

# STRATEGI CSR INDONESIA POWER UNIT PEMBANGKIT MRICA DALAM PEMBENTUKAN DAN PEMBINAAN PROGRAM UNGGULAN

**Dinda Nadia Maburroh<sup>1</sup>, Wisnu Widjanarko<sup>2</sup>, Nuryanti<sup>3</sup>**

Universitas Jenderal Soedirman

Jl. Profesor DR. HR Boenyamin, Brubahan, Grendeng, Kec. Purwokerto<sup>1,2,3</sup>

Email: dinda.maburroh@mhs.unsoed.ac.id<sup>1</sup>, wisnuwidjanarko@unsoed.ac.id<sup>2</sup>,  
nuryanti1510@unsoed.ac.id<sup>3</sup>

**Abstract:** Companies have to provide benefits to the community through CSR programs regardless of the positive and negative impacts of their establishment. This study aims to describe the strategy to establish and assist the main CSR program of PT PLN Indonesia Power Mrica PGU, namely Kopi Konservasi Program. This case study used a qualitative approach. The analysis used the concept of public relations management and social contract theories. The strategy was implemented for four years. The pilot strategy identified problems involving stakeholders, academics, and program planning consultants. A legalized fostered group was established to strengthen the strategy and supported by a follow-up program, namely Sekolah Lapangan. After fostered partners are considered independent, exit strategies were applied. This CSR program met the social contract theory as the company provides the end result of the program, namely economic distribution for farmers and social distribution for the government and society. This company got legitimacy in the form of an award from Banjarnegara District Government.

**Keywords:** CSR, guidance, management, public relations, strategy.

**Abstrak:** Terlepas adanya dampak positif dan negatif dari berdirinya perusahaan di suatu wilayah, perusahaan bertanggungjawab untuk memberikan manfaat bagi masyarakat melalui program CSR. Salah satu program CSR unggulan PT PLN Indonesia Power Mrica PGU yaitu Program Kopi Konservasi. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan strategi Indonesia Power Mrica dalam pembentukan dan pembinaan program unggulan. Penelitian menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian dianalisis menggunakan konsep manajemen public relations dan teori kontrak sosial. Strategi Indonesia Power Mrica PGU dilaksanakan dalam empat tahun. Strategi perintisan dilakukan dengan mengidentifikasi masalah yang melibatkan stakeholders dan akademisi, serta konsultan perencanaan program. Pada strategi penguatan, perusahaan membentuk kelompok binaan yang mendapat legalitas pemerintah. Diadakan program lanjutan Sekolah Lapangan untuk menunjang keberhasilan program pada strategi pengembangan. Saat mitra binaan dinilai sudah mandiri, diberlakukan exit strategy. Program kopi konservasi memenuhi unsur teori kontrak sosial, perusahaan memberikan hasil akhir program berupa distribusi ekonomi bagi petani, serta distribusi sosial bagi pemerintah dan masyarakat. Indonesia Power Mrica mendapat legitimasi berupa penghargaan dari Pemerintah Kabupaten Banjarnegara.

**Kata Kunci:** CSR, pembinaan, manajemen, public relations, strategi

## **Pendahuluan**

Kehadiran perusahaan di suatu wilayah memberikan dampak secara langsung maupun tidak langsung kepada masyarakat setempat. Dampak tersebut dapat berupa dampak negatif atau pun positif. Di luar adanya dampak positif dan negatif, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memberikan manfaat kepada masyarakat, penyesuaian dan penyelarasan sosial antara perusahaan dengan masyarakat lokal, sehingga terjalin hubungan yang mutualis. Hal tersebut dapat diwujudkan perusahaan melalui program corporate social responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan program sukarela yang wajib diatur. Di Indonesia, CSR diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan, yaitu Undang-undang (UU) Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Pada UU Penanaman Modal disebutkan bahwa setiap penanam modal diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan menjaga kelestarian lingkungan hidup. CSR dapat dikatakan sebagai bentuk komitmen perusahaan untuk berperan secara etis dan

berkontribusi dalam meningkatkan kondisi ekonomi secara luas bersamaan dengan kualitas hidup pekerja, komunitas lokal, dan masyarakat umum (Nayenggita et al., 2019). Sedangkan pada PP Nomor 47 Tahun 2012 Pasal 3 Ayat 1 disebutkan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan menjadi kewajiban bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Kemudian dilanjutkan pada Pasal 7, Perseroan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan (JDIH, 2017).

Selain menjadi kewajiban, CSR juga menjadi sebuah investasi perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan atau sustainable development. Konsep berkelanjutan yang dimaksud di sini ialah meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan, komunitas setempat, dan masyarakat (Riyanti & Raharjo, 2021). CSR bertujuan memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengancam sumber daya atau kemampuan yang melindungi kebutuhan bagi generasi mendatang (Kurnia et al., 2020). Pembangunan berkelanjutan mencakup tiga hal, yaitu pembangunan ekonomi,

pembangunan sosial, dan perlindungan lingkungan (Setianingtiyas et al., 2019). Manfaat dari pelaksanaan CSR untuk perusahaan jika dilihat dari sisi stakeholders, perusahaan mendapat citra yang baik dimata publik yang berpengaruh pada keberlanjutan usaha, akses mudah perusahaan dalam memperoleh modal (capital), mampu menciptakan dan mempertahankan sumber daya manusia (human resources) yang berkualitas, meningkatkan pengambilan keputusan jika terjadi hal kritis (critical decision making) dan pengelolaan manajemen risiko atau risk management yang baik (Sri Ardani & Mahyuni, 2020).

