

Realization and Analysis of CSR Management Strategies after The Covid-19 Pandemic at PT. Patiware

Revi Sesario, Th. Candra Wasis Agung Sutignya, Nur Fajar Febtysiana

*Prodi D4 Manajemen Perkebunan Jurusan Teknologi Pertanian, Politeknik Negeri Pontianak
Jalan Ahmad Yani Pontianak Indonesia
e-mail: revi.sesario@gmail.com*

Abstract: PT Patiware is one of KPN GRUP's subsidiaries engaged in oil palm plantation and palm oil processing. As a company that complies with the principles of good corporate governance and applicable regulations, namely Article 74 of the Law of the Republic of Indonesia No. 40 of 2007 and Government Regulation No. 47 of 2012, it is required to carry out CSR activities. This study uses a quantitative descriptive approach to determine the development of CSR programs at PT Patiware over the past three years. Data was collected through questionnaires and in-depth interviews covering the following aspects: Resources, Bureaucratic Structure, Communication and Implementation Mechanism to determine the implementation of CSR strategies using SWOT analysis. The results showed that the SWOT strategy implemented according to the S-O (strengths - opportunities) model is to utilize all strengths to maximize opportunities. In 2021-2023, there were 35 CSR activities carried out by the company, of which 33 types or 94.28% were dominated by charity and 2 types or 5.72% by empowerment.

Keywords: *CSR, SWOT Strategy, Charity, Empowerment, Oil Palm Plantation*

Realisasi dan Analisis Strategi Pengelolaan CSR Pasca Pandemi Covid-19 di PT. Patiware

Abstrak: PT. Patiware merupakan salah satu anak perusahaan KPN GRUP di bidang perkebunan kelapa sawit dan pengolahan minyak sawit. Sebagai perusahaan yang memiliki prinsip *Good Corporate Governance* dan taat peraturan yang berlaku yaitu pasal 74 Undang-Undang Republik Indonesia nomor 40 tahun 2007 dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 tahun 2012 memiliki kewajiban menjalankan kegiatan CSR. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk mengetahui perkembangan program CSR di PT. Pattiware 3 tahun terakhir. Data diperoleh dengan kuesioner dan wawancara (*depth intervivew*) meliputi aspek: sumber daya, struktur birokrasi, komunikasi, dan mekanisme pelaksanaan untuk melihat penerapan strategi CSR menggunakan SWOT Analisis. Hasil penelitian diperoleh bahwa strategi SWOT yang diterapkan menggunakan model S-O (*Strengths – Opportunities*) yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya. Kegiatan CSR di Perusahaan sebanyak 35 kegiatan pada tahun 2021-2023 yang didominasi oleh *Charity* sebanyak 33 jenis atau sebesar 94,28% dan *Empowerment* 2 jenis atau sebesar 5,72%.

Kata Kunci: *CSR, Strategi SWOT, Charity, Empowerment, Perkebunan Kelapa Sawit*

PT. Patiware merupakan salah satu anak perusahaan KPN GRUP bidang perkebunan kelapa sawit dan pengolahan minyak sawit.

Lokasinya berada di Desa Karimunting Kabupaten Bengkayang dengan jarak tempuh ±130 km dari kota Pontianak. Selama

pandemic virus Covid-19 yang dimulai awal tahun 2020 melanda Republik Indonesia, semua sektor terdampak termasuk sektor perkebunan demikian pula pada PT. Pattiware. Berdasarkan penelitian sebelumnya di PT. Pattiware tentang pengaruh variabel *Environment Support*, *Community Support* dan *Employee Support* terhadap Citra Perusahaan diketahui sebesar 61,8%, secara simultan berpengaruh terhadap citra perusahaan (Wasis, 2021). Hal ini menandakan bahwa perubahan elemen-elemen dalam ketiga variabel tersebut akan sangat mempengaruhi citra perusahaan, dukungan dan kepercayaan masyarakat sekitar akan mempengaruhi lancar tidaknya beroperasinya perusahaan sehingga diperlukan sebuah strategi pengelolaan CSR.

Sebagai perusahaan yang memiliki prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) dan taat peraturan yang berlaku yaitu pasal 74 Undang-Undang Republik Indonesia nomor 40 tahun 2007 dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 tahun 2012, PT. Pattiware memiliki kewajiban menjalankan kegiatan CSR. Program CSR dapat berbentuk pendampingan penguatan kelembagaan, bantuan modal, pembangunan prasarana pemasaran, pembangunan sarana transportasi, pemberdayaan ekonomi masyarakat maupun mitra usaha. Perkembangan realisasi program CSR PT. Pattiware pasca pandemic Covid 19 sangat menarik untuk diketahui.

