pongkor meliputi 3 bidang yakni Community Development, Program Kemitraan (PK), dan Bina Lingkungan (BL). Pelatihan adalah salah satu bidang yang termasuk dalam ruang lingkup Bina Lingkungan. Melalui program pelatihan diharapkan dapat menjadi pilihan alternatif dalam merintis Usaha Kecil Menengah sehingga dapat menciptakan masyarakat yang mandiri secara ekonomi. Tetapi pelatihan yang dijalankan masih mengalami hambatan karena kalah saing dengan model usaha yang lebih menjanjikan yakni Penambangan Tanpa Izin. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif terhadap implementasi program Bina Lingkungan di Bidang Pelatihan PT Antam UBPE Pongkor di Kec. Nanggung Kab. Bogor. dengan memakai paradigma konstruktif sebagai pendekatan.

Kata kunci: CSR (*Corporate Social Responsibility*), strategi Implementasi CSR (*Corporate Social Responsibility*), Teori Komunikasi

Abstract

PT Antam UBPE production sites Pongkor who are in the midst of the community district. Bear an impact on aspects of social and economic life of society. Corporate Social Responsibility PT Antam conducted UBPE Pongkor intended as a corporate social responsibility on the company's operations. CSR activities undertaken by PT Antam UBPE Pongkor covers three areas of the Community Development Partnership Program (PK), and Community Development (BL). Training is one of the areas included in the scope of Community Development. Through the training program is expected to be an alternative choice in pioneering small and medium enterprises so as to create communities that are economically independent. But training run remains a bottleneck due to less competitive with the more promising business models that Penambangan Without Permission. The method used is qualitative method of implementation of the Community Development program in the Field Training PT Antam UBPE Pongkor in the district. Bear district, Bogor. using as a constructive paradigm approach.

Keywords: CSR (Corporate Social Responsibility), implementation strategies CSR (Corporate Social Responsibility), Communication Theory

I. PENDAHULUAN

Adanya kehidupan perusahaan besar ditengah-tengah masyarakat memberikan manfaat yang positif bagi masyarakat lokal karena turut membangun perekonomian. Pada dasarnya keberadaan suatu perusahaan di suatu daerah akan mendorong pertumbuhan kegiatan sosial ekonomi masyarakat sekitar, tetapi karena berasal dari luar masyarakat dengan model usaha yang berbeda maka kesenjangan pola hidup antar perusahaan, pendatang dan masyarakat lokal semakin tinggi.

PT. Aneka Tambang UBPE Pongkor adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam bidang pengolahan emas. PT Antam UBPE Pongkor beroperasi ditengah-tengah masyarakat Kec. Nanggung Kab. Bogor. Kec. Nanggung terdiri dari 11 desa yaitu Cisarua, Curug Bitung, Malasari, Bantar Karet, Hambaro, Kalongliud, Nanggung, Parakan Muncang, Pangkal Jaya, Sukaluyu, dan Batu Tulis yang menempati wilayah seluas 13.525.248 Ha. Menurut Kemitraan I Polsek Kec. Nanggung bapak Ma'ruf Setiadi 90% masyarakat Kec

Nanggung berprofesi sebagai PETI (Penambang Tanpa Izin).Aktivitas PETI (Penambang Tanpa Izin) mulai ramai bersamaan dengan berdirinya PT. Aneka Tambang UBPE Pongkor pada tahun 1991, sebelumnya masyarakat Kec. Nanggung adalah masyarakat petani dan pedagang. Sejak dibukanya PT. Aneka Tambang UBPE Pongkor sampai saat ini aktivitas PETI (Penambang Tanpa Izin) terus berjalan tetapi hal tersebut memiliki keterbatasan waktu sehingga dikhawatirkan dimasa mendatang apabila kadar emas habis masyarakat akan kesulitan secara ekonomi. Oleh karea itu sebagai perusahaan BUMN PT Antam UBPE Pongkor berkewajiban menjalankan tanggung jawab sosial kepada masyarakat guna membangun kesejahteraan dandiharapkan dapat mengurangi ketergantungan masyarakat pada aktivitas penambangan tanpa izin dengan membuat alternatif peralihan mata pencaharian.