PT PLN Indonesia Power Mrica PGU merupakan anak perusahaan PT PLN (Persero) yang bergerak di bidang pembangkitan listrik. Perusahaan ini mengoperasikan sejumlah pembangkit listrik yang berlokasi di Jawa-Bali. Salah satunya Indonesia Power Mrica Power Generation Unit (PGU) yang berlokasi di Kecamatan Bawang, Kabupaten Banjarnegara. Masing-masing unit Indonesia Power mengimplementasikan CSR-nya secara terpisah, begitu juga dengan PT PLN Indonesia Power Mrica PGU. PT PLN Indonesia Power Mrica PGU melalui beberapa program yang bekerjasama dengan komunitas masyarakat sekitar, seperti menjalin

kemitraan dengan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), diantaranya yaitu pengrajin Batik Gumelem yang merupakan batik khas Banjarnegara, produsen keripik buah, produsen jamu, produsen makanan olahan dari sayur dan ubi, serta produsen kopi.

Selain kemitraan UMKM, PT PLN Indonesia Power Mrica PGU juga melakukan perlindungan lingkungan melalui penanaman kopi di hulu Sungai Serayu. Sungai Serayu merupakan sungai yang alirannya meliputi wilayah Kabupaten Wonosobo, Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas, dan Cilacap. Aliran dari wilayah Kabupaten Wonosobo dan Banjarnegara dibendung oleh PT PLN Indonesia Power Mrica PGU untuk membentuk waduk yang dimanfaatkan sebagai pembangkit listrik tenaga air (PLTA) Panglima Jenderal Soedirman atau yang lebih dikenal dengan waduk Mrica. Program perlindungan lingkungan melalui penanaman kopi ini merupakan salah satu program unggulan PT PLN Indonesia Power Mrica PGU. Adanya pembinaan dari Indonesia UP Mrica, penanaman kopi ini bukan hanya upaya untuk perlindungan lingkungan saja, tetapi juga pembangunan sosial di bidang ekonomi karena penanaman kopi memberikan dampak positif bagi kelompok tani. Hasil panen kopi dari Kelompok Tani Bangkit Desa

Pegundungan cukup populer. Di tahun 2018, kopi hasil dari petani Desa Pegundungan Kecamatan Pejawaran Kabupaten Banjarnegara yang diberi merek dagang Kopi Senggani, masuk dalam 4 besar The Best Indonesian Coffee. Predikat tersebut diraih pada acara Kontes Kopi Spesialti Indonesia (KKSI) yang diselenggarakan oleh Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) di Yogyakarta. Petani di Desa Pegundungan yang awalnya enggan untuk menanam kopi, namun lambat laun beralih menanam kopi dibanding tanaman semusim seperti sayuran yang mereka tanami sebelumnya. Untuk menjalankan sebuah program, diperlukan manajemen strategi yang baik. Begitu juga dengan CSR yang melibatkan unsur-unsur penting atau stakeholders internal dan eksternal perusahaan. Strategi merupakan upaya dengan dasar pola pikir yang mendalam untuk meminimalisir masalah dan mendapat petunjuk untuk mewujudkan tujuan perusahaan (Mustafa & Angga, 2022). Pemilihan strategi menjadi hal penting karena jika perusahaan salah dalam mengambil strategi maka hasil yang diperoleh dapat tidak sesuai tujuan dan berakibat pada ruginya materi, waktu, dan tenaga. CSR PT PLN Indonesia Power Mrica PGU yang cukup berhasil tentunya karena dijalankan dengan strategi-strategi khusus.

Literatur terdahulu yang mengkaji tentang strategi CSR perusahaan, yaitu Strategi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) PT Pertamina Melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Dalam Pertamina Sehati (Tsamara et al., 2019), Strategi CSR Internal PT. Bio Farma Bandung (Saputro et al., 2015), dan Strategi Departemen CSR Dalam Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang (Haryani & Hamandia, 2022). Namun, hasil penelitian yang membahas strategi CSR perusahaan dari proses identifikasi masalah sebagai dasar pembentukan program, penyusunan rencana program yang akan dilakukan, strategi atau taktik yang dilakukan pada saat implementasi program, hingga penjelasan evaluasi akhir program masih sangat minim.

Tahap pembentukan program hingga diakhirinya program merupakan hal yang penting karena jika terdapat kendala, maka dapat diidentifikasi dari mana penyebab kendala tersebut. Dalam penyusunan strategi, praktisi public relations perusahaan sebagai pelaksana CSR melakukan 4 langkah proses manajemen public relations. Pertama, identifikasi masalah, langkah awal ini mencakup penyelidikan dan pemantauan pengetahuan, sumber daya, opini, sikap dan perilaku pihak terkait. Kedua,

perencanaan dan pemrograman, data dan informasi yang telah terkumpul di langkah pertama digunakan untuk pertimbangan dalam mengambil keputusan tentang program, strategi, dan tujuan. Ketiga, implementasi program dan strategi komunikasi yang telah disusun. Keempat yaitu evaluasi terkait persiapan, implementasi, dan hasil dari program yang sudah dilaksanakan (Cutlip et al., 2016).