Kegiatan-kegiatan CSR apa saja yang dapat terealisasi pasca pandemic covid-19. Pada posisi manakah program CSR tersebut terukur serta tipe strategi apa yang dilaksanakan oleh pihak perusahaan PT. Pattiware. Fenomena inilah yang sangat menarik untuk diikuti perkembangannya melalui kajian penelitian.

Keberhasilan pelaksanaan CSR sangat bergantung pada sasaran yang dicapai selain

faktor-faktor yang digunakan dalam pengukurannya. Alternatif strategi pada masa pandemi untuk sustain pada masa pasca pandemi sangat perlu dan menarik untuk diteliti. Hal ini dapat menjadi pilihan langkah strategis perusahaan untuk dilakukan seterusnya di periode tahun berikutnya selama tidak ada perubahan kondisi yang ekstrim. Pola CSR yang diterapkan menentukan keberhasilan dan keuntungan organisasi terutama untuk masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan, oleh karena itu sangat penting untuk diketahui kajian metode tersebut pada strategi pengelolaan CSR (Sesario dkk, 2022)

Penelitian terapan yang berjudul “Realisasi dan Analisis Strategi Pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pasca Pandemi Covid-19 Di PT. Pattiware” bertujuan untuk menganalisis perkembangan realisasi program CSR pasca pandemic covid-19 dan mengetahui strategi pengelolaan CSR yang digunakan oleh PT. Pattiware.

METODE

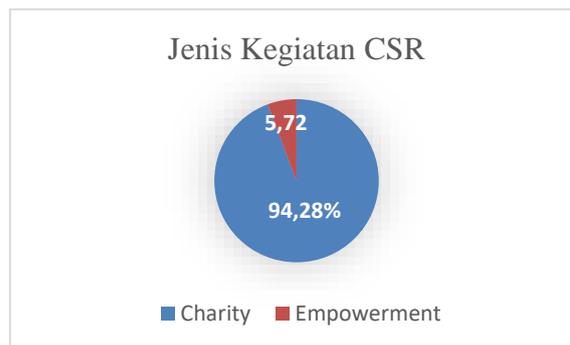
Penelitian ini merupakan *explanatory research* menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian adalah PT. Pattiware dikarenakan adanya kemudahan akses informasi demi kelancaran kesinambungan topik penelitian sebelumnya. Tujuan penelitian 1 yaitu inventarisasi kegiatan program CSR dilakukan pada masa 3 tahun terakhir. Data sekunder berupa kegiatan-kegiatan CSR dikelompokkan berdasarkan variabel program CSR yaitu *Charity*, *Infrastructure*, *Capacity Building* dan *Community Development (Empowerment)* kemudian diperdalam dengan cara wawancara dan observasi dengan pihak perusahaan dan khalayak sasaran program CSR sebagai data primer. Pendalaman dengan cara wawancara tersebut (*depth interview*) meliputi aspek: sumber daya, struktur birokrasi, komunikasi,

dan mekanisme pelaksanaan. Data dikumpulkan dalam bentuk tabel dan uraian kemudian dilakukan analisis sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis deskriptif kuantitatif dilakukan untuk mengetahui perkembangan program CSR di PT. Patiware 3 tahun terakhir.

Tujuan penelitian 2 menentukan tipe strategi dengan SWOT yang digunakan oleh perusahaan Pattiware. Rangkuti (2015) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Data dikumpulkan dengan cara FGD dengan pihak perusahaan bagian pelaksana program CSR. Pendekatan 5 M (*man, money, machine, metode dan material*) digunakan dalam mendeskripsikan elemen faktor Kekuatan (S), Kelemahan (W), Peluang (O) dan Ancaman (T). Kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT.

HASIL

Kegiatan CSR di Perusahaan sebanyak 35 kegiatan pada tahun 2021-2023 yang didominasi oleh *Charity* sebanyak 33 jenis atau sebesar 94,28% dan *Empowerment* sebanyak 2 jenis atau sebesar 5,72%. Gagasan program, CSR menekankan bahwa tanggungjawab perusahaan perkebunan bukan lagi mencari keuntungan semata, melainkan bagaimana peran terhadap dimensi sosial kemasyarakatan dan lingkungan alam sekitar. Program CSR dapat dilakukan melalui pemberdayaan masyarakat lokal bukan hanya melihat kapasitas perusahaan dalam menyediakan dana khusus program tahunan yang dirancang sebelumnya tetapi memperhatikan aspek keberlanjutan dan nilai manfaat secara kultur dan budaya setempat (Marnelly. 2012).