CSR(*Corporate Social Responsibility*)menurutKotlerdan Nancy (2005:210) didefinisikansebagaimitmenperusahaanuntukmeningkatkankejahteraankomunitasmelaluipraktikbisnis yang baikdanmengkontribusikansebagiansumberdayaperusahaan. CSR(*Corporate Social Responsibility*) di atur ke dalam UUNo.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74 & UU No.25 tahun 2007 tentangPenanaman Modal pasal 15,17 & 34.UU tersebut mengatur kewajiban perusahaan dalam melaksanakanKegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*)sebagai bentuk tanggung jawab social perusahaan atas aktivitas operasional yang dilakukan. Sanksi pembekuan kegiatan usaha siapditanggungperusahaan yang tidakmenjalankan CSR.Melaluiaktivitas CSR (*Corporate Social Responsibility*) perusahaanmenjalinhubunganbaikdengan, membangunkehidupanperekonomiandanpembangunanmasyarakatsehinggadapatmemperoleh goodwill darimasyarakat.

Berdirinya PT. Aneka Tambang UBPE Pongkor berpengaruh pada kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Dengan program kegiatanCSR(*Corporate Social Responsibility*) yang berpedomanpada 4 mataanginyaitudalambidangkesenian, pendidikan, ekonomi,danbudaya PT. Aneka Tambang UBPE PongkormerangkulmasyarakatKec. Nanggungdalammeningkatkankejahteraanhidupdanpembangunandaerah. PT. Aneka Tambang UBPE Pongkor menjalankan program CSR sesuai dengan masterplan yang ada dengan harapan dapat membangun sosial dan ekonomi masyarakat. Dalam mewujudkan program unggulan dalam CSR, PT Antam UBPE Pongkor membaginya dalam tiga bidang yakni;

1. *Community Development* (Pengembangan masyarakat) meliputi pembinaan hubungan dengan stakeholder, peningkatan ekonomi masyarakat, pelestarian budaya serta bidang sosial budaya lainnya.
2. Program Kemitraan (PK), berupa bantuan modal usaha
3. Bina Lingkungan (BL), usaha peningkatan kesejahteraan meliputi : pendidikan dan pelatihan, kesehatan, sarana/prasarana umum, sarana ibadah, bencana alam, dan pelestarian alam.

Salah satu program Bina Lingkungan yang dijalankan PT Antam UBPE Pongkor adalah pelatihan. Kegiatan pelatihan menjadi sarana pembelajaran bagi masyarakat untuk mengasah keterampilan dalam merintis usaha. Tetapi kegiatan pelatihan yang berjalan belum bisa menciptakan alternatif mata pencaharian.Olehsebabitupenulisinginmelakukanpenelitianterkait program CSR yang dilakukan oleh PT Antam UBPE Pongkor untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kec.Nanggung dengan menitik beratkan pada kegiatan bina lingkungan dalam bidang pelatihanyang dituangkankedalamJudul“**Implementasi Program CSR (Corporate Social Responsibility) Kegiatan Bina Lingkungan Dalam Bidang Pelatihan PT.Antam Unit Bisnis Pertambangan Emas Pongkor Kec. Nanggung Kab. Bogor.**”Eksplorasi menggunakan metode penelitian kualitatif yang melihat subjek penelitian sebagaimanamestinyapadasituasisebenarnya di lapangan yang berupapengalamaninderawidanbatin yang didasari dengan paradigma konstruktivisme untukmempertahankankenyataan yang ada.

1.1 RumusanMasalah

1. Bagaimana Implementasi kegiatan CSR (Corporate Social Responsibility) PT Antam UBPE Pongkor melalui program Bina Lingkungan dalam bidang pelatihan ?
2. Mengapa Program Bina Lingkungan dalam bidang pelatihan yang di laksanakan oleh PT Antam UBPE Pongkor belum bisa menciptakan alternatif mata pencaharian masyarakat?

1.2 TujuanPenelitian

1. Untuk mengetahui implementasi program Bina Lingkungan di PT Antam UBPE Pongkor
2. Untuk Mengetahui penyebab hambatan program bina lingkungan PT Antam UBPE Pongkor dalam menciptakan alternatif mata pencaharian masyarakat.

1.3 Metode Penelitian

Penelitian menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh hasil yang mendalam. Dengan metode kualitatif peneliti berusaha untuk mengungkapakan fenomena sebagaimana adanya di lapangan

untuk memahami fenomena tersebut dengan cara pengumpulan data dengan melakukan observasi dan wawancara.