Tahapan manajemen strategi CSR PT PLN Indonesia Power Mrica PGU yang tidak hanya sekedar charity atau filantropi, tetapi juga pemberdayaan masyarakat ini menarik untuk ditelaah lebih mendalam. Strategi pembentukan dan pembinaan program CSR unggulan PT Indonesia Power Mrica PGU pada penelitian ini akan dianalisis menggunakan konsep manajemen public relations dan teori kontrak sosial. Teori kontrak sosial (social contract) yang merupakan hasil pemikiran Plato dalam *The Republic* (427 – 347 SM) yang dikembangkan oleh Jean Jacques Rousseau untuk mengatur tananan sosial kehidupan masyarakat bahwa individu harus secara menaati pemerintah, kemudian pemerintah harus mampu menciptakan peningkatan hubungan baik antara negara dengan warga negaranya. Kontrak sosial menjadi kesepakatan rasional untuk memantapkan keadilan dan pemenuhan moralitas tinggi atas kehendak

semua dan tanpa paksaan (Laksono, 2019). Teori kontrak sosial kemudian dikembangkan untuk menjelaskan hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat (Hadi, 2011). Perusahaan memiliki kewajiban untuk memberi manfaat bagi masyarakat dengan memenuhi dan mematuhi norma yang berlaku di masyarakat sehingga perusahaan mendapat legitimasi dari masyarakat. Socker dan Sethi (dalam Ardianto & Machfudz, 2011), teori kontrak sosial didasarkan pada:

1. Hasil akhir (*output*) untuk masyarakat luas.
2. Distribusi manfaat ekonomi, sosial, atau politik pada kelompok sesuai dengan potensi yang dimiliki.

Penelitian ini diharapkan menjadi sumbangsih terhadap strategi program CSR perusahaan yang bertujuan untuk berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi CSR PT PLN Indonesia Power Mrica PGU dalam pembentukan dan pembinaan program unggulan dengan studi kasus Program Kopi Konservasi.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Studi kasus adalah metode di

mana peneliti menggali fenomena tertentu suatu kegiatan (Assyakurrohim et al., 2022). Sedangkan, penelitian kualitatif deskriptif ialah pendekatan penelitian yang menganalisis, menggambarkan, dan meringkas data di lapangan yang berasal dari hasil wawancara atau observasi (Ridwan et al., 2021). Penelitian mengenai strategi CSR PT PLN Indonesia Power Mrica PGU dalam pembentukan dan pembinaan program unggulan ini akan mendeskripsikan langkah-langkah PT PLN Indonesia Power Mrica PGU dari proses identifikasi masalah terkait pembentukan program dan mitra unggulan hingga berjalannya program tersebut serta evaluasinya. Dari hasil penelitian tersebut akan diketahui strategi PT PLN Indonesia Power Mrica PGU dalam mengembangkan program dan mitra unggulan. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Dari data-data tersebut kemudian dilakukan triangulasi data untuk menguji keabsahan data yang digunakan.

### **Hasil dan Pembahasan**

PT PLN Indonesia Power Mrica PGU pada program CSR pemberdayaan UMKM memiliki beberapa mitra binaan di sekitar wilayah kerjanya. PT PLN Indonesia Power Mrica PGU menjadikan beberapa mitra binaannya sebagai mitra

dari program unggulan. Kelompok Tani Bangkit Desa Pegundungan yang memiliki produk Kopi Senggani juga termasuk mitra binaan dari program unggulan CSR PT PLN Indonesia Power Mrica PGU. Mitra binaan akan dipilih menjadi mitra binaan dalam program unggulan apabila sumber dayanya berpotensi memberikan manfaat bagi masyarakat dan perusahaan. PT PLN Indonesia Power Mrica PGU memiliki 4 tahapan strategi yang dijalankan selama 4 tahun dalam membina dan mengembangkan program serta mitra unggulan Kopi Konservasi.

### ***Identifikasi Masalah***

Proses identifikasi masalah atau biasa disebut sebagai *fact finding* yaitu kegiatan yang dilakukan untuk mengetahui kondisi atau realita yang ada di masyarakat, masalah apa saja yang ada di masyarakat, latar belakang dan tingkat pendidikan masyarakat, serta sumber daya yang dimiliki masyarakat (Azizah & Imran, 2019). Identifikasi masalah dilakukan melalui komunikasi dengan pihak-pihak terkait untuk mengetahui fakta yang ada di lapangan sebagai dasar materi pembentukan strategi.

PT PLN Indonesia Power Mrica PGU pada tahap identifikasi masalah melakukan *social mapping* atau pemetaan sosial di sekitar wilayah kerja PT PLN

Indonesia Power Mrica PGU. *Social mapping* dilakukan dengan melibatkan minimal 3 tokoh *stakeholders* yang berasal dari masyarakat, akademisi, kepolisian, TNI, pemerintah desa, pemerintah desa, Pemerintah Kabupaten Banjarnegara, dan dinas terkait. *Stakeholders* tersebut dilibatkan untuk memberikan masukan dan saran terkait realita atau masalah yang terjadi di masyarakat atau lingkungan, sumber daya, maupun daerah yang dapat digali potensinya untuk dijadikan mitra binaan unggulan.

Adanya *social mapping* dalam tahap identifikasi masalah menjadi usaha yang baik karena kegiatan perusahaan memiliki dampak langsung maupun tidak langsung terhadap masyarakat, lingkungan, dan pemerintah setempat. Dengan mengetahui kondisi sosial, ekonomi, dan budaya dari masyarakat setempat, perusahaan nantinya akan lebih tepat dalam menentukan program yang akan dibuat dan langkah operasionalnya. Perusahaan yang memiliki akses terhadap masyarakat dan pemerintah, berpotensi mendapat dukungan dalam pembentukan dan pelaksanaan program. Sebaliknya, jika perusahaan tidak mampu melakukan pendekatan dengan lingkungan setempat, bisa saja perusahaan mendapat gangguan sosial yang memengaruhi kegiatan usaha perusahaan (Wiratma, 2010). *Social*

*mapping* menjadi langkah pendekatan yang tepat bagi PT PLN Indonesia Power Mrica PGU karena kegiatan usaha perusahaan tidak bersinggungan secara langsung dengan masyarakat sehingga pihak perusahaan perlu langkah pendekatan lebih dengan lingkungannya.