Gambar 1. Kegiatan CSR PT. Patiware

Tabel 1. Indikator Kekuatan (*Strengths*)

Indikator Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1. Tim Manajemen Yang Kompeten	0,09	3	0,26
2. Hubungan Kerja Yang Baik Dengan Masyarakat	0,13	5	0,65
3. Keuangan Yang Stabil	0,13	5	0,65
4. Kualitas Sumber Daya Manusia Yang Tinggi	0,09	3	0,26
5. Reputasi Yang Baik	0,09	3	0,26
Sub Total	0,52		2,09

Menurut Rangkuty (2015) kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal yang dikenal dengan SWOT, lingkungan *Internal Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan *Eksternal Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi. Analisis SWOT dilakukan melalui serangkaian perhitungan yang dikenal dengan perhitungan IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) dan EFAS (*Eksternal Faktor Analysis Strategy*).

Tahapan selanjutnya adalah penentuan Diagram SWOT adapun manfaat atau kegunaan analisis SWOT adalah mampu memberikan gambaran suatu organisasi dari empat sudut dimensi yaitu: *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Sehingga pengambil keputusan dapat melihat dari empat dimensi ini secara lebih komprehensif dan terstruktur.

Cara merencanakan sebuah strategi maupun menganalisis suatu persoalan, khususnya dalam bidang bisnis perkebunan akan lebih mudah apabila kita menemukan cara yang tepat dalam proses menganalisisnya. Penggunaan metode perencanaan strategi maupun penyelesaian masalah yang tepat akan mempermudah kita dalam menyelesaikan permasalahan yang kita hadapi khusus bidang CSR perlu mendapat perhatian penting bagi pemangku kebijakan dan tata kelola manajemen.

Tabel 2. Indikator Kelemahan (*Weaknesses*)

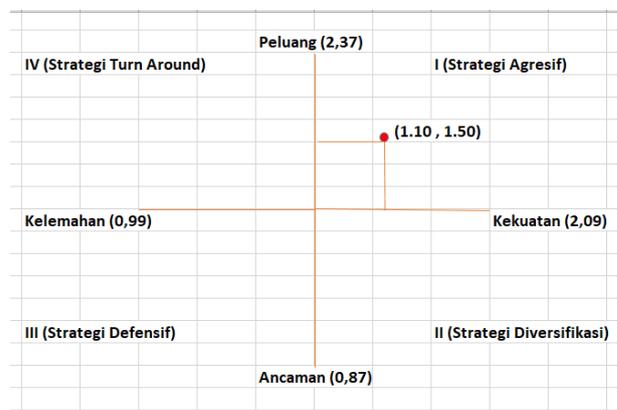
Indikator Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1. Sistem Operasional Yang Tidak Efisien	0,09	1	0,09
2. Kurangnya Inovasi	0,09	2	0,17
3. Kurangnya Fokus Pada Masyarakat	0,13	2,9	0,38
4. Kurangnya Integrasi Sistem	0,13	2	0,26
5. Struktur Organisasi Yang Tidak Efisien	0,04	2	0,09
Sub Total	0,48		0,99

Tabel 3. Indikator Peluang (*Opportunities*)

Indikator Peluang (<i>Opportunities</i>)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1. Pertumbuhan Pasar Yang Tinggi	0,05	3	0,16
2. Kebijakan Pemerintah Mendukung	0,16	4	0,63
3. Permintaan Masyarakat Tinggi	0,16	5	0,79
4. Meningkatnya Kesadaran Lingkungan	0,16	4	0,63
5. Ketersediaan Sumber Daya Yang Meningkat	0,05	3	0,16
Sub Total	0,58		2,37

Tabel 4. Indikator Ancaman (*Threat*)

Indikator Ancaman (<i>Threat</i>)	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1. Tingginya Persaingan	0,05	2,5	0,13
2. Perkembangan Teknologi	0,05	2	0,11
3. Perubahan Harga Bahan Baku	0,11	2,5	0,26
4. Ketidakstabilan Ekonomi Global	0,05	1	0,05
5. Perubahan Regulasi Industri	0,16	2	0,32
Sub Total	0,42		0,87



Gambar 2. Matrik SWOT CSR PT. Patiware

PEMBAHASAN

CSR berkaitan erat dengan reputasi perusahaan, dinamika usaha perkebunan kelapa sawit sangat banyak menyentuh aktivitas sosial kemasyarakatan daerah dimana perusahaan beroperasi sehingga diperlukan sebuah kajian strategis dan terukur dalam merancang program yang tepat sasaran. Dalam rangka menciptakan CSR harus memadukan empat prinsip *good corporate governance* (GCG) antara lain: *fairness, transparency, accountability* dan *responsibility* secara harmonis.