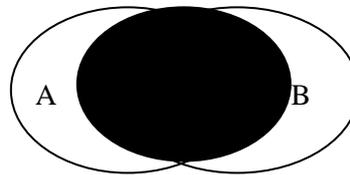
II. LANDASAN TEORI

2.1 Teori Komunikasi

Everett M. Rogers mengemukakan [dalam Cangara 2010:20] bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.

Dapat disimpulkan komunikasi adalah proses pertukaran informasi dengan tujuan untuk mencapai satu pemahaman yang diharapkan dapat merubah sikap penerima pesan.

Dalam melakukan komunikasi persamaan *field of experience* sangat penting karena pengalaman mempengaruhi komunikator dan dalam menyampaikan pesan dan mempengaruhi komunikator dalam menerima pesan. Menurut Cangara [1], [2010:21-22] Kesamaan dalam berkomunikasi dapat diibaratkan dua buah lingkaran yang bertindih satu sama lain. Daerah yang bertindih itu disebut kerangka pengalaman (*field of experience*), yang menunjukkan adanya persamaan antara A dan B dalam hal tertentu, misalnya bahasa atau symbol.



Gambar 1. Prinsip komunikasi

Dari gambar diatas, dapat menarik tiga prinsip dasar komunikasi, yakni:

1. Komunikasi hanya bisa terjadi bila terdapat pertukaran pengalaman yang sama antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi (*sharing similar experiences*).
2. Jika daerah tumpang tindih (*the field of experiences*) menyebar menutupi lingkaran A dan B, menuju terbentuknya suatu lingkaran yang sama, makin besar kemungkinan tercipta suatu komunikasi yang mengena (efektif).
3. Tetapi kalau daerah tumpang tindih ini makin mengecil dan menjauhi sentuhan kedua lingkaran, atau cenderung mengisolasi lingkaran masing masing, komunikasi yang terjadi sangat terbatas. Bahkan besar kemungkinannya gagal dalam menciptakan suatu proses komunikasi yang efektif.
4. Kedua lingkaran ini tidak akan bisa saling menutup secara penuh (100%) karena dalam konteks komunikasi antar manusia tidak pernah ada manusia yang memiliki perilaku, karakter, dan sifat-sifat yang persis sama (100%) sekalipun kedua manusia itu dilahirkan secara kembar.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam komunikasi yang efektif dipengaruhi oleh adanya kesamaan antar komunikator dan komunikan. Persamaan yang diperoleh berdasarkan adanya persamaan. Komunikasi efektif terjadi berdasarkan pengalaman komunikator dan komunikannya. Semakin besar persamaan yang dimiliki komunikator dan komunikannya semakin besar kesempatan

2.2 Teori CSR (Corporate Social Responsibility)

Corporate Social Responsibility adalah konsep tanggung jawab sosial perusahaan atas kegiatan operasional perusahaan kepada masyarakat di lingkungan sekitar dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan. Kegiatan CSR melibatkan seluruh stakeholders perusahaan.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* *in* *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas-komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

Menurut Budimanta [1], [2002:2] CSR merupakan komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama dengan pihak yang terkait, utamanya masyarakat di sekelilingnya dan lingkungan sosial di mana perusahaan tersebut berada, yang dilakukan terpadu dengan kegiatan usahanya secara berkelanjutan.

CSR merupakan cara perusahaan memperoleh dampak positif pada masyarakat dengan peningkatan kualitas kehidupan untuk dapat menanggapi keadaannya sosial yang ada,

dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidupnya termasuk perubahan-perubahan yang adasekaligus memelihara.

2.3 Publik dalam Public Relations

Target dari Public Relations adalah seluruh *stakeholders* perusahaan yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan. Oleh karena itu publik sangat penting bagi perusahaan karena sangat berpengaruh dalam operasional perusahaan.