Salah satu persoalan yang pernah dihadapi oleh PT PLN Indonesia Power Mrica PGU adalah sering terjadinya erosi di Sungai Serayu. Erosi yang berdampak pada sedimentasi yang sangat ekstrim di badan waduk PLTA Mrica. Lahan di hulu Sungai Serayu dikelola oleh petani-petani sekitar untuk menanam tumbuhan sayur yang tidak memiliki akar kuat menjadi salah satu penyebab tanah menjadi rawan erosi dan longsor. Sedimentasi yang parah pada waduk menjadikan fungsi waduk sebagai sumber energi PLTA menjadi terganggu.

### ***Perencanaan***

Data dan informasi yang telah terkumpul dari *social mapping* pada tahap identifikasi masalah dimanfaatkan untuk mengambil keputusan tentang program yang akan dibentuk, tujuan program, sasaran, dan perencanaan anggaran dana. Temuan dari tahap sebelumnya sangat menentukan kebijakan dan program yang akan dibuat (Magreza et al., 2023). Tujuan perencanaan program yaitu agar saat

perusahaan mengetahui indikator-indikator keberhasilan program. Indikator ini akan dijadikan titik ukur untuk menilai berhasil atau tidaknya suatu program saat dilakukan evaluasi.

Melalui proses identifikasi masalah, PT PLN Indonesia Power Mrica PGU mengetahui penyebab sering terjadinya erosi di hulu Sungai Serayu yaitu karena akar tanaman sayur tidak mampu menahan tanah di hulu sungai. Saat musim hujan, tanah mudah longsor sehingga mengakibatkan erosi yang berujung pada sedimentasi di dasar waduk. Untuk meminimalisir terjadinya erosi, diperlukan penanaman tumbuhan yang akarnya lebih kuat seperti pepohonan. Pohon memiliki akar yang kuat sehingga akan membantu kekuatan struktur tanah. Masalah erosi dan sedimentasi waduk tersebut, menjadi latar belakang PT PLN Indonesia Power Mrica PGU untuk melakukan penanaman tumbuhan keras. PT PLN Indonesia Power Mrica PGU memilih tanaman kopi, kopi memiliki akar yang kuat dan bukan tanaman musiman seperti sayur, sehingga pohon kopi akan tetap tertanam sepanjang waktu. Selain itu, kopi juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Program ini disebut Program Kopi Konservasi. Sasaran dari program ini ialah para petani di sekitar hulu Sungai Serayu.

Perencanaan ini dalam strategi CSR disebut sebagai tahap perintisan. Di mana perusahaan merencanakan anggaran yang akan dikeluarkan untuk pemberian bibit kopi, memutuskan wilayah yang masyarakatnya dapat dibentuk menjadi kelompok binaan, membuat rencana jangka panjang perusahaan (RJPP) dan rencana strategis pada setiap awal pembentukan program, serta rencana kerja di setiap tahun. Pada tahap ini, PT PLN Indonesia Power Mrica melibatkan konsultan CSR dari luar perusahaan, meskipun di dalam perusahaan sendiri terdapat divisi hubungan masyarakat. Konsultan CSR memiliki tugas dan fungsi yang sama dengan *public relations* internal perusahaan. Sebuah perusahaan menggunakan jasa konsultan karena perusahaan memiliki kegiatan dan aktifitas *public relations* yang padat dan aktif (Morissan, 2018). Begitu juga dengan humas PT PLN Indonesia Power Mrica PGU menggunakan jasa konsultan karena kepadatan kegiatan yang ada dikhawatirkan akan membuat perencanaan program kurang maksimal. Dengan konsultan yang lebih profesional dan berpengalaman dalam bidang CSR, diharapkan perusahaan mendapat saran dan arahan sehingga program yang dibentuk benar-benar menjawab permasalahan yang ada. Serta dapat



memberikan hasil yang dapat dirasakan masyarakat luas secara ekonomi sosial.

### ***Implementasi dan Komunikasi***

Pada langkah ini, program dan strategi yang telah direncanakan diimplementasikan untuk mencapai tujuan program. Pada implementasi program, dibutuhkan kerjasama dan partisipasi aktif antar pihak yang terlibat, pertanggung jawaban dari implementasi dipikul bersama oleh perusahaan maupun peserta program (Imran, 2012). Implementasi diikuti dengan komunikasi agar tujuan program dan manfaatnya dapat dipahami dengan baik oleh partisipan program.

Mengatasi masalah sedimentasi waduk, PT PLN Indonesia Power Mrica PGU melalui Program Kopi Konservasi memberikan bantuan bibit kopi sejumlah 26.000 bibit kepada petani di wilayah daerah aliran Sungai Serayu Kabupaten Wonosobo dan Banjarnegara. Sebagai program unggulan, PT PLN Indonesia Power Mrica PGU tidak hanya sekedar memberikan bibit kopi saja, tetapi juga membentuk kelompok binaan untuk mempermudah kegiatan-kegiatan pembinaan berikutnya Program Kopi Konservasi, yang terdiri dari Kelompok Tani Bangkit Desa Pegundungan, Kelompok Tani Margo Mulyo Desa Kepakisan, Kelompok Barapi Desa

Ketamba, dan Kelompok Tani Tegal Arum Desa Tlojojati. Kelompok-kelompok pemberdayaan ini juga mendapat legalitas dan pendampingan dari pemerintah desa setempat. Dengan adanya pendampingan dari pemerintah desa, kelompok tani diharapkan akan mendapat dukungan dan fasilitas dari pemerintah. Tahap ini disebut dengan tahap penguatan.