Perusahaan dapat menggabungkan kepentingan *shareholders* dan *stakeholders*. Konsep CSR tidak hanya fokus pada hasil yang ingin dicapai melainkan pula pada proses untuk mencapai hasil tersebut.

Penerapan Strategi S-O antara lain:

1. Meningkatkan kerjasama pengelolaan kegiatan dengan masyarakat dan menindaklanjuti dari permintaan berbasis kebutuhan masyarakat dan lingkungan.
2. Meningkatkan kerjasama dibidang pendidikan dan peningkatan usaha kebun rakyat melalui koperasi serta UMKM.

Penerapan Strategi W-O antara lain:

1. Menciptakan system terintegrasi untuk operasional kebun dan pelaksana teknis harian khusus melalui manajer kebun
2. Merekrut tenaga kerja khusus bidang CSR dan melakukan pertemuan agenda rutin kegiatan bersama masyarakat

Penerapan Strategi S-T antara lain:

1. Meningkatkan inovasi teknologi bidang perkebunan yang terintegrasi dengan perubahan regulasi dari pemerintah.
2. Menjaga produktivitas lahan dan Tandan Buah Segar (TBS) agar terus berproduksi optimal.

Penerapan Strategi W-T antara lain:

1. Menjalani kerjasama yang baik dengan Pemerintah, Kecamatan dan Desa tempat Perusahaan beroperasi
2. Melaksanakan program CSR tepat sasaran dan sesuai kebutuhan masyarakat

CSR berkaitan erat dengan tujuan mencapai kegiatan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economic activity*), keberlanjutan ekonomi dan bisnis usaha perkebunan bukan hanya terkait soal tanggungjawab sosial tetapi juga menyangkut akuntabilitas (*accountability*) perusahaan terhadap masyarakat sekitar perusahaan termasuk didalamnya kelompok masyarakat adat di daerah tersebut.

Marnelly (2012) mengungkapkan praktik program CSR dalam bentuk pemberdayaan sebaiknya didasarkan pada kebutuhan riil (*real-needs*) yang secara dialogis dikomunikasikan

dengan masyarakat, pemerintah, perusahaan, masyarakat/ LSM dan akademisi/ peneliti. Selain itu prinsip yang penting dalam pemberdayaan adalah menghargai kebutuhan lokal (*valuing the local*), pengetahuan, nilai-nilai, keyakinan, keterampilan, proses dan sumber daya suatu masyarakat. Mengadopsi kearifan lokal yang ada dengan membiarkan masyarakat mengelola lahannya sesuai dengan cara mereka selama ini dan memberikan akses yang sebesar-besarnya terhadap sumber-sumber produksi rakyat seperti air, tanah, lahan pertanian, modal, teknologi, jalur distribusi dan infrastruktur pendukung lainnya merupakan sesuatu yang jauh lebih penting dan bermanfaat langsung bagi masyarakat.

Lima langkah di bawah ini bisa dijadikan panduan dalam merumuskan program CSR:

1. *Engagement*. Pendekatan awal kepada masyarakat agar terjalin komunikasi dan relasi yang baik. Tahap ini juga bisa berupa sosialisasi mengenai rencana pengembangan program CSR. Tujuan utama langkah ini adalah terbangunnya pemahaman, penerimaan dan *trust* masyarakat yang akan dijadikan sasaran CSR. Modal sosial bisa dijadikan dasar untuk membangun "kontrak sosial" antara masyarakat dengan perusahaan dan pihak-pihak yang terlibat;
2. *Assessment*. Identifikasi masalah dan kebutuhan masyarakat yang akan dijadikan dasar dalam merumuskan program. Tahapan ini bisa dilakukan bukan hanya berdasarkan *needs-based approach* (aspirasi masyarakat), melainkan pula berpijak pada *rights based approach* (konvensi internasional atau standar normatif hak-hak sosial masyarakat);
3. *Plan of action*. Merumuskan rencana aksi. Program yang akan diterapkan sebaiknya memerhatikan aspirasi masyarakat (*stakeholders*) di satu pihak dan misi perusahaan termasuk shareholders di lain

pihak.