Cutlip dan Center menyebut bahwa publik merupakan sebuah kata bendakolektif bagi suatu kelompok- sekelompok orang yang sama-sama terikat oleh suatu kepentingan yang sama dan menunjukkan perasaan yang sama [1], [dalam Soemirat, 2004: 105]. Soemirat dan Elvinaro [1], [2008:15] menjelaskan publik di dalam Public Relations yaitu:

Public Internal dan eksternal

Internal yaitu publik yang berada di dalam organisasi atau perusahaan, sedangkan publik eksternal secara organik tidak berkaitan langsung dengan perusahaan

1. Publik primer, sekunder dan marginal\

Publik primer yang sangat membantu atau merintangi upaya suatu perusahaan, publik Sekunder adalah publik yang kurang begitu penting, dan publik marginal adalah publik yang tidak begitu penting
2. Publik tradisional dan masa depan

Publik tradisional terdiri dari karyawan, pelanggan dan lain-lain, sedangkan publik masa depan terdiri dari mahasiswa, dosen, pejabat, dan lain-lain
3. Proponents, opponents dan uncommitted

Proponent adalah publik yang memihak perusahaan, opponents adalah publik yang menentang perusahaan, sedangkan uncommitted adalah publik yang tidak peduli terhadap perusahaan
4. Silent majority dan vocal minority

Dilihat dari aktivitas publik dalam mengajukan keluhan atau mendukung perusahaan dapat dibedakan antara yang vocal (aktif) dan silent (pasif)

Dapat disimpulkan bahwa publik dalam Public Relations terbagi dalam golongan-golongan tergantung pada hubungan dan kepentingannya dengan perusahaan. Semakin dekat dan semakin tinggi kepentingannya maka publik tersebut semakin mendapat prioritas,

2.4 Strategi Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility)

Agar implementasi CSR berjalan sesuai dengan konsep dasarnya membutuhkan ide dan strategi ekstra. Strategi implementasi diperlukan agar program CSR yang akan dijalankan bebas hambatan, dan sesuai sasaran. Kartini dan Dwi [1], [2009:47] menyatakan bahwa strategi ekstra tersebut meliputi empat agenda utama yakni:

1. Pedoman (Guidance) dan Tata Etika (Codes of Conduct)

Pedoman sangat diperlukan dalam pelaksanaan strategi CSR sebagai standar dalam melakukan berbagai program CSR. Sedangkan tata etika mengatur perusahaan dalam memproduksi, berhubungan dengan stakeholders.
2. Sistem dan Kebijakan Korporat

CSR merupakan bagian dari sistem perusahaan. Korporat yang sadar dampak jelas akan menjadikan CSR sebagai bagian dari strategi perusahaan yang profitabel di masa depan dan berdurasi jangka menengah sampai panjang. Korporasi yang semacam ini akan menempatkan CSR Value di dalam skema visi dan nilai-nilai perusahaan.
3. Strategi Kepemimpinan Korporat dalam CSR
 - a. Integrasi

Kepemimpinan yang visioner harus mengintegrasikan tanggung jawab perusahaannya ke struktur dan strategi bisnis dan harus dinyatakan secara jelas di dalam nilai dan prinsip para pemimpin yang tergabung di suatu dewan juga harus memonitor pelaksanaan CSR perusahaan melalui strategi dan komitmen tinggi terhadap stakeholders.
 - b. Inovasi

Pelaksanaan CSR tidak hanya dilihat dari sisi kepatuhan legal serta manajemen risiko, tetapi bagaimana menciptakan peluang baru dan nilai lebih dari kegiatan tersebut.
 - c. Accountability

Kepemimpinan di dalam CSR wajib dan sadar membuat komitmen terhadap publik yang relevan dengan tujuan, prinsip dan kinerja perusahaan.
 - d. Pelibatan yang Sistemik, Bersifat Konsultasi dan Kolaborasi

Wujud konkret dalam kepemimpinan CSR adalah melibatkan perusahaan secara penuh dan berdedikasi dengan para stakeholders. Kepemimpinan tipe proaktif membentuk forum yang

kredibel bersama stakeholders dalam konteks komunikasi, konsultasi dan kolaborasi yang berhubungan dengan isu-isu strategis dan spesifik tentang CSR.

4. Komitmen dan Kemitraan di antara Stakeholder

Stakeholder merupakan bagian strategis dalam pelaksanaan CSR. Perusahaan yang mampu bekerjasama dan memuaskan stakeholder dengan skala yang telah ditentukan akan menciptakan sistem kerja CSR yang efektif serta menguntungkan bagi setiap pihak. Pengidentifikasian stakeholder sangat penting sekali, oleh karena apabila stakeholder telah divaliditas sesuai dengan strategi perusahaan tentang CSR maka dari sana muncul program kerja yang menciptakan *partnership* pada akhirnya berdayaguna dalam mengeksekusi program CSR agar efektif.