Program tersebut diikuti dengan strategi kegiatan lainnya, petani hulu Sungai Serayu mulanya merupakan petani sayur yang merupakan tanaman semusim. Untuk membantu dan mendukung keberhasilan program penanaman pohon kopi yang baru pernah akan mereka budidayakan, PT PLN Indonesia Power Mrica PGU mengadakan kegiatan tambahan yaitu Sekolah Lapangan. Sekolah lapangan ialah kegiatan pembelajaran non formal bagi para petani untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memahami potensi sumber daya yang akan mereka kembangkan, menyusun perencanaan, identifikasi permasalahan yang mungkin akan muncul di kemudian hari, dan pengambilan keputusan serta penerapan teknologi yang sesuai untuk mengatasi masalah yang muncul. Sehingga, usaha pertanian yang dijalankan menjadi lebih efisien, produktivitas tinggi, dan berkelanjutan. Para petani belajar terkait pola

tanam, penggunaan pohon pelindung sebagai naungan, pembibitan tanaman kopi, pemupukan, pemangkasan, sanitasi kebun, pencegahan dan pengendalian hama penyakit, produksi buah dan pemilihan saat panen, serta pengolahan paska panen seperti proses pengeringan biji kopi yang efektif hingga berupa *green beans* yang menjadi produk siap jual.

Sekolah lapangan dinilai cocok untuk digunakan sebagai metode proses belajar bagi orang dewasa karena sifatnya yang non formal dan dilakukan di lapangan di mana objek pembelajaran tersedia secara nyata berupa pekarangan dan tanaman (Wulandono, 2021). Dari data indeks kepuasan masyarakat, petani kopi mengaku mendapat pengetahuan dan keterampilan baru dengan baik dari sekolah lapangan. Masyarakat juga mendapat kenaikan pendapatan yang baik setelah mengimplementasikan ilmu yang didapat. sekolah lapangan pada Program Kopi Konservasi dalam strategi pembentukan mitra unggulan PT PLN Indonesia Power Mrica PGU termasuk pada tahap pengembangan.

Awalnya para petani kopi menjual hasil panen mereka yang masih berbentuk ceri atau buah kopi yang masih berkulit merah dengan harga jual Rp 9.000 – Rp 13.000 per kilogram. Setelah mengikuti sekolah lapangan dan mendapat bantuan

sarana *dome* untuk menjemur kopi, petani menjual hasil panennya dalam bentuk *green beans* dengan harga Rp 100.000 – Rp 150.000 per kilogram. Kemudian pada sekolah lapangan selanjutnya serta diberi alat pengukur kelembaban biji kopi dan alat *roasting*, petani dapat mengolah hasil panennya menjadi *roasted beans* dengan harga jual Rp 350.000 – Rp 400.000 per kilogram.

### ***Evaluasi***

Evaluasi merupakan penilaian atas tahap identifikasi masalah, perencanaan, implementasi, dan hasil program. Evaluasi dicirikan sebagai proses yang diakhiri dengan pengambilan suatu keputusan. Keputusan ini merupakan hasil yang berharga dan manfaat dilakukannya evaluasi (Asyari et al., 2020). Evaluasi terbagi menjadi dua, yaitu evaluasi formatif dan evaluasi sumatif. Evaluasi formatif dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi pada waktu proses kegiatan masih berjalan, hasil dari evaluasi formatif digunakan untuk memperbaiki dan menyempurnakan program atau produk yang sedang dikembangkan. Sedangkan evaluasi sumatif dilakukan setelah pelaksanaan seluruh rangkaian kegiatan program sudah selesai. Evaluasi ini dilakukan untuk melihat seberapa program dapat memberikan manfaat bagi

targetnya, dari hasil evaluasi sumatif akan disimpulkan berhasil tidaknya suatu program (Warsita, 2019).

PT PLN Indonesia Power Mrica PGU menggunakan dua jenis evaluasi tersebut dalam menjalankan binaannya terhadap mitra binaan unggulan, evaluasi formatif dan sumatif. Pada evaluasi formatif, PT PLN Indonesia Power Mrica PGU mengadakan kegiatan *monitoring* dan evaluasi per triwulan. Topik yang dikaji saat monitoring dan evaluasi yaitu proses implementasi program, sejauh mana program memberikan hasil yang baik bagi masyarakat, rencana anggaran, serta saran perbaikan. Salah satu indikator yang digunakan PT PLN Indonesia Power Mrica PGU untuk menilai manfaat program yaitu melalui survei indeks kepuasan masyarakat. Survei ini dilakukan pada program pengembangan Sekolah Lapangan Kopi Konservasi pada Kelompok Tani Bangkit Desa Pegundungan.