4. *Action and Facilitation*. Menerapkan program yang telah disepakati bersama. Program bisa dilakukan secara mandiri oleh masyarakat atau organisasi lokal. Namun, bisa pula difasilitasi oleh LSM dan pihak perusahaan. Monitoring, supervisi dan pendampingan merupakan kunci keberhasilan implementasi program.
5. *Evaluation and Termination or Reformation*. Menilai sejauh mana keberhasilan pelaksanaan program CSR di lapangan. Bila berdasarkan evaluasi, program akan diakhiri (*termination*) maka perlu adanya semacam pengakhiran kontrak dan *exit strategy* antara pihak-pihak yang terlibat. Misalnya, melaksanakan TOT CSR melalui *capacity building* terhadap masyarakat (*stakeholders*) yang akan melanjutkan program CSR secara mandiri. Bila ternyata program CSR akan dilanjutkan (*reformation*), maka perlu dirumuskan *lessons learned* bagi pengembangan program CSR berikutnya. Kesepakatan baru bisa dirumuskan sepanjang diperlukan.

Kegiatan usaha yang dilaksanakan oleh PT. Patiware berkaitan dengan pengelolaan sumber daya alam (SDA), sehingga memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penerapan CSR adalah suatu peran yang sifatnya sukarela (*voluntary*) perusahaan memiliki kehendak bebas untuk melakukan atau tidak melakukan peran ini. Perusahaan menyisihkan sebagian keuntungannya untuk kedermawanan (*charity*) yang tujuannya untuk memberdayakan sosial dan perbaikan lingkungan dan sebagai bentuk kewajiban (*obligation*) untuk peduli dan mengentaskan krisis kemanusiaan dan lingkungan yang terus meningkat (Nadirah, 2020).

PENUTUP

Simpulan dari hasil penelitian ini adalah:

1. PT. Patiware telah menerapkan pelaksanaan yang baik dalam program yang sudah dirancang dalam kegiatan CSR yang ada pada tahun 2021-2023, dua program andalan *Charity dan Empowerment*. Kegiatan CSR di Perusahaan sebanyak 35 kegiatan pada tahun 2021-2023 yang didominasi oleh *Charity* sebanyak 33 jenis atau sebesar 94,28% dan *Empowerment* 2 jenis atau sebesar 5,72%.
2. Strategi yang diterapkan adalah model SO (*Strengths – Opportunities*) yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya yaitu: 1) meningkatkan kerjasama pengelolaan kegiatan dengan masyarakat, 2) permintaan berbasis kebutuhan masyarakat dan lingkungan, 3) meningkatkan kerjasama dibidang pendidikan dan peningkatan usaha kebun rakyat melalui koperasi serta UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Politeknik Negeri Pontianak atas bantuan dana yang diberikan dan kepada Pihak PT. Patiware yang menyediakan data dan bahan dalam mendukung penelitian CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Marnelly, T.R 2012. Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis* Vol. 2 No. 2, 49-59.
- Nadirah, I. 2020. Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Masyarakat Sekitar Wilayah Perusahaan Perkebunan. *IURIS STUDIA: Jurnal Kajian Hukum*. Vol 1. No. 1, 7-13.
- Pasaribu R.P., Zharfan I, Mohammad R.S. 2022. Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM (Studi Kasus Pada Perusahaan

Keluarga PT. Susu KPBS Pangalengan). *SEIKO: Journal of Management & Business*. Vol.5 No. 1, 162-169.

Rangkuti, F., 2015. *Analisis SWOT: Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sesario, R., Sutignya T. C. W. A dan Ichsan. 2022. Persepsi Masyarakat Adat Terhadap Dampak Ekonomi, Sosial Dan Lingkungan Perkebunan Kelapa Sawit PT. Mustika Abadi Khatulistiwa Kecamatan Mandor Kabupaten Landak. *The 5 th Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH)* P-ISSN: 2622-1276 E-ISSN: 2622-1284, 233-238.

Sitorus S.H. & Hidayat R. 2021. Berdaya di Era Pandemi: Peran Corporate Social Responsibility dalam Penanggulangan COVID-19. *Journal of Social Development Studies*. Vol. 1 No. 1, 37-38.

Sutignya T. C. W. A, Sesario R., dan Febtysiana, N. F. 2022. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Program Tanggung Jawab Sosial (CSR) Perusahaan Perkebunan Menggunakan Metode Pemodelan Struktural Interpretatif. *Vokasi*, Vol. XVI No. 2, 106-110.

Wasis T. C., Sesario R., dan Radiansah D. 2021. Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) to the Image of a Company in Bengkayang Regency. *Vokasi*, vol XVI No. 2, 106-110.