Dapat disimpulkan bahwa dalam implementasi kegiatan CSR harus memiliki perencanaan yang matang dan kreatif sesuai dengan pedoman yang digunakan. Disamping itu keterlibatan stakeholder sangat penting karena dibutuhkan komitmen yang kuat.

2.5 Community Relations

Community Relations menggambarkan keterlibatan perusahaan di dalam komunitas. Community relations memuat peran-peran perusahaan yang diperoleh dari kepercayaan komunitas.

Jerold [1], [Iriantara,2004:20] mendefinisikan community relations sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya untuk kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas

Crete Profit Inc.[2001] [1], [iriantara,2004:27] menggambarkan 3 tahapan perkembangan konsep tanggung jawab sosial organisasi bisnis dalam konteks community relations:

1. Community relations dan pemberian sumbangan sebagai respon atas kebutuhan lokal dan manajemen senior
2. Model community relations “model kewaarganegaraan korporat” yang didasarkan pada isu-isu etis.
3. Konsep aliansi strategis

Semua langkah dalam program community relations dilakukan dengan didasarkan pada nilai-nilai dasar perusahaan yakni :

1. Menghormati individu
2. Integritas yang utuh
3. Kepercayaan
4. Kredibilitas dan perbaikan berkelanjutan
5. Pembaharuan pribadi
6. Pengakuan nama baik (Iriantara,2004:30)

Dapat diketahui bahwa kegiatan *community relations* terbentuk dari adanya usaha keterlibatan perusahaan dengan pendekatan kekeluargaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan demi meningkatkan komoditi lokal.

III. PEMBAHASAN

Ditinjau berdasarkan konsep ide dan strategi Kartini dan Dwi [1], [2009:47] pada Implementasi *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) program Bina Lingkungan PT Antam UBPE Pongkor telah memenuhi ke 4 aspek dalam konsep ide dan strategi implementasi CSR sebagai berikut.

Tabel 1 Strategi Implementasi *Corporate Sosial Responsibility*

Konsep Strategi Implementasi <i>Corporate Sosial Responsibility</i>	Strategi Implementasi
Pedoman (Guidance) dan Tata Etika (Condes of Conduct)	PT Antam UBPE Pongkor menjalankan Program <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR) Bina Lingkungan dalam bidang pelatihan sesuai dengan Peraturan Menteri BUMN Per-20/MBU/2012 yang didalamnya memuat ruang lingkup Bina Lingkungan yang salah satunya adalah pelatihan. ISO 26000 : Guidance Standard on Social Responsibility juga menjadi pedoman dalam kegiatan <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR) Bina Lingkungan dalam bidang pelatihan PT Antam UBPE Pongkor untuk menciptakan program yang sesuai dengan standar internasional.
Sistem dan Kebijakan Korporat	PT Antam UBPE Pongkor menciptakan <i>Value</i> program CSR di dalam skema visi, misi dan nilai-nilai perusahaan ke dalam <i>blue print</i> yang dituangkan ke dalam <i>master plan</i> yang dibuat dalam jangka waktu 5 tahun untuk mendukung kesinambungan program keberlanjutan yang efektif untuk mewujudkan CSR Antam <i>Excellent</i> .
Strategi Kepemimpinan	

Korporat dalam CSR Integrasi	Program <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR) Bina Lingkungan dalam bidang pelatihan terlebih dahulu dirumuskan dalam RUPS (Rapat Umum pemegang Saham) yang dalam pelaksanaannya di awasi oleh manajemen dan di evaluasi oleh manajemen.
Inovasi	Dalam memilih Program <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR) Bina Lingkungan dalam bidang pelatihan diperlukan program yang mampu meningkatkan <i>value</i> program tersebut.
<i>Accountability</i>	Prinsip kinerja relevan dengan tujuan, prinsip dan kinerja perusahaan sebagaimana tercantum di dalam <i>masterplan</i> .
Pelibatan yang Sistemik, Bersifat Konsultasi dan Kolaborasi	Hubungan yang terjalin antara PT Antam UBPE Pongkor dengan stakeholder sudah seperti hubungan kekeluargaan karena di jalin secara intens setiap harinya baik melalui komunikasi personal yang mengangkat isu-isu sosial , forum hearing, serta RUPS (Rapat Umum pemegang Saham).
Komitmen dan Kemitraan di antara Stakeholder	<i>Kegiatan Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR) program Bina Lingkungan PT Antam UBPE Pongkor melibatkan stakeholder secara langsung yaitu pemerintahan daerah (Kecamatan Nanggung dan Desa Cisarua, Curug Bitung, Malasari, Bantar Karet, Hambaro, Kalongliud, Nanggung, Parakan Muncang, Pangkal Jaya, Sukaluyu, dan Batu Tulis).