Tabel 1. Laporan Indeks Kepuasan Masyarakat Program Sekolah Lapangan Kopi Konservasi

INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
PT INDONESIA POWER PGU MRICA  
TAHUN 2022

Tabel 5 Indeks: Kepuasan Masyarakat  
Program Pengembangan Sekolah Lapangan, Kampung Kopi Konservasi Kelompok Bangkit

No	Aspek Penilaian	Nilai Aspek	Nilai Kinerja
1	Apakah program ini berasal dari PT Indonesia Power?	3,5	Baik
2	Apakah CDO/petugas CSR melakukan tugas pendampingan dan pengkoordinasian masyarakat dengan bertanggung jawab?	3,5	Baik
3	Apakah CDO/petugas CSR mendampingi kegiatan program secara rutin?	3,5	Baik
4	Apakah program Kampung Kopi Konservasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat?	3,5	Baik
5	Apakah Anda dilibatkan dalam perencanaan program?	3	Baik
6	Apakah Anda berpartisipasi aktif?	3,5	Baik
7	Apakah Anda memahami program yang selama ini Anda ikuti?	3,5	Baik
8	Apakah Anda menerapkan pengetahuan dari program yang Anda ikuti?	3,5	Baik
9	Apakah Anda diberikan kesempatan untuk menyampaikan pendapat/masukan dalam program ini?	3	Baik
10	Apakah program ini menambah pengetahuan Anda?	3,5	Baik
11	Apakah program ini menambah keterampilan Anda?	3,5	Baik
12	Apakah program ini mampu meningkatkan pendapatan Anda?	3,5	Baik
13	Apakah program ini mampu mendorong kemandirian dan keberlanjutan masyarakat?	3,5	Baik
Total			44,5
Jumlah Responden			30 orang
Nilai Indeks			3,6
Nilai Indeks Setelah di Konversi			89,29
Nilai Mutu			A

Sumber: Data PT PLN Indonesia Power Mrica PGU

Laporan Indeks Kepuasan Masyarakat Mitra Binaan PT PLN Indonesia Power Mrica PGU tahun 2022, dari survei terhadap 30 responden dari 99 orang petani peserta Sekolah Lapangan menghasilkan nilai indeks konversi 89,29 dan tergolong sangat baik. Dari hasil indeks kepuasan masyarakat tersebut, PT PLN Indonesia Power Mrica PGU menentukan keputusan strategi selanjutnya. Hasil dari evaluasi triwulan setiap tahunnya, digunakan PT PLN Indonesia Power Mrica PGU sebagai bahan dasar penyusunan rencana yang melibatkan *stakeholders* untuk dengar pendapat dan memberi masukan.

Di tahun keempat pembinaan, PT PLN Indonesia Power Mrica PGU akan melakukan *exit strategy*. *Exit strategy* atau strategi pengakhiran ialah rencana ditariknya suatu program dari suatu wilayah atau mitra tanpa mengganggu tujuan dan perkembangan mitra. Tujuan dari *exit strategy* adalah untuk memastikan keberlanjutan kegiatan dan dampak setelah program dari perusahaan berakhir (Narutomo, 2014). Alasan PT PLN Indonesia Power Mrica PGU melakukan *exit strategy* agar dana binaan dan kegiatan pembinaan dapat beralih kepada mitra potensial baru lainnya dan tercipta pembangunan berkelanjutan yang lebih luas melalui program CSR.

Sebelum *exit strategy* dilakukan, terlebih dahulu PT PLN Indonesia Power Mrica PGU mengadakan evaluasi sumatif untuk memastikan bahwa target dan dampak dari program telah tercapai, yaitu pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan pendapatan. Seperti pada evaluasi triwulan laporan indeks kepuasan masyarakat, petani Kelompok Tani Bangkit Desa Pegundungan mengaku mengalami kenaikan pendapatan setelah beralih dari bertani tanaman cabai ke tanaman kopi yang harganya di pasaran lebih stabil dibanding tanaman sayur. Sekitar 80% petani di Desa Pegundungan telah beralih pada budidaya tanaman kopi

konservasi. Selain itu, PT PLN Indonesia Power Mrica PGU juga memastikan bahwa mitra binaan sudah mandiri dan sudah dapat bekerjasama dengan lembaga atau pihak-pihak di luar Indonesia Power. Kelompok Tani Bangkit yang sudah memiliki produk kopi dengan *brand* Kopi Senggani sudah menjalin kerjasama yang cukup luas dengan para pecinta kopi dan pemilih usaha kafe di kota-kota besar seperti Yogyakarta. Kopi yang memiliki cita rasa khas ini permintaan setiap bulannya mencapai 5 kwintal.

Atas program Kopi Konservasi ini, PT PLN Indonesia Power Mrica PGU mendapat penghargaan Terbaik 1 (Kategori Perusahaan Besar) Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha (TJLBU) di Kabupaten Banjarnegara Tahun 2021.

Gambar 1. Piagam Penghargaan Terbaik 1 Pelaksana TJLBU



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Strategi pembentukan dan pembinaan program mitra binaan unggulan yang dibentuk oleh PT PLN Indonesia

Power Mrica PGU melalui strategi perintisan, strategi penguatan, strategi pengembangan, dan *exit strategy* yang dilaksanakan dalam kurun waktu empat tahun sudah sesuai dengan langkah manajemen *public relations*. Sekolah Lapangan sebagai suatu taktik berhasil mendorong tingkat keberhasilan program kopi konservasi dalam meningkatkan penjualan dan ekonomi petani.

Jika dianalisis melalui teori kontrak sosial, program ini secara hasil (*output*) dapat diberikan kepada masyarakat luas secara langsung maupun tidak langsung. Manfaat secara langsung didapat oleh para petani mitra binaan. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, para petani mendapat bantuan bibit kopi gratis sebagai alternatif dari bertani sayur yang merupakan tanaman musiman, serta pengetahuan dari Sekolah Lapangan. Program Sekolah Lapangan yang diadakan menyusul pemberian bantuan bibit kopi merupakan langkah yang tepat. Sebelumnya para petani ini merupakan petani sayur yang masih kurang mengetahui bagaimana perawatan dan pengolahan hasil panen kopi. Sedangkan dampak tidak langsungnya yaitu pada lingkungan, dengan ditanaminya kopi sebagai usaha konservasi dapat mengurangi erosi pada hulu sungai Serayu. Dari dampak tersebut, kegiatan usaha PT

PLN Indonesia Power Mrica PGU sebagai penyedia listrik bagi masyarakat tidak terganggu karena sedimentasi waduk.