Aspek tersebut penting karena berpengaruh pada kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) program Bina Lingkungan dalam bidang pelatihan yang memiliki nilai strategis sebagai bentuk investasi sosial jangka panjang. Aspek tersebut menjadi pondasi dalam penetapan strategi karena melibatkan banyak pihak, sehingga menjadi bagian untuk meningkatkan kinerja perusahaan baik dalam menjaga keberlangsungan operasional, menjaga citra positif perusahaan, maupun menjaga keharmonisan dengan *stakeholders*.

Kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) program Bina Lingkungan dalam bidang pelatihan memiliki dampak secara langsung maupun tidak langsung oleh semua aktivitas yang dijalankan perusahaan karena melibatkan *stakeholders* PT Antam UBPE Pongkor yang tentunya dapat berpengaruh pada operasional perusahaan dan juga sebagai bentuk pertanggung jawaban PT Antam UBPE Pongkor. Stakeholder berpengaruh pada aspek kekuatan, kepentingan dan kaitannya dengan perusahaan.

Berikut adalah publik pada kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) program Bina Lingkungan di bidang pelatihan adalah:

1. Pemerintahan daerah

Pemerintahan daerah di mata PT Antam UBPE Pongkor adalah penghubung antara perusahaan dengan masyarakat, pemerintahan merupakan *gatekeeper* sehingga menjadi publik primer yakni publik yang sangat berperan bagi PT Antam UBPE Pongkor karena dapat mengendalikan dan membantu dalam menjalankan program kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) program Bina Lingkungan di bidang pelatihan. Berikut adalah publik primer PT Antam UBPE Pongkor meliputi :

a. Pemerintah Kecamatan Nanggung dan Pemerintah Desa

Tetapi yang paling diutamakan adalah 4 desa yang berada paling dekat dengan lokasi perusahaan yakni Desa Cisarua, Curug Bitung, Malasari, dan Bantar Karet karena masyarakat desa tersebut sangat bergantung pada aktivitas Penambangan Tanpa Izin.

b. Masyarakat Kec. Nanggung

Masyarakat Kec. Nanggung termasuk juga ke dalam publik primer karena merupakan target dari *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) program Bina Lingkungan sebagai kewajiban bagi PT Antam UBPE Pongkor untuk dapat menciptakan pertumbuhan perekonomian. Masyarakat Kec. Nanggung sebagai Publik dari kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) program Bina Lingkungan di bidang pelatihan terbagi menjadi masyarakat yang menjadi peserta dan masyarakat yang tidak ikut serta dalam kegiatan tersebut. Masyarakat yang tidak mengikuti kegiatan tetap dijadikan prioritas karena menjadi target potensial di masa yang akan datang.

c. Supplier

Dalam melaksanakan kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) program Bina Lingkungan di bidang pelatihan membutuhkan berbagai instrumen yang dipakai selama program tersebut berlangsung seperti alat pendukung dan juga bekal modal yang dipersiapkan. Seluruh kebutuhan tersebut diperoleh dari kontraktor yang berasal di Kec. Nanggung. Disamping itu mentor pelatihan juga menjadi stakeholder PT Antam UBPE Pongkor juga karena ikut serta dalam mendukung program yang sedang dijalankan. Supplier dan mentor

pelatihan termasuk ke dalam publik eksternal karena tidak berhubungan langsung dengan perusahaan.

Corporate Sosial Responsibility (CSR) bagi PT Antam UBPE Pongkor adalah komitmen berkelanjutan yang dibangun oleh perusahaan sebagai bentuk pertanggung jawaban perusahaan yang ditunjukkan dengan memberikan kontribusi pada pembangunan nasional sekaligus meningkatkan kualitas hidup komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan.