Para petani yang awalnya menjual ceri kopi dengan harga maksimal Rp 13.000 per kilogram, setelah mengikuti Sekolah Lapangan dan mendapat bantuan alat, petani mampu menjual dalam bentuk *green beans* dan *roasted beans* yang harga berkali lipat dari harga ceri. Hal ini memenuhi poin kedua teori kontrak sosial, yaitu distribusi ekonomi dan sosial pada kelompok binaan sesuai dengan potensi yang dimiliki (Ardianto & Machfudz, 2011). Petani kopi binaan PT PLN Indonesia Power Mrica PGU yang sebelumnya petani sayur, pada dasarnya memiliki kemampuan bertani mendapat manfaat ekonomi dari penjualan hasil pertanian kopi yang tinggi. Hal ini sejalan dengan hasil survei evaluasi perusahaan yang menunjukkan kepuasan masyarakat terhadap program Sekolah Lapangan. Secara sosial, kopi produk mitra sudah dikenal hingga taraf nasional. Di sisi lain, semakin banyak orang yang mengenal Kabupaten Banjarnegara melalui kopi konservasinya. Seperti diketahui, Kelompok Tani Bangkit Desa Pegundungan sudah mendistribusikan kopinya ke berbagai kafe di Indonesia. Dapat dikatakan bahwa CSR PT PLN Indonesia Power Mrica PGU Program

Kopi Konservasi memenuhi unsur teori kontrak sosial serta pembangunan berkelanjutan dalam bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Penghargaan Terbaik 1 Pelaksanaan TJLBU dari Pemerintah Kabupaten Banjarnegara dapat dianggap sebagai adanya pengakuan atau legitimasi dari pemerintah setempat bahwa PT PLN Indonesia Power Mrica PGU berhasil dalam program CSR-nya yang memberikan manfaat bagi pemerintah dan masyarakat Kabupaten Banjarnegara.

### **Simpulan**

Langkah strategi PT PLN Indonesia Power Mrica PGU dalam membina mitra unggulan sudah sesuai dengan tahapan manajemen *public relations*, yakni identifikasi masalah, perencanaan, implementasi, dan evaluasi program. Tahapan-tahapan tersebut dalam strategi CSR PT PLN Indonesia Power Mrica PGU dituangkan pada 4 tahap strategi yang disusun khusus oleh manajemen CSR PT PLN Indonesia Power Mrica PGU. Empat tahap ini dilaksanakan dalam kurun waktu 4 tahun, yaitu strategi perintisan yang termasuk dalam perencanaan pada tahun pertama, kemudian strategi penguatan dan pengembangan yang masuk pada implementasi program di tahun kedua serta

ketiga, dan strategi pengakhiran atau *exit strategy* pada tahap evaluasi pada tahun keempat. Ditetapkannya alur waktu 4 tahun untuk pelaksanaan pembinaan memberikan dorongan bagi manajemen perusahaan untuk dapat memperoleh cara agar tujuan program bisa diwujudkan secara efektif dan tepat waktu.

Program CSR PT PLN Indonesia Power Mrica PGU tidak hanya menguntungkan pihak perusahaan karena mengatasi permasalahan perusahaan yaitu sedimentasi pada dasar waduk Panglima Besar Jenderal Soedirman Mrica, tetapi juga mewujudkan tujuan pemberdayaan masyarakat untuk pembangunan berkelanjutan dalam bidang. PT PLN Indonesia Power Mrica PGU tidak serta merta hanya memberikan bantuan bibit kopi saja, tetapi juga melakukan pembinaan dan pendampingan melalui Sekolah Lapangan, di mana masyarakat yang tadinya bertani sayur beralih ke tanaman kopi yang memiliki perbedaan perawatan dengan sayur. Evaluasi formatif yang dilakukan secara rutin selama tiga bulan dan satu tahun sekali menjadi pendukung tercapainya tujuan program karena ketika ada faktor yang mengganggu atau strategi yang kurang efektif dapat segera diperbaiki. Adanya *exit strategy* setelah tujuan program tercapai memberikan peluang bagi masyarakat dan

wilayah lain yang memiliki potensi unggul untuk menjadi mitra unggulan agar dapat mendapat binaan dan berkembang dengan bantuan profesional.

Selain memenuhi langkah manajemen *public relations*, program Kopi Konservasi memenuhi dua unsur teori kontrak sosial. Sebagaimana perusahaan harus mampu memberikan manfaat ekonomi secara langsung kepada petani kopi konservasi, dan manfaat sosial secara tidak langsung kepada pemerintah setempat serta masyarakat luas yang tentunya menggunakan produk jasa listrik dari PT PLN. Dari sisi konsep pembangunan berkelanjutan, program Kopi Konservasi memenuhi unsur pembangunan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dapat disimpulkan bahwa program CSR yang dilakukan oleh PT PLN Indonesia Power Mrica PGU dapat berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan. Pihak perusahaan mendapat legitimasi dengan diterimanya penghargaan Terbaik 1 Kategori Perusahaan Besar Pelaksana TJLBU di Kabupaten Banjarnegara.