Melalui program tersebut PT Antam UBPE Pongkor berupaya menciptakan wadah pembinaan yang dapat menciptakan masyarakat mandiri karena saat ini tengah mempersiapkan masyarakat dalam menghadapi fase masa penutupan tambang. *Implementasi Corporate Sosial Responsibility* (CSR) program Bina Lingkungan Dalam bidang pelatihan yang dilaksanakan oleh PT Antam UBPE Pongkor sepanjang 2014 adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Program Implementasi Corporate Sosial Responsibility

Program	Pelaksanaan	Uraian
Pelatihan Batu Cadas	2006 - saat ini	Pelatihan Batu Cadas bermula dari kontes <i>enterpreneur</i> yang diadakan PT Antam UBPE Pongkor pada tahun 2006 silam. karena material yang digunakan merupakan komoditi lokal Kec. Nanggung yaitu batu cadas berpotensi untuk menjadi ciri khas Kec.Nanggung yang kedepannya bisa menjadi daya tarik pariwisata dan budaya maka Batu cadas lolos sebagai pemenang pada kontes tersebut dan sampai saat ini diteruskan menjadi pelatihan yang telah menghasilkan 4 pengrajin batu cadas yang sudah menerima pesanan baik lokal maupun internasional.
Pelatihan Budi daya salak	12 – 14 Juni 2014	Pelatihan Budi daya salak dilaksanakan dengan mengirim 9 orang partisipan ke budidaya salak di Yogya tentunya dengan pendampingan dari PT Antam UBPE Pongkor. Pelatihan seluruh akomodasinya ditanggung oleh PT Antam UBPE Pongkor. Partisipan diberikan bibit salak sebanyak 250 bibit yang diharapkan menjadi sarana aplikatif dari program pelatihan yang telah di berikan.
Pelatihan Budi daya jambu kristal	10 Maret 2014	Dengan tujuan membawa Kec. Nanggung menjadi sentra buah-buahan karena tanahnya yang subur PT Antam UBPE Pongkor menggalakkan pelatihan budi daya buah yang salah satunya jambu kristal karena tidak memerlukan perawatan khusus. Pelatihan dilaksanakan dengan membagikan 1 bibit jambu kristal kepada 500 keluarga yang tinggal di Kec.Nanggung.
Pelatihan Budi daya lele	21 Desember – 23 Desember 2014,	Pelatihan diikuti oleh 33 partisipan yang diambil masing-masing 3 orang dari tiap desa di Kec.Nanggung. Pelatihan di berikan dengan memberikan bekal ilmu pembiakan lele yang bekerja sama dengan Fakultas Perikanan Institut Pertanian Bogor dengan modal minimal hasil maksimal.
Pelatihan Budi daya domba	2010 – saat ini	Budi daya domba awalnya dilaksanakan dengan memberikan pelatihan kepada 3 orang yang dibekali 3 ekor kambing 1 Jantan, 2 Betina tetapi hanya 1 orang yang berhasil meneruskan usaha tersebut sampai saat ini dan terus memberikan pembinaan serta pelatihan kepada masyarakat. Di tahun 2014 partisipan pelatihan sebanyak 4 orang.

Pada prinsipnya PT Antam UBPE Pongkor telah lama melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Melalui kegiatan Program Bina Lingkungan dalam Bidang pelatihan dapat meniti pembangunan dan pertumbuhan sumberdaya berkualitas yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan di Kec.Nanggung. Melalui kegiatan tersebut menunjukkan bahwa PT Antam UBPE Pongkor aktif ikut serta untuk kepentingan masyarakat Kec.Nanggung.

Program tersebut dilakukan dengan didasarkan pada nilai-nilai dasar perusahaan dalam *community relations* [1], [Iriantara,2004:30] yakni :

Tabel 3. Nilai Dasar Community Relations PT Antam UBPE Pongkor

Nilai-Nilai Perusahaan	Dasar	Aplikasi Nilai-Nilai Dasar Perusahaan PT Antam UBPE Pongkor
Menghormati individu		Tidak ada kesenjangan antara PT Antam UBPE Pongkor dengan stakeholder karena berdasarkan asas kekeluargaan.

Integritas yang utuh	Program Bina Lingkungan dalam Bidang pelatihan selalu dilaksanakan secara konsisten berdasarkan nilai-nilai perusahaan .mengacu pada Peraturan Menteri BUMN Per-20/MBU/2012 dan ISO 26000.
Kepercayaan	Terciptanya kepercayaan antara PT Antam UBPE Pongkor dimata stakeholder dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat.
Kredibilitas dan perbaikan berkelanjutan	<i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR) program Bina Lingkungan di bidang pelatihan PT Antam UBPE Pongkor menunjukkan kompetensi perusahaan dalam membangun ekonomi masyarakat mandiri yang diikuti dengan evaluasi.
Pembaharuan pribadi	Perbaikan selalu dilakukan bila diperlukan karena kekurangan yang menjadi penghambat di dalam kegiatan <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR) program Bina Lingkungan di bidang pelatihan.
Pengakuan nama baik	Memperoleh <i>goodwill</i> yang diperoleh sebagai bukti citra positif PT Antam UBPE Pongkor dalam keikutsertaan membangun masyarakat melalui kegiatan <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR) program Bina Lingkungan di bidang pelatihan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan PT Antam UBPE Pongkor telah melaksanakan kegiatan CSR (*Corporate Sosial Responsibility*) program Bina Lingkungan dalam bidang pelatihan. Program tersebut dilaksanakan seiring dengan ruang lingkup Bina Lingkungan untuk memberantas kemiskinan sebagaimana ketentuan Peraturan Menteri BUMN Per-20/MBU/2012. Kegiatan Bina Lingkungan pelatihan dilakukan berdasarkan *blue print* yang telah di buat dengan berpedoman pada *masterplan*, setelah mendapat persetujuan dari manajemen melalui rapat kerja dan rapat anggaran. Kemudian penentuan peserta pelatihan ditentukan oleh Pemerintahan lokal yang mengajukan peserta potensial dari masing-masing desa. Kegiatan tersebut dilakukan sesuai dengan periode, waktu, dan tempat yang sudah ditentukan. Setelah melakukan pelatihan diberikan pembekalan modal sesuai dengan pelatihan yang dijalani. Kegiatan tersebut diikuti dengan pendampingan oleh departemen *community development* apabila bentuk pinjaman modal yang diberikan maka pemantau dilihat dari jangka waktu pengembalian modal sesuai dengan kontrak atau tidak dengan pengawasan realisasi di lapangan. Tetapi pemantau dengan modal yang diberikan dalam bentuk bibit sulit dipantau karena tidak bisa di hitung tetapi terlihat di lapangan bahwa kegiatan tersebut dijalani dengan baik, tetapi pada akhirnya bukan menjadi ladang perekonomian namun hanya sebatas menjadi konsumsi pribadi.

Pelatihan dilakukan melalui kerjasama dengan peserta pelatihan terdahulu yang telah sukses membangun usahanya. Pelatihan dilaksanakan dengan memberdayakan masyarakat di sekitar lokasi usaha dan dibekali ilmu dan praktik secara langsung namun tetap dalam pengawasan PT Antam UBPE Pongkor.

Secara keseluruhan program Bina Lingkungan dalam bidang Pelatihan sudah dilaksanakan dengan baik sesuai rencana tetapi belum bisa menjadikan alternatif mata pencaharian. Hal tersebut terjadi karena kegiatan pelatihan yang singkat membutuhkan waktu realisasi dan pengembangan yang lama, dan kurangnya motivasi serta kurangnya partisipan yang konsisten dalam meneruskan kegiatan pelatihan akibat dari pendampingan yang kurang.

Penghasilan yang didapat juga tidak besar diperlukan ketekunan dan motivasi yang kuat sedangkan aktivitas PETI lebih menguntungkan dalam waktu yang singkat, sehingga ada beberapa kasus penyelewengan dana yang awalnya digunakan untuk membuat usaha dijadikan modal untuk aktivitas menambang secara ilegal. Kemudian program pelatihan budidaya tanaman yang pemodalannya berupa bibit tidak dapat menjadi kegiatan ekonomi karena jumlah bibit yang diberikan sedikit dan hanya memanfaatkan pekarangan rumah. Kegiatan pendampingan pun terputus hanya sampai di situ belum ada pendampingan untuk memperkenalkan produk hasil pembinaan kepada masyarakat. Tetapi dimasa yang akan datang apabila kegiatan terlaksana dengan program yang tepat dan efektif ada potensi untuk menciptakan alternatif ekonomis.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo
- [1] Dwi, Kartini, Prof, Dr. 2009. *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: PT. Refika Aditma
- [1] Iriantara, Yosel. 2004. *Manajemen Strategi Public Relations*. Ghalia Indonesia. Bandung