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran untuk penelitian selanjutnya dari hasil penelitian ini yaitu peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperdalam pembahasan setiap kegiatan yang dilakukan pada setiap tahapan

strategi perintisan, strategi penguatan, strategi pengembangan, dan *exit strategy*.

### Daftar Pustaka

- Ardianto, E., & Machfudz, D. (2011). *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*. Elek Media Komputindo.
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Asyari, H., Rusman N, T., & Riyana, A. (2020). Evaluasi Program Pelatihan Guru di Pusdiklat Tenaga Teknis Pendidikan dan Keagamaan Kementerian Agama Republik Indonesia. *Tadbir: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, 4(1), 67. <https://doi.org/10.29240/jsmp.v4i1.1441>
- Azizah, N. Z. N., & Imran, A. I. (2019). Proses Public Relations PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dalam Membangun Citra Positif melalui Media Sosial Instagram @Keretaapikita. *Performance: Jurnal Personalita, Financial, Operasional, Marketing Dan Sistem Informasi*, 26(1), 19–27. <https://doi.org/10.32424/1.jp.2019.26.1.1385>

- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2016). *Effective Public Relations* (Edisi Kese). Prenada Media.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu.
- Haryani, S., & Hamandia, M. R. (2022). Strategi Departemen CSR Dalam Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 6(2), 54–63. <https://doi.org/10.19109/jkpi.v6i2.15586>
- Imran, M. (2012). Peran Public Relations Pada Program CSR Dalam Rangka Meningkatkan Citra Positif Perusahaan. *Jurnal LPPM: Paradigma*, 9(1), 127–139.
- JDIH. (2017). *Peraturan Pemerintah (PP) tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas*. LN. 2012 No. 89, TLN No. 5305, LL SETNEG : 4 HLM.
- Kurnia, A., Shaura, A., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2020). Sustainable Development dan CSR. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 231. <https://doi.org/10.24198/jppm.v6i3.26211>
- Laksono, L. B. (2019). Pendidikan Kewarganegaraan Mengusung Pancasila sebagai Konsensus Sosial, Kontrak Sosial, dan Social Imaginary. *Integralistik*, 30(2), 150–161. <https://doi.org/10.15294/integralistik.v30i2.20876>
- Magreza, A. R., Sadono, T. P., & Pratiwi, N. M. I. (2023). Strategi Public Relations PT. Dana Purna Investama Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. *Prosiding Semakom*, 1(1).
- Morissan. (2018). *Manajemen Public Relations : Strategi menjadi Humas Profesional*. Kencana Prenada Media Group.
- Mustafa, P. S., & Angga, P. D. (2022). Strategi Pengembangan Produk dalam Penelitian dan Pengembangan pada Pendidikan Jasmani. *Jurnal Pendidikan : Riset Dan Konseptual*, 6(3), 413. [https://doi.org/10.28926/riset\\_konseptual.v6i3.522](https://doi.org/10.28926/riset_konseptual.v6i3.522)
- Narutomo, T. (2014). Program Penguatan Sistem Inovasi Daerah (SIDa) Sebagai Exit Strategy Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM). *Jurnal Bina Praja*, 06(02), 143–156. <https://doi.org/10.21787/JBP.06.2014.143-156>
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia. *Focus : Jurnal Pekerjaan*



- Sosial*, 2(1), 61.  
<https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23119>
- Ridwan, M., AM, S., Ulum, B., & Muhammad, F. (2021). Pentingnya Penerapan Literature Review pada Penelitian Ilmiah. *Jurnal Masohi*, 2(1), 42.  
<https://doi.org/10.36339/jmas.v2i1.427>
- Riyanti, C., & Raharjo, S. T. (2021). Asset Based Community Development Dalam Program Corporate Social Responsibility (CSR) CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR). *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik*, 3(1), 112.  
<https://doi.org/10.24198/jkrk.v3i1.32144>
- Saputro, A. P., Mandalia, S. A., & Putri, B. P. S. (2015). Strategi CSR Internal PT. Bio Farma Bandung. *EProceedings of Management*, 2(3).
- Setianingtias, R., Baiquni, M., & Kurniawan, A. (2019). Pemodelan Indikator Tujuan Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 27(2), 61–74.  
<https://doi.org/10.14203/JEP.27.2.2019.61-74>
- Sri Ardani, N. K., & Mahyuni, L. P. (2020). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Manfaatnya Bagi Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 12.  
<https://doi.org/10.38043/jmb.v17i1.2339>
- Tsamara, Y. N., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Strategi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) PT Pertamina Melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Dalam Pertamina Sehati. *Share : Social Work Journal*, 8(2), 219.  
<https://doi.org/10.24198/share.v8i2.20083>
- Warsita, B. (2019). Evaluasi Media Pembelajaran Sebagai Pengendalian Kualitas. *Jurnal Teknodik*, 17(4), 092–101.  
<https://doi.org/10.32550/teknodik.v17i4.581>
- Wiratma, M. (2010). Social Mapping untuk Mengantisipasi Potensi Konflik Di Pertambangan Batubara Kabupaten Kutai Barat, Kaltim. *Humaniora*, 1(2), 760.  
<https://doi.org/10.21512/humaniora.v1i2.2918>
- Wulandono, O. (2021). Peningkatan Pengetahuan Petani Sekolah Lapang Budidaya Kopi di Kabupaten Serang Provinsi Banten. *Jurnal Agrimanex: Agribusiness, Rural Management, and Development Extension*, 2(1).  
<https://doi.org/10.35706/agrimanex.v2i1.554>